



**YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
KLİNİK PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI**

**GENÇ YETİŞKİNLERDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI
FİZİKSEL BENLİK ALGISI VE SOSYAL GÖRÜNÜŞ KAYGISI
ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Cemile YILDIRIM

Lefkoşa

Haziran, 2025

**YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
KLİNİK PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI**

**GENÇ YETİŞKİNLERDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI
FİZİKSEL BENLİK ALGISI VE SOSYAL GÖRÜNÜŞ KAYGISI
ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Cemile YILDIRIM

**Tez Danışmanı
Yrd. Doç. Dr. Ayşe BURAN**

**Lefkoşa
Haziran, 2025**

Onay

Cemile YILDIRIM tarafından hazırlanan “Genç Yetişkinlerde Sosyal Medya Kullanımı Fiziksel Benlik Algısı ve Sosyal Görünüş Kaygısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” başlıklı tez, kapsam ve nitelik açısından kalite standartlarına uygunluğu ile ilgili Klinik Psikoloji Anabilim Dalında Yüksek Lisans Tezi olarak 20/06/2025 tarihinde kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri

Adı – Soyadı

İmza

Jüri Başkanı: Yrd. Doç. Dr. Gizem Öneri Uzun

Jüri Üyesi: Yrd. Doç. Dr. Fahriye Balkır

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Ayşe Buran

Anabilim/ Anasanat Dalı Başkanı Onayı

20/06/2025

Doç. Dr. Meryem KARAAZİZ

Anabilim Dalı Başkanı

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Onayı

.../06/ 2025

Prof. Dr. Kemal Hüsnü Can Başer
Enstitü Müdürü

Etik İlkelerle Uygunluk Beyanı

Bu tezin içinde sunduğum verileri, bilgileri ve belgeleri akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi; tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu; çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce, sonuç ve bilgilere bilimsel etik kurallar gereği olarak eksiksiz şekilde uygun atıf yaptığımı ve kaynak göstererek belirttiğimi beyan ederim.

Cemile YILDIRIM

.../06/2025

Teşekkür

Lisans ve Yüksek Lisans döneminden itibaren yanımda olan bilgi ve tecrübeleriyle yol gösterip ışık tutan değerli tez danışmanım Yrd. Doç. Dr. Ayşe Buran'a

Tez çalışmam sürecinde bilgi, deneyim ve desteğiyle bana yol gösteren, akademik gelişimime büyük katkılarda bulunan değerli hocam Prof. Dr. Ece Müezzini'e

Verilerimi toplamam konusunda yardımcı olan değerli hocam Uzm. Klinik Psk. Özge Sarıca Acaröz'e

Maddi ve Manevi olarak desteğini her zaman hissettiğim değerli babam Mehmet Yıldırım'a sevgisini ve başaracağıma her zaman inandıran annem Mukatter Yıldırım'a Her zaman yanımda olan kardeşim Hasan Hüseyin Yıldırım'a

En başından itibaren Yüksek lisansa başlama konusunda destek olan tüm süreç boyunca sıkıntılarımı çeken, meslektaşım Psk. Mertcan Atakan'a

Lisans Yıllarımdan itibaren hep yanımda desteklerini hissettiğim, meslektaşlarım Psk. Şule Köken, Psk. Esma Yıldız ve Psk. Adem Kaplan'a teşekkürlerimi iletirim.

Cemile YILDIRIM

Özet

Genç Yetişkinlerde Sosyal Medya Kullanımı Fiziksel Benlik Algısı ve Sosyal Görünüş Kaygısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Yıldırım, Cemile

Yüksek Lisans, Klinik Psikoloji Anabilim Dalı

Haziran 2025, 79 sayfa

Bu araştırmanın amacı; Genç yetişkinlerde sosyal medya kullanımı fiziksel benlik algısı ve sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişkisini incelemektir. Bu çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmanın grubu 2024-2025 tarihleri arasında sosyal medya kullanan genç yetişkin bireylerden oluşmaktadır. Araştırma verileri amaca yönelik örneklem yöntemi ile 18 yaş ve üzeri 391 katılımcıdan oluşmaktadır. Veri toplama araçları olarak Sosyo- demografik bilgi formu, sosyal medya kullanım amaçları ölçeği (SMKAÖ), Fiziksel benlik ölçeği (FBÖ) ve Sosyal görünüş kaygısı ölçeği (SGKÖ) kullanılmıştır. Araştırmanın analizleri sonucunda sosyal medya kullanımı ve sosyal görünüş kaygısı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Sosyal görünüş kaygısı ve fiziksel benlik arasında ise anlamlı ve negatif yönlü ilişki bulunmuştur. Sosyal medya kullanım süresini daha az geçirenlerin sosyal görünüş kaygısının daha düşük olduğu, bu alanda daha fazla araştırma yapılması ve genç yetişkinlerde sosyal medya kullanımlarına yönelik stratejik müdahaleler geliştirilmesi etkili olacağı öngörülmektedir.

Anahtar kelimeler: sosyal medya kullanımı, fiziksel benlik algısı, sosyal görünüş kaygısı.

Abstract

Investigation of the Relationship Between Social Media Use, Physical Self-Perception and Social Appearance Anxiety in Young Adults

Yıldırım, Cemile

MSc Department of Clinical Psychology

June 2025, 79 pages

The aim of this study is to examine the relationship between social media use, physical self-perception, and social appearance anxiety in young adults. In this study, the relational survey model, one of the quantitative research methods, was used. The research group consists of young adult individuals who used social media between 2024 and 2025. The research data were obtained from 391 participants aged 18 and over through a purposive sampling method. Socio-demographic information form, Social Media Usage Purposes Scale (SMUPS), Physical Self-Perception Scale (PSPS), and Social Appearance Anxiety Scale (SAAS) were used as data collection tools. As a result of the analyses, statistically significant relationships were found between social media use and social appearance anxiety. A significant and negative relationship was found between social appearance anxiety and physical self-perception. It is predicted that individuals who spend less time on social media experience lower levels of social appearance anxiety, and that conducting more research in this area and developing strategic interventions for social media use in young adults will be effective.

Keywords: social media use, physical self-perception, social appearance anxiety

İçindekiler

Onay	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.
Etik İlkelerle Uygunluk Beyanı	ii
Teşekkür.....	iii
Özet	iv
Abstract	v
İçindekiler	vi
Tablolar Listesi	ix
Kısaltmalar	x

BÖLÜM I

Giriş.....	1
Problem Durumu	2
Araştırmanın Amacı	2
Alt Amaçlar.....	3
Araştırmanın Önemi	3
Araştırmanın Sınırlılıkları	4
Tanımlar	4

BÖLÜM II

Kavramsal/Kuramsal Çerçeve ve İlgili Araştırmalar	5
Sosyal Medya Kullanımı	5
Sosyal Medya Araçları	6
Facebook.....	6
Twitter (X)	6
WhatsApp	7
Instagram	7
Tik Tok	7
Sosyal Medya Kullanımının Toplumsal Etkisi	7
Sosyal Medyanın Psikolojik Bozukluklara Etkisi	9
Sosyal Medya Kullanımını Açıklamaya Yönelik Kuramlar	10
Sosyal Karşılaştırma Kuramı	10
Bağlanma Kuramı	10
Fiziksel Benlik Algısı	11
Düşük ve Yüksek Fiziksel Benlik Algısı	12

Fiziksel Benlik Algısı ve Sosyal Medya Kullanımına Etkisi	13
Fiziksel Benlik Algısının Psikolojik Bozukluklara Etkisi	14
Fiziksel Benlik Algısını Açıklamaya Yönelik Kuramlar.....	15
Sosyal Görünüş Kaygısının Sosyal Medya Kullanımına Etkisi	18
Sosyal Görünüş Kaygısını Açıklamaya Yönelik Kuramlar	19
İlgili Araştırmalar	20

BÖLÜM III

Yöntem.....	23
Araştırma Modeli	23
Evren ve Örneklem.....	23
Veri Toplama Araçları.....	25
Sosyo-demografik Form	25
Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği	25
Fiziksel Benlik Ölçeği	26
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği.....	26
Verilerin Analizi ve Yorumlanması	27
Çalışma Planı.....	28

BÖLÜM IV

Bulgular.....	29
---------------	----

BÖLÜM V

Tartışma	38
----------------	----

BÖLÜM VI

Sonuç ve Öneriler.....	43
Sonuç	43
Öneriler.....	44
Araştırma Sonuçları Doğrultusunda Geliştirilen Öneriler	44
İlerideki Çalışmalara Yönelik Öneriler.....	44
Kaynakça.....	46
Ekler.....	58
Ek 1. Aydınlatılmış Onam Formu	58
Ek 2. Katılımcı Bilgilendirme Formu.....	59
Ek 3. Sosyodemografik Bilgilendirme Formu	60
Ek 4. Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği (SMKAÖ)	61

Ek 5. Fiziksel Benlik Ölçeği (FBÖ)	62
Ek 6. Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ)	63
Ek 7. Ölçek İzinleri	64
Ek 8. Etik Kurul İzin Formu.....	65
Ek 9. İntihal Raporu	66
Özgeçmiş.....	67

Tablolar Listesi

	Sayfa
Tablo 1 Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerinin Dağılımı	24
Tablo 2 Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği, Fiziksel Benlik Ölçeği ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Puanlarının Normallik Testleri	27
Tablo 3 Katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Puanları	29
Tablo 4 Katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Puanlarının Sosyo- Demografik Özelliklere Göre Karşılaştırılmaları	29
Tablo 5 Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği Puanları	31
Tablo 6 Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği Puanları ile Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Puanlarının Arasındaki İlişkiler.....	32
Tablo 7 Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği Puanlarının Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Puanları Yordaması	33
Tablo 8 Katılımcıların Fiziksel Benlik Ölçeği Puanları	33
Tablo 9 Katılımcıların Fiziksel Benlik Ölçeği Puanları ile Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Puanlarının Arasındaki İlişkiler	34
Tablo 10 Katılımcıların Fiziksel Benlik Ölçeği Puanlarının Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Puanları Yordaması.....	35
Tablo 11 Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği ve Fiziksel Benlik Ölçeği Puanlarının Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Puanları Yordaması	36

Kısaltmalar

FBÖ	: Fiziksel Benlik Ölçeği
SGKÖ	: Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği
SMKAÖ	: Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği

BÖLÜM I

Giriş

İnternet, yalnızca bir teknoloji değil; insanlığın bilgiyle, iletişimle ve birbiriyle kurduğu ilişkiyi kökten dönüştüren dijital bir dönüm noktasıdır. Bu dönüşüm aşamalarından biri olan Web 2.0 ile, kullanıcılar artık sadece içerik tüketen değil; aynı zamanda içerik üreten, paylaşan ve dijital kimliğini şekillendiren bireyler haline gelmiştir (Kaplan ve Haenlein, 2010).

Sosyal medya ise bireylerin içerik ürettiği, bilgi haber edinme, eğlence vakit geçirme, oyun oynama gibi yazılar ve videolar, fotoğraf yükledikleri çeşitli platformlardan oluşmaktadır. Platformlarında çoğalması ve gelişmesiyle birlikte bireylerin sosyal medya kullanımı gün geçtikçe artmaktadır. Bu platformların birkaçı ise Instagram, WhatsApp, Facebook, Twitter(X), Tik Tok gibi uygulamalardan oluşmaktadır (Kara,2013).

Her uygulamanın kendine özgü kullanım araçları olmaktadır. Sosyal medya sadece bulunduğu kültürün değil farklı kültür ve toplumlarla da kolay iletişim ve etkileşimde sağlamaktadır. Bireylerin gündelik yaşantılarında sosyal medya kullanımı köklü bir şekilde değişiklikler yapılabilmektedir. Eğitim öğretim alanında öğrencilere katkıda bulunmaktadır. Yetişkinlerin iş, haber ve bilgi alma gibi alanlarını da desteklemektedir (Öztürk, 2014). Sosyal medyada bir içerik paylaşılması milyonlarca kişiye anında etki edebilmektedir. Bu durumda sosyal medya kullanımının hızlı bir şekilde globalleştiğini göstermektedir. Hızlı ve etkili bir iletişim sağlarken siber suçlar ve zorbalıkların ortama girmesiyle olumsuz sonuçlar oluşturabilmektedir (İlgaz Büyükbaykal ve Temel, 2019).

Sosyal medya kullanımının avantajları ve dezavantajları bulunmaktadır. Bireylerin toplumsal konularda fikirlerini paylaşması, bilgi aktarımı avantaj sayılsa da sosyal medyada eğlence, vakit geçirme yönelik artıştan dolayı bireyin gerçek ortamdan kendini uzaklaştırıp sanal ortama bağlanması dezavantaj sayılmaktadır (Çömlekçi ve Oğuz, 2019). Bu durum bireylerde sosyal medya bağımlılığını etkileyerek benlik algılarında bozulmaya yol açmaktadır. Bunun sebepleri düşünüldüğünde Birey sosyal medyada vakit geçirdikçe zamanın farkında olmamaktadır. Saatlerce veya gün boyunca sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanmaktadır. Aile ilişkileri, İş ve çevre ilişkileri zayıflamaya başlamaktadır.

Sonucun da sosyal medya kullanımının bilinçsiz bir şekilde olması olası sonuçlar oluşturulacağı düşünülmektedir (Güleç, 2018).

Problem Durumu

Genç yetişkinlerde sosyal medya kullanımının yoğunlaşması ve popüler kültüründe artmasıyla birlikte sosyal medya kullanımının genç yetişkinler üzerinde benlik algısı ve sosyal görünüş kaygısı gibi çeşitli problemler oluşturmaktadır. Görünüşleri ve algılamaları ile olumlu ve olumsuz belirtiler tespit edilmiştir. İçerik üreticiler için ürünler hediye gönderilerek avantaj sağlanır. Ürün hakkında deneyim, düşüncelerini topluma yansıtırlar. Ürünün popülerliği artarak genç yetişkinler üzerinde etki oluşturur. Olumlu bir etkide olsa ürünü alamayanlar için sosyal görünüş kaygısı oluşturarak kendilerini yetersiz hissetmektedirler (Uslu, 2021).

Özellikle de genç yetişkinler üzerinde içerik üreticilerin görünüş ve fiziksel olarak giyim, cilt bakım ürünleri gibi çeşitli ürün ve içerik farkındalıkları arttırmaya çalışırken genç yetişkinler üzerinde bireyin kendi fiziğine ve çevresine karşı sosyal görünüşlerinde özgüvensizlik, sosyal ortamlardan uzaklaşma ve görünüşleri üzerinde çok zaman harcamaya başlarlar. Bunun sonucunda sosyal medya baskıları yüzünden bireylerde yeme bozuklukları ile ilişkisi olduğu belirtilmiştir. Fiziksel benlik algılarını ve sosyal görünüş kaygılarını da doğrudan etkilediği görülmektedir (Gül ve Yılmaz Akyüz, 2019).

Fiziksel benlikleri ile ilgili kaygı oluşturmaktadır. Daha çok spor yapma, estetik, botoks işlemleri yaptırma, popüler olan ürünleri satın alma davranışları artar. Birey fiziksel benliğini algılama problem yaşama ve tatmin olmama, daha iyi görünme çabası da oluşarak sosyal görünüş kaygısı artmaya başlar. Bu durum sonucu sosyal medya kullanımının fiziksel benlik algısını ve sosyal görünüş kaygısını oluşturulabileceği düşünülmüştür. Bu doğrultuda Genç Yetişkinlerde sosyal medya kullanımının fiziksel benlik algısı ve sosyal görünüş kaygısı ile ilişkili olup olmadığı araştırılmaya değer bir konu olarak ortaya çıkmaktadır (Kara, 2016).

Araştırmanın Amacı

Sosyal medya kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte bireylerde görünüşleri ve algılamaları ile ilgili olumlu veya olumsuz değişkenler olmaya başlamıştır. Çalışmanın amacı Sosyal medya kullanımının genç yetişkinler üzerinde fiziksel benlik algısı ve sosyal görünüş kaygısı ile olan ilişkisini incelemektir.

Alt Amaçlar

- Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre sosyal görünüş kaygıları farklı mıdır?
- Katılımcıların sosyal medya kullanımları ile sosyal görünüş kaygıları arasında ilişki var mıdır?
- Katılımcıların sosyal medya kullanımları sosyal görünüş kaygılarını yordamakta mıdır?
- Katılımcıların fiziksel benlikleri ile sosyal görünüş kaygıları arasında ilişki var mıdır?
- Katılımcıların fiziksel benlikleri sosyal görünüş kaygılarını yordamakta mıdır?

Araştırmanın Önemi

Sosyal medya kullanımı bireylerin bir parçası olmuş ve toplumsal yaşamın vazgeçilmez haline gelmiştir. Sosyal medya kullanımı bireyi psikolojik sağlığını ve iletişim şekillerini de oluşmasında derin bir etki oluşturmuştur. Bunun sonucunda Genç yetişkin bireyler üzerinde depresif belirtiler oluşmasında temel hazırlanmasında etkili olduğu görülmüştür. Bireylerde fiziksel benlikleri, sosyal görünüşleriyle ilgili olarak risk faktörü oluşturduğu. Yapılan araştırmalarda da sosyal medya kullanımının psikolojik iyi oluşu olumsuz olarak etkilediği belirtilmiştir (İri, 2023). Sosyal medya kullanımı kültürün düşünce ve değerleri etkilediği düşünülmekte olup daha fazla Batı sistemini ele alındığı görülmektedir. Bireylerin kendi toplumuna ve kültürüne uyum sağlaması ve kendi benlik algıları ile ilerlemesi, doğru sosyal medya kullanımı oluşturulması araştırma için önem kazanmaktadır (Kartal, 2012). Sosyal kaygı yaşayan bireyler sosyal medya da kendilerini daha iyi ifade etme, gösterme gibi problemleri daha rahat bir şekilde aktarırlar. Ancak sosyal medya üzerinden de yargılanma korkusu olabileceği de düşünülmektedirler. Bu durumda sosyal görünüş kaygısı olan bireylerin sosyal medyada ve dışarıda daha iyi bir görünüş oluşturma endişesiyle fiziksel benliklerini de etkilemekte ve daha fazla zayıflama, yeme davranışlarının değişmesi, bedenleri ile uğraşı içerisine girmektedirler (Şengönül ve Aydın, 2023).

Bireyin düşünce, davranış, tutumlarını da günlük hayatın içinde etkilemektedir. Birey sosyal medya kullanımına başladığı süre boyunca ne kadar zaman geçirdiğinin fark etmeden saatler boyunca zaman geçirebilmektedir. Bu

yüzden günlük hayatında birçok işi, çevresel olayları da etkileyebilmektedir. Bireyin psikolojik ruh halini de etkileyerek dikkat ve odaklanmada güçlük çekme, yorgunluk hissi gibi belirtiler oluşturmaktadır. Sanal dünyanın içine kapılarak fiziksel benliğini algılamada ve sosyal görünüşüyle ilgili kaygılar ortaya çıkmaktadır (İnce ve Koçak, 2017).

Bu çalışma genç yetişkinler üzerinde sosyal medya kullanımının fiziksel benlik algısı ve sosyal görünüş kaygılarını daha iyi farkına vararak sosyal medya kullanımının doğru kullanılması ve hesaplarının sağlıklı bir şekilde yönetilmesi konusuna yönelik önemli katkılar sağlayabilmektedir (Vardarlıer ve Öztürk, 2020).

Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmanın çalışma grubu 18 yaş üstü kadın ve erkek genç yetişkinlerden oluşmaktadır.

Araştırma Eylül 2024 ve Şubat 2025 arasında toplanan verilerle sınırlıdır.

