



YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
KLİNİK PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI

**SOSYAL MEDYA KULLANAN GENÇ YETİŞKİN  
BİREYLERDE BEDEN ALGISI VE SOSYAL GÖRÜNÜŞ  
KAYGISININ İNCELENMESİ**

DİLARA EZGİ YILMAZ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

LEFKOŐA

2020

**SOSYAL MEDYA KULLANAN GENÇ YETİŞKİN BİREYLERDE  
BEDEN ALGISI VE SOSYAL GÖRÜNÜŞ KAYGISININ  
İNCELENMESİ**

Dilara Ezgi YILMAZ

YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
KLİNİK PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TEZ DANIŐMANI  
Dr. Bingöl SUBAŞI HARMANCI

LEFKOŐA  
2020

## KABUL VE ONAY

Dilara Ezgi Yılmaz tarafından hazırlanan “**Sosyal Medya Kullanan Genç Yetişkin Bireylerde Beden Algısı ve Sosyal Görünüş Kaygısının İncelenmesi**” başlıklı bu çalışma, 08/06/2020 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

## JÜRİ ÜYELERİ

.....

**Dr. Bingül SUBAŞI HARMANCI** (Danışman)  
Yakın Doğu Üniversitesi  
Fen Edebiyat Fakültesi Psikoloji Bölümü

.....

**Doç. Dr. Aşkın KİRAZ** (Başkan)  
Yakın Doğu Üniversitesi  
Eğitim Bilimleri Fakültesi Fen Bilgisi Öğretmenliği Ana Bilim Dalı Başkanı

.....

**Yrd. Doç. Dr. Ezgi ULU**  
Yakın Doğu Üniversitesi  
Fen Edebiyat Fakültesi Psikoloji Bölümü

**Prof. Dr. Mustafa SAĞSAN**  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

## BİLDİRİM

Hazırladığım tezin, tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt ederim. Tezimin kâğıt ve elektronik kopyalarının Yakın Doğu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

- Tezimin tamamı heryerden erişime açılabilir.
- Tezim sadece Yakın Doğu Üniversitesinde erişime açılabilir.
- Tezimin iki (2) yıl süre ile erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde tezimin tamamı erişime açılabilir.

08/06/2020

İmza:

Dilara Ezgi YILMAZ

## TEŞEKKÜR

Yüksek lisans eğitimin ve tez çalışmam boyunca bana her daim yol gösteren, bilgi ve birikimini paylaşmaktan hiçbir zaman geri durmayan değerli hocam ve tez danışmanım **Dr. Bingül Subaşı HARMANCI'** ya, adını buraya sığdıramadığım diğer saygı değer hocalarıma ve tez çalışmama katılmayı kabul etmiş, bana tez çalışma grubumu genişletebilmemde yardımlarda bulunmuş arkadaşlarıma teşekkürlerimi sunarım,

Yaşamımın her döneminde olduğu gibi bu süreçte de yanımda olan annem **Zeynep YILMAZ** a ve babam **Mehmet YILMAZ** a teşekkürlerimi bildirmeyi bir borç bilirim.

Ayrıca benden destek ve yardımlarını esirgemeyen **Onur AFACAN** ve **Ayşe Meral DÜLGER TAŐKIN'** a da teşekkürlerimi sunarım.

## ÖZ

### **SOSYAL MEDYA KULLANAN GENÇ YETİŞKİN BİREYLERDE BEDEN ALGISI VE SOSYAL GÖRÜNÜŞ KAYGISININ İNCELENMESİ**

Sosyal medya ile birlikte bireyler kendileriyle ilgili daha fazla bilgi paylaşımında bulunmakta ve bununla birlikte daha fazla kişiden onay alma ve beğenilme gereksinimi hissetmektedirler. Bu çalışmanın amacı, sosyal medya kullanan genç yetişkin bireylerde beden algısı ve görünüş kaygısının incelenmesidir. Çalışmanın örneklemi, İstanbul ilinde yaşayan 18yaş üstü 385 genç yetişkin bireyden oluşmaktadır. Bu amaç doğrultusunda araştırmada veri toplama aracı olarak demografik bilgi formu, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Beden Algısı Ölçeği (BAÖ) kullanılmıştır. Beden Algısı Ölçeği puanı ile internet kullanımı arasındaki anlamlı bir farklılık bulunurken, internet kullanım süresi ve Sosyal Görünüş Kaygısı ölçeği arasında anlamlı farklılık saptanmamıştır. Ayrıca Sosyal Görünüş Kaygısı ile Beden Algısı arasında anlamlı bir farklılık saptanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal medya, sosyal görünüş kaygısı, beden algısı, beden kitle indeksi.

## ABSTRACT

### A STUDY ABOUT SOCIAL APPEARANCE ANXIETY AND BODY IMAGE AMONG YOUNG ADULT INDIVIDUALS USING SOCIAL MEDIA

Individuals share more information about themselves together with social media, however, they feel the need to get approval and appreciation from more people. The purpose of our study is to check over social appearance anxiety and body image among young adult individuals using social media. The sample of the study consists of 385 individuals over 18 years young adults living in Istanbul. In this study Demographic Information Form, Social Appearance Anxiety Scale (SAAC) and Body Perception Scale (BPS) were used as data collection tools. After the check over, it is concluded that a significant difference was found between internet usage time and Body Perception Scale, but was not found any significant difference between internet usage time and Social Appearance Anxiety. Furthermore, there was found significant difference between Social Appearance Anxiety and Body Perception Scale.

**Keywords:** Socialmedia, socialappearanceanxiety, body image, body massindex.

# İÇİNDEKİLER

## KABUL VE ONAY

## BİLDİRİM

TEŞEKKÜR .....	iii
ÖZ.....	iv
ABSTRACT .....	v
İÇİNDEKİLER .....	vi
TABLO DİZİNİ .....	viii
KISALTMALAR .....	x

## 1. BÖLÜM

GİRİŞ.....	1
1.1 Problemin Durumu.....	1
1.2 Araştırmanın Amacı .....	4
1.3 Araştırmanın Önemi.....	4
1.4 Araştırmanın Sınırlılıkları.....	6
1.5 Tanımlar.....	6

## 2. BÖLÜM

KURAMSAL ÇERÇEVE İLE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR.....	7
2.1. Sosyal Medya .....	7
2.1.1. Sosyal Medya Tarihçesi.....	7
2.1.2. Sosyal Medya Avantajları .....	8
2.1.3. Sosyal Medya Dezavantajları .....	9
2.1.4. Sosyal Medya Kanalları .....	10
2.2. Sosyal Kaygı.....	11
2.2.1. Sosyal Görünüş Kaygısı.....	12
2.2.2. Sosyal Kaygı Yaklaşımları.....	13
2.3. Sosyal Kaygının Tanısı ve Ölçülmesi.....	15
2.4. Kaygı ve İnternet .....	17
2.5. Beden Algısı .....	18
2.6 Literatür Çalışmaları .....	19



<b>3. BÖLÜM</b>	
<b>YÖNTEM.....</b>	<b>21</b>
<b>3.1.Araştırmanın Modeli.....</b>	<b>21</b>
<b>3.2.Evren ve Örneklem.....</b>	<b>21</b>
<b>3.3.Veri Toplama Araçları .....</b>	<b>22</b>
<b>3.3.1. Demografik Bilgi Formu .....</b>	<b>22</b>
<b>3.3.2.Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği .....</b>	<b>22</b>
<b>3.3.3. Beden Algısı Ölçeği .....</b>	<b>23</b>
<b>3.4. Verilerin Toplanması.....</b>	<b>23</b>
<b>3.5. Veri Çözümlemesi ve Kullanılan İstatistiksel Testler .....</b>	<b>23</b>
<b>4. BÖLÜM</b>	
<b>BULGULAR .....</b>	<b>25</b>
<b>5. BÖLÜM</b>	
<b>TARTIŞMA .....</b>	<b>42</b>
<b>6. BÖLÜM</b>	
<b>SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>51</b>
<b>6.1. Sonuçlar.....</b>	<b>51</b>
<b>6.2. Öneriler .....</b>	<b>53</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>54</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>65</b>
<b>Ek 1. Sosyodemografik Özellikler ve Kişisel Bilgi Formu .....</b>	<b>65</b>
<b>Ek 2. Sosyal Kaygı Ölçeği .....</b>	<b>66</b>
<b>Ek 3. Beden Algısı Ölçeği .....</b>	<b>67</b>
<b>Ek 4. Aydınlatılmış Onam .....</b>	<b>68</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>69</b>
<b>İNTİHAL RAPORU .....</b>	<b>70</b>
<b>ETİK KURUL ONAYI.....</b>	<b>71</b>

## TABLO DİZİNİ

<b>Tablo 1. Normalite değerleri.....</b>	<b>24</b>
<b>Tablo 2. Demografik ve Tanıtıcı Veriler .....</b>	<b>24</b>
<b>Tablo 3. Katılımcıların ölçeklerden aldıkları puanlara göre tanımlayıcı istatistikler .....</b>	<b>27</b>
<b>Tablo 4. Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları ile cinsiyet değişkeni arasındaki farklılık.....</b>	<b>27</b>
<b>Tablo 5. Beden Algısı Ölçeği puanları ile cinsiyet değişkeni arasındaki farklılık.....</b>	<b>28</b>
<b>Tablo 6. Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları ile yaş değişkeni arasındaki farklılık.....</b>	<b>28</b>
<b>Tablo 7. Beden Algısı Ölçeği puanları ile yaş değişkeni arasındaki farklılık.....</b>	<b>29</b>
<b>Tablo 8. Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları ile medeni durum değişkeni arasındaki farklılık .....</b>	<b>29</b>
<b>Tablo 9. Beden Algısı Ölçeği puanları ile medeni durum değişkeni arasındaki farklılık.....</b>	<b>30</b>
<b>Tablo 10. Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları ile BKİ değişkeni arasındaki farklılık.....</b>	<b>30</b>
<b>Tablo 11. Beden Algısı Ölçeği puanları ile BKİ değişkeni arasındaki farklılık.....</b>	<b>31</b>
<b>Tablo 12. Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları ile eğitim durumu arasındaki farklılık.....</b>	<b>31</b>
<b>Tablo 13. Beden Algısı Ölçeği puanları ile eğitim durumu arasındaki farklılık.....</b>	<b>32</b>
<b>Tablo 14. Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları ile bireylerin ideal kiloda olup olmadığı arasındaki farklılık .....</b>	<b>32</b>
<b>Tablo 15. Beden Algısı Ölçeği puanları ile bireylerin ideal kiloda olup olmadığı arasındaki farklılık .....</b>	<b>33</b>

<b>Tablo 16. Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları ile arkadaşların internet kullanımına yöneltmesi arasındaki farklılık.....</b>	<b>33</b>
<b>Tablo 17. Beden Algısı Ölçeği puanları ile arkadaşların internet kullanımına yöneltmesi arasındaki farklılık.....</b>	<b>34</b>
<b>Tablo 18. Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları ile internet kullanım süreleri arasındaki farklılık.....</b>	<b>34</b>
<b>Tablo 19. Beden Algısı Ölçeği puanları ile internet kullanım süreleri arasındaki farklılık.....</b>	<b>35</b>
<b>Tablo 20. Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları ile internetin en çok kullanım amacı değişkenleri arasındaki farklılık .....</b>	<b>36</b>
<b>Tablo 21. Beden Algısı Ölçeği puanları ile internetin en çok kullanım amacı değişkenleri arasındaki farklılık .....</b>	<b>36</b>
<b>Tablo 22. Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları ile sosyal medya takipçi sayısı değişkenleri arasındaki farklılık.....</b>	<b>37</b>
<b>Tablo 23. Beden Algısı Ölçeği puanları ile sosyal medya takipçi sayısı değişkenleri arasındaki farklılık .....</b>	<b>38</b>
<b>Tablo 24. Sosyal görünüş kaygısı ile beden algısı arasındaki farklılık..</b>	<b>38</b>
<b>Tablo 25. Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği ile anlamlı farklılık çıkan demografik özellikler arasındaki korelasyon .....</b>	<b>39</b>
<b>Tablo 26. Beden Algısı Ölçeği ile anlamlı farklılık çıkan demografik özellikler arasındaki korelasyon .....</b>	<b>39</b>
<b>Tablo 27. Sosyal görünüş kaygısı, beden algısı, internet kullanım süresi ve internetin hangi amaçla kullanıldığı arasındaki korelasyonlar .....</b>	<b>40</b>
<b>Tablo 28. Sosyal görünüş kaygısı ile beden algısı arasındaki regresyon .....</b>	<b>41</b>

## KISALTMALAR

<b>SPSS</b>	: Sosyal Bilimler için İstatistik Paket Programı (StatisticPacketsForSocialSeciences)
<b>SGKÖ</b>	: Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği
<b>BAÖ</b>	: Beden Algısı Ölçeği
<b>BKI</b>	: Beden Kitle İndeksi
<b>N</b>	: Veri Sayısı
$\bar{x}$	: Aritmetik Ortalama
<b>p</b>	: Anlamlılık Düzeyi
<b>r</b>	: Korelasyon Katsayısı
<b>SS</b>	: Standart Sapma

# 1. BÖLÜM

## GİRİŞ

### 1.1 Problemin Durumu

İnternet, günümüzde sahip olduğumuz en büyük ve kapsamlı iletişim ve etkileşim ağı olmakla birlikte barındırdığı sosyal ağ siteleri ile büyük kitlelerin birbirleri ile etkileşim kurabilmesine ve insanların sosyal bir çevre oluşturmasına da imkan tanımaktadır (Dal ve Dal, 2014). Teknolojinin hızla gelişmesiyle, insan hayatına giren sayısız yenilikten birisi sosyal medyadır. Sosyal medya, bireysel ve toplumsal hayatın tamamını etkilemekte ve tüketici davranışlarından kişilerarası iletişime kadar büyük değişimleri de yanında getirmektedir. Bu değişimlerden biri de psikolojik sorunlardır. Kişilerin yaşadığı önemli veya gündelik olayların sosyal medyada sıklıkla paylaşıldığı günümüzde bu gelişimle birlikte görünüş kayısı da önemli bir sorun haline gelmiştir (Erdem ve Kaya, 2019).

Sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte insanlarda daha fazla onaylanma ve beğeni alma ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Beğenilme arzusu, insanların dış görünüşleriyle alakalı kaygı duymalarına ve özgüvenlerinin olumsuz etkilenmesine neden olmaktadır. Sosyal medya üzerinde fiziksel görünümü iyi olan insanların daha çekici gelmesi ve etkileşim için daha fazla seçilir olmaları, başkaları üzerinde pozitif bir izlenimde olmak isteyen kişilerin daha alımlı olmak için gayret harcamalarına neden olmaktadır (Doğan, 2010).

İnternetin kullanım alanının artmasıyla, sosyal medya mecralarında makalelere ulaşma, duygu ve düşünceleri paylaşma, eğlenme, arkadaşlarla görüşme, bilgilenme, reklam, eğlenme vb. gibi hedeflere yönelik hizmet

vermektedir. (Çemrek, Baykuş ve Özaydın, 2015). Bunun dışında yaygın olarak kullanılan sosyal medya; multimedya paylaşımlarının yapılabildiği siteleri, blog ve mikroblogları, iş ağları sitelerini, forumları, ve sosyal ağ siteleri gibi alanları içinde barındıran geniş bir kavramdır. Ek olarak, sosyal medya bireylerin birçok kişiyle kolayca iletişim kurmasına olanak tanımaktadır. Sosyal medya ile insanlar eş zamanlarda, bir sürü insanla mesajlaşıp, paylaşımlarda bulunabilirler. Ayrıca yüz yüze iletişime göre daha kolay bir şekilde iletişimde bulunmayı sağlayabilmektedir (Öztürk ve Talas, 2015).

Tarihsel olarak bakıldığında, sosyal medya ne kadar hayatımızda yeni yerine almaya başlayan bir kavram olarak görülsede, kısa bir sürede neredeyse her eve girmiş ve global olarak tüm insanlığı etkisi altına almıştır (Özdemir ve Erdem, 2016). İnternet sayesinde insanlar gündelik yaşamla iç içe bir şekilde, iletişim, bilgi paylaşımı ve sosyal haberleşme konularında daha hızlı imkanlara sahip olmuşlardır (Gholamian, Shahnazi ve Hassanzadeh, 2017).

Bu sebeple, sosyal ağ siteleri her geçen gün hayatımızda daha fazla yere sahip olmaktadır. Yakın gelecekte bireylerin internet kullanımının büyük birçoğunun sosyal ağ siteleri tarafından sağlanacağı düşünülmektedir. Günümüzde gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin büyük bir kısmında özellikle genç nesil başta olmak üzere sosyal ağ sitelerine başvuru üyeliklerde ve geçirmekte olan zamanda fazlaca artma görülmektedir. Tüm bunları dikkate aldığımızda yeni bir yaşam biçiminin doğmakta olduğunu görebiliriz (Dal ve Dal; 2014).

Fakat sosyal medya da takip edilebilir, ya da diğer bir deyişle etkileşimde olunabilir olma isteği ve buna bağlı olarak başkaları üzerinde istenilen izlenimin bırakılmayacağı düşüncesiyle bireyler, anksiyete yaşayabilmektedir (Özcan, Subaşı, Budak, Çelik, Gürel ve Yıldız, 2013). Başkalarının üzerindeki bırakılan etkinin nasıl ve ne oranda olduğunu anlamak adına görünüş kaygısı oldukça önemli hale gelmektedir (Seki ve Dilmaç, 2015). Bunun sonucu olarak, toplumsal, kültürel ve sosyal farklılıklara rağmen dünyanın farklı bölgelerinde yaşayan gençler arasında internet kullanım yaygınlığının gün geçtikçe artması, internet bağımlılığını arttırdığı ve beraberinde kişilerde

sosyal görünüş kaygısı ve benlik saygısı düşüklüğü gibi psikolojik olumsuzluklarla karşı karşıya kalabilecekleri fikrini ortaya çıkarmıştır (EzoeandToda, 2013; Zorbaz ve Dost, 2014).

Kişi, fiziki görünümüne ve beden imajına gelen olumsuz değerlendirmelerin sonucunda sosyal görünüş kaygısı yaşamaktadır. Sıradan toplumsal etkileşimlerin bile olumsuz bir şekilde yaşanmasına sebep olan bu kaygı çeşidi, bireylerin fiziksel görünüşleriyle ilgili kaygılarını ve diğer bireylerin kendisini kötü bir şekilde değerlendirmesiyle ilgili kaygılarını ifade etmektedir (Kılıç ve Karakuş, 2016).

İnsanlar genel olarak çekici olan kişilerle daha sık iletişim içinde olmak isterler ve bundan dolayı da insanlar diğer bireyler üzerinde iyi bir izlenim bırakmak adına daha çekici olmak amacıyla çaba sarf etmektedirler (Doğan, 2010).

Literatürde yetişkinlik çağı ile ilgili farklı tanımlar bulunsa da Levinson (1986)' a göre 17-45 yaş arası şeklinde tanımlayabileceğimiz başlangıcı yetişkinliğe geçiş dönemi, bitişi ise orta yaşa geçiş dönemi ile sınırlandırabileceğimiz dönemdir. İnsanlar 33 yaşa kadar olan dönemde biyolojik olarak zirve yıllarını yaşadığı için, genelde bu dönemde enerji düzeyleri yüksektir. Ayrıca bu dönem, insanların aile yaşamı, mesleki başarı, yaratıcılık, cinsellik, aşk vb. hedeflerini gerçekleştirme açısından tatmininin çok yüksek olduğu yıllardır ve sosyal ve psikolojik da modun yüksekliği fazladır. Doğal olarak yukarıdaki duygu ve durumlarla paralel olarak gelişen en büyük stres, risk ve hayal kırıklıklarının yaşandığı dönemde bu döneme denk gelir. Buna ek olarak, bu yıllar aile kurulması, toplumsal rollerin yerine getirilmesi, toplum içerisinde saygınlık elde edilmesi yönünden sosyal olarak kuvvetli sayılabilecek yıllardır (Levinson, 1986). Ayrıca, De Bot ve Schrauf (2009)' da insan ömrü boyunca dil gelişimini anlatan kitabında insan ömrünü kategorilere böldüğünde genç yetişkinlik döneminin 17-45 yaş arasında olduğunu belirtmiştir. İlgili yılların global olarak insanların hayatına hızlı ve geniş bir şekilde giren internet ve sosyal medya yoluyla gelişmesinin de insanlar üzerindeki etkisi çok büyüktür.

