

**T. C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**Psikoloji Anabilim Dalı
Klinik Psikoloji Bilim Dalı**

**GEÇ ERGENLERDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI
SOSYAL KARŞILAŞTIRMA VE SOSYAL GÖRÜNÜŞ
KAYGISI ARASINDA İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

Asena ESER

**Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Haydeh FARAJI**

İstanbul – 2023

TEZ TANITIM FORMU

Yazar Adı Soyadı : Asena ESER

Tezin Dili : Türkçe

Tezin Adı : Geç Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımı, Sosyal Karşılaştırma ve Sosyal Görünüş Kaygısı Arasında İlişkinin İncelenmesi

Enstitü : İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Anabilim Dalı : Psikoloji

Tezin Türü : Yüksek Lisans

Tezin Tarihi : 18.01.2023

Sayfa Sayısı : 112

Tez : Dr. Öğr. Üyesi Haydeh FARAJI

Danışmanları

Dizin Terimleri : Sosyal medya, kaygı, sosyal kaygı, sosyal görünüş kaygısı, sosyal karşılaştırma.

Türkçe Özet : Bu çalışmanın öncelikli amacı; 18-24 yaş arası geç ergenlerin sosyal medya kullanımı, sosyal görünüş kaygısı ve sosyal karşılaştırma değişkenleri arasındaki ilişkiyi incelemektir. Söz konusu değişkenlerin sosyal görünüş kaygısını yordama gücüne de bakılacaktır.

Dağıtım Listesi : 1. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne
2. YÖK Ulusal Tez Merkezine

Asena ESER

**T. C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

Psikoloji Anabilim Dalı
Klinik Psikoloji Bilim Dalı

**GEÇ ERGENLERDE SOSYAL MEDYA KULLANIMI
SOSYAL KARŞILAŞTIRMA VE SOSYAL GÖRÜNÜŞ
KAYGISI ARASINDA İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

Asena ESER

Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Haydeh FARAJI

İstanbul – 2023

BEYAN

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğu, kullanılan verilerde herhangi tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez olarak sunulmadığını beyan ederim.

Asena ESER

.../.../2023



İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Asena ESER'in Geç Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımı, Sosyal Karşılaştırma ve Sosyal Görünüş Kaygısı Arasında İlişkinin İncelenmesi adlı tez çalışması, jürimiz tarafından Psikoloji anabilim dalı, Klinik Psikoloji bilim dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

İmza

Başkan

Dr. Öğr. Üyesi Haydeh

FARAJI

(Danışman)

İmza

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Erkal

ERZİNCAN

İmza

Üye

Dr. Öğr. Üyesi Necmettin

AKSOY

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

... / ... / 2023

İmzası

Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ

Enstitü Müdürü

ÖZET

Bu araştırma geç ergenlik döneminde sosyal medya kullanımı sosyal görünüş kaygısı ve sosyal karşılaştırma değişkenleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın örneklemini 276 kadın (%64.6), 151 erkek (%35.4) olmak üzere 427 geç ergen birey oluşturmaktadır. Katılımcıların yaşları 18-24 aralığındadır ve hepsi sosyal medya kullanmaktadır. Veriler Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ), Sosyal Karşılaştırma Ölçeği (SKÖ) ve Sosyodemografik Veri Formu kullanılarak toplanmıştır. Sosyal medya ağlarından Whatsapp ve Instagram aracılığı ile katılımcılara ulaşılmış olup çalışma online ölçekler aracılığıyla uygulanmıştır. Ölçekler uygulandıktan sonra alınan veriler SPSS-25 programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Ölçeklerin sosyodemografik değişkenler arasındaki ilişkiye bakılmış olup sosyal karşılaştırma ve sosyal medya kullanımı puanlarının sosyal görünüş kaygısını yordama gücüne dair regresyon analizi bulguları ele alınmıştır.

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre kadın ve erkeklerde sosyal medya kullanımı, cinsiyete göre sosyal medya kullanım sürekliliğinde anlamlı bir fark yokken sosyal medya kullanımında yetkinlikte erkeklerin kadınlara oranla daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Kadın ve erkeklerde sosyal karşılaştırma ve sosyal görünüş kaygısında anlamlı bir fark yoktur. Tüm katılımcıların sosyal medya kullanım süreklilikleri ile yaşları arasında pozitif ilişki olduğu bulunmuş, kadınlarda sosyal medya kullanımı, sosyal karşılaştırma ve sosyal görünüş kaygısının yaş ile arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Erkeklerde yaş ile sosyal medya kullanımının sürekliliğinde anlamlı pozitif bir ilişki bulunurken, erkeklerde yaş ile sosyal karşılaştırma ve sosyal görünüş kaygısı arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Katılımcılarda sosyal medya kullanımı ve sosyal medya kullanımı sürekliliğinin sosyal görünüş kaygısı ile arasında pozitif ilişki bulunmuştur. Geç ergenlerde sosyal karşılaştırma ve sosyal görünüş kaygısı arasında negatif ilişki bulunmuştur. Kadın katılımcılarda sosyal görünüş kaygısı ile sosyal medya kullanımı ve sosyal medya kullanım sürekliliği arasında pozitif ilişki bulunurken sosyal görünüş kaygısı ve sosyal karşılaştırma arasında negatif ilişki bulunmuştur. Erkek katılımcılarda sosyal görünüş kaygısı ile sosyal medya kullanımı ve sosyal medya kullanımı sürekliliğinde pozitif