Araştırmanın bulguları, katılımcıların kullanılan Sosyal medya kullanım amaçları ölçeği, Fiziksel benlik ölçeği, Sosyal görünüş kaygısı ölçeği sosyodemografik formdaki verdiği cevapların doğruluğu ile sınırlıdır.

Tanımlar

Sosyal Medya Kullanımı: Sosyal medya bireylerin içerik, iletişim, bilgi paylaşımı gibi durumları aktarılan çevrimiçi ortamdır. Çeşitli Platformlarda bireyin üye olarak kullanmaya başlamaktadır (Solmaz vd., 2013).

Fiziksel Benlik Algısı: Bireyin kendisini algılaması, fiziksel olarak kendi vücudunu beğenmesi ve psikomotor boyutta kendisini değerlendirmesi olarak belirtilir (Schuch vd., 2021).

Sosyal Görünüş Kaygısı: Birey diğer insanlar üzerinde daha iyi görünmek için olumlu izlenimler oluşturmak isterler. Eğer bu olumlu izlenimi oluşturamayacaklarını düşündükleri zaman ise ortaya kaygı çıkar. Bu durumda da sosyal görünüş kaygısı olarak belirtilir (Doğan vd., 2022).

BÖLÜM II

Kavramsal/Kuramsal Çerçeve ve İlgili Araştırmalar

Çalışmaya ait kavramsal ve kuramsal açıklama, tanımlama ve yapılan çalışmayla ilgili alan yazınılardaki bilimsel çalışmalara ait bilgiler yer almaktadır.

Sosyal Medya Kullanımı

İnternetin oluşmasıyla teknolojik gelişmeler yaşanmaya başlamıştır. Bilgisayar üzerinden internete girebilirken teknolojik aletlerinde yaygınlaşmasıyla telefon, tablet, akıllı saat gibi araçlarda internet erişimi oluşmaktadır. Yüz yüze iletişim kurulurken internet erişimli araç ve gereçler sayesinde online iletişimler de artmaya başlamıştır (Tajudeen vd., 2017). Bu sayede insanlar birbirleriyle iletişim kurarken sosyal paylaşımlar yaparak çeşitli platformlar sayesinde içerik üreterek gördükleri, gezdiği, yerleri paylaşarak sosyal medyayı oluşturmaktadır (Öztürk ve Talas, 2015).

Sosyal medya toplumsal hayatta kolaylık sağlayan bir platform olmaya başlamıştır. Dünyanın her yerinden ulaşılabilir olmasıyla platformlar sayesinde çeşitli toplumlarda farklı kültür ve içeriklere, haberlere ve iş amaçlı da ulaşılabilirliği sağlamayı amaçlanmıştır. Sosyal medyaya ulaşılabilirlik arttıkça sosyal medyada bilgi kirliliği, zorbalıklar da artmaya başlamaktadır. Bu anlamda sosyal medya her yaştan ve her toplumdan bir beğeni ve mesajla çeşitli tepkiler ortaya konulmaktadır (Babacan, 2014).

Toplumsal olarak yüz yüze konuşmaya çekinen insanlar sosyal medya sayesinde açık ve rahat bir şekilde kendilerini ifade edebilir hale gelmiştir. Ancak bu durum arttıkça da insan ilişkilerinde yüz yüze ortamlarda daha çok sosyal kaygı, sosyal anksiyete artmaya da başladığı belirtilmektedir. Negatif yanlarının olması yanı sıra pozitif yanları da bulunmaktadır. Sosyal medya yalnızca iletişim veya eğlence amaçlı değil eğitim amaçlı olarak da yaygınlaşmaktadır (Erol ve Hassan, 2014).

Her kesimden ulaşılabilir hale gelmesi bu anlamda sosyal medya büyük önem taşımaktadır. Sosyal medyanın bir diğer özelliği ise çok hızlı ulaşılabilir az maliyetli ve ücretsiz olması da sosyal medya platformlarına karşı büyük ilgi oluşturmaktadır. Daha fazla sosyal medya platformlar ortaya çıktıkça ve uygulamalar arasında

güncellemeler, yenilikçi gelişmeler artmaya başladıkça sosyal medya kullanımına karşı ilgi her geçen gün kullanıcı ve uygulama indirme daha fazla artarak ilerlemeye devam etmektedir (Çalışkan ve Mencik, 2015).

Sosyal Medya Araçları

Sosyal medya kullanımı arttıkça çeşitli platformlarda çoğalmaya başlamaktadır. Her platformun kendine özgü kullanım amaçları oluşturmaktadır. Hepsinin farklı olarak kullanım şekilleri de değişmektedir. Özellikle de yeni platformlar ortaya çıktıkça çocuk, genç, yetişkin kullanıcılar da bu platformlara göre şekillenip uygulamaları kullanmaktadırlar (Arkün vd., 2013).

En yaygın sosyal medya araçları ele alındığında:

Facebook

Mark Zuckerberg ve arkadaşları tarafından 2004 yılında kurulmuştur. Facebook ilk zamanlarda daha sınırlı kullanıcılarla ilerlerken daha sonra herkese açık bir hale getirilmiştir. Facebook kullanıcıları arttıkça dünyada en çok aratılan sosyal medya aracı haline gelmiştir. Facebook iletişim kurarken, gruplar, topluluk sayfaları kurulabilen gittikçe yeni özelliklerle fotoğraf paylaşımı albüm oluşturma, haberlere ulaşma ve eğitimlerle ilgili bilgilendirme gibi birçok özellik sayesinde herkes tarafından kullanılan bir uygulama haline gelmiştir. Facebook geçmişe kıyasla daha fazla orta yaş üzeri kullanılan bir uygulama haline gelmiş bulunmaktadır (Köseoğlu, 2012).

Twitter (X)

Jack Dorsey tarafından 2006 yılında kurulmuştur. Facebook'tan farklı olarak Twitter (X) kısa mesaj bildirileri olarak 140 ya da daha az kelime sayısı ile sınırlandırılmıştır. Kullanıcı takip ettiği kişiyi seçebilir, sınırlayabilir veya yazılan kısa mesajları tweetleri görebilen bir uygulamadır. Twitter da yazılan kısa mesajlar, olaylar, haberler, günlük konuşmalardan oluşmaktadır. Kullanıcıların olaylara, haberlere hızlı bir şekilde erişebilmesi ve konular hakkında düşüncelerini paylaşması popüler bir hale gelmiştir. İlk başta SMS amacıyla kurulan bu platform sayesinde Twitter geniş kitlelere ulaşmayı başarmıştır (Ovalı, 2020).

WhatsApp

Jan Koum ve Brian Acton Tarafından 2009 yılında kurulmuştur. Karşılıklı iletişimin bire bir olduğu bir uygulama türüdür. Grup konuşmalarının oluşturduğu, sesli yanıt mesaj sistemleri, anlık çevrimiçi mesaj türü hızlı ve arama yapmadan mesajlaşmayı sağlayan bir uygulama türü haline gelmiştir. Daha sonraki yıllarda Facebook ile anlaşıma yaparak video, resim gönderme, görüntülü konuşma ve belge yollama gibi özellikleri de dahil ederek geliştirmiştir. Ücretsiz ve ulaşılabilir olması da kullanıcı kitlesini artırmıştır (Çağlak, 2019).

Instagram

Instagram 2010 yılında ücretsiz bir şekilde Mike Krieger, Kevin Systrom tarafından kurulmuştur. Uygulama ilk başta fotoğraf paylaşma ve efektlerinde olmasıyla popüler bir uygulama haline gelmiştir. Hızlı bir şekilde büyük bir uygulayıcı kitle haline gelmiştir (Carpenter vd., 2020). Uygulamanın bu kadar seçilmesindeki etken pratik, hızlı bir şekilde fotoğraf paylaşılması ulaşılabilir olması önem kazandırmıştır. 2011 yılında ise en iyi mobil uygulama ödülüne layık görülmüştür. Instagram son yıllarda uygulama olarak kendini daha fazla geliştirmeye çalışmaktadır. Yeni gelen özellikler canlı yayın açma, reels oluşturma, efektlerin artması gibi kullanıcıları çekmeyi başarmaktır (Kırıncı ve Gülbak, 2020).

Tik Tok

Tik Tok 2012 yılında Zhang Yiming tarafından kurulmuştur. Kısa video, oyunlar ve hareketli danslar oluşturmalarını sağlamaktadır. Kullanıcılar 3-60 saniyelik içerikler çekebilmektedir. Kullanıcılar canlı yayın açarak diğer katılımcılar tarafından yorumlar, hediyeler almaktadır. Aynı zamanda bir akım olduğu zaman hashtag ve meydan okuma yaparak kullanıcılar akımlara katılmaktadırlar. Son yıllarda Tik Tok popüler hale gelerek 1,5 milyar aktif kullanıcıları bulunmaktadır (Tayfur ve Yıldırım, 2021).

Sosyal Medya Kullanımının Toplumsal Etkisi

Toplumun gelişmesiyle ve teknolojik aletlerinin de gün geçtikçe yenilenmesiyle haber alma, iletişim kurma, sosyal çevre edinme gibi birçok nedenlerden sosyal medya toplumsal olarak önem kazanmaya başlamaktadır. Sosyal medya sadece bir iletişim alanı değil günümüzde eğitim, ticari, gibi alanlarda da

faaliyet kurmaya başlamıştır. Yaşanılan olaylar, sosyal medyada paylaşılan haberler ve içeriklerde toplumsal olarak yönlendirdiği ve etkilediği düşünülmektedir. Sosyal, kültürel ve popüler konuların etkisiyle gündemde olan bir konu olduğunda toplumu etkilediği görülmektedir. Örneğin bir yaşanılan bir olay sonrası paylaşılan sosyal medyada hashtag konuyla ilişkilendirmek ve ön plana çıkarılarak toplumsal olarak yönlendirilmektedir (Zafer ve Vardarlier, 2019).

Sosyal medyanın olumlu ve olumsuz yönü bulunmaktadır. Farklı kültürlerle etkileşim içinde olduklarında o kültürün düşünce yapısı, yeme, içme gibi davranışlarının da diğer toplumlar tarafından da etkilendiği belirtilmiştir. Bu durum bazen olumlu olsa da birey kendi kültüründen de uzaklaştığı için olumsuz olarak da değerlendirilmektedir (Amedie, 2015).

Sosyal medyada kullanıcılar içerik üreterek hedef kitle oluşturduklarında onların ilgisini çekecek günlük yaşam, moda, yeme içme, seyahat, güzellik ve siyaset gibi belirli bir konu oluşturduklarında özen göstererek içerik oluşturmaktadırlar. Sadece kendi kültürlerinde değil farklı kültürlerinde içeriklerine bakarsak sosyal medya kullanıcıları toplumsal olarak etkilendiği görülmektedir (Uluç ve Yarcı, 2017).

Sosyal medya günümüzde kullanıcıların hayatlarının her konumunda ortaya çıkmaktadır. Sosyal medya platformları sayesinde kullanıcılar dünya genelinde herkesle iletişim kurabilmek ve haberleşme bilmektedir. Kullanıcılar bu sayede iş bulabilmekte, eğitim alabilmekte ve farklı alanlarda kendilerini geliştirebilmektedir (Barutçu ve Tomaş, 2013).

Sosyal medyanın en önemli özelliği ise zaman ve mekân ayrımı olmaksızın sosyal medya kullanıcıların aynı ortamda yer almasıdır. Bu sayede sosyal medya toplumsal olarak olumlu olarak da yönlendirdiği düşünülmektedir (Gezgin ve Kırık, 2020).

Sosyal medya toplumun değişmesinde ve yönlendirilmesinde sosyal gelişimi etkileyen en temel faktör olarak da bilinmektedir. Özellikle de öğrenmede çeşitlilik sağlayıp uzaktan eğitim için sosyal medya platformları toplumda önemli bir yere ulaşmaktadır. Bu sayede sosyal medya kullanıcıları arttıkça topluluklar da oluşmaktadır. Sosyal bağları ve iletişimi güçlü ve canlı bir şekilde tutarak sosyal medya da topluma etki etmektedir (Uça Güneş, 2016).

Sosyal Medyanın Psikolojik Bozukluklara Etkisi

Sosyal medya kullanıcıları çeşitli nedenlerden dolayı sosyal medya kullanmaktadır. Eğlence ve vakit geçirme amaçlı, eğitim, öğrenim, ticari amaçlar gibi sosyal medyayı kullanmaktadır. Ancak sosyal medya kullanım sıklığı arttıkça sosyal medya bağımlılığı, internet bağımlılığı da artmaya başlamaktadır. Özellikle de gençler arasında sosyal medya kullanım sıklığı ve amaçlarına yönelik kullanım daha fazla olduğu belirtilmektedir. Gençlerin sosyal medya hesaplarında birbirlerine kullandıkları olumsuz yorumlarında psikolojik olarak olumsuz yönde etkilediği ve günlük kullanımlarının da fazla olduğu zamanda dikkat eksikliği, işlevsel bozukluklar, kolay öfkelenme, onay alma isteği gibi psikolojik semptomlar gösterdiği belirlenmiştir (Bilgin, 2018).

Sosyal medyada kullanıcılar içerik paylaştıkça ve sanal dünyanın etkisinde dışarıya karşı uzaklaşmaya yüz yüze iletişimi daha az hale getirmeye başlayarak sosyal fobi, sosyal medyaya bağımlılığı gibi psikolojik bozukluklar görülmektedir. Bu nedenlerden kaynaklı sosyal medya kullanımı ve bağımlılığı çeşitli psikolojik hastalıkların ortaya çıkmasında rol oynadığı belirtilmiştir (Bilge vd., 2020).

Bireyler günlük kullanımı aştıklarında ve zamanlarının çoğunu sosyal medyada geçirdikleri zaman sosyal medyada paylaştığı içerikler, başka içerikleri takip etmesi, gündemi kaçırma korkusu sosyal medya kullanım sıklığını artıran bir hale gelmektedir Ailesi, arkadaş çevresi gibi bireylerden tepkiler almaktadır. Birey uzaklaşmakta ve yalnızlık duygusu arttıkça da psikolojik semptomlar ortaya çıkmaktadır (Karadağ ve Akçınar, 2019).

Sosyal medya yanlış kullanımı sonrasında aktivitelerden uzaklaşma, günlük egzersizlerden uzaklaşma ve kullanım sıklığının günün bölümünü kaplaması sosyal medya bağımlılığını oluşturmaktadır. Bağımlılık sonrası depresif duyguların ortaya çıkması ve kaygı belirtilerin oluşmasında sosyal medya bağımlılığı depresyonla ilişkisi olduğu belirtilmiştir. Bireyin sosyal medyada yaptığı paylaşımlar ve çevresinde etkileşim içinde olduğu paylaşımlar depresyon belirtilerini ortaya çıkıttığı görülmüştür. Bunun sonucunda sosyal medya kullanımının aşırı olması sonucunda stresle ilişkili olup depresyon ve kaygı durumunu tetiklediği belirtilmektedir (Balcı ve Baloğlu, 2018).

Sosyal Medya Kullanımını Açıklamaya Yönelik Kuramlar

Sosyal medya günümüzde çok daha fazla popüler hale gelmeye başlamıştır. Sosyal medya kullanımı ile ilgili çeşitli araştırmalar yapılmaktadır. Ancak sosyal medya kullanımıyla ilgili net bir kuram belirtilmemiştir. Sosyal medya kullanımını açıklayacak en yakın kuramları ele aldığımızda:

Sosyal Karşılaştırma Kuramı

1954 yılın da Festinger yaptığı çalışmalar sonucunda sosyal karşılaştırma kuramını öne sürmüştür. Bireylerin sadece kendilerine benzer özelliklerle karşılaştırdığını belirtmiştir. Karşılaştırma yapmanın tüm bireyler de evrensel dürtü olduğunu tanımlamaktadır. Karşılaştırma yapan bireyin algılaması, yorumlanmasının değiştiği kıskançlık, korku, kaygı, ilham alma, umutlanma gibi duygularının öne çıktığı tespit edilmiştir (Büyükmumcu ve Ceyhan, 2020).

Sosyal karşılaştırma kuramı bireyler diğer insanların nerede olduğunu bilmek ve kendilerini insanların nasıl ilerlediğini, standartlarını karşılaştırmak istediğini savunmaktadır. Yapılan araştırmalara göre de kendilerini sosyal medya üzerinden sık sık karşılaştırdıkları sosyal görünümünün, hayatlarını ona göre düzene soktukları belirlenmiştir. Sosyal medya araçlarının da karşılaştırma yapmaya açık bir ortam sağlamaktadır (Bayköse ve Esin, 2019).

Bağlanma Kuramı

Bağlanma kuramı 1969 yılında Bowlby tarafından oluşturulmuştur. Bağlanmayı birey doğduğu ilk andan itibaren bakım veren kişiyle bağlandığını vurgulamaktadır. Bir yabancı fark ettiklerinde korku, kaygı gibi tepkiler verildiği görülmüştür. Bağlanma tarzlarının sosyal medya kullanım sürelerini etkilediği görülmüştür. Kaygılı bağlanma yaşayan bireylerin sosyal medya üzerinde daha fazla kabul görme ve onay alma ihtiyacı duyduğu tespit edilmiştir (Taluy, 2021).

Bowlby yetişkinlerde bağlanma kuramını üç farklı kategoriye ayırmıştır. Güvenli bağlanma, kaçınan, kaygılı-kararsız bağlanma olarak tanımlamaktadır. Romantik ilişki yaşayan bireylerin sosyal medyada eşleriyle fotoğraf koyma ve paylaşma eğiliminde olduğu güvenli bağlanma biçimleri oluşturdukları tespit edilmiştir. Genç yetişkin çiftlerin sosyal medyada daha fazla kaygılı bağlanma gösterdikleri belirtilmiştir (Alikılıç vd., 2019).

Fiziksel Benlik Algısı

Fiziksel benlik bireyin nasıl görüldüğü vücut şeklinden, saç tipine kadar oluşan görüntüdür. Tarihler boyunca da insan yaşamında fiziksel görünüm her zaman önem taşımıştır. Günümüzde ise bireyler eskilere göre fiziksel görünümüyle daha fazla ilgilenmektedir. Özellikle de İnternetin yaygınlaşması ve sosyal medyanın da oluşmasıyla rol oynamaktadır (Türk vd., 2022).

Benlik algısı ise kişinin kendini fiziksel olarak nasıl algıladığı olumlu, olumsuz duygulardan oluşmaktadır. Kişinin bir fiziksel engeli olması, duruş bozukluğu olması, göbeği olması, bacaklarının çarpık olması bile kendini fiziksel benlik algısı olarak olumsuz bir duygu hissettirmektedir. Fiziksel olarak bireyin daha ince, çarpık olmayan bacaklar, kaslarının olması da fiziksel benlik algısı olarak olumlu bir şekilde de etkileyebilmektedir (Brennan vd., 2010).

Genel olarak fiziksel benlik kavramına baktığımızda bireyin duygu ve düşüncelerini etkilemekte de olup bireyin kendisine karşı bakış açısının, kendisini ve vücudunu nasıl algıladığı ile ilgilidir. Bireyin benlik algısı güçlendikçe kendine karşı algısı fiziksel olarak görünümü kendini sevmesi de olumlu olarak etkilenmektedir. Benlik algısı, bireyin kendine karşı veya başkalarının bireye karşı oluşturduğu tanımlamışlardır. Örneğin bireyin çocukluk, ergenlik döneminde şişman olması veya kendini fiziksel benlik algısı olarak zayıf ve güçsüz bir şekilde algılanmasına neden olabilmektedir. Aynı zamanda fiziksel benlik kavramı bireyin spor yeteneği, koordinasyon, kuvvet, esneklik gibi psikomotor becerilerinin nasıl algıladığı ve yürüttüğü ile ilgilidir (Rouault vd., 2022).