Bu kapsamda, 18 yaş üstü genç yetişkinlerde beden algısı ve görünüş kaygısının sosyal medya kullanımı ve demografik değişkenlerle ilişkisi var mıdır sorusu problem cümlesi olarak belirlenmiştir.

## **1.2 Araştırmanın Amacı**

Bu araştırmanın genel amacı sosyal medya kullanan genç yetişkin bireylerin beden algısını ve sosyal görünüş kaygısını incelemektir. Bu genel amaç çerçevesinde aşağıda belirtilen sorulara cevap alınacaktır.

1-) Bireylerin sosyal görünüş kaygıları ile demografik değişkenler arasında ilişki var mıdır?

2-) Bireylerin sosyal görünüş kaygıları ile internet kullanım süreleri arasında ilişki var mıdır?

3-) Bireylerin sosyal görünüş kaygıları ile interneti en çok hangi amaçla kullandıkları ilişki var mıdır?

4-) Bireylerin beden algıları ile demografik değişkenler arasında ilişki var mıdır?

5-) Bireylerin beden algıları ile internet kullanım süreleri arasında ilişki var mıdır?

6-) Bireylerin beden algıları ile interneti en çok hangi amaçla kullandıkları arasında ilişki var mıdır?

7-) Bireylerin beden algıları ile sosyal görünüş kaygıları arasında ilişki var mıdır?

## **1.3 Araştırmanın Önemi**

Gelişen dünyada teknoloji ve internetteki gelişmelerle birlikte sosyal medyanın kullanım seviyesi artmıştır ve yaşamımızı pek çok yönden etkilemiştir. İnsanlar sosyal medya platformlarında rastladıkları ve kendilerine dayatılmış algı ve düşünceleri sorgulamaksızın benimsemeye başlamışlardır. Örnek vermek gerekirse, literatürdeki bazı çalışmalar sosyal medya kullanımı



ile bireylerin kişilikleri arasında bir ilişki olduğunu göstermiştir. Gençler çoğunlukla bu tür siteleri arkadaş edinmek, bilgi paylaşmak ve oyun oynamak gibi amaçlarla kullanmaktadır ve sosyal medya kullanımının genç yetişkin bireyler üzerinde olumlu ve olumsuz etkileri olduğu görülmektedir (Sağbaş, Ballı ve Şen, 2016). Doğal olarak, günümüzde insan gelişimine ve yaşamına bu derecede etkisi olan bir konunun araştırılması ve geliştirilmesi literatürün yararınadır.

Sosyal medya ile birlikte bireyler kendileri hakkında daha fazla bilgi paylaşımında bulunmaktadır. Bu paylaşımlardan dolayı bireylerin, daha fazla onaylanma ve beğenilme ihtiyacı duydukları düşünülmektedir. Bu durum, bireylerin dış görünüşleri ile ilgili endişe duymasına ve kendilerine olan güvenin negatif yönde etkilenmesine sebep olabilir. Buna bağlı olarak kişinin, fiziksel görüntüsüne ve beden imajına gelen kötü değerlendirmelerin sonucunda sosyal görünüş kaygısı yaşamasına sebep olabilir. Sıradan toplumsal etkileşimlerin bile negatif bir şekilde yaşanmasına neden olan bu kaygı çeşidi, bireylerin dış görünüşleriyle ilgili kaygılarını ve diğer insanların onu olumsuz değerlendirmesiyle ilgili oluşan kaygıları ifade etmektedir (Kılıç ve Karakuş, 2016). Örneğin, Boursier, Gioia ve Griffiths (2020)' de başkaları üzerinde görünüş olarak pozitif etki bırakma isteği ile sosyal görünüş kaygısı arasında güçlü bir ilişki olduğunu söylemiştir.

Bilhassa kadınların vücutları üzerinden yapılmakta olan reklamlarla, zayıf olmak yüceltilen bir olay durumuna gelmiş ve insanlar vücutlarından memnuniyetsiz olmaya başlamışlardır. Sosyal medyada paylaşılan özellikle zayıf ve kaslı vücutlar insanlarda düşük beden algısına ve dolayısıyla sosyal görünüş kaygısı gelişimine sebep olabilmektedir.

Araştırmanın sonucunda, bireylerin internet ve sosyal medya kullanım düzeyleri ile beden algısı ve görünüş kaygısı arasındaki ilişkinin sosyo-demografik değişkenler açısından incelenip hembu konuda hakkındaki ülkemizde yapılmış olankısıtlıliteratür çalışmalarına hem de daha sonra yapılacak sosyal medyanın yayılımının olumlu veya olumsuz, sosyolojik ve psikolojik etkilerinin araştırılması vb. çalışmalara katkıda bulunabilmesi araştırmanın önemini oluşturmaktadır.

#### 1.4 Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma İstanbul ilinin çeşitli ilçelerinde bulunan 18 yaş üstü genç yetişkin bireylerden elde edilen verileri kapsamaktadır. Ancak 385 katılımcıdan 227'si kadın (%59,0), 158'i (%41,0) erkektir. Bu dağılımın eşit olmaması sonucu etkilemiş olabilir. Eğitim düzeyleri çoğunlukla üniversite olması, çalışmanın diğer yaş gruplarını kapsamaması, boy ve kilo eşitsizlikleri ve yalnızca tek ilde yürütülmesi de araştırmanın diğer sınırlılıkları olabilir ve dolayısıyla araştırma tüm genç yetişkin bireyler için genellenemez.

#### 1.5 Tanımlar

**Sosyal görünüş kaygısı:**Bireyin görüntüsünden ötürü negatif bir şekilde değerlendirileceğine karşı hissettiği tepkidir (Hart, Flora, Palyo, Fresco, Holle ve Heimberg, 2008).

**Beden algısı:**Bireyin kendi bedeniyle ilgili olumlu ya da olumsuz olarak değerlendirmesidir (Er, 2015)

**Sosyal medya:**Bireylerin, bilgi ve düşüncelerini paylaşabilmek, içerik üretebilmek ve birbirleriyle etkileşim kurabilmek için kullandıkları siteleri,forumları içine alan çevrimiçi araçlardır (Ticaret, 2013).

**Beden kitle indeksi (BKI):** Kişinin boyunun uzunluğuna göre uygun ağırlıkta olup olmadığını ya da zayıf ve kilolu olduğunu belirtmek için kullanılır. Hesaplanması boyun karesi kiloya bölünerek yapılır. Belirli değer aralıklarına göre zayıftan son derece obeze 6 kategoriye ayrılır (Nuttal, 2015).

## 2. BÖLÜM

### KURAMSAL ÇERÇEVE İLE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

#### 2.1. Sosyal Medya

##### 2.1.1. Sosyal Medya Tarihçesi

Web tarayıcısı aracılığıyla, kullanıcı video, resim, metin vb. multimedya araçlarını barındıran internet sayfalarını görüntülemekte, ayrıca bunlar arasında köprüler kullanılarak gezinti yapılabilmektedir. Web, 1989'da İsviçre'nin Cenevre kentindeki bulunan CERN (Avrupa Nükleer Araştırma Örgütü)' de çalışmakta olan Sir Tim Berners-Lee aracılığıyla ortaya atılmıştır ve hayatımıza girmiştir. O zamandan itibaren Berners-Lee, web sayfalarının oluşturulduğu biçimlendirme dilleri vb. öğelerin gelişmesine rehberlik etmede aktif bir rol oynamıştır ve son yıllarda anlamsal bir web vizyonunu savunmuştur (World Wide Web Consortium, 2008).

Berners-Lee, web'in ilk uygulaması olarak web 1.0 (salt okunur web)' i ortaya atmıştır (Tekayak, 2017). Yani, ilk olarak web'de birşeyleri okumaya ya da aramaya vesile olması ile beraber bu sistemde içerik katkısı ve kullanıcı etkileşimi konusunda çok fazla olanak bulunmamaktaydı. Fakat bir web sitesi için çevrimiçi bir içerik oluşturmak ve bilgileri herhangi bir zamanda herkes tarafından kullanılabilir hale getirmek, çoğu web sitesi sahibinin istediği bir nitelikti (Brian Getting, 2008). Berners-Lee'nin tarifi üzerinden gidilirse Web 2.0'nin bebekliğini veya "okuma-yazma" dönemini görmekteyiz. Yeni tanıtılan içeriğe katkıda bulunma ve diğer web kullanıcılarıyla etkileşim kurma yeteneği, web kavramını kısa sürede önemli ölçüde değiştirmiştir. "Web 2.0" ifadesi www'nun gelişmiş şekline işaret etmektedir. Yani, bu süre zarfında

Webloglar (bloglar), sosyal yerimleri, wikiler, podcast'ler, RSS yayınları (ve çok sayıda yayıncılığın diğer formları), sosyal siteler ve mail gibi çevrimiçi web hizmetlerini salt okunur web siteleri tarafından sağlamaktadır (Çalışkan ve Mencik, 2015). Bunlardan sonra gelen Web 3.0 ise veri tabanına dönüştürülmesini ve web kullanımını içeren etkileşimin gelişimini tanımlamak için kullanılan bir ifade halini almıştır. Sonuç olarak, Web 3.0, on yıllık bir çalışmanın ardından Web'in yazımının yükseleceği bir dönemdir ve bu da sosyal medyanın oluşmasına büyük katkı sağlamıştır ve hala gelişmeye devam etmektedir (Mind Booster Noori, 2008).

### **2.1.2. Sosyal Medya Avantajları**

Sosyal medyanın en büyük avantajlarından biri kolay erişilebilirliği ile paradan ve zamandan da tasarruf sağlaması ile birlikte ticaret, ürün ve hizmetlerle ilgili bilgi sağlamak ve ticaretin en büyük unsurlarından biri olan reklamların kolay erişilebilirliğini sağlamaktadır (Balakrishnan, 2013). Günümüzde teknolojik gelişmelerin takip edilmesi için en sık kullanılan kanallardan biri sosyal medyadır. Ayrıca, insanların çağa uyum sağlayıp yeniliklere açık olmasını sağlamaktadır. Bireylerin görüşlerinin özgürce ifade etmesini, diğer görüşmelere görüşlere saygı göstermeyi teşvik ederek demokratik bir ortam sağlamaktadır. Bunlara ek olarak, boş zamanların değerlendirilmesi, uğraşı sağlama, rahatlama imkânı da vermektedir. Öğrenme ihtiyacı, farkındalık oluşturmada, güncel gelişmelerden haberdar olarak bilgi akışını sağlamakta ve iletişim ağlarının yaygınlaştırıp hayatı kolaylaştırarak iletişim kolaylığı sağlamaktadır. Ayrıca, siyasi ve toplumsal olaylara tepki verebilmek ve seslerini duyurabilmek için benzer fikirlere sahip insanların bir araya gelmesine de olanak sağlamaktadır (Koçak, 2012). Drahošová ve Balco (2017), sosyal medyanın önemli avantajlarından; bilgi alışverişi ve iletişim, takım çalışması ve evden çalışabilme, veri paylaşımı, donanım birimleri ve çevresel cihaz paylaşımı olarak bahsetmektedir.

Sosyal medyanın toplumsal yaşama olan olumlu etkileri aşağıdaki gibi özetlenebilir;

- Sosyal medya genel olarak daha hesaplıdır, çoğu sosyal medya platformuna (Twitter, Facebook, Instagram vb.) ücretsiz üyelik sağlanmaktadır (Öztürk ve Talas, 2015).
- Uçsuz budaksız bilgi ulaşımı ve paylaşımında rahatlık sağlamaktadır (Tohumcu, Karşlı, Bahadır ve Kalender, 2019).
- Sosyal medya aracılığıyla zaman ve mekân farketmeksizin toplantı, görüşme ve münazaralar düzenlenebilmektedir.
- Sosyal medya sayesinde kullanıcılar dünya üzerinde olan tüm olaylara ve haberlere daha az zaman harcayarak ulaşabilmekte ve olanlar hakkındaki düşüncelerini diğer bireylerle paylaşabilmektedir.
- Bununla beraber sosyal medyadaki reklamlar ve indirimler bireyler ve kuruluşlar tarafından kolaylıkla kullanabilmektedir (Alxanov, 2017).

### 2.1.3. Sosyal Medya Dezavantajları

Sosyal medya, kullanıcıları için çok fazla fırsat sunmasına rağmen bazen hoş olmayan sonuçlar doğurabilir (Öztürk ve Talas 2015). Sosyal medyanın dezavantajlarına bakıldığında alışkanlık oluşturarak kişiyi bağımlı hale getirmekte, lüzumsuz bilgi yığını ve erozyonuna neden olarak bilgi kirliliği yaratmaktadır. Meydana getirebileceği bilgi hırsızlığı, duyguların istismar edilmesi, taciz, sahte kimliklere açık olması ve özel hayatın gereğinden fazla göz önünde olması gibi etik ve toplumsal kaygıların sanal suçları olarak sağlar. Bunun dışında, yalnızlık hissi yaratarak insanların robotlaşmasına, insanlar arasındaki ilişkilerin zayıflamasına ve iletişimin sanallaşmasına neden olmaktadır. Yanlış anlaşılmalara açık olması, bilgilere güvensizlik, okuma alışkanlığının azalması, tembellik, okuma ve araştırma eksikliği, iki yüzlülük, sanal arkadaşlıklar, yüz yüze iletişime özlem duyma vb. Yapay ilişkiler nedeniyle yüzeysellik duygusu oluşturmaktadır. Bunlara ek bir de sosyal medyanın gereksiz kullanımı nedeniyle zaman kaybı meydana gelmektedir (Koçak, 2012). Drahošová ve Balco (2017), sosyal medyanın dezavantajlarından, güvenlik açıkları, internet bağımlılığı, gereksiz bilgi yüklemesi, sosyal bağların kopması vb. durumlar olarak bahsetmektedir.

Sosyal medyanın sosyal yaşam üzerindeki olumsuz etkileri özetlenecek olursa:

- Sosyal medya nedeniyle bireyler yeni bağımlılıklar ile tanışıp giderek daha çokyalnız yaşamaya başlamışlardır.
- Ayrıca sosyal medya platformlarında paylaşılan fotoğraf ve videolar toplulukları etkileyen şiddet ve negatif olayların görülme sıklığı armaktavegizlilik giderek azalmaktadır.
- Aşırı sosyal medya kullanımıyla insanlar daha yalnız hale gelmekte ve fiziksel iletişiminönünde engeller meydana gelmektedir (Karaboğa, 2018).

#### **2.1.4. Sosyal Medya Kanalları**

Sosyal medya kanalları bloglar, mikrobloglar, wikiler, sosyal işaretleme siteleri, medya paylaşım siteleri, tüketici değerlendirme web siteleri ve sosyal ağlardan oluşur.

Bloglar, çoğunlukla yazı, makale, grafik, video, resim içeren, türlü konularda bilgi paylaşımı yapılabilen, kişilerin kendilerini ifade edebildiği, duygu ve düşüncelerinin paylaşımını yapabildiği, sanal ortamdaki bir bilgi sistemini temsil eden web sitesi türüdür (Çayırılı, 2014).

Mikroblog, paylaşımların 140-250 karakter arası sınırlaması bulunan küçük blog girişleri olarak görülebilir (Ebner, 2018).

Wikiler, 1995 yılında WardCunningham, Hawaii dilinde “hızlı” anlamına gelen ilk wiki'yi yaratmıştır. İlk sistemi olan “WikiWikiWeb” bugün hala <http://c2.com/cgi-bin/wiki> adresinde çalışmaktadır (Akar, 2010). Wikiler, “Bilgi yeteneğine sahip Web tarayıcı istemcisini depolamak ve değiştirmek için gönüllü çalışmayı kullanan ve herkesin yeni yazılar yazarak ya da varolan yazıları değiştirerek katkıda bulunabileceği ortamlardır (Brox, 2012).

Sosyal işaretleme siteleri, kişiler beğendikleri içerikleri ya da web sitelerini favori bölümüne kaydedebilmektedirler. Bu sayede bu sitelere kolay giriş yapabilirler. Bu sayede zaman kaybını azaltırlar (Kıranoğlu, 2018).

Medya paylaşım siteleri, kullanıcı bazlı içerik adındaki multimedya içeriklerini meydana getirme ve yükleme olanağı sağlayan sitelerdir (Zarella, 2009).

Tüketici değerlendirme web siteleri (CRW), bireylerin işletmeler, oteller, ürünler, kitaplar, müzikler, filmler gibi her türlü şeyle ilgili keşif, araştırma ya da değerlendirme yapmak için kullanılan sitelerdir (Marangoz, Yeşildağ ve Saltık, 2012).

Sosyal ağlar (SNS), bireylerin başka kullanıcılarla iletişimini, sosyalleşmesini sağlayan çevrimiçi platformlardır. Facebook bunun en güzel örneklerinden biridir (Köseoğlu, 2012).

## **2.2. Sosyal Kaygı**

Sosyal kaygı (anksiyete) kavramı ABD 'de 1873 yılında ilk olarak Beard tarafından tanımlanırken, Fransa'da ilk defa 1903 yılında Janet kullanmış ve sosyal kaygı kalabalık ortamlarda konuşmak, diğer insanların önünde performans sergilemek ve birşeyler yazmaktan utanma durumu için tanımlanmıştır. (Bayraktutan, 2014). Diğer bir deyişe, kişiler girdikleri sosyal ortamlarda, diğer bireylerin gözlerinin üzerinde olabileceği, eleştirileceği, küçük düşebileceği, rezil olabileceği vb. fikirler geliştirmekte ve bu fikirler de kaygı duygusunun yanında getirmektedir. (Oğuzhanoğlu, Uğurlu ve Bayraktutan, 2019). Bu tanımlarda sosyal kaygı, bireyin farklı toplumsal durumlarda uygunsuz ya da utanç duyacağı şekilde davranabileceği, kötü bir durum içine girebileceği, negatif bir intiba bırakacağı endişesiyle belli ve devamlı korku hissetmesi şeklinde tanımlanmaktadır (Bayraktutan, 2014). Hemen hemen herkes zaman zaman sosyal karşılaşmalarda gerginlik hissediyor olsada, insanların sosyal kaygıyı yaşama sıklığı ve yoğunluğunda bireysel farklılıklar vardır (Leary, Kowalski ve Campbell, 1988). Kişinin normal yaşamında görülen utangaçlık ve çekingenlik halinin yoğunlaşıp, fonksiyonelliği negatif biçimde etkilenen bireylerin sosyal kaygı yaşadıkları kabul edilmektedir (Durna, 2018).

Sosyal kaygı bilhassa toplumsal bağlara yönelik veya bu ilişkilerde yaşanması öngörülen bir kaygı çeşididir (Öztürk, 2014). Sosyal kaygı deneyimleyen bireyler; fiziksel uyarılma seviyesinde artış, dikkatlerini toplama konusunda karşılaştıkları güçlük, gerilim vb. kaygı belirtileri göstermektedirler. Fakat sosyal kaygı yaşayan kişiler problemlerinin kaynağının deneyimledikleri veya deneyimleyecekleri sosyal iletişim

olduğunun farkındadırlar. Herkesin gittiği iş randevusunda veya birisiyle buluşmadan önce kendilerini gergin hissettiği vakitler olmaktadır. Fakat bu durumu sürekli olarak gösteren bireylerin kızarma, çarpıntı, terleme, titreme ve dikkatlerini toplamakta zorluk vb. belirtiler ile yaşayan bireylerin kaygısı olduğu söylenir (Dilbaz, 1997). Bazı durumlarda bu kaygı bireyler için dayanılmaz bir hal alıverir ve bireyler buldukları yerden kaçma davranışında bulunabilirler (Ümmet, 2007).