ilişki bulunurken sosyal görünüş kaygısı ve sosyal karşılaştırma arasında ilişki bulunamamıştır. Kadın katılımcılarda sosyal medya kullanım sürekliliğinin sosyal karşılaştırma ve sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişkide dolaylı bir etkisi olduğu bulunmuştur. β değeri -.526'dan -.494'e gerilemiştir.

Sonuç olarak sosyal medya kullanımı ve sosyal karşılaştırma, sosyal görünüş kaygısını yordayan önemli iki değişkendir. Mevcut çalışmada geç ergenlerde sosyal medya kullanımı, sosyal karşılaştırma ve sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişki incelenerek sosyal görünüş kaygısı ile çalışan klinisyenlere uygulanacak terapi yöntemlerinde problemin anlaşılması ve kontrolünün sağlanabilmesi noktasında katkı sağlayıcı olacağı düşünülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, kaygı, sosyal kaygı, sosyal görünüş kaygısı, sosyal karşılaştırma.

SUMMARY

The purpose of this article is to analyze the connection among these issues; use of social media in the period of late adolescence, social appearance anxiety, social comparison, and some sociodemographic variables. The sample group of this search is composed of 427 late adolescent individuals, 276 women (%64.6), and 151 men (%35.4). The ages of participants are between 18-24 and all of them use social media. Data are collected using Social Media Usage Scale, Social Appearance Anxiety Scale, Social Comparison Scale and Sociodemographic Data Scale. Participants have been reached through social media networks, WhatsApp and Instagram, the study is applied through online scales. After the scales are applied, data were transferred to the SPSS-25 program, the results and tables are evaluated and interpreted. The relationship between the sociodemographic variables of scales are examined, social comparison and social media usage scores, findings of regression analysis about the predictive power of social appearance anxiety were discussed.

According to the findings of the research, there is no statistically significant difference in social media use of men and women, and the continuity of social media use. However, men are superior to women in the continuity of social media use. There is no statically significant difference between men and women in social comparison and social appearance anxiety. There is a positive relationship between the continuity in social media usage and the ages of participants of all. No significant difference is found between age and social media use, social comparison, and social appearance anxiety in women. There is a significant positive relationship between age and the continuity of social media use, on the other hand, no significant difference is found between age and social comparison, social appearance anxiety in men. There is a significant positive relationship between social media use, the continuity of social media use, and social appearance anxiety in participants. A negative relationship is found between social comparison and social appearance anxiety in late adolescents. A positive correlation was found between social media use, the continuity of social media use, and social appearance anxiety, on the other hand, there is a negative relationship between social appearance anxiety and social comparison in women. While there is a positive relationship between social appearance anxiety, social media use, and the

continuity of social media use, no significant difference is found between social appearance anxiety and social comparison in men participants. It was found that the continuity in social media usage in female participants had an indirect effect on the relationship between social comparison and social appearance anxiety.

Consequently, social media use and social comparison are two significant variables that predict social appearance anxiety. In the current study, the relationship between social media use, social comparison and social appearance anxiety in late adolescents was examined. It is thought that it will contribute to the understanding and control of the problem in the therapy methods to be applied to clinicians working with social appearance anxiety.

Keywords: Social media, anxiety, social anxiety, social appearance anxiety, social comparison.

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
SUMMARY	iii
İÇİNDEKİLER	v
KISALTMALAR.....	viii
TABLolar LİSTESİ.....	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xi
EKLER LİSTESİ.....	xii
ÖNSÖZ.....	xiii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM ARAŞTIRMANIN ÖZELLİKLERİ

1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	3
1.2. Araştırmanın Problemi	3
1.2.1. Araştırmanın Alt Problemleri	3
1.2.2. Araştırmanın Hipotezleri	4
1.3. Sayıtlar.....	5
1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	5
1.5. Tanımlar.....	5