Fiziksel görünüm her dönemde önemli olmuş ve dönemler arasında da fiziksel görünüm çeşitlilik göstermiştir. Bazı dönemlerde kadınlar orta kilo popülerken şimdiki dönemde daha fit bir görünüm kaslı görünümle sosyal medyanın da etkisiyle önemli bir rol kazanmıştır. Sosyalleşmenin artması ve sosyalleşmek için sosyal medyayı kullanarak orada oluşturdukları fiziksel görünümle filtre ve efektlerle bireyde fiziksel benlik algısına karşı kaygı oluşturmakta ve sanal dünyanın dışında da sosyal medyada göründükleri gibi görünmeyi amaçlamaktadırlar (Önder ve Yaran, 2022).

Birey fiziksel görünümünü iyi şekle getirdiği zaman benlik saygısı da artmaya başlamaktadır. Birey kendini sürekli bir çaba haline sokarak aşırı derecede spor yapma, beslenme düzeyini değiştirme gibi faaliyetler içerisine girmektedir. Eğer çevresindekiler tarafından fiziksel görünümüyle ilgili olumsuz bir cevap aldığında ise

bireyin fiziksel benlik algısına karşı olumsuz ve depresif duygular gelişmeye başlar. Birey doğduğu an itibarıyla daha özgüven ve sevgi dolu, çevresinden görünümüyle ilgili olumlu davranışlarla büyüdükçe de kendi benlik algısı fark ettikçe kendini olduğu gibi kabul görme ve kendi benliği ile ilgili olumlu düşünceler içerisine girmektedir (Aydın ve Yaşartürk, 2020).

Fiziksel benlik algısını bireyin günlük yaşamını, okul hayatını, iş ortamının da etkilediği görülmüştür. Birey kendini ortamda rahatsız, huzursuz bir şekilde hissetmesine o anki ortamda odaklanmasını dikkatini de etkileyebilmektedir. Birey bulunduğu ortamda kendini başkalarının görünümüne karşı kıyaslama, yetersiz hissetmesine de neden olabilmektedir. Fiziksel benlik algısını etkileyen faktörlere baktığımız zaman çocukken kendi kimliği oluştuğu benlik algısının değişmesi, başka çocuklarla kıyaslama, isteklerinin artması çocuğun becerilerinin artması, çevresi tarafından övünülmesi, okulda başarılı olduğu bir alanda yüzme, futbol, Sanat gibi alanlarda başarılı olması sağlıklı bir benlik algısı oluşmasını sağlamaktadır (Babic vd., 2014). Fiziksel faaliyetlerinde yüzme, futbol, basketbol gibi spor faaliyetlerinde kişinin benlik algısının olumlu etkilendiği, kişi görünüm olarak da kendini iyi hissederken, başarı, konsantrasyonun arttığı psikomotor becerilerinin de geliştiği belirtilmiştir. Spor yapan bireylerin benlik saygısını artırdığı için aile ilişkilerinde ve okul başarısında artış olduğu tespit edilmiştir. Ancak yoğun spor yapma, sosyal ortamlardan ger çekilme bireyin sporu bıraktığında kötü bir görünüm olacağına karşı kaygısı, çevresindeki insanların onu algılaması ve bireyin kendini algılama bunlarda özgüveni düşürdüğü ve depresyon, alkol, madde kullanımının riskini oluşturabileceği de aktarılmıştır (Rice vd., 2016). Fiziksel benlik algısı bireyin kendini nasıl hissettiği tanımlamaktadır. Birey kendini ya olumlu fiziksel benlik algısı ya da olumsuz benlik algısı olarak sınıflandırır. Psikolojik olarak da bireyin iyi oluşunu etkileyebilmektedir. Benlik algısı olumsuz ise birey depresif duygu yaşama, sosyal iç çekilme gibi duygular yaşamaktadır. Olumlu benlik algısında birey özgüveni daha yüksek, enerjik duygulardan oluşturmaktadır (Bay ve Yılmaz, 2020).

Düşük ve Yüksek Fiziksel Benlik Algısı

Benlik algısı ruh sağlığı oluşumunda önemli bir rol oynamaktadır. Fiziksel benlik algısı kişinin çevresiyle ve yaşantı biçimi ile orantılı bir şekilde şekillenmektedir. Düşük benlik algısına sahip bireylerde depresyon, yüksek derecede kaygı bulunmaktadır (Alpaslan, 2012).

Düşük benliğe sahip bireyler işlevlerini yerine getirmekten kaçınır, dikkat dağınıklığı, odaklanmada güçlük, sosyal içe çekilme, bedenlerine karşı özgüvensizlik ve utangaçlardır. Yüksek fiziksel benlik algısına sahip bireyler kendilerinden emin, fiziksel görünümünün den memnun gelişime açık bireylerdir. Benlik algısı yüksek bireyler de başarılı olma isteği, zorlukların üstesinden gelebilecek analitik düşünceye sahip olma gibi kendine güvenme gelişime açık bireyler olmaktadır (Mikula vd., 2021).

Fiziksel benlik bireyin kendine ne kadar değer verdiği, kendini nasıl algıladığı ve yaşantısını, sosyal ortamı algılayışı nasıl sürdüreceği ile ilgilidir. Düşük benlik algısına sahip olan bireyler kendilerini olumsuz ve düşük benliğe sahip, düşük görünüme sahip olduklarını düşünürler ve bu düşünceye inanmaktadırlar. Fiziksel benlik algısı düşük bireyler kendilerini daha fazla eleştirirler, cezalandırırlar, görünüşleri üzerinde uğraşırlar (Güneri Yöyen, 2017).

Çevresindeki insanların kendileri hakkında ne düşündükleri üzerine çok fazla üstünde durmaktadırlar. Duygusal ve kırılgan bir yapıya sahip bireylerdir. Düşük Fiziksel benlik algısına sahip bireyler sürekli onay alma ihtiyacı ararlar ve günlük yaşantılarındaki olaylardan etkilenmektedir. Yüksek fiziksel benlik algısına sahip bireyler düşük bireylere göre daha dayanıklıdır. Başarıya ulaşma konusunda hırslı bir yapıya sahiptirler. Yüksek fiziksel benlik algısına sahip bireyler kendilerine verdikleri değeri, saygıyı göstermektedir (Sevim ve Artan, 2021).

Yüksek benlik algısına sahip bireyler akademik alanda da başarılı olduğu belirlenmiştir. Aynı zamanda yüksek benlik algısına sahip bireylerin travmatik olaylar karşısında daha dayanıklı ve duyarlı olduğu tespit edilmiştir. Yüksek benlik algısına sahip bireylerde travmatik olaylar karşısında yüksek depresif duygulanım sergiledikleri baş etme de kontrol altına almakta güçlük çektikleri belirlenmiştir. Akademik alanlarında ise odaklanmada ve psikomotor becerileri açısından daha yetersiz kaldıkları belirlenmiştir (Ataoğlu vd., 2019).

Fiziksel Benlik Algısı ve Sosyal Medya Kullanımına Etkisi

Sosyal medya kullanan ve bağımlı olan bireyler incelendiğinde benlik algısıyla ilişkilendirildiği düşünülmektedir. Bireyin baş etme stratejisi benlik algısıyla kendini nasıl ilişkilendirdiği düşünüldüğü hakkındadır. Eğer birey benlik algısı yüksek ise sosyal medya kullanımında daha iç görülü, sosyal etkileşimi, iyi ilişkiler kurabilme iletişim seviyesi iyi bireylerdir (Sponcil ve Gitimu, 2013).

Fiziksel görünümlerinde sosyal medyada kendi oldukları gibi yansıtırlar. Sosyal medyada benlik algısı yüksek bireyler yapılan eleştiriler karşısında daha iyi algılarlar. Benlik algısı düşük bireyler sosyal medya da bağımlılığa daha yatkın depresif duygular, fiziksel olarak beğenilme onay alma ihtiyacı ve eleştiriye açık olmayan bir durumda oldukları belirlenmiştir (Uzun vd., 2016).

Sosyal medya kullanımı her toplum ve kültürden bireyler kullanabilmektedir. Her bireyin kendine özgü oluşturduğu ideal bir benlik algısı durumu oluşmaktadır. Sosyal medya kullanan bireyler genelde ergenler ve genç yetişkin bireyler de fotoğraf paylaşma, sosyal çevre edinme sosyal çevre ortamı güncel konular hakkında bilgi edinme gibi amaçlardan kullanıldığı belirtilmiştir. Sosyal medya da yapılan eleştiri, zorbalık, sanal taciz gibi durumlar ergenler ve yetişkinlerin benlik algılarının etkilendiğini fiziksel ve psikolojik olarak kendini kötü hissettiği bazı bireylerin bu tür olumsuz duygular yüzünden intihar riski ve depresif duygular oluşturduğu aktarılmıştır (Çınar, 2021).

Sosyal medya kullanıcıları platformda ideal benliklerine ulaşmak için çeşitli filtreler düzenlemeler kullanmaktadır. Daha genç dinamik bir görünüm, fiziksel olarak kaslı, zayıf güzel görünüm oluşturarak içerik oluşturmaktadır. Bu durum ise gerçek benlik algılarını bozmaktadır. Olumlu olarak ise fiziksel aktivite yapan sporcular sosyal medyada iyi örnek oluşturarak spor yapmaya teşvik ederek fiziksel benlik algısını güçlendirdiği tespit edilmiştir (Yaman vd., 2020).

Fiziksel Benlik Algısının Psikolojik Bozukluklara Etkisi

Çocuklukta başlayan benlik algısı çocuğun kendini keşfetmesi kendini algılaması ve çevresinden gördüğü desteklerle fiziksel benlik algısı oluşmaktadır. Giyimi, beslenmesi çevresinden gördüğü ve kendine uyarladığı ideal benliğe ulaşmaya başlamaktadır (Mendo-Lázaro vd., 2017). Sağlıklı ailelerde yetişen bireylerde benlik algısının daha iyi olduğu sosyal çevresiyle iyi bir iletişim kurdukları, bireyin kendi hayatını doğru yönetip kendini sağlıklı bir benlik olarak algıladığı ve iyi oluş gösterildiği belirlenmiştir. Sağlıklı bir ailede büyümeyen ebeveynlerinden birinin kronik fiziksel rahatsızlığı olması bireyin de ileriki zamanlarda fiziksel benlik algısını etkilediği psikolojik sağlığının etkilendiği tespit edilmiştir (Öner ve Arabacı, 2021).

Bireyin çalıştığı veya bulunduğu ortamda taciz, mobbing, psikolojik taciz gibi etkenlerin fiziksel benlik algısını düşürdüğü tespit edilmiştir. Bireyde özgüvensizlik,

aynaya bakma isteğinin azalması, bireyler arası anlaşmazlık iletişimin azalması sosyal çevreden uzaklaşma, kıyafet seçiminde zorluk, çekme, işe gitmek isteme, korku, kaygı, gibi tepkiler ortaya çıktığı belirtilmiştir. Bu belirtiler doğrultusunda depresyon, travma sonrası stres bozukluğu gibi psikopatolojik rahatsızlıklar oluşmak taktadır (Kılıç vd., 2019).

Stres ve kaygının fiziksel benliği etkilediği düşünülmektedir. Ancak fiziksel aktivite yapan bireylerde bu durumla daha kolay baş edebildikleri fiziksel aktivite yapmanın bireylerin benliklerinin gelişmesinde olumlu etkilediği belirtilmiştir. Sporun bireyler üzerinde dayanıklılığı ve kuvveti artırdığı belirlenmiş spor yapmayan bireylerin ise benliklerinin daha düşük olduğu psikolojik belirtilerin oluşmasına daha yatkın oldukları tespit edilmiştir. Egzersiz ve fiziksel benliğin gelişiminde bir bütün olduğu psikolojik iyi oluşun etkili olduğunun önemi vurgulanmıştır (Çelik vd., 2012).

Fiziksel Benlik Algısını Açıklamaya Yönelik Kuramlar

Bireyin benlik algısı doğduğu andan itibaren oluşmaya başlamaktadır. Aile, çevre ve sosyal ilişkileri geliştikçe fiziksel benlik algısı da değişmektedir. Fiziksel benlik algısıyla ilgili araştırmacılar tarafından net bir kuram oluşturulmamıştır. Fiziksel benlik kavramına en yakın kuramları ele aldığımızda:

Nesneleştirme Kuramı

Nesneleştirme kuramına göre Bireylerin doğduğu andan itibaren toplumun dayatmış olduğu güzellik algılarını kabul ederek, büyüyerek şekillendiklerini zorunlu bir sistem olduğunu belirtmektedir. Bedeni utandırma, aşağılama gibide tanımlanmaktadır. İdeal benlik içine ulaşmak isteyen bireyler kaygı seviyelerini artırdığı fiziksel benlik algılarının olumsuz etkilendiği belirtilmiştir (Saltık Duvar ve Baca Biçer, 2024).

Kurama göre bireylerin kendilerini içsel olarak değil dışsal olarak değerlendirdiklerini belirtmiştir. Çünkü başkalarını memnun etmek için kendi bedenlerine önem verdiklerini savunmaktadır. Bu yüzden kendilerini nesneleştirdiğini psikolojik ve sosyal olarak zorluk çektiklerini belirtmektedir (Kılıç Ahmedi ve Şahin, 2021).

Benlik Kuramı

Goffman yaptığı çalışmalar sonucunda benlik kuramını oluşturmuştur. Kuramında aktarmak istediği birbirlerini hiç tanımayan bireylerin belirli bir gözlem ve bilgiler sonucunda birbirleri hakkında belirli bir izlem oluşturduğu belirtmektedir. Bu izlenimler sayesinde benlik algılarının oluştuğunu belirtmektedir. Goffman aynı zamanda bireyin günlük yaşamında bir manken, vitrin gibi performanslarını sunarak fiziksel benlik algılarının oluştuğunu savunmaktadır (Kavut, 2018). Goffman aynı zamanda davranış şekillerinin sahne arkası ve sahne önü olarak adlandırmaktadır. Birey iletişim içindeyken fiziksel benliğini ortaya koyduğunu aralarındaki ilişki bitene kadar sahne arkasını gizlediğini belirtmiştir. Goffman bu durumu bir maske olarak gördüklerini maskenin arkasına saklandıklarını belirtmiştir (Küçükşen Öner ve Fildiş, 2022).

Sosyal Görünüş Kaygısı

Kaygı bireyde korku, endişe hali, huzursuzluk, panik oluşturan duygu durum olarak tanımlanmaktadır. Kaygının fizyolojik ve psikolojik belirtileri bulunmaktadır. Terleme, çarpıntı, mide bulantısı gibi fizyolojik belirtiler oluşur. Psikolojik belirtiler ise ağlamak, yorgun, endişeli hissetmek psikolojik belirtileridir (Özmen ve Çelik, 2024).

Sosyal görünüş kaygısına baktığımızda toplumsal olarak yaşamımızı sürdürdüğümüz andan itibaren sosyal etkileşim içinde olduğumuz bireyler içerisinde ilk olarak fiziksel özellikler dikkat çekmektedir. Her bireyin kendine özgü kendini algıladığı stilleri vardır. Böylelikle birey kendi sosyal görünüşünü oluşturur. Eğer kişi kendi algıladığı bedeni sosyal normlara uymuyorsa vücut şekli, kendi fiziksel özellikleriyle algılama durumu olumsuz bir duygu oluşturmaktadır. Bunun sonucunda bireyde sosyal görünüş kaygısı oluşmaktadır (Yorulmaz ve Kurutçu, 2019).

Bireyler kilo, boyu, vücut şeklinden farklı göz rengi, cilt rengi, yüz hatlarının farklı olması gibi sebeplerden dolayı da sosyal görünüş kaygısı yaşadığını belirtmektedirler. Düşük benlik algısına sahip bireylerde daha fazla sosyal görünüş kaygısı yaşadıkları ve kendileri hakkında insanların olumsuz düşündükleri belirtmektedirler. Yüksek benlik algısında olan bireyler ise sosyal görünüş kaygısı 'ndan daha az etkilendikleri belirtilmiştir (Şimşir vd., 2019).

Bireyin görünüşüne verdiği önem görünümüyle ilgili yaptığı değişiklikler bulunduğu ortamın, kültürün toplumun etkisiyle şekillenmektedir. Çünkü bireyler etkileşim kurdukları bireyler üzerinde olumlu bir etki ve izlenim oluşturmak ister ve davranış şekillerini de buna göre oluştururlar. Ancak Eski zamanlara bakıldığında bireyler kilolu daha dolgun yüz hatları burun şekilleriyle beğenilirken şimdiki zamanda daha zayıf, estetik operasyonları ortaya çıkmaktadır (Bektaş ve Karagöz, 2018).

Birey günlük yaşamında ideal görünüme ulaşmak için makyaj yapma, giyiminde farklılık, saç rengini değiştirme gibi çaba içerisine girer. Eğer birey sosyal görünüşüyle ilgili olumsuz bir değerlendirme alırsa sosyal görünüş kaygısı ortaya çıkmaktadır. Sosyal kaygı ailede anne ve babanın tutumu, aşırı korumacı olması, çevresel ve psikolojik etkenler sebebiyle de ortaya çıkmaktadır. Bireyde sosyal görünüş kaygısı ortaya çıktıkça sosyal ortamlara karşı uzaklaşma yaşar. Birey kendini eve kapatmaya ve dışarı çıkmaya karşı kaçınma davranışında bulunur (Levinson vd., 2013).

Sosyal Medyanın da ortaya çıkmasıyla birlikte birey sosyal medya içerisinde paylaştığı fotoğraflar sonucunda beden imajına karşı olumlu ve olumsuz eleştiriler psikolojik olarak bireyde güvensizlik, değersizlik, yargılanma korkusu ve huzursuzluk oluşturarak sosyal görünüş kaygısını oluşturmaktadır (Boursier vd., 2020).

Sosyal görünüş kaygısına sahip bireylerde yaşadıkları olumsuz olalar sonucu depresif duygularının ortaya çıkması, benliklerinin olumsuz etkilenmesi depresyon riskini de tetiklediği belirtilmiştir (Gündüz ve Sağlam, 2020). Bireyler kendileri hakkında yalnız kaldıklarında da sosyal görünümleriyle Benlik saygısı yüksek olan bireylerde sosyal görünümü insanlar tarafından daha çok kabul gören, beğenilen ve başarılı kişiler oldukları belirlenerek Benlik saygısının oluşması içinde insanlar sosyal görünümleri açısından kabul edilebilir bir hale gelmeye çalışırlar. Daha popüler ve çekici bireylerle etkileşim içinde olmaya çalıştıkları tespit edilmiştir (Özcan vd., 2013).

Bireylerin sosyal görünümünün gelişimine bakıldığında genç yetişkinlik ve ergenlik döneminde olan bireyler sosyal görünüme daha çok önem verdiği ortaya çıkmıştır. Ergenlik döneminde ergen bireylerin sık sık aynaya bakması, yeni giysiler almak isteği, ciltlerine karşı odaklanma, beğenilir ve popüler olma istekleri, beğenilme duyguları gibi sosyal görünümüne odaklandıkları belirlenmiştir

(Barbierik vd., 2020). Aynı zamanda ergenlik ve genç yetişkinliğe geçiş döneminde bireylerin kimlik oluşumunda ve sosyal görünüm belirlenmesinde oluşturdukları sosyal arkadaşlıklar, aile ilişkilerinin de şekillendirdiği belirtilmiştir. Eğer bireyler sosyal görünüşleriyle ilgili olumsuz bir değerlendirme alırsa gün içinde sosyal görünüş kaygısı ve stres içerisinde olabilecekleri belirtilmiştir (Dilmaç ve Yücesoy, 2019).