### **2.2.1. Sosyal Görünüş Kaygısı**

Dış görünüşün insan ilişkilerindeki yerinin öneminin çok yüksek olduğu uzak geçmişten beri insanların düşündüğü bir unsur olmakla beraber, bu sebeple insanların toplumda beğenilme arzusu ve doğal olarak dış görünüşlerine önem vermesi geçmişten günümüze kadar süregelen bir durumdur (Öksüz, 2012). Birçok kişi çekici insanlarla daha fazla iletişim kurmak istemektedir. Bu nedenle, insanlar daha etkileyici bir görüntü bırakmaya ve başkaları üzerinde çekici görünmeye çalışırlar (Kara, 2016). Diğer bireylerin üzerinde etkili bir imaj bırakmayacağını düşünen bireylerse anksiyete yaşamaktadırlar (Leavy ve ark., 1988). Buna ek olarak, dış görünüşün insanlarda yarattığı kaygı, kişinin bu konu hakkındaki düşünce ve duyguları bireyin sosyalliğini, kendine olan güvenini ve kişiliğindeki gelişimi ciddi anlamda etkilemektedir (Öksüz, 2012).

Sosyal görünüş kaygısı, bireylerin, diğer bireyler tarafından kendi fiziksel görünüşlerinin değerlendirilmesine karşı aşırı endişelenmesidir (Çınar ve Keskin, 2015). Sosyal görünüş kaygısının kişinin sadece vücut biçiminden kaynaklanan kaygı değil; boy uzunluğu, kilo, yüz biçimi vb. sebeplerle yaşanan kaygıları da içine alan bir kaygı durumudur (Yorulmaz ve Kurutçu, 2019).

Öksüz (2012)' e göre beden algısının kişinin kendini mutlu hissedebilmesi açısından göz ardı edilemeyecek bir faktör olduğu söylenebilir (Öksüz, 2012). Günümüz hayatında, bireyler günün şartlarında ideal kabul edilen vücut ölçülerine göre bedenleri ile ilgili algılarını belirlerler (Kılıç, 2015).



Beden algılayışı ile alakalı negatif hislere ve fikirlere sahip, görünümü nedeniyle kaygı hisseden kişilerde gün içinde eksik gördükleri taraflarıyla gereğinden çok uğraşma, ayna veya yansıyan yüzeylerde devamlı kendilerini kontrol etme ve başka bireylerle karşılaştıkça kendilerini mukayese etme vb. tutumlar sık olarak görülmektedir. Ek olarak, vücuduna yönelik kaygı durumları sosyal ortamda daha da arttığı için sosyal ortamlara girmekten kaçınma ve kendini eve kapatma benzeri davranışlar gözlemlenebilir. Negatif vücut algısı olan kişilerde sıklıkla karşılaşılan davranışlar, kendilerini başkaları ile karşılaştırma, kamufle olma, aşırı makyaj yapma, eksik gördükleri bölgelere dokunma, sıklıkla aynaya bakma ve onay alma isteği şeklinde saptanmıştır (Doğan,2009).

Özellikle kültür, sosyal medya ve modanın yönlendirmesi ile ideal olduğu düşünülen vücut yapısı ve bu düşüncenin tesirinde kalan bireyler ideal görünüm imgesi geliştirmektedirler. İdeal görünüm şeklinde gelişen imgeler, medya ve kültür etkisi ile kişilerde, kendilerine has güzellik ölçülerini değerlendirmelerine sebep olmaktadır. İdeal olan ile kendi görünüşleri arasındaki uyumsuzluk meydana geldiğinde bunu reddedip kendileri hakkında negatif bir görünüm algısı geliştirmesi ve bunun sonucunda bir kaygı deneyimlemesi bireylerin benlik saygılarının düşük olması ile ilişkilendirilebilmektedir. Kişiliğin görünen tarafı kişinin vücududur ve kişiliğine dair görsel algılarının önemli kısmını oluşturmaktadır. Bundan dolayı kişinin görünümüne dair algısının önemli bir unsuru da benlik saygısıdır. Benliğe dair pozitif veya negatif hisler sosyal görünüme dair hislere de aynı yönde etki etmektedir. Etraftan gelen geri bildirimler de hissedilen algıyı destekleyici nitelikteyse, sosyal görünüş kaygısının az ve benlik saygısının fazla olduğu bireyler meydana getirir (Gümüş, 2000).

### **2.2.2. Sosyal Kaygı Yaklaşımları**

Kompleks bir sosyal boyut olan sosyal kaygının birçok nedeni olabileceğinden olgular irdelenirken farklı yönlerden bakmaya gereksinim duyulmaktadır. Bundan dolayı literatürde sosyal anksiyeteyi açıklamaya çalışan birçok yaklaşım vardır. Bunlar; biyolojik, kültürel, psikolojik, kendini

sunma ve yetenek eksikliği yaklaşımları olarak sınıflandırılmaktadır (Öztürk, 2014).

Biyolojik yaklaşımda, genetik ve beynin kişilerin sosyal kaygı deneyimlerinde anahtar rolleri bulunmaktadır. Sosyal kaygı üzerine yapılmış çalışmalarda birinci dereceden yakınlarında sosyal anksiyete sorunları bulunanların, bulunmayanlara kıyasla sosyal kaygı yaşama olasılığının daha fazla olduğu belirtilmiştir (Öztürk, 2014).

Kültürel yaklaşımda, sosyal kaygıyı toplumların utangaçlık ve kaçınma konusundaki davranışları ve buldukları iklim etkilemektedir (Öztürk, 2014). Bazı araştırmalarda sosyal ilişkilerin yoğun yaşandığı, kalabalık nüfuslara sahip toplumlarda sosyal kaygı görülme yüzdesinin diğer topluluklara göre daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Yine yapılan bazı araştırmalarda Uzakdoğu ve Akdeniz ülkelerinin sosyal fobi riskinin Batı Avrupa ve Kuzey Amerika'ya göre daha düşük düzeyde olduğunu göstermektedir (Durna, 2018).

Psikolojik yaklaşımda, sosyal kaygı psikanaliz, davranışsal ve bilişsel yaklaşım bakımından incelenmektedir (Öztürk, 2014). Psikanalitik yaklaşımda, sosyal kaygı, bireylerde kabullenilemeyen bilinç dışı arzuların ve bu arzulara karşı açığa çıkan savunmaların ürünüdür. Sosyal kaygı yaşayan kişilerde daima başkaları tarafından onay alma gereksinimi vardır. Gereksinim karşılanmadığında kişilerde utanma ve tenkit edilme duyguları dominant duruma gelmektedir ve bu durum bireylerin sosyal ortamlardan uzaklaşmasına neden olmaktadır (Türkçapar, 1999).

Bilişsel yaklaşımda, bireylerin düşünceleri, inançlarının ve olaylara yükledikleri mananın sosyal kaygı oluşumunda görevi olduğu düşünülmektedir. Bu yaklaşımda sosyal anksiyete gelişiminin tabanında irrasyonel denen yanlış yönetilen fikirler yer almaktadır. Kişilerde yanlış gelişen bilişsel şemalar nedeniyle yaşanan deneyimler kişinin kendini güvende hissetmesine ve sosyal anksiyete hissetmesine sebep olmaktadır (Beck, Emery ve Greenberg, 1985).

Davranışçı yaklaşımda sosyal kaygı gelişimine potansiyel olarak önemli bir başka yol sosyal öğrenmedir. Bu öğrenmeyi birey doğrudan veya yakın çevresindeki kişileri gözleyerek, dolaylı bir şekilde yaşayabilir. Örneğin, bir öğrenci, bir sınıfarkadaşının sınıf önünde konuşma yaparken, öğretmenin sert bir şekilde eleştirisine maruz kalarak diğer arkadaşları tarafından alay edildiğini gördükten sonra sosyal fobi geliştirmeye başlayabilir, bu korku başka sosyal durumlara da genellenebilir (Mineka ve Zinbarg, 2006).

Beceri eksikliği yaklaşımına göre, kişinin sosyal ilişki kurabilmek ve sürdürürebilmek için bir konuşmayı başlatma ve sürdürüebilme, diğer bireylere kibar, saygılı ve dostça görünebilme gibi yetileribarıdırması gerekmektedir. Sosyal kaygıyı etkileyen önemli faktörlerden birinin sosyal beceri eksikliğini olduğüz ardı edilemez bir gerçektir (Öztürk,2014). Farklı bir deyişle, sosyalkaygının oluşması sosyalyeteneklerin eksikliğinin sonucudur (Dilbaz, 1997).

Kendini sunma yaklaşımın temelinde ise bireylerin başkaları tarafından nasıl algılandıklarına dair fikirleri, anksiyete yaşamaları üstünde etkili olmaktadır. Birey sosyal ilişkilerde bulunduğu insanlar üzerinde, iyi izlenimler oluşturmaya güdülenmiştir. Ancak, bu izlenimlerin başarılı bir şekilde oluşup oluşmayacağından emin olamaz ve böyle durumlarda birey yoğun sosyal kaygı yaşar (Dilbaz, 1997).

### **2.3. Sosyal Kaygının Tanısı ve Ölçülmesi**

DSM 5'te (Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders, 5<sup>th</sup> edition), sosyal fobi kavramından sosyal anksiyete bozukluğu olarak bahsedilmektedir (American Psychiatric Association, 2013).

DSM 5'te sosyal kaygı bozuklukları tanısı için aşağıdaki tanı ölçütleri yer almaktadır:

- Bireyler, başkalarının değerlendirilebileceği bir veya birden fazla toplumsal konuda belli bir korku veya kaygı yaşamaktadır. Örneğin; sosyal ilişkiler (karşılıklı konuşmak, yabancı kişilerle karşı karşıya gelme), gözetlenme (birşeyler yerken ve içerken) ve başka kişilerin karşısında bir faaliyet gerçekleştirme (bir konuşma yapmak gibi) vb.

- Kişiler, negatif olarak düşünülebilecek biçimde davranmaktan veya kaygı hissettiğine dair semptomlar göstermekten korkmaktadır (küçük düşüp, utanç duyacağı şekilde başka bireyler tarafından dışlanmaktan veya başka bireyleri kırmaktan korkacak şekilde).
- Yaşanan toplumsal olaylar, hemen hemen her an, korku veya anksiyete doğurmaktadır.
- Söz edilen toplumsal olaylardan kaçınılmakta veya derin bir korku veya kaygıyla bu durumlara katlanılmaktadır.
- Hissedilen korku veya kaygı, söz edilen toplumsal mekanlarda çekinilen olaya ve toplumsal/kültürel bağlamda orantısızdır.
- Altı ay veya daha fazla sürer ve korku, kaygı veya kaçınma devamlı hissedilen bir durumdur.
- Anksiyete, kaçınma ve korku klinik anlamda bir problem veya sosyal iş ile alakalı konularda veya önemli diğer fonksiyonellik konularında verimsizliğe sebep olmaktadır.
- Korku, anksiyete veya kaçınma, madde kullanımı veya farklı bir sağlık probleminin fizyolojik etkisine bağlı değildir.
- Korku, anksiyete ve kaçınma, panik bozukluk, vücut algısı bozukluğu veya otizm bağlamında meydana gelen problemler gibi farklı bir psikolojik problemlerle daha iyi biçimde açıklanamamaktadır.
- Sağlık durumunu alakadar eden farklı bir bozukluk varsa (parkinson, obezite, yanık vs.), korku, kaygı veya kaçınma bu problemle açık bir şekilde ilişkili değildir veya aşırı seviyededir (AmericanPsychiatricAssociation, 2013).

Erişkinlerde ve ergenlerde sosyal kaygının ölçülmesi için pek çok ölçek bulunmaktadır. Bunlardan Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği sıklıkla kullanılan bir ölçektir. Bu ölçek, sosyal iletişim ve performans açısından sosyal anksiyete problem yaşayan bireylerin korku ve/veya kaçınma seviyelerinin belirlenmesi için oluşturulmuştur. Psikopatolojiden haberdar olan görüşmecilerin değerlendirildiği bir ölçüm aracıdır. Ana uygulama, sosyal anksiyeteye bozukluğu bulunan hastalar üzerinde yapılmaktadır fakat bunlara ek olarak tarama amacıyla da sağlıklı bireylerde de kullanılabilir.

Toplamda 24 madde 4'lü Likert türü kaygı ve kaçınma alt boyutları için değerlendirme yapılmaktadır. Hastayla görüşme esnasında tüm maddeleri için olayın ne şiddette anksiyete veya korku oluşturduğuyla ne derece kaçınma yarattığı sorgulanmaktadır. Bireylerin tüm bölümlerde bulunan maddelerden aldığı puanlar toplanıp ayrı alt boyut puanları elde edilmektedir (Heimberg, Horner, Juster, Safren, Brown, SchneierveLiebowitz, 1999). Ayrıca Spielberg, Gorsuch ve Lushene' nin 1970' de geliştirdiği 20 maddeden oluşan Çocuklar için Durumluk Sürekli Kaygı Envanteri de bulunmaktadır. Bu ölçek sürekli kaygı ve durumluk kaygı olarak iki alt boyuttan oluşur.

Bu çalışmada kullanılan Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ), bireylerin görünüşleriyle alakalı yaşadıkları ruhsal, bilişsel ve davranışsal kaygıların ölçülmesi için geliştirilen öz bildirim tipi bir ölçüm aracıdır. SGKÖ, bireyin başkaları tarafından tüm görünüşünün veya vücut tipinin negatif olarak değerlendirilmesinin bireyde yarattığı etkiyi ölçer ve başkaları tarafından değerlendirme, toplumun ya da sosyal medya gibi toplumların algısını etkileyen unsurların yarattığı değer yargıları da olabilir. Buna ek olarak, SGKÖ bu kaygıyı ölçme de psikometrik olarak geçerlidir (Hart ve ark., 2008).

#### **2.4. Kaygı ve İnternet**

Çağımızda gelişen internet ağları ve teknoloji nedeniyle risklere karşı önlem almak zorlaşmaktadır. Kişiler, görünmez bir korku ortamında yaşamlarını sürdürmektedirler. Bu durum kişileri ve toplulukları ruhsal ve sosyal anlamda negatif olarak etkilemektedir. Zamanla bu görünmez korku ortamında sanal alemde paylaşılan bilgilerin korunma gerekliliği de yer almaya başlamıştır (Koçak ve Memiş, 2018).

Sosyal medya, akıllı telefon, uydu teknolojileri vb. alanlardaki gelişmeler dışarıya açık bir atmosferin alt yapısını hazırlamakta ve bu durumda dış etkenlerden etkilenme ihtimalinin artması demektir. Bireylerin, diğer insanlarla olan yakınlık ve etkileşimleri, negatifliklere de sebep olabilmektedir. Bu nedenle hudutların genişlemesi ve yakınlaşmanın artması korku ve risk beraberliği getirmektedir (Koçak ve Memiş, 2018). Diğer bir deyişle, gelenek,

görenek, örf, adet, dil ve çeşitli kaygılarla medya platformları, tüketim isteğini popüler yapan teknolojiler ile yaşam alanını oldukça daraltıp, güvenli olmayan bir atmosfer meydana getirmektedir. Bu teknolojik gelişmelerle çeşitli suç teşkilatları, terörist unsurlar ve radikal topluluklar toplum sağlığı ve güvenliğini olumsuz etkileyecek örgütler ve iletişim ortamı ortaya çıkarmaktadırlar (Kır, 2008). Bu nedenle internet ve sosyal platformlar, günlük ve yasal kullanım dışında yasadışı çalışmakta olan birçok birey ve kuruluşları da buluşturmaktadır.

Bunlara ek olarak, internet aracılığıyla bireyler yoğun bir mesai patlamasına uğramaktadırlar. Bireyler ardarda kendilerine gelen mesajları alıp, yeterince vakit ayırıp düşünmeksizin anlamaya vakit bulup yorumlamadan, farklı bir sürece girmektedirler. Birden fazla kişiyle oluşan mesaj ağlarında sözcükler gittikçe anlam kayması yaşamakta ya da kaybolmaktadır. Anlam türetmek amacıyla bireylerin sözcükleri zihinlerinde bir takım işlemde geçirmesi gerekmektedir.

## **2.5. Beden Algısı**

Beden algısı, bireyin kendi bedeni hakkındaki bütün duyguları, algılamaları, inançları ve bunlara bağlı olan davranışları olarak tanımlanabilir. Ayrıca, beden algısı negatif ve pozitif beden algısı olarak iki alt gruba ayrılır (Markey ve Gillen, 2011). Bu algı kişinin doğduğu andan itibaren var olan bir kavramdır. Ömür boyunca her daim gelişip değişime uğramaktadır. Bunun; cinsiyet, yaş, beden şekli, boy, kilo, özlük ve güven hisleri, medyanın bireyleri üzerinde oluşturduğu baskı, kişilerin bedenlerine verdikleri mana ve toplumun dış görünüşüne biçtiği değer gibi pek çok sebebi bulunmaktadır (Uğurlu ve Akın, 2008).

Çağımızda televizyon yayınları, film, dergi ve internette bulunan ideal vücudun ancak ince ve/veya yakışıklı olduğunda daha dikkat çekici olacağına ilişkin bir algı karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medya ile çok zaman harcayan bireylerde beden memnuniyetsizlikleri ve bununla psikolojik ve fiziksel problemler arasında bir ilişki bulunduğu bildirilmektedir (Güvenen, 2017). Diğer bir deyişle, internette, özellikle sosyal medya platformlarında zaman

geçirme, bireylerin vücut imajı kaygısı ve zayıflama dürtülerini çoğaltmaktadır. Bir çalışmada Facebook'ta geçirilen vakit ve beden algısı kaygısı arasında anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Facebook kullanan bireylerin, kullanmayan bireylere kıyasla beden algısı kaygılarının daha yüksek olduğu bildirilmektedir. Ek olarak, sosyal medyada harcanan vaktin yüksek düzeyde zayıf ideal beden ile ilişkili olduğu belirtilmektedir (Tiggemann ve Slater, 2013).

## 2.6 Literatür Çalışmaları

Wallis (2015) 14 ile 25 yaş arasında kadınlarla yaptığı çalışmasında, sosyal medya hesabını daha sık kontrol edenlerin, manken, ünlü ve diğer akranlarıyla kendilerini sosyal kıyaslamada bulunma olasılıklarının daha fazla olduğunu bildirmiştir. Kim ve Chock (2015) genç erkek ve kadınların sosyal medya kullanımlarıyla beden algıları arasındaki ilişkiyi incelemiş ve sosyal medyada geçirilen zaman ve arkadaş sayısı değil, sosyal medya platformlarındaki hareketlerin (görüntüleme, beğeni ve öteki sosyal medya kullanıcılarının fotoğraf ve paylaşımlarına yorum yapma gibi), vücutlarını başkalarıyla kıyaslamaya yönlendirdiğini ve zayıf olma isteğini arttırdığını saptamıştır.

Cohen, John ve Slater (2017), kadın katılımcılarının Facebook ve Instagram kullanımları ve beden algısı kaygısı arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmasında, kadınları 3 kategoriye ayırmış; 1. grup sağlık ve sporla ilgili sosyal medya hesaplarını, 2. grup ünlülerin paylaştıklarını, 3. grup da seyahat paylaşımları yapan kullanıcıların fotoğraflarını incelemişlerdir. Sonrasında ise katılımcılara beden algısı ölçeği uygulamışlar ve tüm katılımcıların fotoğraflarını incelemişlerdir. Çalışmanın sonucunda, sosyal medyada harcanan zaman ile beden algısı kaygısı arasında ilişki bulunmadığı, fakat Facebook'ta bulunan fotoğraf aktivitelerine daha çok katılma, daha çok ince/ideal içselleştirme ve vücut denetimiyle arasında bağ kurulmuştur. Instagram'da ünlülerin hesaplarını inceleyen katılımcıların, ince ideal içselleştirme ve beden denetiminin arttığı saptanmış, sağlık ve spor paylaşımı yapan hesapları inceleyen katılımcılarda, ince-ideal içselleştirmenin artmasına ek olarak, zayıf olma isteğinde artış saptanmıştır.

Seyahat hesaplarını inceleyen katılımcıların beden algısı değişkenleriyle sosyal medya kullanımı arasında anlamlı bir ilişki saptanmamıştır.

Robinson, Prichard, Nikolaidis, Drummond, Drummond ve Tiggemann (2017) kadınlarla yaptıkları çalışmada, katılımcılardan ince, atletik ve kaslı ideal vücutları izlemesi istenmiştir. Araştırma sonucunda, atletik ve ince fotoğrafları inceleme ile beden memnuniyetsizliği arasında bir ilişki olduğu, fakat kaslı fotoğrafların bu etkiyi yaratmadığı saptanmıştır. Akay (2019), 18-40 yaş arasında 200 kadın ile yaptığı çalışmada, ince-ideal beden fotoğraflarını inceleyen bireylerin beden memnuniyetsizliklerinin, bu fotoğrafları incelemeyenlere göre daha fazla olduğunu saptamıştır. Tutar ve Kahraman (2018) çalışmalarında, katılımcıların sosyal medya kullanım sürelerine ve sosyal görünüş kaygıları arasında anlamlı bir sonuç saptamışlardır.