İKİNCİ BÖLÜM KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Ergenlik Dönemi.....	7
2.1.1. Geç Ergenlik Dönemi	8
2.1.2. Geç Ergenlik Dneminde Fiziksel ve Bilişsel Gelişim	9
2.1.3. Geç Ergenlik Döneminde Psikososyal Gelişim.....	9
2.1.4. Geç Ergenlik Döneminde Sosyal Medya ve Önemi.....	10
2.2. Sosyal Medya	11
2.2.1. Sosyal Medya Kavramı ve Tarihsel Gelişimi.....	11
2.2.2. Sosyal Medya Kanalları.....	13
2.2.3. Sosyal Medya ve Sosyal Karşılaştırma	14
2.2.4. Sosyal Medya ve Sosyal Görünüş Kaygısı.....	17
2.3. Sosyal Karşılaştırma	18
2.3.1. Sosyal Karşılaştırma Kuramı.....	18
2.4. Sosyal Görünüş Kaygısı	22
2.4.1. Kaygı	22
2.4.2. Sosyal Kaygı.....	23
2.4.3. Sosyal Kaygıya Neden Olan Faktörler	25

2.4.4. Sosyal Görünüş Kaygısı	27
-------------------------------------	----

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM YÖNTEM VE TEKNİKLER

3.1. Araştırmanın Modeli.....	30
3.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi.....	30
3.3. Araştırmanın Uygulanması.....	30
3.4. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Araçları	30
3.4.1. Sosyodemografik Veri Formu	31
3.4.2. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ)	31
3.4.3. Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ)	31
3.4.4. Sosyal Karşılaştırma Ölçeği (SKÖ).....	31
3.5. Veri Analizi	32

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM BULGULAR

4.1. Örneklemi Tanıtıcı Bulgular.....	33
4.1.1. Yaş	33
4.1.2. Sosyodemografik Değişkenlerin Dağılımı	33
4.2. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'ne (SKÖ) Ait Betimleyici İstatistikler	36
4.3. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin (SKÖ) Cinsiyete Göre Karşılaştırılması.....	37
4.4. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin (SKÖ) Yaş değişkeni İle Arasındaki İlişki.....	38
4.5. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin (SKÖ) Gelir Düzeyi Değişkeni ile Arasındaki İlişki	39
4.6. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin (SKÖ) Eğitim Düzeyi Değişkeni ile Arasındaki İlişki	40
4.7. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin (SKÖ) Sosyal Medyada Günlük Geçirilen Süre Değişkeni ile Arasındaki İlişki.....	41
4.8. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin (SKÖ) Sosyal Medya Hesaplarını Kontrol Etme Sıklığı Değişkeni	42
4.9. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin (SKÖ) Sosyal Medya Fotoğraf ve	

paylaşımlarına Filtre ya da Photoshop Uygulama Durumu Değişkeni ile Arasındaki İlişki.....	43
4.10. Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ), Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği (SKÖ) Arasındaki İlişki	44
4.11. Kadın Katılımcılarda Ölçeklerin Birbiri Arasındaki İlişki	45
4.12. Erkek Katılımcılarda Ölçeklerin Birbiri Arasındaki İlişki	45
4.13. Çoklu İleriye Doğru (Forward) Doğrusal (Lineer) Regresyon Modelleri.....	46
4.14. Aracı Değişken Analizi.....	48
TARTIŞMA VE YORUM	51
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	59
KAYNAKÇA	63
EKLER.....	83



KISALTMALAR

SMKÖ	:	Sosyal Medya Kullanım Ölçeği
SGKÖ	:	Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği
SKÖ	:	Sosyal Karşılaştırma Ölçeği
SPSS	:	Statistical Package For Social Sciences



TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. Katılımcıların cinsiyete göre yaş değişkenine ait bulguları	33
Tablo 2. Katılımcıların sosyodemografik dağılımı.....	35
Tablo 3. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'ne (SKÖ) ait betimleyici istatistikler (n=427)	36
Tablo 4. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'ne (SKÖ) ait Cronbach's Alfa güvenirlik analizi sonuçları (n=427).....	37
Tablo 5. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği (SKÖ) puanlarının cinsiyet değişkenine ilişkin "bağımsız gruplar t-testi" analizi bulguları (kadın n= 276; erkek n=151).....	38
Tablo 6. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin (SKÖ) cinsiyete göre ve toplam katılımcılarda yaş değişkeni ile ilişkisine dair "Pearson korelasyon analizi" bulguları	39
Tablo 7. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin (SKÖ) puanlarının gelir düzeyi değişkenine ilişkin "tek yönlü ANOVA" analizi bulguları.....	40
Tablo 8. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin (SKÖ) puanlarının eğitim düzeyi değişkenine ilişkin "Bağımsız gruplar t-testi" analizi bulguları.....	41
Tablo 9. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin (SKÖ) puanlarının sosyal medyada günlük geçirilen süre değişkenine ilişkin "Bağımsız gruplar t-testi" analizi bulguları.....	42
Tablo 10. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin (SKÖ) puanlarının sosyal medya hesaplarını kontrol etme sıklığı değişkenine ilişkin "tek yönlü ANOVA" analizi bulguları.....	43
Tablo 11. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin (SKÖ) filtre ya da photoshop uygulama durumuna ilişkin "Bağımsız gruplar t-testi" analizi bulguları	44
Tablo 12. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin (SKÖ) birbiriyle ilişkisine dair Pearson korelasyon analizi bulguları	44
Tablo 13. Kadınlarda Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin (SKÖ) birbiriyle ilişkisine dair "Pearson korelasyon analizi" bulguları.....	45
Tablo 14. Erkeklerde Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin (SKÖ) birbiriyle ilişkisine dair "Pearson korelasyon analizi" bulguları.....	46
Tablo 15. Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nin (SGKÖ) ilgili değişkenler tarafından yordanmasına ilişkin çoklu ileriye doğru (forward) doğrusal (lineer) regresyon analizi	47