Sosyal görünüş kaygısı benlik algısı ve özgüveni de etkilediği görülmektedir. Sosyal görünüş kaygısının bireyde beslenme tarzı, yaptığı fiziksel spor aktiviteler, davranış ve iletişim şekillerinin de sosyal görünüş kaygısı arasında ilişkisi olduğu belirlenmiştir (Varol, 2020). Bireyler diğer insanlar tarafından sosyal görünüşleriyle ilgili onların yetersiz, bakımsız, beceriksiz, pasif gibi düşünceyle değerlendirilecek korkusu yaşamaktadırlar. Sağlıklı yaşam süren düzenli aktivite yapan bireylerde sosyal görünüşleri daha iyi olduğu daha az kaygılı ve stresle başa çıkabildikleri belirtilmiştir

Sosyal Görünüş Kaygısının Sosyal Medya Kullanımına Etkisi

Sosyal medya günümüzde sadece eğlence ve zaman geçirme amaçlı değil içerik üretme, eğitim-öğretim, haber alma, alışveriş yapma gibi birçok amaçlar da içine eklenerek dahil olmaktadır. Bireyler sosyal medya sayesinde para kazanılabilir ve birçok içeriğe daha kolay ulaşılabilir hale gelmişlerdir. Sosyal medyada bireyler daha iyi bir görünüm için içerik üreticileri takip ederek yol izlemektedirler (Kocaman ve Kazan, 2021).

Bu durumda bireyde kompulsif çevrim içi satın almayı da arttırdığı ve bu durum sonunda kendilerini anlık olarak sosyal görünüşlerine ulaştığını hissettikleri ancak sonrasında da doyuma ulaşamadıkları tekrardan alışveriş yapma isteği oluşturduğunu belirtilmiştir. Sosyal görünüş kaygısı olan bireylerinde sosyal medyada daha çok vakit geçirdikçe alışveriş yapma isteği arasında ve anksiyete, depresyonla ilişki olduğu belirlenmiştir (Tabak ve Kahraman, 2022).

Sosyal medya sosyal görünüş kaygısını etkileyen dış faktörlerden bir tanesidir. Bireyin güzellik algısını, sosyal görünümü sosyal medya hızlı ve aktif bir şekilde etkilemektedir. Bunun sebebi ise sosyal medya kullanıcılarının profillerine fotoğraf, video, koyarak diğer sosyal medya kullanıcıların düşüncelerine ve fikirlerine açık hale getirirler. Genelde içerik üreten sosyal medya kullanıcıları bu tercihi daha çok kullanırlar. Sosyal medya kullanıcıları olumsuz bir geri dönüt

almamak için bireylerin sosyal medya platformları içerisinde fotoğraflarına efekt uygulayarak daha iyi bir görünür hale getirmektedirler (Özer ve Güzel, 2023).

Sosyal Görünüş Kaygısını Açıklamaya Yönelik Kuramlar

Sosyal görünüş kaygısı için araştırmacıların ortak olarak belirlediği bir kuramsal çerçeve bulunmamaktadır. Ancak belirli olarak sosyal görünüş kaygısını açıklayacak kuramlar geliştirilmektedir. Bu kuramlardan en önemli olanlarını ele aldığımızda:

Sosyal Kimlik Kuramı

1970’li yıllarda John Turner ve Henri Tajfel birlikte yaptıkları çalışmalar sonucu sosyal kimlik kuramını oluşturmuşlardır. Bu kuram bireylerin benlik duygularına yönelik sosyal bir çevrenin üyesi olmasına ilişkin buna karşı oluşturdukları benlik ve sosyal görünümünden kaynaklı bu kuram ortaya çıkmıştır (Işıkkay ve Başçı, 2020). Sosyal kimlik kuramına göre bireyler kendi oldukları gibi değil bulundukları sosyal ortama göre şekillendikleri gibi davrandıkları bunun sonucunda da sosyal kimlikleri oluşturdukları kurama göre açıklanır. Kurduğu sosyal ilişkilerden kaynaklı kişisel kimliklerinin farklı olduğunu savunurlar (Ulutaş ve Hız, 2021).

Sosyal Öğrenme Kuramı

Albert Bandura’nın yaptığı çalışmalarla gözlem yoluyla öğrenmeyi ortaya koymuştur. Bandura bireylerin gözlem ve taklit yoluyla öğrenme süreçlerini oluşturduğunu belirtmektedir. Sosyal öğrenmenin çevresel ve davranışsal etkenlerden oluştuğunu savunmaktadır. Aynı zamanda bu kuram sosyal bilişsel kuram olarak da adlandırılmaktadır. Birey sosyal çevresinden gözlem yaparak taklit ettiği ve sosyal görünüşün de olmasında etkisi olduğu belirtilmiştir (Bahar, 2019). Yüksek statülü olan bireyleri model alanlar taklit etme olasılıklarının daha fazla olduğu düşük statülü olan bireylerde taklit edilme olasılığının daha düşük olduğunu bu kuramda belirtilmektedir. Son dönemde ise gençlerin sosyal medya üzerinden yüksek statülü kişileri takip ederek beden imajlarına daha çok önem verdikleri bu durum sonucunda sosyal görünüş kaygılarının oluştuğu belirtilmiştir (Kızılkaya ve Özkaya, 2023).

İlgili Araştırmalar

Literatürde sosyal medya, fiziksel benlik algısı ve sosyal görünüş kaygısı ile ilgili çeşitli çalışmalar yapılmaktadır. Benlik algısı, fiziksel benlik ve benlik saygısı gibi birçok çalışma yapılmaktadır. Halter Sporcularla yapılan bir literatür çalışmasında bireylerde sakinleştikleri stresi yönetebildikleri ve enerjilerinin artırdığı, dikkatlerini daha rahat toplayabildikleri ve fiziksel benlik algılarının da olumlu yönde etkilediği ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda literatürde bireylerin bu anlamda benlik saygılarının yükselmesi yaşam doyumları, memnuniyetleri arasında da ilişki olduğu tespit edilmiştir (Karademir vd., 2013).

Bireyler vücut algılarına karşı giderek ilgi artmaya devam etmektedir. Bu bağlamda literatürde fiziksel benlik algısıyla ilgili fiziksel olarak daha çekici olan bireylerin %15 oranda daha fazla maddi olarak para kazandıkları belirtilmiştir. Bireyin kişilik özellikleri biraz daha arka planda kaldığı fiziksel algılarının ön plana çıktığı tespit edilmiştir (Köse vd., 2016).

Sosyal medya benlik algısı ve tüketici hakkında yapılan bir literatür çalışmasında bireyin ideal benlik algısını tatmin edebilmek için sosyal medyada gördüğü markaların paylaştığı içerikler ve kampanyalarda alma isteğini artırdığı benlik algıları ile ilgili arasında ilişki olduğu tespit edilmiştir (Zogaj vd., 2021).

. Sosyal görünüş kaygısı insanlık tarihi boyunca var olan bir durumdur. Ancak zamanın gelişmesi, internet ve sosyal medyanın dahil olmasıyla sosyal görünüş kaygısı da artmaktadır. Yapılan literatür araştırmalarına bakıldığında genç yetişkinlerle yapılan bir araştırmada kaygılı bağlanma ve sosyal görünüş kaygısı arasında ilişki olduğu bireyin kaygılı bağlanma puanı arttıkça sosyal görünüşüne daha çok önem verdiği tespit edilmiştir. Bireylerin sosyal görünüş puanları arttıkça da kaçınma stratejileri geliştirdikleri tespit edilmiştir (Özteke Kozan ve Hamarta, 2017).

Son yıllarda ise sosyal medyanın popülerleşmesi ve ilerlemesiyle belirli problemler ortaya çıkmaktadır. Psikolojik olarak olumlu ve olumsuz süreçlerini etkilemektedir. Bu nedenle fiziksel benlik algısı, sosyal görünüş kaygısı ile da ilgili literatür çalışmaları yapılmaktadır (Chae, 2017).

Sosyal medya kullanımının yaygınlaşması ndan dolayı literatürde de bu kavramla ilgili birçok araştırmalar yapılmaktadır. Sosyal medya kullanımı ve kendini gizle, yaşam doyumu arasında yapılan 333 kişilik bir çalışmaya bakıldığında görünümlerini saklamak için kendilerini gizledikleri belirtilmektedir. Araştırmaya

katılan üniversite öğrencilerinin çoğunun kendi kimliklerini kullanarak sosyal medya kullandıkları, cinsiyete göre incelendiğinde ise erkek bireylerin yaşam doyumlarının daha yüksek olduğu sonuç olarak belirtilmiştir (Gölcü vd., 2019).

Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ve olumlu, olumsuz değerlendirilme korkusu incelenmiştir. Çalışma 302 katılımcıdan oluşmaktadır. Çalışmanın sonucuna bakıldığında pozitif yönde bir ilişki bulunmuştur. Kadınların, erkeklere göre sosyal medya bağımlılığın daha yüksek olduğu belirtilmiştir. Sosyal medya kullanımlarının 3-5 saat arasında olduğu tespit edilmiştir (Harmanlı vd., 2019).

Sosyal medya ilgili yapılan bir literatür çalışmasına bakıldığında 2019 yılına göre Türkiye'de en aktif şekilde kullanılan sosyal medya hesapları sırayla; Youtube, Instagram, WhatsApp, Facebook, olarak sıralanmıştır. Türkiye'de sosyal medya kullanan bireylerin yaşlarına bakıldığında ise %24'ünün 18-24 yaş arasında olduğu, %33'ünün ise 25-33 yaş arasında olduğu tespit edilmiştir (Şener ve Yücel, 2020).

Üniversite öğrencilerinde 18-20 yaş arası çoğunluğu erkek öğrencilerden 124 katılımcı ile yapılan bir literatür çalışmada fiziksel benlik algılarının aile ortamları, sosyal çevreleri, sosyoekonomik ve başarı düzeylerinin de etkilediği yaşamlarını da buna göre şekillendirdikleri ve davranışlarının benlik algılarına göre şekillendikleri benlik ve öz saygıları arasında ilişkinin pozitif tespit edilmiştir (Yıldırım ve Atilla, 2020).

Yetişkin bireylerde yapılan sosyal görünüş kaygısı, sosyal kaygı, benlik saygısı ve yaşam doyumu ile ilgili araştırma sonucuna göre aralarında olumlu bir ilişki bulunmaktadır. Fiziksel görünüşün önemli bir rol oynadığı belirtilmiştir. Bunun sonucunda olumsuz geri dönütler ve benlik algısı bozacak olumsuz eleştiriler sonucu sosyal görünüş kaygısı ortaya çıkmaktadır (Ürün ve Şafak Öztürk, 2020).

Sosyal medya da paylaşılan içerikleri, ürünlerin bireyler üzerinde ne kadar etkili olduğu fenomenler üzerinde paylaştıkları ürünler hakkında sosyal medya kullanımında etkili olduğu aktarılmıştır. Sosyal medyada takipçi, sayısının, söylediği mesaj içerikleri ve kullandığı ürünler hakkında bilgilendirme yapmasının sosyal medya kullanıcıları tarafından dikkat çektiği ve ürüne karşı popülerlik oluşturarak ilgi çektiği belirtilmiştir. Sosyal medya platformlarının tüketici ile iletişimindeki etkisi olduğu ve ön plana çıktığı yapılan çalışmada belirtilmiştir (Lacap vd., 2024)

Çocuklukta algılanan benlikle ilgili yetişkinlerde yapılan çalışmada çocuklukta ebeveynlerinden olumsuz olarak algıladıkları ret davranışlarında

yetişkinlik döneminde benlik algılarının olumsuz etkilendiği arasında ilişki olduğu tespit edilmiştir. Benlik algıları yetişkinlik döneminde değişkenlik gösterse bile fiziksel benlik algısının temel gelişiminde aile rolünün önemli olduğu vurgulanmıştır (Farrell vd., 2016)

Sosyal medya kavramını literatür de birden fazla şekilde tanımlanmaktadır. Sosyal medyanın veri tabanlarının gelişmesi ve ilerlemesi ile ilgili çalışmalarda eklenmiştir. Sosyal medya kullanım sıklığının bir davranış biçimi olduğu da ifade edilmektedir. Her sosyal medya platformlarının kendine özgü kullanım biçimleri vardır. Bu yüzden bireylerinde kullandıkları platformlar ve kullanım sıklıklarının da değişkenlik gösterdiği belirtilmiştir. Daha çok kullanılan sosyal medya platformlarında bireyler paylaştıkları sanal dünyada kendilerini çok daha iyi gösterme, kıyaslama, rekabetçi duruma girdikleri göz önünde bulunmak daha fazla içerik üretmek istedikleri için de sosyal medya kullanımını da etkilediği belirtilmiştir (Akçalı ve Hacıoğlu, 2022).

Egzersiz bağımlılığı ve sosyal görünüş kaygısı ile ilgili yapılan bir literatür çalışmasında egzersiz yapan bireylerde sosyal görünüş arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Ancak sık sık egzersiz yapan bireylerin egzersiz bağımlılığına daha yatkın olduğu bunun temelinde ise sosyal görünüş kaygısı yaşadıkları belirtilmiştir (Doğan vd., 2022).

Sosyal görünüş kaygısı ve beslenme alışkanlıkları arasında yapılan bir literatür çalışmasında spor yapan bireylerin sosyal görünüş kaygılarının yüksek çıktığı beslenme alışkanlıklarının normal olduğu belirlenmiştir. Sağlıklı bir psikolojik sağlamak için beslenme alışkanlıklarının önemli olduğu belirtilmiştir. Duygusal yeme, bilişsel olarak yemenin de sosyal görünüş kaygısı ve ilişkili olduğu tespit edilmiştir (Suna vd., 2023).

Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanım tutumları ve sosyal kaygı arasında 228 katılımcı ile yapılan bir literatür çalışmasında sosyal medya paylaşımları arttıkça sosyal görünüş kaygılarının da arttığı tespit edilmiştir. 5 saat ve üzeri sosyal medya kullanımları da arttıkça sosyal görünüş kaygılarını etkilediği belirtilmektedir. Sosyal kaygı ve sosyal medya kullanımları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur (Özbay ve İş Vardarlı, 2024).

BÖLÜM III

Yöntem

Bu bölümde araştırmanın modeline, araştırmanın çalışma grubuna, verilerin toplanması ve çözümlenmesine ve ortaya çıkan bulguların nasıl raporlaştırıldığına ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

Araştırma Modeli

Bu araştırmada Genç yetişkinlerde sosyal medya kullanımının fiziksel benlik algısı ve sosyal görünüş kaygısının incelenmesine yönelik nicel araştırma yöntemlerinden olup ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. İki ya da daha fazla değişkenler arasındaki ilişkileri inceleyen bir araştırma modelidir. Değişkenler arasındaki ilişkinin değişip, değişmediği yönünü ve gücünü belirlemektedir (Karasar, 2011).

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni 18 yaş ve üstü kadın ve erkek genç yetişkin bireylerden oluşmaktadır. Örneklem olarak amaçsal örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Amaçsal örneklem evrenin temsil ettiği belirli özelliklere sahip katılımcıları veya değişkenlerle ilgili bilgi toplamasıdır (Korkmaz vd., 2023). Genç yetişkinlerde sosyal medya kullanımının fiziksel benlik algısı ve sosyal görünüş kaygısını belirleyen net bir çalışma olmadığı için Tez çalışmasında evreni bilinmeyen örneklem formülü kullanılmıştır. $(N = t^2 \times pq) / d^2$ ile hesaplanarak 384 katılımcı ile toplanması düşünülmektedir. %95 güven aralığı bulunmaktadır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004).

Araştırmanın örneklemini 18 yaş ve üzeri evreni belli olmayan araştırma için 384 kişi olarak belirlenmiştir. Araştırmaya 256 kadın 135 erkek katılarak toplam 391 kişi katılmıştır. Araştırmacılara ait bilgiler Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1

Katılımcıların Sosyo-Demografik Özelliklerinin Dağılımı

	Sayı (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet		
Kadın	256	65,50
Erkek	135	34,50
Yaş grubu		
18-21 yaş	162	41,40
22-25 yaş	143	36,60
26 ve üstü	86	22,00
Eğitim düzeyi		
Lise ve altı	34	8,70
Lisans	320	81,80
Lisansüstü	37	9,50
Çalışma durumu		
Evet	136	34,80
Hayır	255	65,20
Sosyal Medya Kullanma		
Evet	391	100,00
En çok kullanılan uygulama		
Instagram	212	54,20
WhatsApp	115	29,40
Diğer	64	16,40
Sosyal medya kullanım amacı		
Eğlence ve Zaman Geçirme	234	59,80
Bilgi ve Haber alma	65	16,60
İş ve Pazarlama amacı	51	13,00
Eğitim ve Öğrenme	41	10,50
Sosyal medyada geçirilen süre		
2 Saat ve altı	58	14,80
2-4 Saat	136	34,80
4-6 Saat	108	27,60
6 saat ve üstü	89	22,80

Tablo 1.'de çalışma kapsamındaki katılımcıların sosyo-demografik özelliklerinin dağılımı verilmiş olup, katılımcıların %65,50'sinin kadın, %34,50'sinin erkek, %41,40'ının 18-21 yaş, %36,60'ının 22-25 yaş, %22,0'sinin 26 yaş ve üstünde, %81,80'inin lisans mezunu olduğu ve %34,80'inin çalıştığı belirlenmiştir.

Çalışmadaki katılımcıların %54,20'sinin en çok Instagram, %29,40'ının en çok WhatsApp kullandığı, %59,80'inin sosyal medya kullanım amacının Eğlence ve Zaman Geçirme, %16,60'ının bilgi ve haber alma, %13,0'ünün iş ve pazarlama, %10,50'sinin eğitim ve öğrenme olduğu, %14,80'inin sosyal medyada 2 saat ve altı, %34,80'inin 2-4 saat, %27,60'ının 4-6 saat ve %22,80'inin 6 saat ve üstü süre geçirdiği belirlenmiştir.

Veri Toplama Araçları

Araştırmaya rızası olup olmadığını değerlendirmek için Aydınlatılmış onam formu, kişisel bilgiler için sosyodemografik formu, sosyal medya kullanımı için Sosyal medya kullanım amaçları ölçeği (SMKAÖ), Fiziksel benlik algısını ölçmek için Fiziksel benlik ölçeği (FBÖ), Sosyal görünüş kaygısını ölçmek için Sosyal görünüş kaygısı ölçeği (SGKÖ) Kullanılmıştır.

Sosyo-demografik Form

Katılımcıların yaş, eğitim düzeyi, cinsiyeti, çalışma durumu, sosyal medya kullanımı gibi değişkenleri belirlemek için kullanılır. 5 adet sosyodemografik sorulardan oluşmaktadır.

Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği

Orijinal ölçek Ellison vd., (2007) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek 8 maddeden oluşmaktadır. Alt boyutu yoktur. Tek boyut olarak geliştirilmiştir. Ölçeğin iç tutarlılık kat sayısı Cronbach Alpha 0,83 olarak bulunmuştur. Türkçe çevirisi, geçerlilik ve güvenirlik çalışması ise Ökten (2023) tarafından yapılmıştır. Alt boyutları içerik tüketimi ve eğlence, iş ve araştırma, kendini ifade etme ve toplumsal etkileşim, sosyal bağlantı ve insan ilişkileri Ölçek türü sosyal medya kullanım amacı ölçmek. Derecelendirme 5'li Likert kesinlikle katılmıyorum- Tamamen katılıyorum. Geçerlilik ölçeğin madde toplam korelasyonları 0,377 ile 0,711 arasında değişmektedir. Bu sonuçlar, maddelerin yeterli iç tutarlılığa sahip olduğunu ve

ölçeğin genel performansını iyi yansıttığını göstermektedir. Güvenirlik ölçeğin güvenilirliği Cronbach Alpha katsayısı kullanılarak değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlara bakıldığında ölçeğin genel güvenirlilik kat sayısı 0,904 olarak bulunmuştur (Ökten, 2023).