Vanucci, Flannery ve Ohannessian (2017) de sosyal medya kullanım süresi ile birlikte görünüş kaygısının da arttığını ifade etmiştir. Bu çalışmanın sonucuna göre, günlük sosyal medya kullanım süreleri 4 saatten çok olan katılımcıların, 1 saatten az kullanan katılımcılara kıyasla daha fazla sosyal görünüş kaygısı yaşadıkları saptanmıştır.

Lew, Mann, Myers, Taylor ve Bower (2007) lisans öğrencileriyle yaptıkları çalışmada sosyal karşılaştırma yaparak bireylerin beden memnuniyetlerine sosyal medyanın etkisini araştırmışlardır. Bu araştırma sonucunda, moda dergilerini inceleyen öğrencilerin sosyal görünüş kaygılarında anlamlı bir değişiklik bulunmamıştır.



## 3. BÖLÜM

### YÖNTEM

#### 3.1.Araştırmanın Modeli

Araştırmanın modeli ilişkisel model olup sosyal medya kullanan 18yaş üstü genç yetişkin bireylerde beden algısı ve sosyal görünüş kaygısının çeşitli değişkenlere göre farklılığını ve ilişkisini görmek amacıyla ilişkisel tarama yöntemi kullanılarak yapılmıştır. İlişkisel tarama yöntemi iki veya daha fazla değişkenin birlikte olan durum ve değişim modelini ortaya çıkartır ve bu değişimin derecesini belirlemeyi amaçlar (Erişti, Kuzu, Yurdakul, Akbulut ve Kurt, 2013). Bu çalışmada da ilk önce yapılacak istatistiksel analizlerle değişkenler arasında korelasyon ve farklılık olup olmadığı tespit edilecek daha sonra bu sonuçlar literatür ile karşılaştırılıp öngörüler analiz edilecektir.

#### 3.2.Evren ve Örneklem

Araştırma İstanbul ilinde yaşayan 18yaş üstü sosyal medya kullanan bireylerden oluşmaktadır. Araştırmaya reşit olmayan bireyler dahil edilmemiştir. Araştırma geliş güzel örneklem yöntemiyle seçilen 385 kişiden oluşmaktadır. Geliş güzel örneklem yöntemi, örneklemin hiçbir ölçüt kullanılmadan seçmesidir (Kılıç, 2013). Ayrıca, geliş güzel örnekleme, hedefe yönelik optimizasyon tekniklerini ve rastgele düzensiz veri toplanmasını birleştirerek, rastgele örneklem toplamanın bütün avantajlarına sahipken, çok büyük örneklem boyutlarından kaçınmamızı sağlar (Lauretto, Stern, Ribeiro ve Stern, 2019). Çalışmaya katılmayı kabul eden kişilere Demografik Bilgi Formu, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Beden Algısı Ölçeği (BAÖ) uygulanmıştır.

### **3.3. Veri Toplama Araçları**

Gönüllülük esaslı çerçevesinde katılımcılara ölçekler uygulanmadan önce ölçekler hakkında detaylı bilgi verilmiştir. Araştırmaya katılanlara Demografik Bilgi Formu, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Beden Algısı Ölçeği (BAÖ) uygulanmıştır. Demografik bilgi formu araştırma da kullanılacak demografik bilgileri içeren basit veri toplama formudur. Bunun dışında kullanılan Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) 2018 yılında Hart ve arkadaşları tarafından geliştirilen öz bildirim ölçeğidir ve Türkçe'ye çevirisi 2010' da Doğan tarafından yapılmıştır. Beden Algısı Ölçeği (BAÖ) ise 1953'te Secard ve Jurard tanımlanmış ve Türkçe'ye uyarlanması 2013 yılında Anbar tarafından yapılmıştır.

#### **3.3.1. Demografik Bilgi Formu**

Araştırmaya katılan bireylerin yaşı, cinsiyeti, medeni durumları, eğitim durumları, ebeveynlerinin eğitim durumları, boyu, kilosu, kilolarından memnun olup olmadıkları, internette günlük geçirdikleri süre, kullandıkları sosyal mecradaki takipçi sayıları, interneti daha çok hangi amaçla kullandığı sorularını içeren katılımcıların kişisel bilgilerine ulaşmak için araştırmacı tarafından oluşturulan 11 soruluk demografik bilgi formu kullanılmıştır.

#### **3.3.2. Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği**

Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ), kişinin dış görünümü sebebiyle tecrübe ettiği davranışsal, duygusal ve bilişsel kaygıları belirlemek için Hart ve arkadaşları (2008) tarafından geliştirilen öz bildirim ölçeğidir. Sosyal görünüş kaygısı ölçeği, toplam 16 maddeden oluşan 5'li Likert tipi bir ölçektir. Bu ölçeğin güvenirlik ve geçerlik çalışmaları üç farklı grupta test edilmiştir ve bunun sonucunda iç tutarlılık katsayısı ,94 olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin Türkçeye uyarlanması Doğan (2010) tarafından yapılmıştır. Bu araştırmada, sosyal görünüş kaygısı ölçeği, kişilerin kendilerini görünüşü ile bir kaygıları olup olmadığını ve sosyal medyanın bunun üzerindeki etkisini tespit etmek için kullanılacaktır.

### 3.3.3. Beden Algısı Ölçeği

1953'te Secard ve Jurard'ın tanımladığı Beden Algısı Ölçeği (BAÖ) bireylerin 40 farklı beden bölümü veya fonksiyonundan memnuniyetlerini saptamaktadır. Ölçek, Türkçe'ye "Beden Algısı Ölçeği" olarak Hovardaoğlu tarafından dilimize çevrilmiştir. En negatif ifade 1, en pozitif ifadeyse 5 puandır. Minimum puan 40, maksimum puan ise 200'dür. Toplam puanın yükselmesi, kişinin beden bölümlerinden veya fonksiyonlarından duymuş olduğu memnuniyet düzeyinin artmasını, puanın düşmesi ise memnuniyet düzeyinin düşük olduğunu ifade etmektedir (Harmancı, 2018). Türkçe'ye uyarlanmasında iç tutarlılık katsayısı 0.95 bulunmuştur. Ölçek, 5'li Likert türü bir ölçek olup 40 maddeden oluşmaktadır (Anbar, 2013).

### 3.4. Verilerin Toplanması

İlgili çalışmanın verileri kişisel sosyodemografik form, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği ve Beden Algısı Ölçeği ile elde edilmiştir. Bu aşamada toplanan veriler, 227 kadın, 158 erkek olmak üzere toplam 385 katılımcıdan gönüllülük esasıyla toplanmıştır.

### 3.5. Veri Çözümlemesi ve Kullanılan İstatistiksel Testler

Toplanan veriler gerekli istatistiksel analizin yapılabilmesi için toplanmış ve Sosyal Bilimler için İstatistik Paket Programı (SPSS) 25.0 programı kullanılmıştır. Yapılan analizlerde, T-test normal dağılımda olan iki grup verinin ortalamaları arasında belirgin bir farklılık olup olmadığını, ANOVA normal dağılımda olan üç ya da daha fazla bağımsız verinin ortalamaları arasında belirgin bir farklılık olup olmadığını sınınamak amacıyla, Mann-Whitney U testi normal olmayan dağılımda olan iki grup verinin ortalamaları arasında belirgin bir farklılık olup olmadığını, Kruskal-Wallis H testi normal olmayan dağılımda olan üç ya da daha fazla bağımsız verinin ortalamaları arasında belirgin bir farklılık olup olmadığını sınınamak amacıyla kullanılmıştır.

**Tablo 1.***Normalite değerleri*

	Beden Algısı Ölçeği	Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği
p (Kolmogorov-Smirnov)	,065	,000
p (Shapiro-Wilk)	,123	,000
p< ,05		

Tablo 1' de bulunan normalite değerleri incelendiğinde Beden Algısı Ölçeğiverisinin hem Kolmogorov-Smirnov hem de Shapiro-Wilk değerleri için  $p>0.05$  olması sebebiyle bu verilerin normal, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği ile ilgili verilerin ise hem Kolmogorov-Smirnov hem de Shapiro-Wilk için  $p<0.05$  olması sebebiyle bu verilerin normal olmayan dağılımda olduğuna karar verilmiştir.

## 4. BÖLÜM

### BULGULAR

**Tablo 2.**

*Demografik ve Tanıtıcı Veriler*

		N	%
Cinsiyet	Erkek	158	41%
	Kadın	227	59%
	Toplam	385	100%
Yaş	18-22	117	30%
	23-26	92	24%
	27-45	176	46%
	Toplam	385	100%
Medeni hal	Bekar	289	75%
	Evli	96	25%
	Toplam	385	100%
Boy	140-155	13	3%
	156-180	313	81%
	181-200	59	15%
	Toplam	385	100%
Kilo	40-55	93	24%
	56-80	207	54%
	81-95	57	15%
	95 ve üzeri	28	7%
	Toplam	385	100%
Beden Kitle İndeksi (BKI)	Zayıf	79	21%
	Normal Kiloda	197	51%
	Fazla Kiloda	82	21%
	Klas I Obez	24	6%
	Klas II Obez	2	1%
	Klas III Obez	1	0.3%
	Toplam	385	100%

Olmak istenilen kiloda mısınız.	Evet	148	38%
	Hayır	237	62%
	Toplam	385	100%
Eğitim Durumu	İlkokul	2	1%
	Ortaokul	2	1%
	Lise	52	14%
	Üniversite	296	77%
	Yüksek lisans/Doktora	33	9%
	Toplam	385	100%
Günde kaç saat internet kullanıyorsunuz?	1 saatten az	11	3%
	1-2 saat	74	19%
	3-4 saat	121	31%
	5-6 saat	92	24%
	7-8 saat	44	11%
	9 saat ve üstü	43	11%
	Toplam	385	100%
İnterneti en çok hangi amaçla kullanıyorsunuz?	E-mail	5	1%
	Film-müzik-TV	103	27%
	Oyun	27	7%
	Ödev-araştırma	32	8%
	Sohbet-Chat	19	5%
	Sosyal medya	167	43%
	Diğer	32	8%
	Toplam	385	100%
Arkadaşlarınız sizi internet kullanımına yöneltiyor mu?	Evet	225	58%
	Hayır	160	42%
	Toplam	385	100%
Kullandığınız sosyal medya hesaplarınızda kaç arkadaşınız ya da takipçiniz var?	1-200	73	19%
	201-400	101	26%
	401-600	84	22%
	601-800	36	9%
	801-1000	29	8%
	1001-3000	42	11%
	3000 üzeri	20	5%
	Toplam	385	100%

Tablo 2 incelendiğinde sosyal medya kullanan genç yetişkin bireylerin sosyo-demografik özellikleri yer almaktadır. Çalışmaya katılan bireylerin %59,0'ı kadın, %41,0'ı erkek, %45,7' si 27-45 yaş, %30,4'i 18-22 yaş ve %23,9'u 23-26 yaş aralığındadır. Boy ortalamaları 170,38±9,35 cm, kiloları ortalamaları 68,51±16,20 kg olarak saptanmıştır. Bireylerin %76,6'sı üniversite, %13,5' i lise, %8,8'i yüksek lisans/doktora, %0,8'i ortaokul ve %0,3' ü ise ilkokul mezunudur. %75,1'i bekar ve %24,9'u evlidir. Bireylerin beden kitle indekslerine bakıldığında %21' inin zayıf, %51' inin normal kiloda, %21' inin fazla kiloda, %6' sının birinci sınıf obez, %1' inin ikinci sınıf obez ve sadece bir bireyin üçüncü sınıf obez olduğu görülmüştür.

İnternet kullanımı ile ilgili sorulara bakıldığında katılımcıların %2,9'u 1 saatten az, %19,2'si 1-2 saat, %31,4'ü günde 3-4 saat, %23,9'u 5-6 saat, %11,4'ü 7-8 saat, %11,2' si 9 saatten fazla ve internet kullandıkları saptanmıştır. Bireylerin %43,4'ü interneti en çok sosyal medya, %26,7' si en çok film-müzik-TV, %8,3'ü en çok ödev-araştırma, %8,3'ü en çok diğer, %7,0' si en çok oyun, %4,9'u en çok sohbet-Chat ve %1,3 ü de en çok e-mail kullanmaktadır. Katılımcılar %58,4 'ü arkadaşlarının kendilerini internet kullanmaya yönlendirdiğini, %41,6' sı da yönlendirmediğini belirtmiştir. Katılımcıların sosyal medya hesaplarında %19,0'unun 1-200 arası, %26,2'sinin 201-400 arası, %21,8'inin 401-600 arası, %9,4'ünün 601-800 arası, %7,5'inin 801-1000 %10,9'unun,1001-3000 arası ve %5,2'sinin 3000 üzeri arkadaşları veya takipçileri bulunmaktadır.

### **Tablo 3.**

*Katılımcıların ölçeklerden aldıkları puanlara göre tanımlayıcı istatistikler*

	n	$\bar{x}$	SS	Min	Max
Sosyal Görünüş Kaygısı	385	63.99	10.55	22.0	80.0
Beden Algısı Ölçeği	385	90.16	22.08	40.0	151.0

Araştırmaya dahil edilen katılımcıların sosyal görünüş kaygısı ölçeğinden  $\bar{x}=63,99\pm 10,55$  puan aldıkları belirlenmiş ve katılımcılar ölçekten en düşük 22, en yüksek ise 80 puan almıştır. Beden algısı ölçeğinde ise alınan ortalama

puan  $\bar{x}=90,16\pm 22,08$  olup, katılımcılar ölçekten en düşük 40, en yüksek ise 151 puan almıştır.

**Tablo 4.**

*Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları ile cinsiyet değişkeni arasındaki farklılık*

	Cinsiyet	n	$\bar{x}$	ss	U	Z	p
SGKÖ	Erkek	158	64.23	10.23	17687.5	-0.229	,819
	Kadın	227	63.83	10.79			

$p > ,05$

Erkek katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nden aldığı puan  $\bar{x}=64,23\pm 10,23$ , kadın katılımcıların aldığı puan da  $\bar{x}=63,83\pm 10,79$  olduğu görülmektedir. Tablo4' deki veriler için 2 kategorili cinsiyet değişkenine Mann-Whitney U testi uygulanmıştır. Çıkan sonuçlara göre sosyal görünüş kaygısı ölçeği ile cinsiyet arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmamıştır ( $p>0,05$ ).

**Tablo 5.**

*Beden Algısı Ölçeği puanları ile cinsiyet değişkeni arasındaki farklılık*

	Cinsiyet	n	$\bar{x}$	ss	F	t	df	p
BAÖ	Erkek	158	85.74	21.55	0.075	-3.318	383	,001
	Kadın	227	93.23	21.97				

$p < ,05$

Erkeklerin Beden Algısı Ölçeği'nden aldıkları puan  $\bar{x}=85,74\pm 21,55$  ve kadınların aldıkları puan ise  $\bar{x}=93,23\pm 21,97$  olduğu görülmektedir. Cinsiyet değişkeni için T-test uygulanmıştır. Tablo 5'e göre katılımcıların beden algıları ile cinsiyet değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır ( $p<0,05$ ).



**Tablo 6.***Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları ile yaş değişkeni arasındaki farklılık*

	Yaş	n	$\bar{x}$	ss	H	df	p
SGKÖ	18-22	117	61.14	11.32	12.074	2	,002
	23-26	92	65.03	9.94			
	27-45	176	65.35	10.00			

p &lt; ,05

Yaş aralığı 18-22 olan katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nden aldığı puan  $\bar{x}=61,14\pm 11,32$ , 23-26 olan katılımcıların aldığı puan  $\bar{x}=65,03\pm 9,94$  iken yaş aralığı 27-45 olan katılımcıların aldığı puanın ise  $\bar{x}=65,35\pm 10,00$  olduğu görülmektedir. Tablo 6' da ki veriler için sosyal görünüş kaygısı ve 3 kategorili yaş değişkenlerine Kruskal Wallis H testi uygulanmıştır ve katılımcıların sosyal görünüş kaygısı ölçeği puanları ile yaş değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır (p < 0,05).

**Tablo 7.***Beden Algısı Ölçeği puanları ile yaş değişkeni arasındaki farklılık*

	Yaş	n	$\bar{x}$	ss	Kareler Top.	df	Ort. Karesi	F	p
BAÖ	18-22	117	92.77	24.39	1240.548	2	620.274	1.274	,281
	23-26	92	88.20	21.05					
	27-45	176	89.45	20.93					

p &gt; ,05

Tablo 7 incelendiğinde 18-22 yaş aralığının Beden Algısı Ölçeği'nden aldığı puan  $\bar{x}=92,77 \pm 24,39$ , 23-26 yaş aralığının aldığı puan  $\bar{x}=88,20 \pm 21,05$  ve 27-45 yaş aralığının aldığı puanının ise  $\bar{x}=89,45 \pm 20,93$  olduğu görülmektedir. İlgili veriler için beden algısı ve 3 kategorili yaş değişkenlerine ANOVA testi uygulanmıştır. Tablo 7' ye göre katılımcıların beden algıları ile yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmamıştır (p > 0.05).

**Tablo 8.**

*Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları ile medeni durum değişkeni arasındaki farklılık*

	Medeni Durum	n	$\bar{x}$	s	U	Z	p
SGKÖ	Bekar	290	63.26	10.90	11498	-2.421	,016
	Evli	95	66.24	9.09			

$p < ,05$

Bekar bireylerin Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nden aldıkları puan  $\bar{x}=63,26\pm 10,90$  iken evli bireylerin Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nden aldıkları puan  $\bar{x}=66,24\pm 9,09$ ' dur. Tablo 8' de ki veriler için 2 kategorili medeni durum değişkenine Mann-Whitney U testi uygulanmıştır. Çıkan sonuçlara göre sosyal görünüş kaygısı ölçeği ile medeni durum değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır ( $p < 0,05$ ). Evli bireylerin Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nden aldıkları ortalama puanın bekar bireylerden yüksek olduğu görülmüştür.

**Tablo 9.**

*Beden Algısı Ölçeği puanları ile medeni durum değişkeni arasındaki farklılık*

	Medeni Durum	n	$\bar{x}$	s	F	t	df	p
BAÖ	Bekar	290	91.56	22.47	1.511	2.185	383	,030
	Evli	95	85.88	20.38				

$p < ,05$

Tabloyu incelediğimizde bekar katılımcıların Beden Algısı Ölçeği'nden aldığı puan  $\bar{x}= 91,56\pm 22,47$  iken evli katılımcıların aldığı puan  $\bar{x}=85,88\pm 20,38$  olduğu saptanmıştır. İlgili verinin istatistiksel analizinde normal dağılımda olan veriye 2 kategorili değişken ile T-test uygulanmıştır. Tablo 9' a göre katılımcıların beden algıları ile medeni durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır ( $p < 0,05$ ).

Kilo ve boyun ölçek puanlarına olan katkılarına bakılırken, kilo ve boy değişkenlerinin ayrı ayrı anlamı düşük olduğu için kilo ve boyu kullanarak ( $BKI=(\text{boy}*\text{boy}) / \text{kilo}$ ) Beden Kitle İndeksi hesaplanmıştır.

**Tablo 10.***Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları ile BKI değişkeni arasındaki farklılık*

BKI	n	$\bar{x}$	s	H	df	p
Zayıf	79	64.73	9.95			
Normal Kiloda	197	64.46	10.77			
SGKÖ Fazla Kiloda	82	63.17	10.56	6.949	5	,225
Klas I Obez	24	60.75	10.58			
Klas II Obez	2	69.00	0.00			
Klas III Obez	1	49.00	0.00			

p &gt; ,05

Katılımcıların beden kitle indeksleri incelendiğinde ölçekten alınan puan ortalamaları, zayıf katılımcılar  $\bar{x}=64,73\pm9,95$ , normal kilodaki katılımcılar  $\bar{x}=64,46\pm10,77$ , fazla kilosu olan katılımcılar  $\bar{x}=63,17\pm10,56$ , klas I obez sınıfında olan katılımcılar  $\bar{x}=60,75\pm10,58$ , klas II obez sınıfında olan katılımcılar  $\bar{x}=69,00\pm0,00$  ve klas III obez sınıfında olan katılımcılar ise  $\bar{x}=49,00\pm0,00$  puan ortalamasına sahiptirler. Ayrıca 6 kategorili olan beden kitle indeksi ile Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Kruskal Wallis H testi ile karşılaştırılmış ve değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı derecede bir farklılık bulunamamıştır (p>0,05).