- Tablo 16.** Kadınlarda Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nin (SGKÖ) ilgili değişkenler tarafından yordanmasına ilişkin çoklu ileriye doğru (forward) doğrusal (linear) regresyon analizi.....47
- Tablo 17.** Erkeklerde Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nin (SGKÖ) ilgili değişkenler tarafından yordanmasına ilişkin çoklu ileriye doğru (forward) doğrusal (linear) regresyon analizi.....48
- Tablo 18.** Kadınlarda Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (SMKÖ)-Süreklilik Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Karşılaştırma Ölçeği (SKÖ) ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) Toplam Puanları Arasındaki İlişkide Aracı Rolü.....49
- Tablo 19.** Kadınlarda Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (SMKÖ)-Süreklilik Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Karşılaştırma Ölçeği (SKÖ) ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ)Toplam Puanları Arasındaki İlişkide Aracı Rolü.....49



ŞEKİLLER LİSTESİ

- Şekil 1.** Kadınlarda Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (SMKÖ)-Süreklilik, Sosyal Karşılaştırma Ölçeği (SKÖ) ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) için aracı değişken analizlerinin diyagramı.50



EKLER LİSTESİ

EK-A	:	Sosyodemografik Veri Formu
EK-B	:	Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ)
EK-C	:	Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ)
EK-Ç	:	Sosyal Karşılaştırma Ölçeği (SKÖ)
EK-D	:	Sosyal Medya Kullanım Ölçeği Kullanım İzni
EK-E	:	Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Kullanım İzni
EK-F	:	Etik Kurul Karar Örneği



ÖNSÖZ

Tez sürecimde bilgi ve deneyimlerini esirgemeyerek özverili bir tutumla bana yardımcı olan, sorularımı yanıtızs bırakmayan değerli danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Haydeh FARAJI'ye çok teşekkür ediyorum.

Hayatımın her döneminde yanımda olup her zaman desteğini kalbimde hissettiğim, beni her zaman yüreklendiren ailem, babam Ümit ESER, annem Durcan ESER, ablam Elvan ESER ve kardeşim Melis ESER'e, duygusal olarak beni doyurup neşem olan ailemin yeni üyesi patili dostum Leyla'ya sevgi ile teşekkürler etmek isterim.

Tez yazma sürecinde motivasyonumu sağlamamda bana yardımcı olan dostum Merve SALMAN'a, bu süreçte benimle bilgi ve tecrübelerini paylaşan değerli meslektaşım Psk. Dilan GÜLAÇAN'a, anlayışları ve destekleri için iş arkadaşlarım Çanakkale ADM ekibine çok teşekkür ediyorum.

GİRİŞ

Ergenlik dönemi bireyin yaşantısındaki birçok alanda temel değişimlerin olduğu ve bu değişimlere uyum sağlamak için mücadele ettiği, kendini tanımak için adım attığı, geleceğine dair umutlarını, kaygılarını barındıran bir süreçtir ve kendi içerisinde dönemlere ayrılır (Santrock, 2015). Bireyin biyolojik, bilişsel, psikolojik ve sosyal açıdan değişimler yaşadığı kritik bir dönem olan ergenlik döneminde birey yaşadığı değişimlere uyum sağlama ve başa çıkma yolları arar (Oktan ve Şahin, 2010). Ergen bu dönemde dünyaya uyum sağlamaya çalışırken zorlanabilir ve kaygı barındıran duygular hissedebilir (Faraji ve Tezcan, 2021).