Fiziksel Benlik Ölçeği

Orijinal ölçek Ninot vd., (2000) tarafından geliştirilmiştir. Ölçeğin orijinal formu toplamda 6 maddeden oluşmaktadır. 6 alt boyutu vardır. Genel benlik kavramı, fiziksel benlik değeri, sportif yeterlilik, fiziksel kondisyon, fiziksel çekicilik, Fiziksel Kuvvet olarak belirlenmiştir. Ölçeğin iç tutarlılık kat sayısı Cronbach Alpha 0,70 – 0,90 arasında bulunmuştur. Türkçe Uyarlama çalışmaları Çağlar vd., (2017) tarafından ise yapılmıştır. Alt boyutlar fiziksel benlik değeri, Fiziksel çekicilik, Fiziksel Kondisyon, Fiziksel kuvvet, Genel benlik kavramı, Sportif yeterlik, 6 alt boyut 25 maddeden oluşmaktadır. 6'lı Likert derecelendirme, Ölçek puanlaması ölçekte ters madde bulunmamaktadır. Ölçeğin iç tutarlılık katsayıları 0.77 fiziksel çekicilik ile 0.90 sportif yeterlilik arasında değişmektedir. Türkçeye çevrilmesi Brislin tarafından önerilen standart çeviri- geri çeviri yöntemi kullanıldı. Ölçeğin İngilizce formu, İngilizce dilbilimci bir uzman ve spor psikolojisi alanından iki uzman tarafından Türkçeye çevrildi. Geçerlilik FBÖ'nün alt ölçekleri arasındaki ilişkiler incelenmiş, negatif ve istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Güvenirlik ölçeğin iç güvenirliliği için Cronbach Alfa kat sayısı 0,91 olarak hesaplandı (Çağlar vd., 2017).

Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği

Orijinal ölçek Hart vd., (2008) tarafından geliştirilmiştir. Ölçeğin orijinal formu toplamda 16 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin alt boyutu bulunmamakta olup tek boyutta ölçülmektedir. Ölçeğin iç tutarlılık kat sayısı Cronbach Alpha 0,94 – 0,95 arasında bulunmuştur. Türkçe uyarlaması, geçerlilik ve güvenirlilik çalışması Doğan (2010) tarafından yapılmıştır. Ölçek 15 maddeden oluşmaktadır. Fotoğrafım çekilirken kendimi gergin hissedirim Ölçek değerlendirmesi SGKÖ'den alınan yüksek puanlar görünüş kaygısının yüksek olduğuna işaret etmektedir. Faktör analizleri sonucunda ölçeğin tek bir boyutlu yapıya sahip olduğu için alt boyut bulunamamaktadır. Sosyal görünüş kaygısını tek bir boyutta ölçmektedir. Geçerlilik faktör analizi sonuçları ölçeğin yapı geçerliği açısından özgün formuyla paralel

olduğunu göstermiştir. Güvenirlik SGKÖ için Cronbach Alpha iç tutarlılık kat sayısı .93, test tekrar güvenirlik kat sayısı .85 ve test yarılama yöntemiyle hesaplanan güvenirlik kat sayısı .88 olarak bulunmuştur (Doğan, 2010).

Verilerin Analizi ve Yorumlanması

Çalışmanın veri analizleri Sosyal Bilimler için İstatistik Paket Programı (SPSS) 27.0 ile analiz edilmiştir. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği, Fiziksel Benlik Ölçeği ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeğine ait Cronbach Alfa değerleri incelenmiş ve sırayla 0,886, 0,888 ve 0,950 bulunmuştur. Araştırmadaki katılımcıların tanıtıcı özellikleri için frekans analizleri yapılmış ve Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği, Fiziksel Benlik Ölçeği ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarının tanımlayıcı istatistikleri verilmiştir.

Tablo 2

Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği, Fiziksel Benlik Ölçeği ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Puanlarının Normallik Testleri

	Kolmogorov-Smirnov				
	İst	Sd	p	Çarpıklık	Basıklık
İçerik tüketimi ve eğlence	0,223	391	0,000	-1,482	1,330
Kendini ifade etme ve toplumsal etkileşim	0,086	391	0,000	-0,244	-0,625
Sosyal bağlantı ve insan ilişkileri	0,073	391	0,000	0,339	-0,167
İş ve araştırma	0,079	391	0,000	-0,166	-0,555
Genel benlik kavramı	0,101	391	0,000	-0,492	0,154
Fiziksel benlik değeri	0,084	391	0,000	0,193	-0,445
Fiziksel kondisyon	0,088	391	0,000	-0,126	-0,796
Sportif yeterlilik	0,087	391	0,000	-0,228	-0,087
Fiziksel çekicilik	0,096	391	0,000	-0,186	-0,565
Fiziksel kuvvet	0,12	391	0,000	-0,279	-0,683
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği	0,13	391	0,000	1,035	0,587

Tablo 2.'de çalışmadaki katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği, Fiziksel Benlik Ölçeği ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarının normallik testlerinde Kolmogorov-Smirnov ve çarpıklık-basıklık değerleri ile incelenmiştir.

Tablo 2. incelendiğinde, katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği, Fiziksel Benlik Ölçeği ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarının çarpıklık ve basıklığının $\pm 1,5$ arasında olmasından dolayı normal dağılım gösterdiği belirlenmiştir (Tabachnick, 2013).

Katılımcıların tanıtıcı özellikleriyle Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarının karşılaştırılmalarından t testleri ve ANOVA kullanılmış, ileri analizleri için Tukey yapılmıştır. Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği ve Fiziksel Benlik Ölçeği ile Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarının arasındaki korelasyonlar için Pearson testi uygulanmıştır. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği ve Fiziksel Benlik Ölçeği puanlarının Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarını yordama durumu çok değişkenli regresyon analizleriyle test edilmiştir.

Çalışma Planı

Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği (SMKAÖ), Fiziksel Benlik Ölçeği (FBÖ) ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ile ilgili ölçek izinleri araştırmacılardan alınmıştır. İzinler, araştırmanın ölçek izinleri bölümünde detaylı olarak belirtilmektedir.	Temmuz- 2024
Etik Kurallar Temelinde Yakındoğu Üniversitesi Etik Kurul Komisyonuna başvurularak Etik Kurul İzni alınmıştır. Ekler kısmında Etik Kurul Onayı bölümünde detaylı olarak belirtilmektedir.	Kasım- 2024
Sosyal medya kullanan genç yetişkinler üzerinde 18 yaş ve üzeri bireylere ulaşmak için Aydınlatılmış onam formu, Sosyodemografik bilgilendirme formu gibi anketler kullanılarak çalışmanın evreni belirlenmiştir. Sosyal medya kullanım amaçları ölçeği, Fiziksel benlik ölçeği ve sosyal görünüş kaygısı ölçeği gibi ölçeklerin yer aldığı anketler Google forms üzerinden düzenlenerek online platformlar üzerinden katılımcılara sunulmuştur.	Aralık- 2024
Giriş Bölümü, Kavramsal ve Kuramsal çerçeve ve literatür taraması yapılmıştır.	Şubat- 2025
Veri analizleri sonucunda bulgularla ilgili literatür kapsamında tartışılmış ve sonuç, öneriler hazırlanmıştır.	Nisan- 2025

BÖLÜM IV

Bulgular

Bu bölümde çalışma sorularına yönelik toplanan veriler ışığında ulaşılan bulgulara değinilmektedir.

Tablo 3

Katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Puanları

	N	$\bar{x}$	S	Min	Max
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği	391	30,35	13,01	15	75

Tablo 3.'te çalışmada yer alan katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarına değinilmiş olup, katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeğinden ortalama $30,35 \pm 13,01$ puan aldıkları belirlenmiştir.

Tablo 4

Katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Puanlarının Sosyo-Demografik Özelliklere Göre Karşılaştırılmaları

	N	$\bar{x}$	S	Min	Max	t/F	p	Fark
Cinsiyet								
Kadın	256	30,16	12,62	15	75	-0,384	0,701	
Erkek	135	30,70	13,77	15	75			
Yaş grubu								
18-21 yaş	162	30,96	13,38	15	67	2,561	0,079	
22-25 yaş	143	31,32	13,02	15	75			
26 ve üstü	86	27,57	12,03	15	65			
Eğitim düzeyi								
Lise ve altı	34	36,06	15,57	17	67	3,678	0,026*	1-2
Lisans	320	29,87	12,74	15	75			1-3
Lisansüstü	37	29,22	11,79	15	60			
Çalışma durumu								
Evet	136	29,46	12,40	15	67	-0,99	0,323	
Hayır	255	30,82	13,33	15	75			

* $p < 0,05$

Tablo 4 (Devamı)

Katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Puanlarının Sosyo-Demografik Özelliklere Göre Karşılaştırılmaları

	N	$\bar{x}$	s	Min	Max	t/F	P	Fark
En çok kullanılan uygulama								
Instagram	212	31,51	13,61	15	75	2,767	0,064	
WhatsApp	115	28,00	11,62	15	71			
Diğer	64	30,72	13,00	15	64			
Sosyal medya kullanım amacı								
Eğlence ve Zaman Geçirme	234	31,53	13,67	15	75	4,811	0,003*	1-3
Bilgi ve Haber alma	65	32,20	11,83	15	75			1-4
İş ve Pazarlama amacı	51	27,08	11,85	15	65			2-3
Eğitim ve Öğrenme	41	24,76	10,15	15	63			2-4
Sosyal medyada geçirilen süre								
2 Saat ve altı	58	27,19	12,23	15	63	2,897	0,035*	1-3
2-4 Saat	136	29,40	12,57	15	75			1-4
4-6 Saat	108	30,89	12,82	15	67			2-4
6 saat ve üstü	89	33,19	13,96	15	75			

*p<0,05

Tablo 4.'te katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarının sosyo-demografik özelliklere göre karşılaştırılmaları için yapılmış olan t testleri ve ANOVA sonuçlarına yer verilmiştir.

Çalışmadaki katılımcıların cinsiyetlerine göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarının arasında istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar yoktur ($p>0,05$).

Katılımcıların yaşlarına göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarının arasında istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar yoktur ($p>0,05$).

Katılımcıların eğitim düzeylerine göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarının arasında istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar vardır ($p<0,05$). Lise ve altı düzeyde eğitim almış olan katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları lisans ve lisansüstü mezunlarından fazladır.

Çalışmada yer alan katılımcıların çalışma durumuna göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarının arasında istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar yoktur ($p>0,05$).

Çalışmadaki katılımcıların en çok kullandıkları uygulamalara göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarının arasında istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar yoktur ($p>0,05$).

Katılımcıların sosyal medya kullanım amacına göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarının arasında istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar vardır ($p<0,05$). Sosyal medyayı iş ve pazarlama amacıyla ve eğitim ve öğrenme amacıyla kullananların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları eğlence ve zaman geçirme amacıyla kullanan ve bilgi ve haber alma amacıyla kullanan katılımcılardan düşüktür.

Çalışma kapsamında bulunan katılımcıların sosyal medyada geçirilen süreye göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarının arasında istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar vardır ($p<0,05$). Sosyal medyada 2 saat ve altında süre geçiren katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları diğer katılımcılardan düşüktür.

Tablo 5

Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği Puanları

	N	$\bar{x}$	s	Min	Max
İçerik tüketimi ve eğlence	391	19,47	4,74	5	25
Kendini ifade etme ve toplumsal etkileşim	391	12,76	4,13	4	20
Sosyal bağlantı ve insan ilişkileri	391	12,97	4,57	5	25
İş ve araştırma	391	12,02	4,04	4	20

Tablo 5.'te katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği puanlarına ait betimleyici istatistikler verilmiştir.

Tablo 5. incelendiğinde, katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları ölçeğinin içerik tüketimi ve eğlence alt ölçeğinden ortalama $19,47 \pm 4,74$ puan, kendini ifade etme ve toplumsal etkileşimden $12,76 \pm 4,13$ puan, sosyal bağlantı ve insan ilişkilerinden $12,97 \pm 4,57$ puan ve iş ve araştırmadan $12,02 \pm 4,04$ puan aldıkları belirlenmiştir.

Tablo 6

Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği Puanları ile Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Puanlarının Arasındaki İlişkiler

		Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği
İçerik tüketimi ve eğlence	r	0,052
	p	0,306
	N	391
Kendini ifade etme ve toplumsal etkileşim	r	0,058
	p	0,256
	N	391
Sosyal bağlantı ve insan ilişkileri	r	0,255*
	p	0,000
	N	391
İş ve araştırma	r	0,037
	p	0,461
	N	391

* $p < 0,05$

Tablo 6.'da katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği puanları ile Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarının arasındaki ilişkilerin belirlenmesinde kullanılan Pearson sonuçları verilmiştir.

Tablo 6.'ya göre katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeğinin İçerik tüketimi ve eğlence, kendini ifade etme ve toplumsal etkileşim, iş ve araştırma alt ölçeklerinden aldıkları puanları ile Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarının arasında istatistiki açıdan anlamlı korelasyon yoktur ($p > 0,05$). Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeğinin sosyal bağlantı ve insan ilişkileri alt ölçeğinden aldıkları puanlar ile Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarının arasında istatistiki açıdan anlamlı ve pozitif yönlü korelasyon vardır ($p < 0,05$).

Tablo 7

Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği Puanlarının Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Puanları Yordaması

	Std. Olm. β	S.H.	Std. B	t	p	F p	R ² AdjR ²
(Sabit)	23,56	2,98		7,905	0,000*		
İçerik tüketimi ve eğlence	0,08	0,16	0,03	0,478	0,633	8,210	0,078
Kendini ifade etme ve Toplumsal etkileşim	-0,21	0,20	-0,07	-1,064	0,288	0,000*	0,069
Sosyal bağlantı ve insan ilişkileri	0,95	0,17	0,33	5,577	0,000*		
İş ve araştırma	-0,36	0,19	-0,11	-1,91	0,057		

Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği Puanlarının Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarını yordama durumuna ilişkin çok değişkenli regresyon analizleri Tablo 7.'de gösterilmiştir.

Tablo 7. incelendiğinde katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeğinin İçerik tüketimi ve eğlence, kendini ifade etme ve toplumsal etkileşim, iş ve araştırma alt ölçeklerinden aldıkları puanlarının Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarını istatistiki açıdan anlamlı seviyelerde yordamadığı görülmüştür ($p>0,05$). Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeğinin sosyal bağlantı ve insan ilişkileri alt ölçeğinden aldıkları puanların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarını istatistiki açıdan anlamlı ve pozitif olarak yordadığı gözlenmiş ve açıklanan varyans %6,9 hesaplanmıştır ($\beta=0,33$; $p<0,05$).

Tablo 8

Katılımcıların Fiziksel Benlik Ölçeği Puanları

	n	$\bar{x}$	s	Min	Max
Genel benlik kavramı	391	17,89	3,88	5	25
Fiziksel benlik değeri	391	15,67	3,71	7	25
Fiziksel kondisyon	391	15,29	4,60	5	25
Sportif yeterlilik	391	14,38	2,91	4	20
Fiziksel çekicilik	391	9,15	2,89	3	15
Fiziksel kuvvet	391	10,12	2,79	3	15

Katılımcıların Fiziksel Benlik Ölçeği puanları Tablo 8.'de gösterilmiş olup, katılımcıların ölçeğin Genel benlik kavramı alt ölçeğinden ortalama $17,89 \pm 3,88$ puan, fiziksel benlik değerinden $15,67 \pm 3,71$ puan, fiziksel kondisyondan $15,29 \pm 4,60$ puan, sportif yeterlilikten $14,38 \pm 2,91$ puan, fiziksel çekicilikten $9,15 \pm 2,89$ puan ve fiziksel kuvvetten $10,12 \pm 2,79$ puan aldıkları görülmüştür.

Tablo 9

Katılımcıların Fiziksel Benlik Ölçeği Puanları ile Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Puanlarının Arasındaki İlişkiler

	Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği	
Genel benlik kavramı	r	-,384*
	p	0,000
	N	391
Fiziksel benlik değeri	r	-,183*
	p	0,000
	N	391
Fiziksel kondisyon	r	-,228*
	p	0,000
	N	391
Sportif yeterlilik	r	-,488*
	p	0,000
	N	391
Fiziksel çekicilik	r	-0,076
	p	0,133
	N	391
Fiziksel kuvvet	r	-,459*
	p	0,000
	N	391

*p<0,05

Tablo 9.'da katılımcıların Fiziksel Benlik Ölçeği puanları ile sosyal görünüş kaygısı ölçeği puanlarının arasındaki ilişkiler Pearson testiyle incelenmiştir.

Tablo 9.'a göre çalışmadaki katılımcıların Fiziksel Benlik Ölçeğinin genel benlik kavramı, fiziksel benlik değeri, fiziksel kondisyon, sportif yeterlilik ve fiziksel kuvvet alt ölçeklerinden aldıkları puanlar ile Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarının arasında istatistiki açıdan anlamlı ve negatif yönlü korelasyon vardır ($p<0,05$). Katılımcıların Fiziksel Benlik Ölçeğinin fiziksel çekicilik alt ölçeğinden

aldıkları puanlar ile Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarının arasında istatistiki açıdan anlamlı korelasyon yoktur ($p>0,05$).

Tablo 10

Katılımcıların Fiziksel Benlik Ölçeği Puanlarının Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Puanları Yordaması

	Std. Olm.		Std.			F	R ²
	β	S.H.	β	T	p	p	AdjR ²
(Sabit)	71,67	3,46		20,695	0,000*		
Genel benlik kavramı	-0,94	0,22	-0,28	-4,204	0,000*		
Fiziksel benlik değeri	-0,06	0,23	-0,02	-0,265	0,791	33,448	0,343
Fiziksel kondisyon	0,04	0,21	0,01	0,194	0,847	0,000*	0,333
Sportif yeterlilik	-0,84	0,27	-0,19	-3,140	0,002*		
Fiziksel çekicilik	0,36	0,26	0,08	1,393	0,164		
Fiziksel kuvvet	-1,53	0,23	-0,33	-6,737	0,000*		

* $p<0,05$

Tablo 10.'da araştırmada yer alan katılımcıların Fiziksel Benlik Ölçeği puanlarının Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları yordama durumunun incelenmesinde kullanılan çok değişkenli regresyon analizlerine değinilmiştir.

Tablo 10.'a göre katılımcıların Fiziksel Benlik Ölçeğinin Genel benlik kavramı($\beta=-0,28$; $p<0,05$) Sportif yeterlilik($\beta=-0,19$; $p<0,05$) ve fiziksel kuvvet($\beta=-0,33$; $p<0,05$) alt ölçeklerinden aldıkları puanların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarının istatistiki açıdan anlamlı ve negatif yordadığı görülmüştür.

Katılımcıların Fiziksel Benlik Ölçeğinin fiziksel benlik değeri, fiziksel benlik değeri ve fiziksel çekicilik alt ölçeklerinden aldıkları puanları Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeğini yordamamaktadır. Katılımcıların Fiziksel Benlik Ölçeği puanlarının Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları yordama modelinde açıklanan varyans %33,3'tür.