**Tablo 11.***Beden Algısı Ölçeği puanları ile BKI değişkeni arasındaki farklılık*

BKI	n	$\bar{x}$	s	Kareler Top.	df	Ort. Karesi	F	p
Zayıf	79	91.27	20.40					
Normal Kiloda	197	88.98	22.85					
BAÖ Fazla Kiloda	82	88.68	22.36	4295.2	5.0	859.05	1.7	,116
Klas I Obez	24	97.75	18.07	4	0		8	
Klas II Obez	2	115.50	10.61					
Klas III Obez	1	123.00	0.00					

p &gt;,05

Beden algısının beden kitle indeksleri ile ilişkisine baktığımızda, zayıf katılımcılar  $\bar{x}=91,27\pm20,40$ , normal kilodaki katılımcılar  $\bar{x}=88,98\pm22,85$ , fazla kilosu olan katılımcılar için  $\bar{x}=88,68\pm22,36$ , klas I obez sınıfında olan

katılımcılar için  $\bar{x}=97,75\pm 18,07$ , klas II obez sınıfında olan katılımcılar  $\bar{x}=115,50\pm 10,61$  ve klas III obez sınıfında olan katılımcılar ise  $\bar{x}=123,00\pm 0,00$  puan almışlardır. BKİ' nin Beden Algısı ile olan farklılığını incelemek için ANOVA uygulanmıştır. Tablo 11' e göre katılımcıların beden algıları ile boy ve kilo değişkenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmamıştır ( $p>0,05$ ).

**Tablo 12.**

*Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları ile eğitim durumu arasındaki farklılık*

	Eğitim durumu	n	$\bar{x}$	s	H	df	p
	İlkokul	1	72.00	0.00			
	Ortaokul	3	45.33	7.57			
SGKÖ	Lise	52	64.81	9.72	7.171	4	,127
	Üniversite	295	63.97	10.62			
	Yüksek Lisans	34	64.35	10.33			

$p >,05$

Katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nden aldığı puanlar ilkökul, ortaokul, lise, üniversite ve yüksek lisans/doktora mezunları için sırasıyla,  $\bar{x}=72,00 \pm 0,00$ ,  $\bar{x}=45,33\pm 7,57$ ,  $\bar{x}=64,81\pm 9,72$ ,  $\bar{x}=63,97\pm 10,62$  ve  $\bar{x}=64,35\pm 10,33$  olduğu görülmektedir. Ayrıca, Tablo 12' ye göre katılımcıların beden algıları ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmamıştır ( $p>0.05$ ).

**Tablo 13.**

*Beden Algısı Ölçeği puanları ile eğitim durumu arasındaki farklılık*

	Eğitim durumu	n	$\bar{x}$	s	Kareler Top.	df	Ort. Karesi	F	p
	İlkokul	1	57.00	0.00					
	Ortaokul	3	99.33	31.39					
BAÖ	Lise	52	86.35	22.46	2416.369	4	604.092	1.24	,293
	Üniversite	295	90.53	22.14					
	Yüksek Lisans	34	92.97	19.84					

$p >,05$

İlkokul mezunu bireylerin Beden Algısı Ölçeği'nden aldığı puan  $\bar{x}=57,00 \pm 0,00$ , orta okul mezununun aldığı puan  $\bar{x}=99,33\pm 31,39$  lise mezununun

aldığı puan  $\bar{x}=86,35 \pm 22,46$  üniversite mezununun aldığı puan  $\bar{x}=90,53 \pm 22,14$  ve yüksek lisans/doktora mezununun aldığı puanların ise  $\bar{x}=92,97 \pm 19,84$  olduğu görülmektedir. Tablo 13' e göre katılımcıların beden algıları ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmamıştır ( $p>0.05$ ).

**Tablo 14.**

*Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları ile bireylerin ideal kiloda olup olmadığı arasındaki farklılık*

	İdeal kiloda mısın	n	$\bar{x}$	s	U	Z	p
SGKÖ	Evet	148	66.29	9.26	13796.5	-3.525	,001
	Hayır	237	62.56	11.06			

$p<,05$

Tablo 14 incelendiğinde ideal kilonda mısın sorusuna evet cevabını veren katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nden aldığı ortalama puan  $\bar{x}=66,29 \pm 9,26$  iken, aynı soruya hayır cevabını veren katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nden aldığı ortalama puanın  $\bar{x}=62,56 \pm 11,06$  olduğu saptanmıştır. İlgili verinin istatistiksel analizinde normal olmayan dağılımda olan veriye 2 kategorili değişken ile Mann-Whitney U testi uygulanmıştır. Tablo 14' e göre katılımcıların sosyal görünüş kaygıları ile ideal kilo da olup olmadıkları değişkeniyle arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır ( $p<0,05$ ).

**Tablo 15.**

*Beden Algısı Ölçeği puanları ile bireylerin ideal kiloda olup olmadığı arasındaki farklılık*

	İdeal kiloda mısın	n	$\bar{x}$	s	F	t	df	p
BAÖ	Evet	148	81.46	20.53	0.268	-6.421	383	,000
	Hayır	237	95.59	21.30				

$p<,05$

“İdeal kilonda mısın?” sorusuna evet cevabı verenlerin Beden Algısı Ölçeği'nden aldığı puan  $\bar{x}=81,46 \pm 20,53$  iken hayır cevabı verenlerin aldığı

puanın  $\bar{x}=95,59\pm 21,30$  olduğu görülmektedir. Verinin istatistiksel analizinde normal dağılımda olan veriye 2 kategorili değişken ile T-test uygulanmıştır. Tablo 15' e göre katılımcıların beden algıları ve ideal kilo da olup olmadıkları değişkeniyle arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır ( $p<0,05$ ).

**Tablo 16.**

*Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları ile arkadaşlarının internet kullanımına yöneltmesi arasındaki farklılık*

	Arkadaşlarınız sizi internet kullanımına yöneltiyor mu?	n	$\bar{x}$	s	U	Z	p
SGKÖ	Evet	226	63.16	10.52	15354.0	-2.433	,015
	Hayır	159	65.17	10.52			

$p<,05$

Tablo 16' incelendiğinde "arkadaşlarınız sizi internet kullanımına yönlendiriyor mu?" sorusuna evet cevabını veren katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nden aldığı ortalama puanın  $\bar{x}=63,16\pm 10,52$  olduğu ve aynı soruya hayır cevabını veren katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nden aldığı ortalama puanın  $\bar{x}=65,17\pm 10,52$  olduğu görülmektedir. İstatistiksel analizde normal olmayan dağılımda olan veriye 2 kategorili değişken ile Mann-Whitney U testi uygulanmıştır. Tablo 16' ya göre katılımcıların sosyal görünüş kaygıları ile arkadaşlarının bireyleri internete yönlendirmesi değişkeniyle arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır ( $p<0,05$ ).

**Tablo 17.**

*Beden Algısı Ölçeği puanları ile arkadaşlarının internet kullanımına yöneltmesi arasındaki farklılık*

	Arkadaşlarınız sizi internet kullanımına yöneltiyor mu?	n	$\bar{x}$	s	F	t	df	p
BAÖ	Evet	226	91.90	21.53	1.148	1.849	383	,065
	Hayır	159	87.69	22.68				

$p >,05$

Tablo 17' yi incelediğimizde “Arkadaşlarınız sizi internet kullanımına yönlendiriyor mu?” sorusuna evet cevabı verenlerin Beden Algısı Ölçeği'nden aldığı ortalama puanın  $\bar{x}=91,90\pm 21,53$  olduğu ve hayır cevabı verenlerin aldığı ortalama puanının da  $\bar{x}=87,69\pm 22,68$  olduğu görülmektedir. T-test analizi sonucunda beden algıları ve arkadaşlarının bireyleri internete yönlendirmesi değişkeniyle arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmamıştır ( $p>0,05$ ).

**Tablo 18.**

*Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları ile internet kullanım saatleri arasındaki farklılık*

	Günde kaç saat internet kullanıyorsunuz?	n	$\bar{x}$	s	H	df	p
SGKÖ	1 saatten az	11	67.36	9.95	16.126	5	,007
	1-2 saat	75	66.87	9.85			
	3-4 saat	121	63.10	10.73			
	5-6 saat	91	62.40	9.65			
	7-8 saat	44	64.05	11.99			
	9 saat ve üstü	43	63.95	11.05			

$p<,05$

Tablo 18' de internet kullanım saati değişkeni ile Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nden alınan puanlara bakıldığında, 1 saatten az kullananların  $\bar{x}=67,36\pm 9,95$ , 1-2 saat arası kullananların  $\bar{x}=66,87\pm 9,85$ , 3-4 saat arası kullananların  $\bar{x}=63,10\pm 10,73$ , 5-6 saat arası kullananların  $\bar{x}=62,40\pm 9,65$ , 7-8 saat arası kullananların  $\bar{x}=64,05\pm 11,99$ , 9 saat ve üzerinde kullananların ise  $\bar{x}=63,9\pm 11,05$  puan aldığı tespit edilmiştir. Tablo 18' de ki veriler için sosyal görünüş kaygısı ve 6 kategorili internet kullanım süresi değişkenlerine Kruskal Wallis H testi uygulanmıştır. Katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları ile internet kullanım süresi değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır ( $p<0,05$ ).

**Tablo 19.***Beden Algısı Ölçeği puanları ile internet kullanım saatleri arasındaki farklılık*

	Günde kaç saat internet kullanıyorsunuz ?	n	$\bar{x}$	s	Kareler Top.	df	Ort. Karesi	F	p
BAÖ	1 saatten az	11	77.64	24.16	7012.853	5	1402.571	2.950	,013
	1-2 saat	75	83.81	20.07					
	3-4 saat	121	90.02	22.68					
	5-6 saat	91	94.12	21.30					
	7-8 saat	44	93.48	22.10					
	9 saat ve üstü	43	93.02	22.38					

p&lt;,05

Tablo 19' u incelediğimizde beden algısı puanları ve internet kullanım saatleri incelendiğinde 1 saatten az kullananların  $\bar{x}=77,64\pm 24,16$ , 1-2 saat arası kullananların  $\bar{x}= 83,81\pm 20,07$ , 3-4 saat arası kullananların  $\bar{x}= 90,02\pm 22,68$ , 5-6 saat arası kullananların  $\bar{x}= 94,12\pm 21,30$ , 7-8 saat arası kullananların  $\bar{x}= 93,48\pm 22,10$ , 9 saat ve üzerinde kullananların ise  $\bar{x}= 93,02\pm 22,38$  puan aldığı görülmektedir. Tablo 19' da ANOVA kullanılarak yapılan testte katılımcıların beden algıları ile internet kullanım süresi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır (p<0.05). İnternet kullanımı 5-6 saat ve üzeri saatler olan katılımcıların beden algılarının daha yüksek olduğu ve internet kullanım saati arttıkça beden algısının da arttığı saptanmıştır.

**Tablo 20.***Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları ile internetin en çok kullanım amacı değişkenleri arasındaki farklılık*

	İnterneti en çok hangi amaçla kullanıyorsunuz?	n	$\bar{x}$	s	H	df	p
SGKÖ	Sosyal medya	167	62.34	11.20	9.341	6	,155
	Oyun	27	66.33	7.98			
	Ödev-Araştırma	32	63.53	12.65			
	Film-müzik-TV	103	64.80	10.25			
	E-mail	5	65.00	8.94			
	Sohbet-Chat	19	64.58	10.14			
	Diğer	32	68.03	6.22			

p &gt;,05



Tablo 20' de görüldüğü üzere interneti en çok sosyal medya için kullananların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nden aldığı puanın  $\bar{x}=62,34\pm 11,20$ , oyun için kullananların aldığı puanın  $\bar{x}=66,33\pm 7,98$ , ödev-araştırma için kullananların aldığı puanın  $\bar{x}=63,53\pm 12,65$ , film-müzik-TV için kullananların aldığı puanın  $\bar{x}=64,80\pm 10,25$ , e-mail için kullananların aldığı puanın  $\bar{x}=65,80\pm 8,94$ , sohbet-chat için kullananların aldığı puanın  $\bar{x}=64,58\pm 10,14$  ve diğer amaç için kullananların aldığı puanın ise  $\bar{x}=68,03\pm 6,22$  olduğu görülmektedir. Sosyal görünüş kaygısı ve internetin en çok hangi amaçla kullanıldığı arasındaki ilişkiyi incelemek için Kruskal Wallis H uygulanmıştır. Katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı ölçeği ile interneti en çok hangi amaçla kullandıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmamıştır ( $p>0.05$ ).

**Tablo 21.**

*Beden Algısı Ölçeği puanları ile internetin en çok kullanım amacı değişkenleri arasındaki farklılık*

İnterneti en çok hangi amaçla kullanıyorsunuz?	n	$\bar{x}$	s	Kareler Top.	df	Ort. Karesi	F	p
Sosyal medya	167	91.44	22.24					
Oyun	27	84.96	23.44					
Ödev-Araştırma	32	83.34	23.64					
BAÖ Film-müzik-TV	103	93.31	21.56	4919.474	6	819.912	1.700	,120
E-mail	5	95.80	23.59					
Sohbet-Chat	19	82.47	21.19					
Diğer	32	88.19	18.74					

$p > ,05$

Tablo 21' de interneti en çok sosyal medya için kullananların Beden Algısı Ölçeği'nden aldığı puan  $\bar{x}=91,44\pm 22,23$ , oyun için kullananların aldığı puan  $\bar{x}=84,96\pm 23,44$ , ödev-araştırma için kullananların aldığı puan  $\bar{x}=83,344\pm 23,63$ , film-müzik-TV için kullananların aldığı puan  $\bar{x}=93,31\pm 21,55$ , e-mail için kullananların aldığı puan  $\bar{x}=95,80\pm 23,594$ , sohbet-chat için kullananların aldığı puan  $\bar{x}=82,47\pm 21,19$  ve diğer amaç için kullananların aldığı puan ise  $\bar{x}=88,18\pm 18,74$  olarak bulunmuştur. Beden algısı ve internetin en çok hangi amaçla kullanıldığı arasındaki ilişkiyi incelemek için ANOVA uygulanmıştır. Katılımcıların beden algıları ile interneti en çok hangi amaçla kullandıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmamıştır ( $p>0.05$ ).

**Tablo 22.**

*Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları ile sosyal medya takipçi sayısı değişkenleri arasındaki farklılık*

	Sosyal medya Takipçi Sayısı	n	$\bar{x}$	s	H	df	p
	1-200	73	62.60	11.22			
	201-400	101	64.61	9.60			
	401-600	84	63.42	11.21			
SGKÖ	601-800	36	65.36	10.14	2.139	6	,907
	801-1000	29	65.03	8.84			
	1001-3000	42	64.74	10.26			
	3000 üzeri	20	62.80	13.71			

p >,05

Tablo 22 incelendiğinde, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nden; 1-200 arkadaşı/takipçisi olanların  $\bar{x}=62,60\pm 11,22$ , 201-400 olanların  $\bar{x}=64,61\pm 9,60$ , 401-600 olanların  $\bar{x}=63,42\pm 11,21$ , 601-800 olanların  $\bar{x}=65,36\pm 10,14$ , 801-1000 olanların  $\bar{x}=65,03\pm 8,84$ , 1001-3000 olanların  $\bar{x}=64,74\pm 10,26$  ve 3000 üzeri olanların da  $\bar{x}=62,80\pm 13,71$  puan aldığı görülmektedir.

Sosyal görünüş kaygısı ve 7 kategorili internet kullanım süresideğişkenlerineKruskal Wallis H testi uygulanmıştır. Bireylerin sosyal görünüş kaygısı ile takipçi sayısı arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir (p>0.05).

**Tablo 23.**

*Beden Algısı Ölçeği puanları ile sosyal medya takipçi sayısı değişkenleri arasındaki farklılık*

	Sosyal medya Takipçi Sayısı	n	$\bar{x}$	s	Kareler Top.	df	Ort. Karesi	F	p
	1-200	73	89.62	22.96					
	201-400	101	92.79	22.01					
	401-600	84	92.41	21.04					
BAÖ	601-800	36	85.47	22.46	3297.111	6	549.518	1.129	,344
	801-1000	29	88.97	21.46					
	1001-3000	42	88.88	22.29					
	3000 üzeri	20	82.25	22.74					

p >,05

Tablo 23' deki veriler göz önünde bulundurulduğunda, 1-200 arkadaşı/takipçisi olanların Beden Algısı Ölçeği'nden aldığı puanın  $\bar{x}=89,62\pm 22,96$ , 201-400 kişi olanların aldığı puanın  $\bar{x}=92,79\pm 21,01$ , 401-600 olanların aldığı puanın  $\bar{x}=92,40\pm 21,04$  601-800 olanların aldığı puanın  $\bar{x}=85,47\pm 22,46$ , 801-1000 olanların aldığı puanın  $\bar{x}=88,97\pm 21,46$ , 1001-3000 olanların aldığı puanın  $\bar{x}=88,88\pm 22,74$  ve son olarak da 3000 üzeri olanların aldığı puanın da  $\bar{x}=82,25\pm 22,76$  olduğu görülmektedir. Yapılan analizler ANOVA testi kullanılarak yapılmıştır ve bireylerin sosyal görünüş kaygısı ile takipçi sayısı arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ( $p>0.05$ ).

**Tablo 24.**

*Sosyal görünüş kaygısı ile beden algısı arasındaki farklılık*

	$\bar{x}$	SS	Kareler Top.	df	Ort. Karesi	F	p
Beden Algısı	63.99	10.55	60049	48.000	1251.019	3.306	,000

$p < ,05$

Tablo 24' e göre katılımcıların sosyal görünüş kaygıları ile beden algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır ( $p < 0.05$ ).

**Tablo 25.**

*Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği ile anlamlı farklılık gösteren demografik özellikler arasındaki korelasyon*

Spearman		r	p
	Yaş	,162**	,001
	Medeni Durum	,124*	,015
SGKÖ	İdeal Kilo	-,180**	,000
	Arkadaşların internete yönelmesi	,124*	,015
	İnternet Kullanım Saati	-,111*	,030

$p < ,05$

Tablo 25' e baktığımızda Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği' nin anlamlı farklılık gösteren demografik özelliklere göre korelasyonunu görülmektedir. Sosyal görünüş kaygısının yaş ile pozitif yönde düşük, medeni durum ile pozitif

yönde düşük, olmak istenilen kilo ile ise negatif yönde düşük derecede korelasyonu vardır. Ayrıca, arkadaşların internete yöneltmesiyle pozitif yönde düşük, internet kullanım saati ile denegatif yönde düşük korelasyonu olduğu söylenebilir.

**Tablo 26.**

*Beden Algısı Ölçeği ile anlamlı farklılık gösteren demografik özellikler arasındaki korelasyon*

Pearson		r	p
BAÖ	Cinsiyet	,167**	,001
	Medeni Durum	-,111*	,030
	İdeal Kilo	,312**	,000
	İnternet Kullanım Saati	,160**	,002

p<,05

Tablo 26' ya baktığımızda beden algısı ölçeğinin anlamlı farklılık gösteren demografik özelliklere göre korelasyonuna bakıldığında, beden algısının cinsiyet ile pozitif yönde düşük, medeni durum ile negatif yönde düşük, ideal kilo ile ise pozitif yönde orta derecede, internet kullanım saati ile de pozitif yönde düşük korelasyonu vardır.