Geç ergenlik dönemi 18-24 yaş arasında değerlendirilir (Azzopardi vd., 2018; Turan, 2021). Geç ergenlik dönemi yaş aralığını da düşünecek olursak bireyin akademik uğraşlarına bir yol haritası çizdiği, ilgi alanlarının çeşitlendiği, arkadaşlık ve romantik ilişkilerin önem kazandığı, kişinin kendisini tanımlayabilecek özelliklerinin şekillendiği bir dönemdir (Derman, 2008).

İnsanın sosyal bir varlık olması ile birlikte fizyolojik ve sosyal ihtiyaçları doğrultusunda diğer bireylerle iletişime girmesi kaçınılmazdır (Uzamaz, 2000). Birey ergenlik döneminde benlik idealini de gerçekleştirerek kendisinin en iyi formuna ulaşmak için çabalarken çevredeki insanlardan da etkilenir (Seton, 1974). Ergenler diğerlerini de içeren değerlendirmelerini kendisini tanımlarken kullanabilirken, diğer insanları da kendi değerlendirmelerine göre tanımlayabilirler (Faraji ve Tezcan, 2021). Diğerleri ile yapılan kıyaslamalar doğrultusunda kendisini değerlendiren ergen iyi huylu bir kıskançlıkla yeni uğraşlar ve değişimler için motivasyon kazanabilir, bulunduğu halden tatminsizlik duyabilir ya da mevcut konumundan memnuniyet duyabilir (Teközel, 2007; Meier ve Schafer, 2018; McCarthy ve Morina, 2020).

Çevreyle etkileşimler için aktif olarak kullanılan sosyal medya platformları bireyin insan ilişkilerinde önemli birer araçtır (Eren, 2014). İnternetin hayatımıza girmesiyle birlikte gelişerek çoğalan sosyal medya platformları günlük rutinler arasında yerini alarak insan hayatında büyük bir zaman dilimi edinmiştir (Caldwell vd., 2015). Sosyal medya insanların bilgi alma ve zaman geçirme stillerini yeniden şekillendirerek modern dünya üzerinde derin etkiler yaratmıştır (Allcott vd., 2020).

Sosyal medya platformlarının yoğun olarak kullanılmasının yanında pek çok ağa sahip olması ile farklı yaş gruplarında popüler olarak kullanılan uygulamalar da

değişkenlik göstermektedir. Geç ergenlik dönemini de içerisine alan 19-29 yaş arasındaki bireylerin ağırlıklı olarak kullandıkları uygulamalara Instagram, Snapchat ve Tiktok birer örnektir (Anderson ve Auxier, 2021).

Bireyin sosyal medya ağlarında diğer bireylerle ilgili gözlemlediklerinin yanı sıra sosyal alanların karşılaştırma fenomenine ortam hazırlayabileceği öngörülmektedir (Erözkan, 2004). Diğerleriyle yapılacak olan kıyaslamaların bireyin bedeni, duygu, düşünce ve tutumlarının bir diğeri tarafından nasıl algılanacağı ve değerlendirileceğine dair kaygı neden olduğu belirtilmiştir (Flora vd., 2008; Çakmak ve Sakarya, 2020).

Sosyal medya ağları bireyin benliğini yansıtmasında önemli bir aracı olurken bireyin kendisini beğendiği özellikleri ile tanıtmasına fırsat sağlar, kendisini sahip olmak istediği özelliklerle donatarak sunmasına imkan tanır (Coutinho vd., 2014) Sosyal medya ağlarında fotoğraf ve video paylaşımlarındaki içeriğin üzerinde çeşitli düzenlemeler yapılması, filtre programları kullanılması ile bireyin fiziksel görünümünü şekillendirme imkanları tanırken kişinin beğenilme arzusunu, fiziksel görünümü ile ilgili olumsuz bir yorum almak istemeyeceğini düşündürmüş ve kişide sosyal görünüş kaygısı oluşturabileceği ihtimali ele alınmıştır (Churi vd., 2022). Sosyal görünüş kaygısı bireyin diğer bireyler tarafından nasıl görülüp değerlendirileceğine dair duyduğu endişe ve gerginliktir (Budak vd., 2013).

Sosyal medya diğer insanlara ulaşımın sağlanmasına imkan tanınması ile birey için değerlendirme ölçütlerine ulaşılabilirliği sağlayan bir araç olarak görülmüş olup bütünsel bir gelişim yaşanan ergenlik dönemindeki bireylerde çeşitli ruhsal sorunlarına neden olduğu bulgulanmıştır (Scott ve Woods, 2016; Grealish vd., 2020). Bu çalışmada da geç ergenlerde sosyal medya kullanımı, sosyal karşılaştırma ve sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişki incelenerek sosyal görünüş kaygısı ile çalışan klinisyenlere problemin anlaşılması ve uygulanacak terapi yöntemlerinde tetikleyici unsurların kontrolünün sağlanabilmesi noktasında yardımcı olacağı düşünülmüştür.

BİRİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN ÖZELLİKLERİ

1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmada geç ergenlerde sosyal medya kullanımını, sosyal karşılaştırma ve sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır.

İnternet kullanımı ile yaygınlaşan sosyal medya kullanımının bireyin günlük yaşam aktiviteleri arasında yerini almasıyla insan hayatı için kritik bir dönem olan ergenlik dönemine etkilerinin göz ardı edilemeyeceği araştırmanın gerekçelerindedir. Sosyal medya kullanımının bireyin kendisi hakkındaki değerlendirmeleri için ötekinin özelliklerini ele alarak yaptığı sosyal karşılaştırmaya alan tanıyacağı ve bireyin yarattığı profil doğrultusunda diğer bireylerin kendisi hakkındaki değerlendirmelerinin nasıl olacağına yönelik sosyal görünüş kaygısına neden olabileceği düşünülmektedir.

Bu çalışmada geç ergenlikte sosyal medya kullanımı, sosyal karşılaştırma ve sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişki incelenerek aktif olarak hayatımızda yer bulmuş olan sosyal medya ağlarının bireyin düşünce ve davranışları üzerindeki yansımalarının sosyal bir varlık olan insanın diğeri ile olan kıyaslamalarında aracı bir rol oynadığı düşünülerek sosyal görünüş kaygısı alanında çalışmalar yapan klinisyenler için alan yazına katkı sunması hedeflenmiştir.

1.2. Araştırmanın Problemi

Araştırmanın temel problemi ‘Geç ergenlerde sosyal medya kullanımı, sosyal karşılaştırma ve sosyal görünüş kaygısı arasında ilişki var mıdır?’ şeklinde düzenlenmiştir.

1.2.1. Araştırmanın Alt Problemleri

Geç ergenlerde sosyal medya kullanım düzeyleri ile sosyal görünüş kaygısı düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Geç ergenlerde sosyal görünüş kaygısı düzeyleri ile sosyal karşılaştırma düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Geç ergenlerde sosyal medya kullanım düzeyleri ile sosyal karşılaştırma düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Geç ergenlerde sosyal medya kullanımı sosyal görünüş kaygısı bozukluğunu anlamlı bir şekilde yordamakta mıdır?

Geç ergenlerde sosyal karşılaştırma sosyal görünüş kaygısı bozukluğunu anlamlı bir şekilde yordamakta mıdır?

Geç ergenlerde sosyal medya kullanım düzeyleri sosyodemografik değişkenlere göre farklılaşmakta mıdır?

Geç ergenlerde sosyal görünüş kaygısı düzeyleri sosyodemografik değişkenlere göre farklılaşmakta mıdır?

Geç ergenlerde sosyal karşılaştırma düzeyleri sosyodemografik değişkenlere göre farklılaşmakta mıdır?

1.2.2. Araştırmanın Hipotezleri

Tezin amacı çerçevesinde tezin hipotezleri aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

1. Geç ergenlerde sosyal medya kullanımı ve sosyal görünüş kaygısı arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.
2. Geç ergenlerde sosyal karşılaştırma ve sosyal görünüş kaygısı arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.
3. Geç ergenlerde sosyal medya kullanımı ve sosyal karşılaştırma arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.
4. Geç ergenlerde sosyal medya kullanım düzeyleri sosyal görünüş kaygısı bozukluğunu yordamaktadır.
5. Geç ergenlerde sosyal karşılaştırma düzeyleri sosyal görünüş kaygısı bozukluğunu yordamaktadır.
6. Geç ergenlerde sosyal medya kullanımı sosyodemografik değişkenlere göre farklılaşmaktadır.
7. Geç ergenlerde sosyal görünüş kaygısı sosyodemografik değişkenlere göre farklılaşmaktadır.
8. Geç ergenlerde sosyal karşılaştırma sosyodemografik değişkenlere göre farklılaşmaktadır.

1.3. Sayıtlar

Araştırmanın örneklem grubu evreni temsil edecektir.

Katılımcılara uygulanacak Sosyodemografik Veri Formu, Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Karşılaştırma Ölçeği (SKÖ) ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ölçülmek istenen özellikleri geçerli ve güvenilir şekilde ölçmektedir.

Katılımcılar kendilerine sunulan Sosyodemografik Veri Formu, Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Karşılaştırma Ölçeği (SKÖ) ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'ne (SGKÖ) içtenlikle doğru cevap vereceklerdir.

1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Çalışmanın bulguları 18-24 yaş grubundan geç ergenlerle sınırlıdır. Veriler incelenecek olan değişkenleri ölçtüğü varsayılan ölçekler ve hazırlanan sosyodemografik veri formu kullanılarak elde edilmiş olup, ölçekler katılımcılara online olarak sunulmuştur.