Tablo 11

Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği ve Fiziksel Benlik Ölçeği Puanlarının Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Puanları Yordaması

	Std. Olm.	Std.			F	R ²
	β	S.H.	B	T	p	AdjR ²
(Sabit)	60,59	4,06		14,943	0,000*	
İçerik tüketimi ve eğlence	0,23	0,13	0,08	1,758	0,080	
Kendini ifade etme ve toplumsal etkileşim	-0,11	0,16	-0,04	-0,693	0,489	
Sosyal bağlantı ve insan ilişkileri	0,57	0,14	0,20	3,996	0,000*	24,231 0,389
İş ve araştırma	-0,02	0,16	-0,01	-0,120	0,905	0,000* 0,373
Genel benlik kavramı	-0,95	0,22	-0,28	-4,338	0,000*	
Fiziksel benlik değeri	-0,04	0,22	-0,01	-0,182	0,856	
Fiziksel kondisyon	-0,03	0,21	-0,01	-0,143	0,886	
Sportif yeterlilik	-0,88	0,26	-0,20	-3,371	0,001*	
Fiziksel çekicilik	0,45	0,25	0,10	1,755	0,080	
Fiziksel kuvvet	-1,36	0,22	-0,29	-6,123	0,000*	

*p<0,05

Tablo 11.'de katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği ve Fiziksel Benlik Ölçeği puanlarının Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarını yordama durumuna ilişkin çok değişkenli regresyon analizleri yer almıştır.

Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeğinin İçerik tüketimi ve eğlence, kendini ifade etme ve toplumsal etkileşim, iş ve araştırma alt ölçeklerinden aldıkları puanlarının Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarını istatistiki açıdan anlamlı seviyelerde yordamadığı görülmüştür ($p>0,05$). Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeğinin sosyal bağlantı ve insan ilişkileri alt ölçeğinden aldıkları puanların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarını istatistiki açıdan anlamlı ve pozitif olarak yordadığı gözlenmiştir ($\beta=0,20$; $p<0,05$).

Katılımcıların Fiziksel Benlik Ölçeğinin Genel benlik kavramı($\beta=-0,28$; $p<0,05$) Sportif yeterlilik($\beta=-0,20$; $p<0,05$) ve fiziksel kuvvet($\beta=-0,29$; $p<0,05$) alt ölçeklerinden aldıkları puanların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarının istatistiki açıdan anlamlı ve negatif yordadığı görülmüştür. Katılımcıların Fiziksel

Benlik Ölçeğinin fiziksel benlik değeri, fiziksel benlik değeri ve fiziksel çekicilik alt ölçeklerinden aldıkları puanları Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeğini yordamamaktadır.

Tablo 11.'de gösterilen katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği ve Fiziksel Benlik Ölçeği puanlarının Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarını yordama durumuna ilişkin modelin açıkladığı varyans %37,3 bulunmuştur.

BÖLÜM V

Tartışma

Bu bölümde, elde edilen bulgular literatürde yer alan araştırmalar çerçevesinde tartışılmıştır.

Araştırma kapsamında sosyodemografik özelliklere göre incelendiğinde katılımcıların %54,20'sinin en çok Instagram kullandığı belirlenmiştir. Çalışmadaki katılımcıların en çok kullandıkları uygulama ile sosyal görünüş kaygısı ölçeği arasında anlamlı farklılıklar bulunamamıştır. Literatürde bu konuda net bir destek bulunmamakla birlikte, Papapanou vd., (2023) yaptıkları çalışmada sosyal görünüş kaygısı, sosyal medya kullanımı ve yalnızlık arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Çalışmada katılımcıların en fazla Instagram uygulamasını kullandığı zaman geçirdikçe beden algılarında değişiklik olduğu sosyal görünüş kaygısını ortaya çıkardığı saptanmıştır.

Bir diğer bulguda ise katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre incelendiğinde katılımcıların %59,80'inin sosyal medya kullanım amacının eğlence ve zaman geçirme olarak kullandığı tespit edilmiştir. Alan yazındaki benzer çalışmalar incelendiğinde araştırma bulguları destekler nitelikte sonuca rastlanmıştır. Yolcu ve Çiftçi (2023) yılında yaptıkları çalışma bulgularına göre öğrencilerin sosyal medyayı eğlence ve zaman geçirme amacıyla kullandıkları tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanım süresinin arttıkça sosyal görünüş kaygısını da etkilediği görülmüştür.

Katılımcıların cinsiyetlerine göre incelendiğinde istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar bulunmamıştır. Bu durum literatürde çelişkili bulguların varlığını işaret etmektedir. Örneğin, Cengiz (2022) yapmış olduğu çalışmada ise kadınların erkeklere oranla sosyal görünüş kaygısı puanlarının daha fazla olduğu belirtilmektedir. Günlük sosyal medya kullanımı arttıkça sosyal medya bağımlılığını ve sosyal görünüş kaygısını da arttırdığı gözlemlenmektedir. Sosyal medya bağımlılığı arttıkça da bireylerde sosyal görünüş kaygısı arttığı ve beden algılarında da bozulma olduğu gözlemlenmiştir.

Katılımcıların yaşlarına göre sosyal görünüş kaygısı ölçeği puanları arasında anlamlı farklılıklar yoktur. Alan yazındaki benzer çalışmalar incelendiğinde Kaya

(2022) yapmış olduğu çalışmada katılımcıların yaşlarına göre sosyal görünüş kaygısı ölçeği puanları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Katılımcıların eğitim düzeylerine göre sosyal görünüş kaygısı ölçeği puanlarının arasında istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar vardır. Lise ve altı düzeyde eğitim almış olan katılımcıların sosyal görünüş kaygısı ölçeği puanları lisans ve lisansüstü mezunlarından fazladır. Ancak Bayram (2019), eğitim düzeyine göre anlamlı fark olmadığını belirtmiştir. Bu çelişki, örneklemdeki bireylerin medya okuryazarlığı düzeyleriyle açıklanabilir. Daha düşük eğitim düzeyine sahip bireyler, sosyal medyada sunulan ideal beden imgelerine karşı daha savunmasız kalabilmekte ve bu durum kaygıyı artırabilmektedir.

Çalışmada yer alan katılımcıların çalışma durumuna göre sosyal görünüş kaygısı ölçeği puanlarının arasında istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar yoktur. Alan yazındaki benzer çalışmalar incelendiğinde Akdeniz ve Sekban (2023) yaptıkları çalışmada sosyodemografik değişkenlere göre incelendiğinde katılımcıların çalışma durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Çalışmadaki katılımcıların en çok kullandıkları uygulamalara göre sosyal görünüş kaygısı ölçeği puanlarının arasında istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar yoktur. Alan yazındaki benzer çalışmalar incelendiğinde Kireççi (2021) yapmış oldukları çalışmada katılımcıların en çok kullandıkları sosyal medya uygulamalarına göre sosyal görünüş kaygısı ölçeği puanları arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Katılımcıların sosyal medya kullanım amacına göre sosyal görünüş kaygısı ölçeği puanlarının arasında istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar vardır. Alan yazındaki benzer çalışmalar incelendiğinde Çakıcı (2021) yaptığı çalışmada sosyal medya kullanım amaçlarına göre sosyal görünüş kaygısı ölçeği puanları arasında anlamlı olarak farklılıklar tespit edilmiştir.

Katılımcıların sosyal medyada geçirilen süreye göre sosyal görünüş kaygısı ölçeği puanlarının arasında istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Sosyal medya kullanım amaçlarına göre de sosyal medyada eğlence ve zaman geçirme, bilgi ve haber alma amacıyla kullanan katılımcıların sosyal görünüş kaygılarının daha fazla olduğu belirtilmiştir. Türk ve Bayrakçı (2020) yapmış oldukları çalışmada sosyal medya kullanım sıklığının artmasıyla estetik işlem yaptırma isteklerinin arttığı saptanmıştır. Görünürlük puanlarının yüksek olduğu belirtilmektedir. Bu durum ise sosyal medya kullanımlarını etkilediği onay alma ve beğenilme ihtiyacı oluşturduğu tespit edilmiştir.

Çalışma kapsamında bulunan katılımcıların sosyal medyada geçirilen süreye göre sosyal görünüş kaygısı ölçeği puanlarının arasında istatistiki açıdan anlamlı farklılıklar vardır. Sosyal medyada 2 saat ve altında süre geçiren katılımcıların sosyal görünüş kaygısı ölçeği puanları diğer katılımcılardan daha düşüktür. Alan yazındaki benzer çalışmalar incelendiğinde Güleriyüz vd., (2020) yapmış oldukları çalışmada günlük sosyal medya kullanım sürelerinin 2 saat üzeri olduğu bulunmuştur.

Çoğunluk olarak kullanım amaçlarının bilgi ve haber alma, eğlence ve sosyal etkileşim için kullandıkları belirtilmiştir. Sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılıkları ile pozitif yönde düşük olarak anlamlı bir düzeyde ilişki saptanmıştır. Benzer şekilde, Fardouly vd., (2015) yaptıkları araştırmada, genç yetişkin kadınlarda sosyal medya kullanım süresinin artmasıyla sosyal karşılaştırma eğilimlerinin güçlendiğini ve bunun da beden memnuniyetsizliği ile sosyal görünüş kaygısını artırdığını ortaya koymuşlardır. Özellikle sosyal medya platformlarında geçirilen sürenin artması, bireylerin idealize edilmiş beden imgeleriyle daha sık karşılaşmalarına yol açarak beden algısı üzerinde olumsuz etkiler yaratmaktadır. Bu bağlamda, sosyal medya kullanım süresi arttıkça, sosyal görünüş kaygısının da anlamlı düzeyde yükseldiği görülmektedir.

Bu durum sonucu sosyal medya kullanımına yönelik amaçları arttıkça bağımlılık riskinin yükseldiği belirtilmektedir. Sosyal medya kullanım amaçlarının sosyal görünüş kaygılarını etkilediği eğlence ve zaman geçirme, bilgi ve haber alma gibi kullanıcıların diğer kullanım amaçlarına göre sosyal görünüş kaygı puanlarının daha yüksek olduğu saptanmıştır. Marengo vd. (2018) tarafından yapılan çalışmada, genç bireylerin sosyal medya kullanım amaçlarının psikolojik iyi oluşları üzerinde önemli etkileri olduğu, özellikle dış görünüşe odaklı içeriklerle daha sık etkileşime giren bireylerde sosyal görünüş kaygısının daha yüksek seviyelerde görüldüğü belirtilmiştir. Bu bulgu, sosyal medya kullanım amacının, bireyin beden algısı ve benlik saygısıyla doğrudan ilişkili olabileceğini göstermektedir.

Yılmaz ve Demir (2021) yaptıkları çalışmada genç yetişkinlerde sosyal medya kullanım süreleri ve psikolojik sağlıklarına göre bir inceleme yapılmıştır. Araştırmanın sonucuna göre Youtube, Tik Tok gibi uygulamalarda daha fazla zaman geçirdikleri, ortalama olarak bireyin bir haftada 30 saat ve üzeri sosyal medya kullandığı saptanmıştır. Sosyal medya kullanım süreleri arttıkça anksiyete, depresyon düzeylerinin de anlamlı bir şekilde arttığı tespit edilmiştir.

Katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları ölçeğinin sosyal bağlantı ve insan ilişkileri alt ölçeğinden aldıkları puanlar ile sosyal görünüş kaygısı ölçeği puanlarının arasında istatistiki açıdan anlamlı ve pozitif yönlü korelasyon bulunmuştur. Alan yazındaki benzer çalışmalar incelendiğinde Volkan vd., (2024) yapmış oldukları çalışmada zayıf görünmeye özendirici olan içerikleri takip eden kullanıcıların benlik saygıları ve sosyal görünüş kaygısına yönelik daha fazla karşılaştırma yaptıkları bunun sonucunda ise sosyal görünüş kaygılarının yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Takip etme karşılaştırma yapan bireylerin sosyal görünüş kaygısı, benlik saygısı takip etmeyen bireylere göre anlamlı düzeyde korelasyon bulunmuştur. Sosyal medya kullanıcılarının içerik türünün bireyin psikolojik sağlığı ve beden algısı üzerinde anlamlı etkileri olabileceği belirtilmektedir.

Fiziksel benlik ölçeğinin genel benlik kavramı, sportif yeterlilik ve fiziksel kuvvet alt ölçeklerinden aldıkları puanların sosyal görünüş kaygısı ölçeği puanlarının istatistiki açıdan anlamlı ve negatif bir şekilde yordadığı görülmüştür. Eser (2023) ‘ün yapmış olduğu çalışmada ise sosyal medya kullanımı ve sosyal görünüş kaygısını da anlamlı ve negatif bir şekilde yordadığı görülmüştür. Fiziksel benliklerini de etkileyebilecekleri tespit edilmiştir. Katılımcıların cinsiyetlerine yönelik istatistiki açıdan fiziksel benlik algıları ile ilgili anlamlı farklılıklar bulunmamıştır. Fiziksel benlik ölçeğinin fiziksel benlik değeri, fiziksel çekicilik alt ölçeklerinden aldıkları puanları sosyal görünüş kaygısı ölçeğini yordamadığı görülmüştür. Alan yazındaki benzer çalışmalar incelendiğinde araştırma bulgularını destekler nitelikte bir sonuca rastlanmamıştır fakat Mendizabal-Gallastegui vd., (2020) yapmış oldukları çalışmada üniversite öğrencilerine yönelik fiziksel benlik algısı, cinsiyet ve fiziksel kondisyon yönelik bir çalışma yapılmıştır. Çalışmanın sonucuna göre fiziksel benlik algısı ve fiziksel kondisyon arasında anlamlı düzeyde pozitif yönde bir ilişki saptanmıştır. Kadınların fiziksel benlik algılarının daha düşük olduğu erkeklerin fiziksel benlik algılarının kıyasla daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Katılımcıların fiziksel benlik ölçeğinin genel benlik kavramı, sportif yeterlilik ve fiziksel kuvvet alt ölçeklerinden aldıkları puanların sosyal görünüş kaygısı ölçeği puanlarının anlamlı açıdan negatif yönde yordadığı görülmüştür. Alan yazında benzer çalışmalar incelendiğinde Caniklitemel ve Ağralı Ermiş (2024) yapmış oldukları çalışmada sosyal medya kullanım sıklıkları arttıkça bedenlerine karşı memnuniyetsizlik yaşadıkları saptanmıştır. Aktif spor yapan bireylerin beden

memnuniyetlerinin daha olumlu olduğu sosyal medya kullanım sürelerinin daha az olduğu belirtilmektedir. Genç yetişkinlerin sosyal medya kullanım süreleri arttıkça öz saygısı ve beden algılarını anlamlı açıdan negatif yordadığı görülmüştür.

BÖLÜM VI

Sonuç ve Öneriler

Bu bölümde araştırmanın amaç ve alt amaçları doğrultusunda ulaşılan sonuçlara ve bu sonuçlardan yola çıkarak geliştirilen önerilere yer verilmiştir.

Sonuç

Bu çalışma genç yetişkinlerde sosyal medya kullanımı fiziksel benlik algısı ve sosyal görünüş kaygısı üzerindeki ilişkisini incelemek amacıyla yapılmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre katılımcıların %54, 20'sinin en çok Instagram kullandığı çoğunlukla sosyal medya kullanım amaçlarının eğlence ve zaman geçirme olduğu görülmüştür.

Katılımcıların eğitim düzeyleri ve sosyal görünüş kaygısı puanları incelendiğinde Lise ve altı düzeyde eğitim almış katılımcıların sosyal görünüş kaygısı puanlarının lisans ve lisansüstü mezunlarından daha yüksek olduğu görülmüştür.

Katılımcıların sosyal medya kullanım amaçlarına göre sosyal görünüş kaygısı puanları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Eğlence ve zaman geçirme, bilgi ve haber alma amacıyla kullanan katılımcıların puanlarının daha yüksek olduğu sosyal medyayı iş ve pazarlama amacı ve eğitim ve öğrenme amacıyla kullananların puanlarının daha düşük olduğu görülmüştür.

Sosyal medya kullanım amaçları ölçeğinin sosyal bağlantı ve insan ilişkileri alt ölçeğinden aldıkları puanların sosyal görünüş kaygısı ölçeği puanlarını istatistiki açıdan anlamlı ve pozitif olarak yordadığı gözlemlenmiştir.

Sosyal medya kullanım sürelerinin 2 saat ve altı olan kullanıcıların sosyal görünüş kaygı puanlarının diğer katılımcılara göre daha düşük olduğu görülmüştür. Fiziksel benlik ölçeği ve Sosyal görünüş kaygısı ölçeği puanları arasında ise istatistiki açıdan anlamlı ve negatif korelasyon bulunmuştur. Sosyal görünüş kaygısı ve fiziksel benlik algısı ölçeğinin yordamadığı görülmüştür.

Sosyal medya kullanım amaçları ölçeği ve fiziksel benlik ölçeği puanlarının sosyal görünüş kaygısı ölçeği puanlarının yordama durumuna göre ilişkin modelin açıkladığı varyans ise %37,3 bulunmuştur. Katılımcıların fiziksel benlik ölçeğinin

genel benlik kavramı, sportif yeterlilik, fiziksel kuvvet alt ölçeklerden aldıkları puanlarının istatistiki açıdan anlamlı ve negatif yordadığı görülmüştür.

Öneriler

Araştırma Sonuçları Doğrultusunda Geliştirilen Öneriler

Araştırmanın sınırlılıkları bulunmaktadır. 18 yaş ve üstü genç yetişkin bireyler ve sosyal medya kullanımı olması sınırlılıklar arasında yer almaktadır. Sosyal medya kullanım amaçlarının eğlence ve zaman geçirme, bilgi ve haber alma amacıyla kullananların sosyal görünüş kaygısı puanı daha yüksek olduğu ancak iş ve pazarlama amacı ve eğitim ve öğrenim için kullananların daha düşük olduğu belirlenmiştir. Fiziksel benlik açısı ve sosyal görünüş kaygısı bakımından birbirlerini anlamlı açıdan negatif yönlü olarak yordadığı görülmüştür. Bu durumda bireylerin fiziksel benlik algılarını güçlendirme ve ölçmeye yönelik okullarda, üniversitelerde seminerler, workshoplar yapılması önerilmektedir. Sosyal görünüş kaygısı ve sosyal bağlantı ve insan ilişkileri alt ölçeğinden aldıkları puanlar arasında anlamlı yönde pozitif korelasyon bulunmuştur. Bu doğrultuda psikolojik danışmanlık hizmetleri, özellikle sosyal bağlantıları yüksek bireylerde sosyal görünüş kaygısını dengeleyici benlik saygısını güçlendirmeye yönelik çalışmalar yapılmalıdır. Yapılan araştırmalara bakıldığında fiziksel benlik algısının literatürde yeterli çalışma görülmemektedir. Araştırmacıların fiziksel benlik algısı ve sosyal medya kullanım amaçları ile ilişkileri farklı değişkenlerle de araştırılmalıdır.

İlerideki Çalışmalara Yönelik Öneriler

Yanlış sosyal medya kullanım sonucu sosyal görünüş kaygısını ortaya çıkarabilmekte farklı psikolojik hastalıkları, sosyal medya bağımlılığını oluşturabilmektedir. Bireyi psikolojik ve sosyal olarak etkilemektedir. Bu nedenle doğru sosyal medya kullanımına yönelik Liselerde, üniversitelerde, iş yerlerinde bilgilendirici seminerler düzenlenmesi, sosyal medya kullanım programları avantaj ve dezavantajları gibi bilgilendirici kısa süreli eğitimler verilmesi önerilebilmektedir. Sosyal medya kullanımı süresi arttıkça sosyal görünüş kaygısını da arttırdığı çalışmada görülmektedir. Klinik uygulamalarda, sosyal medya kullanımına bağlı gelişen görünüş kaygısının azaltılmasına yönelik terapi sürecinde bireye özgü ödevlendirmeler ve farkındalık temelli müdahaleler planlanması, Sosyal medya içerikleriyle daha çok etkileşimde bulunan bireylerde fiziksel benlik algısı ve dış

görünüş baskısının daha fazla olması sebebiyle, gelecekte sosyal medya etkileşimi, sosyal kaygı ve fiziksel benlik değeri arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalar yapılması önerilmektedir.