**Tablo 27.**

*Sosyal görünüş kaygısı, beden algısı, internet kullanım süresi ve internetin hangi amaçla kullanıldığı arasındaki korelasyonlar*

	r	p
Sosyal Görünüş Kaygısı ve Beden Algısı Ölçeği	-,460*	,000
Sosyal Görünüş Kaygısı ve İnternet Kullanım Süresi	-,111*	,030
Beden Algısı Ölçeği ve İnternet Kullanım Süresi	,160*	,002
Sosyal Görünüş Kaygısı ve İnternetin Hangi Amaçla Kullanıldığı	,139**	,155
Beden Algısı Ölçeği ve İnternetin Hangi Amaçla Kullanıldığı	-,036**	,4

p<,05 ve p >,05

Yukarıdaki Tablo 27' ye göre sosyal görünüş kaygısı ve beden algısı, ayrıca sosyal görünüş kaygısı ve internet kullanım süresi birbirleriyle negatif korelasyon ilişkisine sahiptirler ve herhangi bir değişkenin değerinin artması veya azalması durumuna göre diğer değişkenin de değerleri tersi yönde hareket etme eğilimindedir ( $p < ,05$  ve sırasıyla  $r = -,460, -,111$ ). Buna ek olarak beden algısı ölçeği ve internet kullanım süresinin düşük pozitif korelasyona sahip olduğu görülmüştür. Ayrıca sosyal görünüş kaygısı ve beden algısı ölçeğinin, internetin hangi amaçla kullanıldığı arasında ise herhangi bir korelasyon yoktur, diğer bir deyişle, bir değişken artarken ya da azalırken diğerinin de artma ya da azalma eğilimde olduğu söylenemez ( $p > ,05$ ).

**Tablo 28.**

*Sosyal görünüş kaygısı ile beden algısı arasındaki regresyon*

Model	R	R <sup>2</sup>	Standardize R <sup>2</sup>	SS
1	,484 <sup>a</sup>	,235	,233	9,24

Doğrusal olmayan regresyon modelleri olan logaritmik, kübik, üstel ve S tipi regresyon modellerini eğri modeli regresyon kullanılarak lineer regresyon ile karşılaştırılması sonucunda, lineer regresyonun sosyal görünüş kaygısı ve beden algısı arasındaki ilişkiyi açıklamakta en uygun olan yöntem olduğu tespit edilmiştir. Tablo 28' e göre beden algısının sosyal görünüş kaygısının %23,5' ini açıkladığı görülmektedir.

## 5. BÖLÜM

### TARTIŞMA

Araştırma sosyal medya kullanan genç yetişkin bireylerin sosyal görünüş kaygısı ve beden algısını incelemek amacıyla yapılmıştır. Ayrıca bu olguların bazı demografik özelliklere, internet kullanım sürelerine, internet kullanım amaçlarına vb. durumlara göre değişkenlik gösterip göstermediğini inceleme amacı da vardır.

Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nden alınan puanlar ile cinsiyet değişkeni incelendiğinde, bu iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmamıştır. Buna göre sosyal görünüş kaygısı ile cinsiyet değişkeninin birbirlerini etkilemediği söylenebilir. Literatürde bu sonuçları destekleyen bulgular mevcuttur. Örneğin, Yorulmaz ve Kurutçu (2019) yılında yaptığı çalışmada cinsiyet ile sosyal görünüş kaygısı arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığını belirtmiştir ve bu çalışmanın sonucuyla benzer özelliktedir. Günümüzde erkeğin ve kadının beğenilme arzusu birbirinden farklı değildir ve toplum tarafından beğenilmek cinsiyet ayrımı gözetmeksizin istenilen bir durumdur. Bunun dışında yaşanan yerin görünüş kaygısında etkili olabileceğini düşünebiliriz. Örneğin, büyük şehirlerde yaşayan bireylerin bir işe girebilmelerinde, iki cinsiyet için de dış görünüşleri önemli hale gelmiştir. Sosyal görünüş kaygısının cinsiyete bağlı olmamasının bu sebeplerden kaynaklandığı düşünülebilir.

Araştırmadaki katılımcıların Beden Algısı Ölçeği'nden aldığı puan ile cinsiyet değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Ölçekten alınan ortalama puanlarından, kadınların erkeklere göre daha pozitif bir beden algısına sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Uslu'nun (2019) yaptığı çalışmada kadınların erkeklere göre beden algılarının daha yüksek

olduğunu belirtmiştir. Literatürdeki ilgili çalışma, bu çalışmanın sonucunu destekler yöndedir. Beden bakımı için kullanılan ürünlerin ya da gidilen yerlerin daha çok kadınlara yönelik olması, kadınların erkeklere göre kendi bedenleriyle daha fazla ilgilenebilmesini kolaylaştırması, beden algılarının daha yüksek olmasını sağladığı yönünde yorumlanabilir.

Diğer bir yandan Erdoğan ve Tütüncü' nün (2015) araştırmasında, kadınların beden organlarından memnuniyetinin erkeklere göre daha düşük olduğunu belirten bir sonuç bulunmuştur ve bu çalışmanın sonucu ile çelişmektedir. Katılımcı popülasyonunun cinsiyete göre eşit olmayan dağılımının ve katılımcıların bireysel farklılıklarının sonuçları etkilemiş olabileceği düşünülmektedir.

Çalışmaya katılan bireylerin Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nden alınan puanlar ile yaş arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Yaş gruplarının ölçekten aldığı ortalama puanlar incelendiğinde yaş değişkeninde yaşanan artışın sosyal görünüş kaygısını da artma eğilimine soktuğu görülmektedir. Buna paralel olarak, yaş değişkeninde yaşanan artışın sosyal görünüş kaygısını da artma eğilimine soktuğu, iki değişken arasında bulunan pozitif yönlü düşük korelasyondan da çıkartılabilir. Literatürde bu çalışmanın sonucunu destekleyecek bulguya rastlanmamıştır, fakat iki değişken arasında ilişkinin olmadığını belirten çalışmalar literatürde mevcuttur. Göksel, Caz, Yazıcı ve Zorba'nın (2018) bireylerin sosyal görünüş kaygıları ve mutluluk düzeylerinin, yaş değişkenine göre değişmediğini belirttiği çalışması ve Ebem'in (2019) yaptığı araştırmasında, yaş ile sosyal görünüş kaygısı arasında negatif yönlü zayıf bir ilişki saptanması buna örnek olarak verilebilir. Görüldüğü üzere, araştırma sonuçları tutarlılık göstermemektedir. Katılımcıların yaş dağılımının eşit olmaması veya katılımcıların bireysel farklılıkları literatürden farklı sonuç bulunmasının nedeni olarak düşünülmektedir.

Araştırmada yapılan analizler sonucunda, katılımcıların beden algıları ile yaşları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmamıştır. Güzel (2016), yaptığı çalışmasında beden algısının yaşa göre değişmediğini belirtmiştir. Güzel' in çalışması, bu çalışmanın sonuçlarını desteklemektedir.

İnsanların 33 yaşa kadar olan dönemde biyolojik olarak zirve yıllarını yaşamaktadır. Bu çalışmada katılımcıların yaş dağılımının çoğunlukla 18-30 yaş aralığında olması, yaşa göre beden memnuniyetin bu yönde geliştiği şeklinde yorumlanabilir.

Çalışmaya katılan bireylerin sosyal görünüş kaygıları ile eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmamıştır. Literatürde bu çalışmayı destekleyecek bir bulguya rastlanılmamıştır. Sosyal görünüş kaygısı ve eğitim durumu ile arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu sonucu bulunan araştırmalar bulunmaktadır. Akkaş (2019) çalışmasında, eğitim durumu arttıkça sosyal görünüş kaygısında azalma yaşandığını belirtilmiştir. Bu çalışma Akkaş'ın çalışmasının sonucu çelişki göstermektedir. Bu çalışmada katılımcıların eğitim durumlarının eşit dağılım göstermemesi çalışmanın sonucunu etkilediği düşünülmektedir.

Araştırmada yapılan analizler sonucunda, katılımcıların beden algıları ve eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmamıştır. Güzel'in (2016), yaptığı çalışmada beden algısının eğitim düzeyine göre değişmediğini belirtmiştir. Güzel' in çalışması, bu çalışmanın sonucunu desteklemektedir. Büyük şehirdeki imkan ve ihtiyaçlar küçük şehirlere göre farklılık gösterebilir. Araştırmaya katılan bireylerin eğitim durumunun eşit dağılım göstermeyip, çoğunun üniversite mezunu olması ve katılımcıların bulunduğu şehirden kaynaklı olarak beden algısının eğitim durumuna göre farklılık göstermediği yönünde yorum yapılabilir.

Yapılan analiz sonucunda, çalışmaya katılan bireylerin sosyal görünüş kaygısı medeni durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Evli olanların sosyal görünüş kaygısı seviyelerinin bekar olanlara göre daha yüksek, olduğu fark edilmiştir. Literatürde benzer sonuçlar çıkan araştırmalara rastlanmamıştır, fakat Yorulmaz ve Kurutçu (2018) çalışmasında, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeğinin medeni durum ile istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığı olmadığını belirtmiştir. İlgili çalışma bu çalışmanın sonucuyla çelişmektedir. Bunun nedenlerinden biri olarak, olarak araştırmanın sınırlılıkları düşünülmektedir. Örneğin, bu çalışmaya katılan bireylerin çoğunluğu 18-30 yaş aralığındadır. Bu yaş aralığında bulunan



bireylerde evlilik algısının, daha yüksek yaş gruplarına göre farklı olması ve araştırmaya katılan bekar bireylerin sayısının evli bireylerin sayısından neredeyse üç kat daha fazla olması, çalışmanın sonucunu etkilediği düşünülmektedir. Ayrıca bireylerin kendi fiziksel görünümünü değerlendirmelerinin yanında diğer bireylerin de kendilerini nasıl değerlendirdiklerini bilmek de önem teşkil etmektedir. Evli katılımcıların bekar katılımcılar kadar, kendi fiziksel görünümüne başka insanlar tarafından olumlu yorum alamıyor olabilecekleri ve yine bekar bireyler kadar fiziksel özelliklerine ilgi göremiyor olabilecekleri de çalışmanın sonucunu etkilemiş olabilir.

Çalışmaya katılan katılımcıların beden algıları ile medeni durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Evli katılımcıların Beden Algısı Ölçeği'nden aldığı puanın bekar katılımcılara göre daha düşük olduğu fark edilmiştir. Literatürde bu çalışmayı destekleyen bir sonuca rastlanmamıştır fakat Akman'ın (2019) yaptığı araştırmada beden algısı ve medeni durum arasında anlamlı bir değişken bulunmadığını belirtmiştir ve bu çalışmanın sonucuyla çelişki göstermektedir. Bu araştırmadaki bekar katılımcı sayısının evli katılımcı sayısına göre daha fazla olması çalışmanın sonucunu etkilemiş olabilir. Ayrıca evli katılımcıların maddi ve manevi sorumluluklarının bekar katılımcılara göre daha fazla olabileceğinden, kendi bedenleri için ayırabilecekleri bütçe ve zaman bekar bireylere daha az olması araştırmanın sonucunu etkilemiş olabilir.

Katılımcılardan toplanan demografik bilgilerde bulunan boy ve kilo değişkenlerini beden kitle indeksi altında birleştirilip bunun sosyal görünüş kaygısı üzerindeki etkisi incelenmiştir ve çalışmaya katılanların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nden aldığı puanlar ile beden kitle indeksi arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Buna paralel olarak, Erdoğan, Eryürek ve Ünübol' un (2019) üniversite öğrencileriyle yapmış olduğu araştırma sonucunda, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nden alınan puanlar ile beden kitle indeksi arasında anlamlı bir fark bulunmadığı belirtilmiştir ve bu çalışmanın sonucunu desteklemektedir. Bireyin kendi görünüşü hakkındaki düşüncelerinin sadece beden kitle indeksine bağlı olmadığı, başka değişkenlere de bağlı olduğu şeklinde yorum yapılabilir.

Beden kitle indeksi, beden algısı arasındaki ilişkiyi incelediğimizde bu iki değişken arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Literatürde bu çalışmayı destekleyen bulguya rastlanmamıştır fakat Hamurcu, Öner, Taletar ve Yeşildağ'ın (2015) obez bireylerle ilgili yaptıkları çalışmasında beden kitle indeksiyle beden algısı arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ve beden kitle endeksleri normale uygun olanların beden algılarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmanın sonucuyla çelişmekte olduğu görülmekte olup bunun sebebinin de katılımcı sayılarındaki eşit olmayan dağılımdan kaynaklı olabileceği düşünülmektedir. Örneğin, obez seviyesinde sadece 27 katılımcı varken, toplumca normal kabul edilen beden kitle indeksine sahip katılımcı sayısı 200' e yakındır ve bu durumun sonuçları etkilediği düşünülmektedir.

Demografik bilgi formunda sorulan "İdeal kiloda mısınız" sorusuna verilen olumlu ya da olumsuz cevapların sosyal görünüş kaygısı ölçeğinden alınan puanlar ile karşılaştırılmasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Buna göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nden alınan yüksek puanların, olmak istedikleri kiloda olanlarda daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Özkan'ın (2017) ergenlerle yaptığı çalışmasında şu an ki kilosundan memnun olanların memnun olmayanlara göre sosyal görünüş kaygısı seviyelerinin daha fazla olduğunu belirtilmiştir. Özkan'ın bulduğu sonuç, bu çalışmanın sonucunu destekler niteliktedir. Bireysel farklılıklardan kaynaklı olarak, bazı bireyler kendi bedenlerini aşırı şekilde inceleyerek, fiziksel özellikleriyle ilgili daha fazla hata bulabilirler ve bu da bireylerin görünüşleri hakkında daha fazla kaygı yaşamalarına sebep olabilir. Katılımcıların bireysel farklılıklarından kaynaklı kendilerinden olan beklentisi, kendi zihinlerindeki ideal fizik görünümü ve kiloları dışındaki genel fiziksel yapı durumlarının katılımcıların kaygılarında artışına neden olduğu düşünülmektedir.

Öte yandan, Kılıç (2015), yaptığı çalışmasında bireylerin mevcut kilolarından memnun olmama durumu seviyesinin yükselmesi, sosyal görünüş kaygısı seviyesini de yükselttiğini ifade etmiştir. Bu araştırmaya katılan bireylerden, olmak istedikleri kiloda olanların kaygı seviyesinin daha yüksek olması sonucu, Kılıç'ın çalışmasının sonucu ile çelişmektedir. Bireysel farklılıklardan

kaynaklı olarak katılımcıların kendi zihinlerindeki ideal fizik görüntüsüyle sahip olunan fiziksel yapı özelliklerinin uyuşmuyor olabileceği, bu çalışmanın sonucunu etkilemiş olabilir.

Beden Algısı Ölçeği'nden alınan puanlar ile ideal kiloda olma değişkeni arasında anlamlı bir fark saptanmıştır. İdeal kiloda olduğunu düşünen katılımcıların beden algısı puanlarının, ideal kiloda olduğunu düşünmeyenlere göre daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Bu da sosyal görünüş kaygısı ve beden algısı arasındaki negatif yönlü orta derecedeki korelasyonu desteklediği görülmektedir. Literatürde bu çalışmanın sonucunu destekleyen bulguya rastlanmamıştır fakat Tezcan'ın (2009), belirttiği üzere ideal kiloda olan kontrol grubunun Beden Algısı Ölçeği'nden aldığı puanların, ideal kiloda olmayan obezite grubunun Beden Algısı Ölçeği'nden aldığı puanlara göre yüksek olduğunu belirtmiştir. Tezcan'ın çalışmasındaki sonuçların bu araştırmanın sonucuyla çeliştiği görülmektedir. Beden algısının sadece kilo ile sınırlı olmadığı, bunun yanında daha fazla özelliklerle de alakalı olduğu bilinmektedir. Ayrıca her bireyin kendine özgü vücut yapısının olması ve ideal fiziğin sadece kilo değişkenine bağlı olmaması durumu bunun yanında kişinin kendi vücudu hakkındaki istek ve beklentilerinin, bu çalışmanın sonucunu etkilemiş olduğu düşünülmektedir. Diğer bir deyişle katılımcılar genel olarak kendi fizik ölçülerinin, hayal ettikleri ideal fizik ölçülerine uymadığını düşünüyor olabilir.

Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nden alınan puanlar ile arkadaşların internet kullanımına yönlendirmesi arasında anlamlı bir fark tespit edilmiştir. Evet cevabı verenlerin Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nden aldığı puan, hayır cevabı verenlere göre daha düşüktür. Diğer bir deyişle, evet cevabı verenlerin sosyal görünüş kaygıları hayır cevabı verenlere göre daha düşüktür. Ergen ve genç yetişkin bireylerin kendi akranlarıyla pozitif ilişki içerisinde olması buldukları dönem açısından çok önemli bir yer teşkil etmektedir. Ayrıca arkadaş topluluğunun bir parçası olabilmek ve bu toplulukta da popüler olabilmek için internet çok önemli bir faktördür. Eğer birey, internette arkadaşlarıyla görüşmezse, dahil olduğu grup tarafından istenmeyen biri haline gelebilir (Boyd, 2008). Bu bilgi, bu çalışmanın sonucunu destekler yöndedir. Sosyal bir varlık olan insanların diğer bireylerle

ilişki kurabilmesi, sorunlarını çevresiyle paylaşabilmesi ve sosyal gruplar içerisinde kabul görme bireyin kendini daha pozitif yönde algılamasını sağlamaktadır. Eğer birey bunları yapmazsa yalnızlaşabilir, yalnızlaşan birey de kendine karşı negatif bir düşünce geliştirebilir, ayrıca çevredeki insanların da kendisine karşı olumsuz değerlendirmeler yaptığı yönünde düşünceler geliştiripanksiyete yaşayabilirler. Arkadaşlar tarafından internet kullanımına yönelmek, bireyin bulunduğu arkadaş topluluğu içerisinde kendisini değerli hissetmesini sağlayıp, kendini daha pozitif algılamasını ve kendilerini daha rahat hissetmelerini sağlayarak sosyal görünüş kaygılarının daha düşük olmasını sağlıyor olduğu yönünde yorumlanabilir.

Beden algısı ile arkadaşların internet kullanımına yönelmesi arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Literatürde bu değişkenlerle ilgili bir bulguya rastlanmamıştır fakat Boyd'a (2008) göre ergen ve genç yetişkin bireyler için arkadaş topluluğu içindeki durumlarının önemi ve arkadaş grubuyla beraber aktivitelerde bulunulmasının önemi çok fazladır ve bu bilgiyle bu çalışmanın sonucuyla çelişmektedir. Arkadaşlarıyla birlikte birşeyler yapmanın kişinin kendisini iyi hissetmesini sağlaması, beden memnuniyetini hakkında düşüncesini değiştirmedeği yönünde yorum yapılabilir. Ayrıca bedensel memnuniyetinin bireysel farklılıklara göre değişmesinin de çalışmanın sonucunu etkilediği düşünülmektedir.

İnternet kullanım süresi ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nden alınan puanlar arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. İnternette zaman geçirme süresi arttıkça sosyal görünüş kaygısında azalma olduğu saptanmıştır. Bu da sosyal görünüş kaygısı ile internet kullanım süresi arasındaki negatif korelasyonu açıklamaktadır. Sosyal Kaygı Ölçeği'nden en yüksek puanı alanlar internet kullanımı 1 saatten az olan katılımcılardır ve her ne kadar doğrusal bir artış olmasa da internet kullanım süresi arttıkça sosyal kaygının da arttığı görülmüştür. Literatürde bu çalışmanın destekleyecek bir bulguya rastlanmamıştır, fakat bir çalışmada da problemler internet kullanımı ile sosyal görünüş kaygısı arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (Yıldırım ve Taştan, 2020). Yıldırım ve Taştan'ın çalışmasının sonucu ile bu çalışmanın sonucunun çeliştiği görülmektedir. Katılımcıların bireysel farklılıkları, internetin artık birey ayırt etmeden çok yoğun şekilde

insanların hayatı içinde olması internetten iletişim kurmanın daha rahat olması bireylerin kendilerini iyi ifade etmenin kolaylığı çalışmanın sonuçlarını etkilediği düşünülmektedir.