1.5. Tanımlar

Ergenlik: Biyopsikososyal bir bütün olan olarak değerlendirilen bireyin gelişim dönemleri içerisindeki ergenlik dönemi fiziksel ve sosyal gelişimdeki değişikliklerin belirgin olarak gözlemlendiği bir dönemdir. Birey fizyolojik, cinsel, bilişsel, ahlaki ve sosyal gelişimler yaşar. Ergenlik dönemi erken ergenlik, orta ergenlik ve geç ergenlik dönemleri olarak ayrılmaktadır (Faraji ve Tezcan, 2021).

Geç Ergenlik: Geç ergenlik akademik ve sanatsal arayışların bireyin hayatında ön plana çıktığı, aile ve arkadaşlar tarafından görülen sosyal destekle ait olma duygusunun önem kazandığı, kimlik kazanımının yaşandığı 18-24 yaş arasındaki dönemdir (Azzopardi vd., 2018).

Sosyal Medya: Sosyal medya bireyin internet tabanlı elektronik ortamda profil oluşturabildiği, sanal olarak karşılıklı etkileşimin sağlandığı, kişisel bilgi ve ilgilerin paylaşımının sağlandığı, etkinliklerin planlanabildiği, işbirliğini barındıran birçok platforma ayrılan çevrimiçi ortamların tümüdür (Jordan ve Luchtefeld, 2022). Günlük rutinler arasında yerini alan sosyal medyayı gazete, radyo, televizyon gibi geleneksel

medyadan ayıran en önemli özelliği çift taraflı etkileşim imkanına sahip olmasıdır (Bat ve Vural, 2010).

Sosyal Karşılaştırma: Birey fizyolojik ve sosyal ihtiyaçlarını karşılamak için diğer bireylerle etkileşim kurmak mecburiyetindedir, bu etkileşimler sonucunda öteki ile karşılaştırmalar yapıp kendisi hakkında yeni değerlendirmelerde bulunur. Bu karşılaştırmalar fiziksel özellikleri, sosyal yaşantıyı, kişilik özelliklerini, sahip olunan aileyi, işi, başarıyı, beceri ve yetenekleri kapsayabilir (Erözkan, 2004).

Yapılan sosyal karşılaştırmalar aşağı doğru ve yukarı doğru olmak üzere ikiye ayrılır. Aşağı doğru karşılaştırma kişinin kendini daha iyi bir konumda gördüğü öteki ile yapılırken yukarı doğru karşılaştırma kendini daha kötü bir konumda gördüğü öteki ile yapılır. (Büyükmumcu ve Ceyhan, 2019).

Kaygı: Bireyin tehlike olarak algıladığı bir duruma karşı hissettiği yoğun korku ve endişe duygusuyla vücutta ortaya çıkan göğüste sıkışma, terleme, kalp çarpıntısı, midede hareketlenme, tuvalete çıkma ihtiyacı, baş ağrısı gibi fizyolojik tepkiler ve psikolojik tepkilerin tümüdür (Türkçapar, 2004).

Sosyal Kaygı: Bireyin bulunduğu sosyal ortamlarda nasıl değerlendirileceğine dair duyduğu aşırı endişe nedeniyle hissettiği sıkıntı ile önemli düzeyde engelleyici olan kaçınma davranışları ve işlevsellikte bozulmaya sebebiyet veren durumlar olarak nitelenebilir (Baldwin vd., 2022).

Sosyal Görünüş Kaygısı: Sosyal görünüş kaygısı fiziksel özelliklerin derininde kişinin ten rengi, dili, yüz şekli, çene yapısı, göz çevresi, boy uzunluğu gibi özellikleri doğrultusunda diğer bireyler tarafından olumsuz algılanıp değerlendirileceği ve olumsuz bir izlenim bırakacağı yönündeki bütüncül bir kaygıdır (Doğan, 2010).

İKİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Ergenlik Dönemi

Ergenlik dönemi bireyin dünyaya geldiği andan yaşamının sonuna kadar devam eden gelişim dönemleri içerisinde çocukluk ve erişkinlik dönemi arasında yer alan bireyde biyolojik, bilişsel, psikolojik ve sosyal açıdan önemli değişimlerin yaşandığı bir gelişim dönemidir (Santrock, 2015).

Ergenlik dönemi erken ergenlik, orta ergenlik ve geç ergenlik olmak üzere üçe ayrılarak ele alınır (Koç, 2004). Dünya Sağlık Örgütü çalışmalarında 10-19 yaş aralığındaki insanlar adolesan, 19-24 yaş aralığındaki insanlar ise genç olarak adlandırılmıştır (WHO, 2019). Steinberg (2014) çalışmalarında 10-13 yaş aralığını ilk ergenlik, 14-18 yaş aralığını orta ergenlik, 19-24 yaş aralığını geç ergenlik olarak adlandırmıştır.