Kaynakça

- Akçalı, İ. ve Hacıoğlu, G. (2022). Sosyal medya kullanım sıklığının tüketicilerin kompulsif satın alma davranışlarına etkisi: Gösterişçi tüketim ve materyalizmin aracılık rolü. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 8(1), 103–127.
- Akdeniz, H., ve Sekban, G. (2023). Üniversite öğrencilerinin sosyal görünüş kaygıları ve olumsuz değerlendirilme korku düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *ROL Spor Bilimleri Dergisi* (1), 861–878.
- Alikılıç, Ö., Alikılıç, İ. ve Özer, A. (2019). Dijital romantizm: Y kuşağının romantik ilişkilerinde sosyal medyanın rolü üzerine bir araştırma. *Erciyes İletişim Dergisi*, 1, 57-80.
- Alpaslan, A. H. (2012). Ergen ruh sağlığı ve spor. *Kocatepe Tıp Dergisi*, 13(3), 181–185.
- Amedie, J. (2015). *The impact of social media on society* (English 176 research paper). Santa Clara University.
- Arkün Kocadere, S. ve Aşkar, P. (2013). Sosyal medya araçlarının katkıları ve kullanım sıklıkları: Öğretmenlik uygulaması örneği. *İlköğretim Online*, 12(4), 1120-1132.
- Ataoğlu, B. B., Ataoğlu, A. ve Ankaralı, H. (2019). Travmatik yaşantıların benlik saygısı üzerine etkisi. *Düzce Tıp Fakültesi Dergisi / Duzce Medical Journal*, 21(3), 186–191.
- Aydın, O. ve Yaşartürk, F. (2020). Üniversitede öğrenim gören elit düzey bocce sporcularının rekreasyon faaliyetlerine yönelik tatmin ve benlik algısı düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(1), 449–461
- Babacan, M. E. (2014). Sosyal medya sonrası yeni toplumsal hareketler. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4(7), 135-152
- Babic, M. J., Morgan, P. J., Plotnikoff, R. C., Lonsdale, C., White, R. L. ve Lubans, D. R. (2014). Physical activity and physical self-concept in youth: Systematic review and meta-analysis. *Sports Medicine*, 44(11), 1589–1601.

- Bahar, B. (2019). Sosyal öğrenme kuramı ve sosyal değişim kuramı perspektifinden etik liderlik. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 8(16), 237-242.
- Balcı, Ş. ve Baloğlu, E. (2018). Sosyal medya bağımlılığı ile depresyon arasındaki ilişki: Üniversite gençliği üzerine bir saha araştırması. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 29, 209-234.
- Barbierik, L., Bacikova-Sleskova, M. ve Petrovova, V. (2020). The role of social appearance comparison in body dissatisfaction of adolescent boys and girls. *Computers in Human Behavior*, 110, 106395.
- Barutçu, S. ve Tomaş, M. (2013). Sürdürülebilir sosyal medya pazarlaması ve sosyal medya pazarlaması etkinliğinin ölçümü. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 4(1), 5-24.
- Bay, Ü. S. ve Yılmaz, E. (2020). Ruhsal bozukluklarda fiziksel aktivite ve egzersizin etkileri ile ilgili yapılmış çalışmaların incelenmesi. *Mediterranean Journal of Sport Science*, 3(2), 437-447.
- Bayköse, N. ve Esin, İ. (2019). Sporda beden imajı ve sosyal medya etkisi: Sosyal karşılaştırma kuramı çerçevesinde Facebook kullanımının beden imajına etkileri üzerine bir derleme. *Akdeniz Spor Bilimleri Dergisi*, 2(1), 67-74.
- Bayram, E. (2019). *Üniversite öğrencilerinin sosyal görünüş kaygı düzeyleri ile bilinçli farkındalık düzeyi arasındaki ilişkinin spor ve farklı değişkenler açısından incelenmesi* (Yüksek lisans tezi) Atatürk Üniversitesi.
- Bektaş, M. ve Karagöz, Ş. (2018). İzlenim yönetimi davranışının işe tutkunluğa etkisinde sosyal görünüş kaygısının aracılık rolü. *Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri Dergisi*, 4(6), 275-299.
- Bilge, Y., Baydili, K. N. ve Göktaş, S. Ş. (2020). Sosyal medya bağımlılığını yordamada anksiyete, stres ve günlük sosyal medya kullanımı: Meslek yüksekokulu örneği. *Bağımlılık Dergisi- Journal of Depedence*, 21(3), 223-235.
- Bilgin, M. (2018). Ergenlerde sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik bozukluklar arasındaki ilişki. *The Journal of International Scientific Researches*, 3(3), 237-247.

- 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*, 110, 106395.
- Brennan, M. A., Lalonde, C. E. ve Bain, J. L. (2010). Body image perceptions: Do gender differences exist? *Psi Chi Journal of Undergraduate Research*, 15(3), 109–118.
- Yılmaz, H. ve Demir, S. (2021). Sosyal medya kullanım sıklığının genç yetişkinlerde anksiyete ve sosyal görünüş kaygısı üzerindeki etkisi. *Psikoloji Araştırmaları Dergisi*, 14(2), 235-249.
- Büyükkumcu, S. B. ve Ceyhan, A. A. (2020). Sosyal medya kullanıcıların sosyal karşılaştırma eğilimlerinin incelenmesi. *Anadolu Journal of Educational Sciences*, 10(1), 273-302.
- Canıklitemel, N. ve Ağralı Ermiş, S. (2024). Düzenli spor yapan ve sedanter genç bireylerde bedeni beğenme ve sosyal medya etkileşimi: Demografik faktörlerin rolü. *Research in Sport Education and Sciences*, 26(3), 108–118.
- Carpenter, J. P., Morrison, S. A., Craft, M. ve Lee, M. (2020). How and why are educators using Instagram? *Teaching and Teacher Education*, 96, 103149.
- Cengiz, Ç. (2022). *Genç erişkinlerde (19-25 yaş) sosyal medya bağımlılığının görünüş kaygısı ve beden saygısı ile ilişkisinin değerlendirilmesi* (Uzmanlık tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya.
- Chae, J. (2017). Explaining females' envy toward social media influencers. *Media Psychology*, 20(2), 221–239.
- Çağlak, U. (2019). WhatsApp, WhatsApp grupları ve kullanım alışkanlıkları: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Journal of International Social Research*, 12(66), 627-639.
- Çağlar, E., Aşçı, F. H. ve Bilgili, N. (2017). Üniversite öğrencilerinde fiziksel benlik ölçeği Türkçe sürümünün psikometrik özellikleri. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 18(6), 594–601.
- Çakıcı, Ö. (2021). *Ergenlerde sosyal medya kullanımının, sosyal görünüş kaygısı ve kontrol alanı algısı ile ilişkisi* (Yüksek lisans tezi) Doğu Akdeniz Üniversitesi.

- Çalışkan, M. ve Mencik, Y. (2015). Değişen dünyanın yeni yüzü: Sosyal medya. *Akademik Bakış Dergisi*, (50), 254-263.
- Çelik, A., Şahin, M. ve Yetim, A. (2012). Psikolojik sağlamlığın gelişiminde koruyucu bir faktör olarak spor ve fiziksel aktivite. *Journal of Athletic and Sport Science Studies*, 5(8), 373–380.
- Çınar, Ö. (2021). Sosyal medyada şiddet. *Journal of Management Theory and Practices Research*, 2(1), 37–44.
- Çömlekçi, M. F. ve Başol, O. (2019). Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 173-188.
- Dilmaç, B. ve Yücesoy, Ö. (2019). Üniversite öğrencilerinin sahip olduğu değerler, akılcı olmayan inançlar ve sosyal görünüş kaygısı arasındaki yordayıcı ilişkiler. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi-International Journal of Society Researches*, 7(13), 1309-1330.
- Doğan, M., Elçi, G. ve Gürbüz, B. (2022). Egzersiz bağımlılığı ve sosyal görünüş kaygısı ilişkisi. *Türkiye Spor Bilimleri Dergisi*, 6(2), 73-82.
- Doğan, M., Elçi, G. ve Gürbüz, B. (2022). Egzersiz bağımlılığı ve sosyal görünüş kaygısı ilişkisi. *Türkiye Spor Bilimleri Dergisi*, 6(2), 73–82.
- Doğan, T. (2010). Sosyal görünüş kaygısı ölçeği'nin (SGKÖ) Türkçe uyarlaması: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 39(39), 151–159.
- Erdoğan, S. ve Yazıcıoğlu, Y., (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri.*: Detay Yayıncılık.
- Erol, G. ve Hassan, A. (2014). Gençlerin sosyal medya kullanımı ve sosyal medya kullanımının tatil tercihlerine etkisi. *Journal of International Social Research*, 7(31), 804-810.
- Eser, A. (2023). *Geç ergenlerde sosyal medya kullanımı, sosyal karşılaştırma ve sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yüksek lisans tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi.

- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R. ve Halliwell, E. (2015). *Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood*. *Body Image*, 13, 38–45
- Farrell, L. J., Gregertsen, E. C., Donovan, C. L., Pammenter, A. ve Zimmer-Gembeck, M. (2016). Maternal rejection and idealized values of appearance as predictors of body dysmorphic concerns among young adults. *Journal of Cognitive Psychotherapy: An International Quarterly*, 30(3), 154–167.
- Garip, S. (2023). Sosyal bilimlerde nicel araştırma geleneği üzerine kuramsal bir inceleme. *International Journal of Social Science Research*, 12(1), 1–19.
- Gezgin, S. ve Kırık, A. M. (2020). Sosyal medyanın tüketim kültürüne etkisi. S. Gezgin (Ed.), *Dijital Çağda İletişim* (s. 9-25). Eğitim Yayınevi.
- Gölcü, A., Balcı, Ş. ve Arsal Gölcü, A. (2019). Sosyal medya kullanımı ile kendini gizleme ve yaşam doyumu arasında bir bağlantı var mı? *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 173-190.
- Gül, A. ve Yılmaz Akyüz, E. (2019). Sosyal medya kullanımı: Yeme bozukluğu nedeni olabilir mi? *Sağlık Profesyonelleri Araştırma Dergisi*, 1(1), 28-32.
- Güleç, V. (2018). Aile ilişkilerinin sosyal medyayla birlikte çöküşü. *E-journal of New Media (eJNM)*, 2(1), 105-120.
- Güleryüz, S., Esentaş, M., Yıldız, K. ve Güzel, P. (2020). Sosyal izolasyon sürecindeki bireylerin serbest zaman değerlendirme biçimleri: Sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *FOCUSS Spor Yönetimi Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 31-45.
- Gündüz, B. ve Sağlam, N. (2020). Ergenlerde sosyal görünüş kaygısı, ebeveyn ve akrana bağlanmanın depresyonu yordamadaki katkısı. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(1), 243-267.
- Güneri Yöyen, E. (2017). Çocukluk çağı travması ve benlik saygısı. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(1), 267–282.
- Harmancı, H., Dayıoğlu, H. ve Kırkpınar, S. N. (2019). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve olumlu değerlendirilme korkusu ile olumsuz değerlendirilme korkusu arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (3), 242-255.

- İlgaz Büyükbaykal, C. ve Temel, G. (2019). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında sosyal medya kullanımı ve gençlik. *International Journal of Cultural and Social Studies*, 5(2), 434-447.
- Işıkay, T. ve Başcı, A. (2020). Sosyal kimlik kuramı açısından tüketici – marka özdeşleşmesi ve bir araştırma. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 42(1), 63-90.
- İnce, M. ve Koçak, M. C. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), 736-749.
- İri, R. (2023). 2023 Türkiye deprem sürecinde yaşanan ve gelişen olaylarda sosyal medya kullanımının önemi: Niğde ve yöresi sosyal medya kullanıcılarına yönelik bir araştırma. *Uşak Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(1), 44-66.
- Kaplan, A. M. ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kara, A. (2016). Sosyal görünüş kaygısı ile utangaçlık arasındaki ilişkilerinin incelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 24(3), 95-102.
- Kara, T. (2013). *Sosyal medya endüstrisi: İnsan, toplum, ekonomi*. Beta Yayınları.
- Karadağ, A. ve Akçınar, B. (2019). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı psikolojik semptomlar arasındaki ilişki. *Bağımlılık Dergisi*, 20(3), 154-166.
- Karademir, T., Türkçapar, Ü., Ulucan, H. ve Bahadır, Z. (2013). Haltercilerde benlik saygısı ile yaşam doyum ve vücut benlik algısı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(3), 285–294.
- Karasar, N. (2011). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Nobel Yayınları.
- Kartal, M. (2012). Türkiye’de sosyal medya raporu. *İletişim ve Diplomasi/ Yeni Medya*, 159-165.

- Kavut, S. (2018). Goffman'ın benlik sunumu kuramı bağlamında sosyal medyada kimlik inşası: Instagram üzerine bir araştırma. *NOSYON: Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi*, 1, 1–12.
- Kaya, F. (2022). *Genç yetişkin bireylerde sosyal görünüş kaygısının yordayıcıları olarak benlik saygısı, beden algısı ve narsisizm* (yüksek lisans tezi) İstanbul Gedik Üniversitesi.
- Kılıç Ahmedi, B. ve Şahin, M. (2021). Nesneleştirilmiş beden bilincinin dindarlık ile selfitiş davranış ilişkisindeki rolü. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 16(2), 172–190.
- Kılıç, N., Bekiroğlu, B., Özdemir, H. ve Tatar, A. (2019). A descriptive approach to mobbing: The role of self-esteem and body image at work. *Psychological Applications and Trends*, 2184–2205. ISBN: 978-989-54312-2-9.
- Kırcı, P. ve Gülbak, E. (2020). Instagram verileri ile duygu analizi. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (20), 360-364.
- Kızılkaya, M. ve Özkaya, A. S. (2023). Sosyal görünüş kaygısının psikolojik kuramlar açısından incelenmesi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar-Current Approaches in Psychiatry*, 15(3), 398-406.
- Kireççi, C. (2021). *Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımının dikkat eksikliği ve hiperaktivite bozukluğu belirtileri, sosyal görünüş kaygısı ve akademik erteleme ile ilişkisinin incelenmesi* (Yüksek lisans tezi) İstanbul Beykent Üniversitesi.
- Kocaman, G. ve Kazan, H. (2021). Lise düzeyinde öğrenim gören öğrencilerin Instagram bağımlılıkları ve sosyal görünüş kaygıları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 18(40), 2638-2664.
- Korkmaz, N., Nale, Z., Çetin, R. Ü. ve Narlı, M. B. (2023). Meslek yüksekokulu öğrencilerinin temel gıda analizlerini anlama düzeylerinin belirlenmesi. *Journal of University Research*, 6(2), 161–170.
- Köse, E., Bayköse, N., Bal Turan, E. ve Yerlisu Lapa, T. (2016). Düzenli egzersiz yapan bireylerde olumsuz değerlendirilme korkusunun vücut algılarını belirlemedeki rolü. *Akdeniz İnsani Bilimler Dergisi*, 6(2), 351–360.

- Köseoğlu, Ö. (2012). Sosyal ağ sitesi kullanıcılarının motivasyonları: Facebook üzerine bir araştırma. *Selçuk İletişim*, 7(2), 58-81.
- Küçükşen Öner, F. ve Fildiş, B. (2022). Erving Goffman'ın Benlik Sunumu Kuramı'na Göre Resimde Otoportre. *Sanat Tarihi Dergisi*, 31(1), 455-481.
- Lacap, J. P. G., Cruz, M. R. M., Bayson, A. J., Molano, R. ve Garcia, J. G. (2024). Parasocial relationships and social media interactions: Building brand credibility and loyalty. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 28(1), 77-97.
- Levinson, C. A., Rodebaugh, T. L., White, E. K., Menatti, A. R., Weeks, J. W., Iacovino, J. M. ve Warren, C. S. (2013). Social appearance anxiety, perfectionism, and fear of negative evaluation: Distinct or shared risk factors for social anxiety and eating disorders? *Appetite*, 67, 125-133.
- Marengo, D., Longobardi, C., Fabris, M. A. ve Settanni, M. (2018). *Highly-visual social media and internalizing symptoms in adolescence: The mediating role of body image concerns*. *Computers in Human Behavior*, 82, 63-69.
- Mendizabal-Gallastegui, A., Pérez-Tejero, J. ve Gutiérrez-Santiago, A. (2020). Physical self-concept, gender, and physical condition of Bizkaia university students. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(14), 5152.
- Mendo-Lázaro, S., Polo-del-Río, M. I., Amado-Alonso, D., Iglesias-Gallego, D. ve León-del-Barco, B. (2017). Self-concept in childhood: The role of body image and sport practice. *Frontiers in Psychology*, 8, 853.
- Mikula, P., Timkova, V., Fedicova, M., Szilasiova, J. ve Nagyova, I. (2021). Self-management, self-esteem and their associations with psychological well-being in people with multiple sclerosis. *Multiple Sclerosis and Related Disorders*, 53, 103019.
- Ovalı, A. Ş. (2020). Türkiye-ABD ilişkilerinde Twitter diplomasisi. *Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 17(65), 23-45.
- Ökten, M. S. (2023). Sosyal medya kullanım amaçları ölçeği: Üniversite öğrencileri üzerinde bir validasyon çalışması. *Mavi Atlas*, 11(2), 238-254.
- Önder, E. ve Yaran, M. (2022). *Fizyoterapi ve rehabilitasyon yüksek lisans tezi* (Yüksek lisans tezi). Üsküdar Üniversitesi, İstanbul.

- Öner, C. ve Arabacı, L. B. (2021). Ebeveyninde kronik ruhsal veya fiziksel hastalığı olan ergenlerde psikolojik dayanıklılık ve benlik saygısı. *İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 6(3), 101–107.
- Özbay, A. ve İş Vardarlı, C. (2024). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım tutumları ile sosyal kaygı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Korkut Ata Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 15, 778–796.
- Özcan, H., Subaşı, B., Budak, B., Çelik, M., Gürel, Ş. C. ve Yıldız, M. (2013). Ergenlik ve genç yetişkinlik dönemindeki kadınlarda benlik saygısı, sosyal görünüş kaygısı, depresyon ve anksiyete ilişkisi. *Journal of Mood Disorders*, 3(3), 107-113.
- Özer, P. ve Güzel, Ş. (2023). Sosyal görünüş kaygısı ve sosyal medya bağımlılığının estetik işlem yaptıрма algısı ile ilişkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 14(40), 1412-1432.
- Özmen, S. ve Çelik, F. (2024). Gençlerde sosyal görünüş kaygısı ve beğenilme arzusunun estetik cerrahiye kabul etme üzerine etkisi. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 12(32), 61-81.
- Özteke Kozan, H. İ. ve Hamarta, E. (2017). Beliren yetişkinlikte beden imgesi: Bağlanma ve sosyal görünüş kaygısının rolü. *Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal*, 7(48), 63–81.
- Öztürk, M. (2014). Üniversite öğrencilerinin problem çözme becerileri ile denetim odakları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 22(1), 25-40.
- Öztürk, M. F. ve Talas, M. (2015). Sosyal Medya ve eğitim etkileşimi. *Zeitschrift für die Welt der Türken/ Journal of World of Turks*, 7(1), 101-120.
- Papapanou, T. K., Darviri, C., Kanaka-Gantenbein, C., Tigani, X., Michou, M., Vlachakis, D., Chrousos, G. P. ve Bacopoulou, F. (2023). Strong correlations between social appearance anxiety, use of social media, and feelings of loneliness in adolescents and young adults. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(5), 4296.
- Rice, S. M., Purcell, R., De Silva, S., Mawren, D., McGorry, P. D. ve Parker, A. G. (2016). The mental health of elite athletes: A narrative systematic review. *Sports Medicine*, 46(9), 1333–1353.