Araştırmada internet kullanım süreleri ve beden algısı ölçeğinden alınan puanlar arasında anlamlı pozitif yönlü bir fark tespit edilmiştir beden algısı ile internet kullanım süresi arasındaki pozitif korelasyonu açıklamaktadır. Diğer bir deyişle, internet kullanım süresi arttıkça beden algısının yükseldiği tespit edilmiştir. Artan'ın (2017) yaptığı çalışmada sosyal medyanın kullanım süresinin artmasının, beden algısını olumlu yönde etkilediğini belirtmiştir ve bu çalışmanın sonucunu destekler niteliktedir. İnternet teknolojisinin bireylere sağladığı olanakların oldukça artması birlikte bireylerin kendi ihtiyaçlarının ya da problemlerinin farkına varmasında ve çözüm bulmasında kolaylık sağlamaktadır. Ayrıca internette motivasyon arttırmaya ve kişisel gelişime yönelik bilgi ve paylaşımların olması bireylerin hem bedenleri hakkındaki olumsuz algılarının değişmesini hem de bedenlerinden daha fazla memnun olabilmeleri için yapmaları gereken şeyler için de motivasyonları yüksek tutmalarını sağlamaktadır. Bu faydaların beden algısının pozitif yönde etkilediği düşünülmektedir.

Literatürde bu çalışmayla çelişen çalışmalar da mevcuttur. Örneğin, Odacı ve Çelik'in (2016) yaptığı çalışmada internet bağımlılığının beden algısıyla negatif yönlü bir ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca literatürde olan bir başka çalışmada yine, internet kullanım süresinin artmasıyla beden algısı arasında negatif yönde bir ilişki olduğunu göstermektedir (Kaewpradub, Kiatrungrit, Hongsanguansri ve Pavasuthipaisit, 2017). İlgili araştırmaların sonucu bu çalışmanın sonucuyla çelişmektedir. Bu araştırma ile literatürdeki araştırmaların çelişmesinin sebebi olarak, örneklemdaki bireylerin bireysel farklılıkları olabileceği düşünülmektedir.

Beden Algısı Ölçeği'nden alınan puanlar ile bireylerin interneti en çok hangi amaçla kullandığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmamıştır. Literatürde bu çalışmanın destekleyecek bir bulguya rastlanmamıştır. Bireylerin kullanım amaçlarına göre puanlarına da bakıldığında herhangi bir oturmuş şablon, doğrusal ve eğrisel bir puan

dağılımına rastlanmamıştır. Bu konu ile ilgili olarak, bir sosyal medya aracı olan Facebook kullanımının bireylerin bedenlerini başka bireylerle karşılaştırarak tatminsizlik yaşamasına neden olduğu sonucuna varılmıştır (Bayköse ve Esin, 2019). İlgili çalışmanın sonucu bu çalışmanın sonucuyla çelişki göstermektedir. Katılımcıların bireysel farklılıklarının bu çalışmanın sonucunu etkilediği düşünülmektedir.

Sosyal Görünüş Kaygısı ve ile bireylerin interneti en çok hangi amaçla kullandığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmamıştır. Literatürde bu değişkenler hakkında herhangi bir bulguya rastlanmamıştır fakat Bayköse ve Esin'in (2019) çalışmasındaki Facebook kullanımının beden tatminsizliği yaşamaya sebep olduğu bulgusuna göre, beden algısının da sosyal görünüş kaygısını etkilemesinden dolayı bu çalışmadaki sonuçla çelişki göstermektedir. Literatürden farklı sonuç bulunmasının nedeni olarak katılımcıların bireysel farklılıkları düşünülmektedir.

Yapılan çalışmada katılımcı bireylerin Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nden aldıkları puanlar ile Beden Algısı Ölçeği'nden aldıkları puanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Ayrıca iki olgu arasındaki negatif yönlü orta derecede korelasyon olduğu bulunarak, gruplara göre alınan ortalama puanlardan beden algısı arttıkça sosyal kaygının azaldığı saptanmıştır. Literatürde bu sonuçlara benzer çalışmalar oldukça yaygındır. Buna paralel olarak, Harmancı (2018) yaptığı çalışmasında vücut geliştiren erkek sporcularda sosyal görünüş kaygısının artmasının sonucunda beden memnuniyetinde azalma olduğunu belirtmiştir. Harmancı'nın yapmış olduğu çalışma bu çalışmanın sonucunu destekler niteliktedir. Beden memnuniyetinin artması, bireyin kendi görünüşü hakkında olumlu düşünceler geliştirmesini sağlamasını veya sosyal görünüş kaygısının düşmesinin de kişinin görünüşünü beğenmesini dolayısıyla beden memnuniyetinin artmasını sağlayacağı yönünde yorum yapılabilir. Son olarak, yapılan bu çalışmada sosyal görünüş kaygısı ve beden algısı olgularına uygulanan regresyon analizleri sonucunda beden algısının sosyal görünüş kaygısının %23,5'ini açıkladığı görülmektedir. Sosyal görünüş kaygısının sadece bedensel görüntüyü ya da sağlığı değil, başka birçok psikolojik ve sosyolojik olguyu içermesi sebebiyle %23,5'lik oran anlamlı bulunmuştur.

## 6. BÖLÜM

### SONUÇ VE ÖNERİLER

#### 6.1. Sonuçlar

Amacı, sosyal medya kullanan genç yetişkin bireylerin beden algısı ve sosyal görünüş kaygısının incelenmesi olan bu çalışmanın katılımcıların sosyal görünüş kaygısı ve beden algısı; cinsiyet, yaş, medeni durum, ideal kiloda olup olmamak, internet kullanım süresi, takipçi sayısı gibi değişkenler açısından araştırılmış ve aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

Sosyal görünüş kaygısı ölçeği ile cinsiyet arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Fakat katılımcıların beden algıları ile cinsiyet durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Buna göre, kadınların, beden algıları daha yüksek olduğu bulunmuştur.

Katılımcıların yaşları ile sosyal görünüş kaygıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Yaş arttıkça sosyal kaygının yüksek olduğu saptanmıştır. Bunun tersi olarak, araştırmaya katılan bireylerde beden algıları ile yaşları ve eğitim durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmamıştır.

Araştırmaya katılan bireylerin hem sosyal görünüş kaygısı hem de beden algısı ölçeği ile medeni durum değişkeni incelendiğinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Evli bireylerin sosyal görünüş kaygıları bekar bireylere göre daha yüksek iken beden algılarının daha düşük olduğu görülmüştür.

Sosyal görünüş kaygısı ölçeği ve beden algısı ölçeği ile beden kitle indeksi arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Sosyal görünüş kaygısı ölçeği ve beden algısı ölçeği ile bireylerin eğitim durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Katılımcıların olmak istedikleri ideal kilo değişkeni ile sosyal görünüş kaygıları ve beden algıları karşılaştırıldığında değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır. İdeal kilodaki bireylerin ideal kilosunda olmayan bireylere göre sosyal görünüş kaygılarının daha yüksek ve beden algılarının ise daha düşük olduğu tespit edilmiştir.

Arkadaşlarınız sizi internet kullanımına yönlendiriyor mu sorusuna evet cevabı verenlerle hayır cevabı verenlerin oluşturduğu değişken ile sosyal görünüş kaygısı arasında anlamlı bir farklılık bulunurken, beden algısı ile anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Sosyal görünüş kaygısı ile internet kullanım süresi arasındaki istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Kullanım süresi arttıkça sosyal görünüş kaygısında azalma eğilimi tespit edilmiştir. Buna ek olarak, katılımcıların beden algıları ile internet kullanım süresi arasındaki istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Kullanım süresi arttıkça beden algısı puanlarında genel olarak artış görülmüştür.

Katılımcıların sosyal görünüş kaygısı ve beden algısı ile interneti en çok hangi amaçla kullandıkları arasında ise anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır.

Araştırmaya katılan bireylerin sosyal görünüş kaygısı ve beden algısı ile takipçi sayıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Katılımcıların sosyal görünüş kaygıları ile beden algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Beden algısı arttıkça sosyal kaygının azaldığı saptanmıştır.

Yapılan korelasyon analizi sonucunda sosyal görünüş kaygısının yaş ile pozitif yönde düşük, medeni durum ile pozitif yönde düşük, olmak istenilen kilo ile ise negatif yönde düşük derecede korelasyonu olduğu, beden algısının ise cinsiyet ile pozitif yönde düşük, medeni durum ile negatif yönde düşük, ideal kilo ile ise pozitif yönde orta derecede, internet kullanım süresi ile de pozitif yönde düşük korelasyonu olduğu tespit edilmiştir.



Sosyal görünüş kaygısı, beden algısı, internet kullanım süresi ve internetin hangi amaçla kullanıldığı değişkenleri arasında yapılan korelasyon analizinde; sosyal görünüş kaygısı ve beden algısı ölçeğinin, internetin hangi amaçla kullanıldığı arasında herhangi bir korelasyona rastlanmazken, sosyal görünüş kaygısı ve beden algısı arasında negatif yönlü orta derecede korelasyona rastlanmıştır. Ayrıca sosyal görünüş kaygısı ve internet kullanım süresinde negatif yönlü düşük, beden algısı ve internet kullanım süresinde ise pozitif yönlü düşük korelasyon tespit edilmiştir.

Yapılan bu çalışmaya göre beden algısının sosyal görünüş kaygısının %23,5'ini açıkladığı görülmektedir.

## 6.2. Öneriler

Bu araştırma 227'si kadın 158'si erkek olmak üzere 385 kişi ile yapılmıştır. Araştırmada sadece 18 yaş üzeri İstanbul'da yaşayan genç bireyler yer almaktadır. Araştırma gönüllülük esasına dayanmasından dolayı, bazı değişkenlerin (cinsiyet ve yaş gibi) eşit oranlarda katılım sağlanamamıştır. Örneklem sayısının daha yüksek tutulması ileriki çalışmaların daha kapsamlı olması, sonuçların genel topluma vurulabilmesi açısından gereklidir. İleriki çalışmalar için yaş grubunun daha geniş olması, farklı şehirlerden bireylerin de çalışmaya dâhil edilmesi, araştırmaların daha kapsamlı olmasına imkân tanıyacağı düşünülmektedir. Erkeklerin beden algılarına yönelik risk faktörlerini ortaya koyan çalışmalarının artırılması gerekmektedir.

Araştırmanın ışığında alanda çalışan psikologlar için; bireylere, her bireyin kendine özgü vücut yapısının olduğu, gündelik hayatta insanlara empoze edilen ideal beden için daha gerçekçi yaklaşımlarını ve kendilerini bu ideal bedene göre kıyaslamamanın doğru olmadığını anlatması önerilmektedir. Bireylerin kendilerini gerçekçi algılayabilmesi ve sahip olduğu özellikleriyle mutlu olabilmesi için çalışmalar yaparak, genç bireylerin bu sağlıklı algılara sahip olarak yetişmesi için yardım sağlanabilir. Ayrıca sosyal görünüş kaygısı ile başvuru yapan bireylerin beden algıları, internet kullanım sürelerinin de değerlendirilmesi ve tedavi planlarının bunlara göre şekillendirilmesi önerilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Akar, E. (2010). Sanal Toplulukların Bir Türü Olarak Sosyal Ağ Siteleri-Bir Pazarlama İletişim Kanalı Olarak İşleyişi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (1), 107- 122.
- Akay, O. Ş. (2019). Sosyal Medya Paylaşımlarının Kişisel Beslenme Alışkanlıklarına ve Beden Algısı Üzerine Etkisinin Değerlendirilmesi. İstanbul Bilim Üniversitesi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Yüksek Lisans Tezi.
- Akkaş, İ. (2019). İzlenim ve yönetimi ve beden. İstanbul: Eğitim Kitabevi. ISBN: 9786057786067.
- Akman, G. (2019). Fazla Kilolu Ve Obez Bireylerde Beden Algısı, Benlik Saygısı ve Algılanan Sosyal Desteğin Yaşam Doyumuyla İlişkisinin İncelenmesi. Maltepe Üniversitesi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Yüksek Lisans Tezi.
- Altındış, A., Altındış, S., Aslan, F., Aşıcı, N., İnci, M. B., Ekerbiçer, H. ve Tokaç, M. (2017). Sosyal Medya Ağları ve Sosyal Görünüm Anksiyetesi. *International Journal of Social Science*. doi:<http://dx.doi.org/10.9761/JASSS7353>.
- Alxanov, R. (2017). Sosyal Medyada Reklam Kullanımı Örneği Olarak Reklamların İncelenmesi. Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi, İşletme Bölümü. Bakü.
- American Psychiatric Association. (2013). Diagnostic and Statistical Manual for Mental Disorders. 5th edition (DSM-5). Washington DC.
- Anbar, H. (2013). Lise Öğrencilerinde Vücut Algısı Değişkeninin Çeşitli Değişkenlerle İlişkisinin İncelenmesi ve Vücut Algısı Ölçeğinin Geçerlik Güvenirlik Çalışması. Ankara Üniversitesi, *Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi* Psikoloji Bölümü Lisans Tezi. Ankara.

- Artan, T. (2017). Benlik Saygısı, Vücut Algısı, Narsisizm ve Sosyal Karşılaştırmanın Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Etkileri. Yakın Doğu Üniversitesi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Klinik Psikoloji Programı, Yüksek Lisans Tezi.
- Balakrishnan, J. (2013). Examining Beliefs towards Social Media Advertisements among Students and Working Professionals: An Application of Discriminant Analysis. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 8(7), 697-705.
- Bayköse, N. Ve Esin, İ. (2019). Sporda Beden İmajı ve Sosyal Medya Etkisi: Sosyal Karşılaştırma Kuramı Çerçevesinde Facebook Kullanımının Beden İmajına Etkileri Üzerine Bir Derleme. *Akdeniz Spor Bilimleri Dergisi*, 2 (1), 67-80.
- Bayraktutan, M. (2014). Sosyal Anksiyete Bozukluğu Olan Hastalarda Empati Becerisi, Aleksitimi, Depresyon, Anksiyete Düzeyleri ile Sempatik Deri Yanıtı İlişkisi ve Tıbbi Tedavinin Etkileri. *T.C. Pamukkale Üniversitesi Tıp Fakültesi Psikiyatri Anabilim Dalı*. Uzmanlık Tezi.
- Beck, A. T., Emery, G. ve Greenberg, R. L. (1985). Anxiety Disorders and Phobias: A Cognitive Perspective. New York: Basic Books.
- Boursier, V., Gioia, F. ve Griffiths, M. D. (2020). Do Selfie-expectancies and Social Appearance Anxiety Predict Adolescents' Problematic Social Media Use? *Computers in Human Behavior*. doi.org/10.1016/j.chb.2020.106395.
- Boyd, D. (2008). Taken out of Context: American Teen Sociality in Networked Publics. *SSRN Electronic Journal*. doi:10.2139/ssrn.1344756.
- Brian Getting. Bait Tanımlamalar. (2008). Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0. Erişim adresi: <http://www.practicalecommerce.com/articles/464/Basic-Definitions-Web-10-Web-20-Web-30/>. Erişim tarihi: 06/02/2020.
- Brox, Hilde. (2012). The Elephant in the Room: A Place for Wikipedia in Higher Education Nordlit. 16. 143. 10.7557/13.2377.

- Cohen, R, John, T. N. ve Slater, A. (2017). The Relationship between Facebook and Instagram Appearance Focused Activities and Body Image Concerns In Young Women. *Body Image*. 23: 183–187.
- Çalışkan, M., Mencik, Y. (2015). Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya. *Akademik Bakış Dergisi*, 50, 254-277.
- Çayırılı, E. (2017). Sosyal Medya Kullanım Özelliklerinin Kişilik Yapılanmaları, Yaşam Doyumu ve Depresyon Açısından İncelenmesi. *Işık Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Tezi*.
- Çelik, Ç. B. ve Odacı, H. (2012). Kendilik Algısı ve Benlik Saygısının Problemlerli İnternet Kullanımı Üzerindeki Yordayıcı Rolü. *E-Journal of New World Sciences Academy*, 7(1), 433-441.
- Çemrek, F., Baykuş, H. ve Özaydın, Ö. (2015). Analysis of Social Media Use and Manners In Terms of Uses and Satisfaction Approach: ESOGU Case Study. *Alphanumeric Journal*. 2. doi:10.17093/aj.2014.2.2.5000084657.
- Çınar, H. ve Keskin, N. (2015). Öğrencilerin Sosyal Görünüş Kaygısının Öğrenim Yeri Tercihlerine Etkisi. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, Kasım, 14.
- Dal N.E., Dal, V. (2014). Kişilik Özellikleri Ve Sosyal Ağ Sitesi Kullanım Alışkanlıkları: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(11), 144-162.
- De Bot, K., & Schrauf, R. W. (2009). Language development over the life span. Routledge Taylor & Francis Group. <https://doi.org/10.4324/9780203880937>.
- Dilbaz, N. (1997). Sosyal Fobi, *Psikiyatri Dünyası*, 1: 18-24.

- Doğan, T. (2010). Sosyal Görünüş Kaygısı leği'nin (SGKÖ) Türkçe Uyarlaması: Geçerlik ve Güvenirlik alışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 39, 151-159.
- Doğan, T. (2009). Bilişsel ve Kendini Değerlendirme Süreçlerinin Sosyal Anksiyete Açısından İncelenmesi. Sakarya Üniversitesi. *Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Doktora Tezi,
- Drahoşov, M. ve Balco, P. (2017). The Analysis of Advantages and Disadvantages of Use of Social Media in European Union. *Procedia Computer Science*, 109, 1005-1009.
- Durna, T. (2018). Yürümek Politik Bir İştir. *Moment Dergi*, 5 (1), 96-104. doi:10.17572/mj2018.1.96104.
- Ebem, V. (2019). Lise ğrencilerinin Sosyal Görünüş Kaygı Düzeylerinin Farklı Değerşkenler Açısından İncelenmesi (Bitlis ve Yozgat İli rneği). T.C. Ağrı İbrahim een Üniversitesi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Ebner, M. (2018). Microblogs. 10.4135/9781473960367.n183.
- Er, Y. (2019). Aerobik Antrenmanların Beden Algısı zerine Etkisi. Selçuk Üniversitesi, *Sağlık Bilimleri Enstitüsü*, Antrenörlük Eğitimi Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Erdem, M. ve Kaya, B. E. (2019). Instagram' da Grlme ve Beğerilme Arzusu: Kullanıcı Bakış Açısından Değerlendirme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. Cilt: 12 Sayı: 62 Yıl: 2019. <http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2019.3154>.
- Erişti, S. D., Kuzu, A., Yurdakul, I., Akbulut, Y. ve Kurt, A. A. (2013). Bilimsel Araştırma Yöntemleri. *Anadolu Üniversitesi Yayınları*.

- Erdoğan, İ., Eryürek, S., Ünübol, H., (2019). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Sosyal Görünüş Kaygısı ve Yeme Tutumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *International Journal Of Social Science*, 2(2), 85-94
- Ezoe S. ve Toda M. (2013). Relationships of Loneliness and Mobile Phone Dependence with Internet Addiction in Japanese Medical Students. *Open Journal of Preventive Medicine* 03(06): 407-412.
- Gholamian, B., Shahnazi, H. ve Hassanzadeh, A. (2017). The prevalence of internet addiction and its association with depression, anxiety, and stress, among high school students. *International Journal of Pediatrics*, 4763-4770.
- Göksel, A. G., Caz, Ç., Yazıcı, Ö. F. ve Zorba, E. (2018). Spor Hizmeti Alan Bireylerin Sosyal Görünüş Kaygısı ve Öznel Mutluluklarının İncelenmesi. Gaziantep Üniversitesi, *Spor Bilimleri Dergisi*, 3(3): 88-101.
- Gümüş, E. A. (2000). Üniversite Öğrencilerinin Yalnızlık ve Beden İmgelerinden Doyum Düzeylerinin Sosyal Kaygı Düzeyleri ile İlişisini İncelenmesi. Ankara Üniversitesi, *Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 33, 99-108.
- Güvenen, G. (2017). Sosyal Medya ve Kitle İletişim Araçlarının Lise Öğrencilerinin Beden Algısı ve Sosyal Görünüş Kaygısı Üzerine Etkisinin Belirlenmesi. T.C. Haliç Üniversitesi, *Sağlık Bilimleri Enstitüsü*, Hemşirelik, Yüksek Lisans Tezi.
- Güzel, K. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Beden Algısının Depresyon ile İlişkisi: Mizacın Rolü. Üsküdar Üniversitesi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Anabilim Dalı, Klinik Psikoloji Programı, Yüksek Lisans Tezi.*
- Hamurcu, P., Öner, C., Telatar, B., Yeşildağ, Ş. (2015). Obezitenin Benlik Saygısı ve Beden Algısı Üzerine Etkisi, *Türkiye Aile Hekimliği Dergisi*, 19(3):122-129.