- Rouault, M., Will, G.-J., Fleming, S. M. ve Dolan, R. J. (2022). Low self-esteem and the formation of global self-performance estimates in emerging adulthood. *Translational Psychiatry*, 12(1), 272.
- Saltık Duvan, R. ve Baca Biçer, F. (2024). Nesneleştirme kuramı açısından siber şiddet arenasında beden aşağılama. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 47, 81–105.
- Schuch, F. B., Werneck, A. O., Vancampfort, D., Firth, J., Rosenbaum, S., Ward, P. B., ve Stubbs, B. (2021). Physical activity, physical self- perception and depression symptoms in patients with major depressive disorder: A mediation analysis. *European Archives of Psychiatry and Clinical Neuroscience*, 271(8), 1531-1539.
- Sevim, K. ve Artan, T. (2021). Yüksek ve düşük benlik saygısını etkileyen faktörler. *Toplumsal Politika Dergisi / Turkish Journal of Social Policy*, 2(2), 109–121.
- Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z. ve Demir, M. (2013). İnternet ve sosyal medya kullanımı üzerine bir uygulama. *Selçuk İletişim*, 7(4), 23-34.
- Sponcil, M. ve Gitimu, P. (2013). Use of social media by college students: Relationship to communication and self-concept. *Journal of Technology Research*, 4(1), 37–49.
- Suna, G., Karatay, G., Pepe, O. ve Arısoy, A. (2023). Sosyal görünüş kaygısı ile beslenme alışkanlıkları arasındaki ilişki. *Social Mentality and Researcher Thinkers Journal (SMART Journal)*, 78, 5422–5427.
- Şener, A. ve Yücel, S. (2020). Sosyal medyanın Y kuşağı satın alma davranışları üzerindeki etkisi: Bir literatür incelemesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (65), 265–284.
- Şengönül, M. ve Aydın, B. N. (2023). Genç yetişkinlerde sosyal medya kullanımına dair özellikler ile sosyal görünüş kaygısı ve yeme tutumları ilişkisi. *Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 113-134.
- Şimşir, Z., Seki, T. ve Dilmaç, B. (2019). Sosyal görünüş kaygısında cinsiyet farklılıkları: Bir meta analiz çalışması. *OPUS International Journal of Society Researches*, 10(17), 615-637.

- Tabak, M. Y. ve Kahraman, S. (2022). Genç yetişkinlerde sosyal görünüş kaygının kompulsif çevrimiçi satın alma üzerindeki yordayıcı etkisi. *Bağımlılık Dergisi*, 23(1), 22-29.
- Tajudeen, F. P., Jaafar, N. I. ve Ainin, S. (2017). Understanding the impact of social media usage among organizations. *Information & Management*, 55(3), 308–321.
- Taluy, N. (2021). Sosyal medya bağımlılığı ile bağlanma tarzları ilişkisi üzerine bir derleme. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 31(2), 989-1002.
- Tayfur, M. (2021). Sosyal medyada Tik Tok. A. Yıldırım (Ed.), *Sosyal medyada dil ve iletişim: Retorik, söylem ve ikna* içinde (ss. 313-324). Nobel Yayınları.
- Türk, G. D. ve Bayrakcı, S. (2020). Sosyal medya ve toplumda değişen estetik işlem yaptırma algısı. *AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 10(39), 119.
- Türk, G. D., Bayrakcı, S. ve Akçay, E. (2022). Metaverse ve Benlik Sunumu. *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 12(2), 316–333.
- Uça Güneş, E. P. (2016). Toplumsal değişim, teknoloji ve eğitim ilişkisinde sosyal ağların yeri. *Açık öğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 191-206.
- Uluç, G. ve Yarcı, A. (2017). Sosyal Medya Kültürü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (52), 88-102.
- Ulutaş, M., & Hız, Y. (2021). Sosyal kimlik kuramı. *Sosyal, beşerî ve idari bilimler alanında akademik çalışmalar -II Cilt 5* içinde (ss. 98-110). Gece Kitaplığı.
- Uslu, M. (2021). Türkiye’de sosyal medya bağımlılığı ve kullanımı araştırması. *Turkish Academic Research Review*, 6(2), 370-396.
- Uzun, Ö., Yıldırım, V. ve Uzun, E. (2016). Dikkat eksikliği hiperaktivite bozukluğu olan ergenlerde sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve sosyal medya bağımlılığı, benlik saygısı ve algılanan sosyal destek ilişkisi. *TJFMPC*, 10(3), 142–147.
- Ürün, Ö. D. ve Şafak Öztürk, C. (2020). Yetişkin bireylerde sosyal görünüş kaygısı ile sosyal kaygı, benlik saygısı ve yaşam doyumu arasındaki ilişkiler. *Adnan Menderes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 4(1), 37–45.

- Vardarlıer, P. ve Öztürk, C. (2020). Sağlık iletişiminde sosyal medya kullanımının rolü. *Sosyolojik Düşün*, 5(1), 1-17.
- Varol, D. (2020). Ergenlerde sosyal görünüş kaygısı ile öznel iyi oluş arasındaki ilişkide sosyal ve duygusal öz yeterliğin aracı rolü. *e-Kafkas Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 7, 319-332.
- Volkan, E., Şangül, E. ve Çıvgın, U. (2024). Sosyal medyada takip ettiğimiz içeriklerin bedeni beğenmeye, sosyal görünüş kaygısına ve benlik saygısına etkisi var mı? *Journal of Cognitive Behavioral Psychotherapy and Research*, 13(2), 153-166.
- Yaman, C., Kaya, S. ve Bayköse, N. (2020). Görünüme yönelik sosyo kültürel inançların benlik saygısı, psikolojik sağlamlık ve fiziksel aktivite düzeyini belirleyici rolü. *Mediterranean Journal of Sport Science*, 3(2), 356–372.
- Yıldırım, G. ve Atilla, G. (2020). Öz yeterliğin bilinçli farkındalık ve benlik saygısına etkisi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 59–84.
- Yılmaz, H. ve Demir, S. (2021). Sosyal medya kullanım sıklığının genç yetişkinlerde anksiyete ve sosyal görünüş kaygısı üzerindeki etkisi. *Psikoloji Araştırmaları Dergisi*, 14(2), 235-249.
- Yolcu, H., ve Çiftçi, M. (2023). Sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve motivasyonlarının karşılaştırılması: Üniversite öğrencileri üzerine bir inceleme *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (60), 147-164.
- Zafer, C. ve Vardarlıer, P. (2019). Medya ve toplum. *Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22(2), 355-361.
- Zogaj, A., Frishammar, J., Wincent, J. ve Parida, V. (2021). Consumer–brand congruence and its effects on purchase intention: Evidence from social media influencer marketing. *Journal of Business Research*, 135, 235–250.

Ekler

Ek 1.

Aydınlatılmış Onam Formu

Sayın Katılımcı, Bu çalışma, Yakın Doğu Üniversitesi Yüksek lisans Klinik Psikoloji Bölümü öğrencisi Psikolog Cemile Yıldırım tarafından gerçekleştirilen Yrd. Doç. Dr. Ayşe Buran danışmanlığında yürütülen bir çalışmadır.

Bu Çalışmanın "Genç Yetişkinlerde Sosyal Medya Kullanımı Fiziksel Benlik Algısı ve Sosyal Görünüş Kaygısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesidir. " Bu araştırmaya katılmak tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır. Araştırmaya katılabilmek için 18 yaş üstü yetişkin birey olmanız gerekmektedir. Araştırma gizlilik esasına dayanmaktadır. Kimlik bilgileri ve özel bilgiler istenmemektedir. Bu çalışma boyunca elde edilen veriler bilimsel amaçlar için kullanılacaktır. Uygulama yaklaşık olarak 10-15 dakika arası sürmektedir. Aşağıdaki Onay kutucuğuna işaretlediğiniz takdirde çalışmaya gönüllü olarak katılmayı kabul etmiş sayılırsınız. Araştırmadan herhangi bir sebepten dolayı ayrılmak isterseniz aşağıdaki bilgileri kullanarak iletişime geçebilirsiniz. Çalışmayı kabul edip, ölçekte yer alan maddeleri doldurmaya başladıktan sonra herhangi bir nedenle bu bataryayı yarıda bırakıp süreci sonlandırabilirsiniz. Bu çalışma ile ilgili herhangi bir sorunuz ya da endişeniz olursa aşağıdaki iletişim bilgilerinden ulaşabilirsiniz.

İlginiz ve katılımınız için şimdiden teşekkür eder, saygılar sunarım.

Araştırma Ekibi:

Yrd. Doç. Dr. Ayşe Buran

Yakın Doğu Üniversitesi Psikoloji Bölümü

E- Posta: ayse.buran@neu.edu.tr

Psikolog Cemile Yıldırım

Yakın Doğu Üniversitesi Psikoloji Bölümü

E- Posta: 20230607@std.neu.edu.tr

Ek 2.**Katılımcı Bilgilendirme Formu**

Genç Yetişkinlerde Sosyal Medya Kullanımı, Fiziksel Benlik Algısı ve Sosyal Görünüş Kaygısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Araştırmacı:

Psk. Cemile Yıldırım

Yakındoğu Üniversitesi Klinik Psikoloji

20230607@std.neu.edu.tr

Danışman:

Yrd. Doç. Dr. Ayşe Buran

ayse.buran@neu.edu.tr

Bu araştırmada sosyal medya kullanımınız ile fiziksel benlik algınız ve sosyal görünüş kaygınız arasındaki ilişki incelenecektir. Katılımınız tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır ve yanıtlarınız gizli tutulacaktır.

- Araştırmaya katılım isteğe bağlıdır.
- Dilediğiniz zaman araştırmadan çekilebilirsiniz.
- Verileriniz anonim olarak saklanacak ve sadece akademik amaçlarla kullanılacaktır.
- Araştırmaya katılarak yukarıdaki koşulları kabul etmiş olursunuz.

Ek 3.**Sosyodemografik Bilgilendirme Formu**

Cinsiyetiniz?

- ☐ Evet
- ☐ Hayır

Yaşınız?

.....

Eğitim Düzeyiniz

- ☐ İlkokul
- ☐ Ortaokul
- ☐ Lise
- ☐ Lisans
- ☐ Lisansüstü

Çalışma Durumunuz?

- ☐ Çalışıyorum
- ☐ Çalışmıyorum

Sosyal Medya Kullanıyor musunuz?

- ☐ Evet
- ☐ Hayır

En Çok Hangi Uygulamayı Kullanıyorsunuz?

- ☐ WhatsApp
- ☐ Instagram
- ☐ Facebook
- ☐ Tik Tok
- ☐ Twitter (X)

En Çok Hangi Amaç İçin Kullanıyorsunuz?

- ☐ Bilgi ve Haber alma
- ☐ Eğlence ve zaman geçirme
- ☐ Eğitim ve Öğrenme
- ☐ İş ve Pazarlama amacı

Sosyal Medya da Ne kadar Süre Vakit Geçiriyorsunuz?

- ☐ 2 saat ve altı
- ☐ 2-4 saat
- ☐ 4-6 saat
- ☐ 6-8 saat
- ☐ 8 saat ve üzeri

Ek 4.

Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği (SMKAÖ)

Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeği (SMKAÖ)

Bu anket, sosyal medya kullanım amacınızı anlamak ve bu konuda daha iyi bir anlayış geliştirmek amacıyla yapılmaktadır. Sorular, sosyal medya kullanımınızla ilgili çeşitli konuları kapsayacak ve sosyal medya platformlarındaki amaçlarınızı anlamak için tasarlanmıştır.

<i>SOSYAL MEDYAYI NİÇİN KULLANIYORSUNUZ?</i>	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Tamamen Katılıyorum
1. Eğlence amaçlı kullanıyorum.	1	2	3	4	5
2. Boş zamanlarımda vakit geçirmek için kullanıyorum.	1	2	3	4	5
3. Haberleri ve güncel olayları takip etmek için kullanıyorum.	1	2	3	4	5

Ek 5.

Fiziksel Benlik Ölçeği (FBÖ)

AÇIKLAMA

Bu ankette sizi tanımlayan 25 ifade bulunmaktadır. Lütfen her bir ifadeyi dikkatli okuyunuz ve her bir ifadenin sizi ne kadar ifade ettiğini ilgili kutuyu işaretleyerek belirtiniz. Lütfen her bir ifadeyi cevaplandırmaya çalışınız. Ankette doğru ve yanlış cevap yoktur. En iyi cevap, size göre ifadenin sizi ne kadar yansıttığıdır. İlginize teşekkür ederiz.

Hiç Çok Az Biraz Yeterince Çok Tamamen

1. Kendimle ilgili olumlu düşüncelere sahibim.
2. Fiziksel olarak yapabildiklerimle gurur duyarım.
3. Durmadan uzun süre koşamam.
4. Fiziksel olarak yapabildiklerimle gurur duyarım.

Ek 6.**Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ)****SOSYAL GÖRÜNÜŞ KAYGISI ÖLÇEĞİ**

	Hiç Uygun Değil	Uygun Değil	Biraz Uygun	Uygun	Tamamen Uygun
1 Dış görünüşümle ilgili kendimi rahat hissederim.	1	2	3	4	5
2 Fotoğrafım çekilirken kendimi gergin hissederim.	1	2	3	4	5
3 İnsanlar doğrudan bana baktıklarında gerilirim.	1	2	3	4	5
4 İnsanların görünüşümden dolayı benden hoşlanmayacakları					

Ek 7.

Ölçek İzinleri

Ölçek İzni

CEMILE YILDIRIM
Merhaba iyi günler Ben psikolog Cemile Yıldırım Yakın doğu Üniversitesinde Klinik

Mehmet Salih ÖKTEN
to me
Jun 12 Details

Merhabalar geliştirmiş olduğum ölçeği kullanabilirsiniz iyi çalışmalar

12 Haz 2024 Çar 15:25 tarihinde CEMILE YILDIRIM <20230607@std.neu.edu.tr> şunu yazdı:

Emine Caglar
to me
Jun 12 Details

Merhaba Cemile,
Çalışmanızda tabii ki kullanabilirsiniz.
Ekte Fiziksel Benlik Ölçeğini ve puanlamasını gönderiyorum. Eğer ölçeği kullanırsanız, madde 3 bizim popülasyonda çalışmadı, dolayısıyla hesaplama dahil etmemeniz gerekiyor. Ben puanlama dosyasından çıkardım, ama ölçekte hala yer alıyor. Dikkatinizi çekmek istedim. Ekte ölçeği, puanlamasını ve ölçeğin psikometrik özelliklerine yönelik olarak yayımlanmış makalemizi paylaşıyorum...
Çalışmalarınızda kolaylıklar diliyorum...

Prof. Dr. Emine Çağlar

Tayfun Doğan
to me
Jun 12 Details

This message has been modified to fit your screen. Tap here to show original.

Merhaba,
Ölçeği web sitemden indirerek kullanabilirsiniz. İyi çalışmalar dilerim.

Tayfun Doğan
www.tayfundogan.net

#DeğişimÜsküdar

Tercih Günleri
16 Temmuz - 04 Ağustos

Prof. Dr. Tayfun Doğan
İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi | Psikoloji Öğretim Üyesi

Ek 8.

Etik Kurul İzin Formu



BİLİMSEL ARAŞTIRMALAR ETİK KURULU

18.11.2024

Sayın Cemile Yıldırım

Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu'na yapmış olduğunuz YDÜ/SB/2024/1882 proje numaralı ve "**Genç Yetişkinlerde Sosyal Medya Kullanımı Fiziksel Benlik Algısı Ve Sosyal Görünüş Kaygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi**" başlıklı proje önerisi kurulumuzca değerlendirilmiş olup, etik olarak uygun bulunmuştur. Bu yazı ile birlikte, başvuru formunuzda belirttiğiniz bilgilerin dışına çıkmamak suretiyle araştırmaya başlayabilirsiniz..



Prof. Dr. Aşkın KIRAZ

Başkan

Ek 9.

İntihal Raporu

GENÇ YETİŞKİNLERDE SOSYAL MEDYA KULLANIMININ FİZİKSEL BENLİK ALGISI VE SOSYAL GÖRÜNÜŞ KAYGISI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN İNCELENMESİ

ORJİNALLİK RAPORU

% 15	% 12	% 8	% 7
BENZERLİK ENDEKSİ	İNTERNET KAYNAKLARI	YAYINLAR	ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

BİRİNCİL KAYNAKLAR

1	Submitted to Yakın Doğu Üniversitesi Öğrenci Ödevi	% 5
2	docs.neu.edu.tr İnternet Kaynağı	% 4
3	toad.halileksi.net İnternet Kaynağı	% 1
4	dergipark.org.tr İnternet Kaynağı	% 1
5	Öztürkçe, Melis. "Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Fobisi Ile Sosyal Medya Kullanımının Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Bakımından İncelenmesi", Maltepe University (Turkey), 2024 Yayın	<% 1
6	Ciritbeyi, Kardelen. "Sosyal Medyada Fomo Görünümleri: Üniversite Öğrencileri Üzerine bir Saha Arastirmasi.", Necmettin Erbakan University (Turkey), 2024 Yayın	<% 1
7	adudspace.adu.edu.tr:8080 İnternet Kaynağı	<% 1
8	Aygun, AyCa. "Duzenli Egzersiz Katilimcilarinda Egzersiz Kimligi Ile Egzersizde Benlik Sunumu ve Fiziksel Benlik Algisi Iliskisi", Marmara Universitesi (Turkey), 2022	<% 1

Özgeçmiş

Cemile YILDIRIM, 2018 Final Anadolu lisesinden mezun olmuştur. 2023 yılında ise Uluslararası Final Üniversitesinde fen edebiyat fakültesi psikoloji bölümünden 3,15 onur derecesi ile mezun olmuştur. Lisans döneminde bir danışmanlık merkezinde çocuk, ergen, yetişkin alanında gönüllü olarak staj yaptı. Lisans döneminin sonlarında ise Özel Akdeniz Hastanesinde ergen yetişkin alanında staj yaparak deneyim kazandı. Lisans sürecini tamamladıktan sonra 2023 yılının Eylül ayında Yakındoğu Üniversitesi Klinik Psikoloji alanında yüksek lisansa başlamıştır. Yüksek lisans süresince Barış Ruh ve Sinir Hastalıkları Hastanesinde Stajyer Klinik Psikolog olarak tamamlamıştır. Çeşitli Sertifikasyon eğitim süreçlerine geçerek eğitimlerine devam etmektedir. Kısa süreli çözüm odaklı eğitimi, Bilişsel değerlendirme ve yapılandırılmış görüşme eğitimi, Kriz Travma ve yas danışmanlığı, Çocuk ve ergenlerde bilişsel davranışçı terapi uygulamaları, Bağımlılığa yaklaşım eğitimi gibi eğitimler almıştır. Şu an da ise Uluslararası Final Üniversitesi Psikoloji bölümünde Araştırma Görevlisi olarak devam etmektedir.