- Harmancı, B. (2018). Vücut Geliştiren Erkeklerde Kas Algısı Bozukluğu, Narsisistik Kişilik Özellikleri. Yakın Doğu Üniversitesi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Klinik Psikoloji Ana Bilim Dalı. Doktora Tezi.
- Hart, T. A., Flora, D. B., Palyo, S. A., Fresco, D. M., Holle, C., ve Heimberg, R. C. (2008). Development and Examination of the Social Appearance Anxiety Scale Assessment, 15, 48-59.
- Heimberg, R. G., Horner, K.J., Juster, H.R., Safren, S.A., Brown, E.J., Schneier, F.R. ve Liebowitz, M. R. (1999). Psychometric Properties of the Liebowitz Social Anxiety Scale. *Psychol. Med.*, 29, 199-212.
- Kaewpradub, N., Kiatrungrit, K., Hongsanguansri, S. ve Pavasuthipaisit, C. (2017). Association among Internet Usage, Body Image and Eating Behaviors of Secondary School Students. *Shanghai Archives of Psychiatry*, 29(4), 208–217.
- Kara, A. (2016). Sosyal Görünüş Kaygısı ile Utangaçlık Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (1), 95-106.
- Karaboğa, M. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Bir Sosyalleşme Alanı Olarak Sosyal Medya Hakkındaki Görüşleri. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14 (3), 912-936.
- Kılıç, S. (2013). Örneklem Yöntemleri. *Journal of Mood Disorders*. 3. 44-46.
- Kılıç, M. (2015). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Görünüş Kaygıları ile Benlik Saygıları ve Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, Selçuk Üniversitesi, *Sağlık Bilimler Enstitüsü*, Yüksek Lisans Tezi.
- Kılıç, M., Karakuş, Ö. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Görünüş Kaygıları ile Benlik Saygıları ve Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Journal of Human Sciences*, 13(3), 3837-3852.
- Kır, G. (2008). İnternet ve Gençlik Kimliği. İzmir: Şenocak Yayınları.

- Kıranoğlu, O. (2018). Sosyal Medyada Yapılan Yorumların Tüketici Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Bartın İli Uygulaması. Bartın Üniversitesi *Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı* Yüksek Lisans Tezi.
- Kim J. W. ve Chock T.M. (2015). Body Image 2.0: Associations between Social Grooming on Facebook and Body Image Concerns. *Computers in Human Behavior Journal*. 2015, 48: 331– 339.
- Koçak, N. G. (2012). Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışlarının ve Motivasyonlarının Kullanımlar ve Doyumlar Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir’de Bir Uygulama. Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi *Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Köseoğlu, Ö. (2013). Sosyal Ağ Sitesi Kullanıcılarının Motivasyonları: Facebook Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk İletişim*, 7 (2), 58-81.
- Koçak, H.ve Memiş, K. (2018). Bilgi Toplumunda Korku: Bilgi Güvenliği ve Risk Toplumunu. Afyon Kocatepe Üniversitesi, *Sosyal Bilimler Dergisi*. 1-10.
- Lauretto, M., Stern, R., Ribeiro, C. ve Stern, J. (2019). Haphazard Intentional Sampling Techniques in Network Design of Monitoring Stations. *Proceedings*. 33. 12. doi:10.3390/proceedings2019033012.
- Leary, M. R., Kowalski, R. M. ve Campbell, C. D. (1988). Self-presentational concerns and social anxiety: The role of generalized impression expectancies. *Journal of Research in Personality*. Vol. 22 / 3. doi:10.1016/0092-6566(88)90032-3.
- Levinson, D. J. (1986). A conception of adult development. *American Psychologist*, 41(1), 3–13.
- Lew, A. M., Mann, T., Myers, H., Taylor, S., Bower, J. (2007). Thin-Ideal Media and Women’s Body Dissatisfaction: Prevention Using Downward Social Comparisons on Non-Appearance Dimensions. *Sex Roles*, 57(7-8): 543- 556.



- Markey, C. ve Gillen, M. (2016). Body Image. *Encyclopedia of Adolescence*. doi:10.1007/978-3-319-32132-5\_25-2.
- Marangoz, M., Yesildag, B. ve Arıkan S. I. (2012). A Research on Web and Social Network Sites of E-commerce Enterprises by Content Analysis Method. *Journal Of Internet Applications and Management*. 3. 53-78. doi: 10.5505/iuyd.2012.87597.
- Mind Booster Noori. (2008). What is Web 3.0. Erişim adresi: <http://mindboosternoori.blogspot.com/2007/08/what-is-web-30.html>. Erişim tarihi: 05/03/2020.
- Mineka S. ve Zimbarg R. A. (2006). Contemporary Learning Theory Perspective on the Etiology of Anxiety Disorders: It's not what you thought it was. *American Journal of Psychology*, 61, 10-26.
- Nuttall, F. (2015). Body Mass Index. *Nutrition Today*. 50. 1.
- Oğuzhanoğlu, N., Ugurlu, T. ve Bayraktutan, M. (2020). Sosyal Anksiyete Bozukluğunda Sempatik Deri Yanıtının Aleksitimi ve Empati Becerisi ile İlişkisi. *Klinik Psikiyatri Dergisi*; 22:452-462
- Öksüz, Y. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Özerklik Düzeyleri ile Vücut Algıları Arasındaki İlişki. *Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28, 69-77.
- Özcan, H., Subaşı, B., Budak, B., Çelik, M., Gürel, Ş. ve Yıldız, M. (2013). Ergenlik ve Genç Yetişkinlik Dönemindeki Kadınlarda Benlik Saygısı, Sosyal Görünüş Kaygısı, Depresyon ve Anksiyete İlişkisi. *Journal of Mood Disorders*, 3, 107-13.
- Özdemir, S. ve Erdem, R. (2016). Sosyal Medyanın Örgüt İçi İletişimdeki Rolü. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 20 (5), 247-270.
- Özkan, Y. (2017). Ergenlerde Sosyal Görünüş Kaygısı ile Duygusal Yeme Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi,.

- Öztürk, A. (2014). Sosyal Kaygıyı Açıklayan Yaklaşımlar. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(48), 15-26.
- Öztürk M. F., Talas, M. (2015). Sosyal Medya Ve Eğitim Etkileşimi. *Zfwt*, 7(1).
- Özge, F. (2013). İlköğretim II. Kademe Öğrencilerinin Sosyal Görünüş Saygıları ile Benlik Saygıları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi (Üsküdar İlçesi Örneği). T.C. Yedi Tepe Üniversitesi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Yüksek Lisans Tezi.
- Robinson, L., Prichard, I., Nikolaidis, A., Drummond, C., Drummond, M. ve Tiggemann, M. (2017). Idealised Media Images: The Effect of Fittspiration Imagery on Body Satisfaction and Exercise Behaviour. *Body Image*. 22: 65–71.
- Sağbaş, E. A., Ballı, S. ve Şen, F. (2016). Sosyal Medya ve Gençler Üzerindeki Etkileri. Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi, At Marmaris/Muğla.
- Seki, T. ve Dilmaç, B. (2015). Predictor Relationships Between the Adolescents have and their Levels of Subjective Well-Being and Social Appearance Anxiety: A Model Proposal. *Eğitim ve Bilim*, 40(179), 57-67.
- Spielberger, C. D., Gorsuch, R. L., Lushene, R. E. (1970). Manual for the State-Trait Anxiety Inventory (Self-Evaluation Questionnaire). Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press.
- Tekayak, H.V. (2017). Sağlıkta Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinin Geliştirilmesi ve Aile Hekimlerinin Sosyal Medya Kullanımlarının Kişisel ve Mesleki Gelişimlerine Etkilerinin Değerlendirilmesi Uzmanlık tezi, Çukurova Üniversitesi.
- Tezcan, B. (2009). Obez Bireylerde Benlik Saygısı, Beden Algısı ve Travmatik Geçmiş Yaşantılar. T.C. Sağlık Bakanlığı Bakırköy Prof. Dr. Mazhar Osman Ruh Sağlığı ve Sinir Hastalıkları Eğitim ve Araştırma Hastanesi, Uzmanlık Tezi.

- Ticaret.org. (2013). Sosyal Medyanın Tanımı ve Önemi Nedir? Erişim Adresi: <https://www.eticaret.org/sosyal-medyanin-tanimi-ve-onemi-nedir>.  
Erişim Tarihi: 02/04/2020.
- Tiggemann, M. ve Slater, A. (2014). Net Tweens: The Internet and Body Image Concerns in Preteenage Girls. *The Journal of Early Adolescence*, 34(5), 606-620.  
<https://doi.org/10.1177/0272431613501083>.
- Tohumcu, M. E., Karşlı, T. E., Bahadır, E. Ve Kalender, B. (2019). Akıllı Telefon Bağımlılığı ve İnternet Bağımlılığı İle Benlik Saygısı ve Yalnızlık Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. Aralık 2019, Cilt 21, Sayı 2 (773-787). doi: 10.26468/Trakyasobed.545391.
- Türkçapar, H. M. (1999). Sosyal Fobinin Psikolojik Kuramı. *Klinik Psikiyatri Dergisi*, 2(4), 247-253.
- Tütar, R. ve Kahraman, S. (2018). Sosyal Medya Kullanıcılarının Sosyal Görünüş Kaygısı ve Mutluluk Açısından İncelenmesi. *International Dmitri Yavoronitski European Congress on Social Sciences*.
- Tütüncü, İ. ve Erdoğan, Ö. (2015). Üniversite Öğrencilerinin Beden Algısı, Yeme Tutumu ve Yakın İlişki Kurma Düzeyleri Arasındaki İlişki. *International Refereed Academic Journal of Sports*. 89-89. doi:10.17363/Sstb.20151714052.
- Uğurlu N. ve Akın H. (2010). Muğla Sağlık Yüksekokulu Öğrencilerinin Beden Benlik Algısı ve Psikolojik Sıkıntı Belirtileri ile İlişkisi. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*. 47-38.
- Uslu, D. (2019). Bedeni Beğenme - Sosyal Yetkinlik Arasındaki İlişkilerin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. İstanbul Gelişim Üniversitesi, Psikoloji Anabilim Dalı, Klinik Psikoloji Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.

- Ümmet, D. (2007). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Kaygının Cinsiyet Rollerine ve Aile Ortamı Bağlamında İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi, *Eğitim Bilimler Enstitüsü*.
- Vannucci, A., Flannery, K. ve Ohannessian, C. (2017). Social Media Use and Anxiety in Emerging Adults. *Journal of Affective Disorders*. 207. 163-166.
- Wallis, J. (2015). The Effects of Social Media on the Body Satisfaction of Adolescent and Young Adult Females. Kansas State University, *College of Human Ecology, Master Of Science*, Manhattan.
- World Wide Web Consortium (W3C). (2020). Introduction to Web Accessibility. Erişim adresi: <http://www.w3.org/WAI/intro/accessibility.php>. Erişim tarihi: 04/03/2020.
- Yıldırım, E. ve Tastan, N. (2020). Üniversite Öğrencilerinde Narsistik Kişilik Eğilimleri ve Sosyal Görünüş Kaygısının Problemlili İnternet Kullanımı Üzerinde Yordayıcı Rolü. Kırıkkale Üniversitesi, *Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (1), 79-100.
- Yorulmaz, M, Kurutçu, Ş. (2019). Vücut Algısı ve Sosyal Görünüş Kaygısı İlişkisinin İncelenmesi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6 (2), 195-208.
- Zarella, D. (2010). The social Media Marketing Book. Sebastopol, Kanada: O'Reilly.

## EKLER

### Ek 1. Sosyodemografik Özellikler ve Kişisel Bilgi Formu

- 1) Yaşınız Kilonuz Boyunuz
- 2) Cinsiyetiniz
- 3) Eğitim durumu
- 4) Medeni haliniz
- 5) Annenizin eğitim durumu
- 6) Babanızın eğitim durumu
- 7) Olmak istediğiniz ideal kiloda mısınız?  
HAYIR ise olmak istediğiniz ideal kilo nedir?
- 8) Günde kaç saat internet kullanıyorsunuz ?  
1 saatten az ( ) 1 - 2 saat ( ) 3 - 4 saat ( ) 5 - 6 saat ( ) 7 - 8  
saat ( ) 9 saat ve üstü ( )
- 9) İnterneti en çok hangi amaçlar için kullanıyorsunuz?  
Ödev-Araştırma ( ) Film- Müzik-TV ( ) Sohbet- Chat ( ) Oyun ( )  
Sosyal Medya ( ) E-mail ( ) Diğer ( )
- 10) Arkadaşlarınız sizi internet kullanımına yönlendiriyor mu? Evet ( ) Hayır ( )
- 11) Kullandığınız bütün sosyal medya araçlarında ortalama toplam kaç tane arkadaşınız veya takipçiniz olduğunu belirtin.

## Ek 2. Sosyal Kaygı Ölçeği

		Hiç Uygun Değil	Uygun Değil	Biraz Uygun	Uygun	Tamamen Uygun
1	Dış görünüşümle ilgilenmemi rahatsız ederim.					
2	Fotoğrafım çekilirken kendimi gergin hissedirim.					
3	İnsanlar doğrudan bana baktıklarında gerilirim.					
4	İnsanların görünüşümden dolayı benden hoşlanmayacakları konusunda endişelenirim.					
5	Yanlarında olmadığım zamanlarda insanların, görünüşümle ilgili kusurlarımı konuşacaklarından endişelenirim.					
6	Görünüşümden dolayı insanların benimle beraber vakit geçirmek istemeyeceklerinden endişelenirim.					
7	İnsanların beni çekici bulmamalarından korkarım.					
8	Görünüşümün yaşamımı zorlaştıracağından endişe duyarım.					
9	Karşıma çıkan fırsatları görünüşümden dolayı kaybetmekten kaygılanırım.					
10	İnsanlarla konuşurken görünüşümden dolayı gerginlik yaşarım.					
11	Diğer insanlar görünüşümle ilgili bir şey söylediklerinde kaygılanırım.					
12	Dış görünüşümle ilgili başkalarının beklentilerini karşılayamamaktan endişeleniyorum.					
13	İnsanların görünüşümü olumsuz olarak değerlendirecekleri konusunda endişelenirim.					
14	Diğer insanların görünüşümdeki bir kusurun farkına vardıklarını düşündüğümde kendimi rahatsız hissedirim.					
15	Sevdiğim kişinin görünüşümden dolayı beni terk edeceğinden endişe duyuyorum.					
16	İnsanların görünüşümün iyi olmadığını düşünmelerinden endişeleniyorum.					

**Ek 3. Beden Algısı Ölçeği**

Bu ankette yapmanız gereken bir beden özelliğiniz hakkındaki duygularınızı bu ifadelere göre değerlendirmektir. İnsanların kendi bedenleri hakkında nasıl duygulara sahip olduğunu belirlemek amacıyla geliştirilmiştir. Aşağıdaki maddeleri sizin için en uygun olabilecek şekilde işaretleyin.

	<b>Çok Beğeniyorum</b>	<b>Oldukça Beğeniyorum</b>	<b>Kararsızım</b>	<b>Pek Beğenmiyorum</b>	<b>Hiç Beğenmiyorum</b>
<b>1. Saçlarım</b>					
<b>2. Yüzümün rengi</b>					
<b>3. İştahım</b>					
<b>4. Ellerim</b>					
<b>5. Vücudumun kıl dağılımı</b>					
<b>6. Burnum</b>					

#### **Ek 4. Aydınlatılmış Onam**

Bu çalışma, Yakın Doğu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Programı tarafından gerçekleştirilen bir çalışmadır.

Bu çalışmanın amacı beden algısı ve sosyal kaygıyı incelemektir. Çalışmaya katılımı gönüllülük esastır.

Anket tamamen bilimsel amaçlarla düzenlenmiştir. Size ait bilgiler kesinlikle gizli tutulacaktır. Çalışmadan elde edilen veriler yalnızca istatistik veri olarak kullanılacaktır. Yanıtlarınızı içten ve doğru olarak vermeniz bu anket sonuçlarının toplum için yararlı bir bilgi olarak kullanılmasını sağlayacaktır.

Telefon numaranız anketörün denetlemesi ve anketin uygulandığını belirlenmesi amacıyla istenmektedir.

Yardımlarınız için çok teşekkür ederim.

Psikolog, Dilara Ezgi YILMAZ

Yukardaki bilgileri ayrıntılı biçimde tümünü okudum ve anketin uygulanmasını onayladım. İsim:

İmza:

Telefon:



## **ÖZGEÇMİŞ**

Dilara Ezgi Yılmaz, 01 Ocak 1990 tarihinde Mersin' de doğdu. 2011-2016 yılları arasında Orta Doğu Teknik Üniversitesi'nde Psikoloji lisans eğitimini tamamladı. Lisans eğitimi sürecinde Mersin Devlet Hastanesinde ve Mersin Toros Devlet Hastanesinde stajyer psikolog olarak görev yaptı. Mezun olduktan sonra Bilişsel ve Davranışsal Terapi, Cinsel Terapi, Şema Terapi eğitimlerinin yanı sıra Çocuk Testleri ve Çocuk Resim Yorumlama eğitimleri ile sertifika programlarına katıldı ve uygulayıcı olarak yetkinlik kazandı. 2017 yılında Yakın Doğu Üniversitesi Klinik Psikoloji Yüksek Lisansı' na kabul edildi. Anadolu Lisesinde Rehber öğretmen olarak görevine devam etmektedir.

## İNTİHAL RAPORU

### SOSYAL MEDYA KULLANAN GENÇ YETİŞKİN BİREYLERDE BEDEN ALGISI VE SOSYAL GÖRÜNÜŞ KAYGISININ İNCELENMESİ Dilara Ezgi YILMAZ

#### ORJİNALLİK RAPORU

% <b>10</b> BENZERLİK ENDEKSİ	% <b>5</b> İNTERNET KAYNAKLARI	% <b>2</b> YAYINLAR	% <b>10</b> ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ
----------------------------------	--------------------------------------	------------------------	---------------------------------

#### BİRİNCİL KAYNAKLAR

<b>1</b>	Submitted to Beykent Universitesi Öğrenci Ödevi	% <b>3</b>
<b>2</b>	Submitted to The Scientific & Technological Research Council of Turkey (TUBITAK) Öğrenci Ödevi	% <b>1</b>
<b>3</b>	Submitted to Fort Worth Academy of Fine Arts Öğrenci Ödevi	% <b>1</b>
<b>4</b>	<a href="http://www.saglikcalisanisagligi.org">www.saglikcalisanisagligi.org</a> İnternet Kaynağı	% <b>1</b>
<b>5</b>	<a href="http://docs.neu.edu.tr">docs.neu.edu.tr</a> İnternet Kaynağı	% <b>1</b>
<b>6</b>	Submitted to Istanbul Gelisim University Öğrenci Ödevi	<% <b>1</b>
<b>7</b>	<a href="http://acikerisim.isikun.edu.tr:8080">acikerisim.isikun.edu.tr:8080</a> İnternet Kaynağı	<% <b>1</b>
<b>8</b>	<a href="http://burkonturizm.com">burkonturizm.com</a>	

## ETİK KURUL ONAYI



21.05.2020

Sayın Dilara Ezgi Yılmaz

Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu'na yapmış olduğumuz YDÜ/SB/2020/610 proje numaralı ve "Sosyal Medya Kullanan Genç Yetişkin Bireylerde Beden Algısı ve Görünüş Kaygısının İncelenmesi" başlıklı proje önerisi kurumumuzca değerlendirilmiş olup, etik olarak uygun bulunmuştur. Bu yazı ile birlikte, başvuru formumuzda belirttiğiniz bilgilerin dışına çıkmamak suretiyle araştırmaya başlayabilirsiniz.

Doçent Doktor Direnç Kanol

Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu Raportörü

*Direnç Kanol*

|

**Not:** Eğer bir kuruma resmi bir kabul yazısı sunmak istiyorsanız, Yakın Doğu Üniversitesi Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu'na bu yazı ile başvurup, kurum başkanının imzasını taşıyan resmi bir yazı temin edebilirsiniz.