Bu yaş sınırlamalarının yanında ergenlik dönemi gelişimleri ve yaşantıları bireyden bireye farklı seyreder (Dinçel, 2006). Birey ergenlik dönemindeki değişimlere ayak uydurmaya çalışırken sorunlarla karşılaşabilir ve karşılaşılan sorunlarla mücadele edilen bu dönemde bilişsel, sosyal ve duygusal açıdan da olgunlaşır (Gül ve Güneş, 2009).

Ergenlik dönemi ile başlayan fiziksel değişimler kız ve erkek ergenlerde farklı zamanlamalar ile başlar. Kızlarda 10-12 yaşlarında, erkeklerde 12-14 yaşlarında etkileri gözlenmeye başlar. Biyolojik gelişimin getirdiği fiziksel farklılıklar sekonder cinsiyet özelliklerini ortaya çıkarır. Kızlarda göğüslerin büyümesi, kalçaların genişlemesi; erkeklerde sakalların çıkması, omuzların genişlemesi, ses tonunun kalınlaşması, vücudun daha kaslı bir forma ulaşması gibi gözle görünür değişimler yaşanırken her iki cinsiyette de görülen vücutta kıllanma, cildin pütürleşmesi ve sivilce problemleri de ergenlikle birlikte ortaya çıkar (Koç, 2004; Santrock, 2015).

Ergenin bu dönemdeki odak noktası bedendir, kontrolünde olmayan bu bedensel değişimlere nasıl uyum sağlayacağı ergenlik döneminin sağlıklı atlatılması açısından kilit rol oynar (Aslan ve Koç, 2018). Ergenlik dönemi bireyin dış görünüşünde büyük değişimler yaşadığı bir dönem olmasıyla bireyin ilgisini dış görünüşüne yoğunlaştırmasına sebebiyet verir. Yaşanan bu bedensel değişimler iki

cins için de farklı yorumlanıp tutum ve davranışlara neden olabilir. Kızlar erken olgunlaşmayla vücudundan utanıp gizlemeye çalışır, sosyal ilişkilerde geri planda kalmayı tercih edebilirken erkek için yaşanan bu değişimler sportif etkinliklere katılım ve akranları arasında popülerlik için önemli bir avantaj sayılıp olumlu etki yaratabilir. Erkeklerdeki bu olumlu etkiye karşılık kızlarda düşük benlik saygısı, depresyon, anksiyete bozuklukları ve yeme bozuklukları gibi ruhsal sağlığını etkileyen bozukluklar da kendini gösterir (Derman, 2008).

Ergenlik dönemi ile birlikte bireyi bekleyen biyolojik değişikliklerin yanında insan ilişkilerinde de değişim gözlenir. Birey kendisi ve başkaları hakkında daha fazla düşündüğü yeni bir döneme adım atar ve kendisine başkalarına ilişkin yeni bakış açıları edinir (Crone ve Fuligni, 2020). Birey özerkleşmeye başlar, aile içerisinde bu bağımsızlığı tanıtmaya çalışırken aile üyeleriyle anlaşmazlıklar ve çatışmalar yaşayabilir. Birey yetişkinlerin kendisinden beklentileri dahilinde yaşamak ile kendini bulmak arasında fikir tutarsızlıkları yaşayabilir. Bu tutarsızlıklar karşısında ailenin nasıl bir tutum sergileyeceği oldukça önemlidir (Czajkowski vd., 2022).

Çocukluk döneminde anne baba ile ağırlıklı olarak vakit geçirilip ebeveynlerin görüşleri özümserirken ergenlik döneminde ilişkiler dönüşerek farklı bir hal alabilir, ilgi arkadaşlara kayar (Santrock,2015). Birey çevresi ile yakın arkadaşlık ilişkileri geliştirir. Bu arkadaş gruplarının içerisinde birbirlerinin düşüncelerini, giyim tarzlarını, ders çalışma stillerini, hobilerini etkileyen bir sirkülasyon başlar. Arkadaş grupları içerisinde oluşan doğru ve yanlışlar vardır, kişi tutum ve davranışlarını önceden ailesinin normlarına paralel olarak uygularken bu dönemde dahil olduğu yeni grubun normları kararları üzerinde daha büyük etkiye sahip olur (Özçelik, Şahin, 2016). Ek olarak ergenin karşı cinse dair merak ve ilgisi artar ve kendi cinsel çekiciliğini de deneyimlemek ister (Koç, 2004). Buna yönelik olarak da geç ergenlik ve beliren yetişkinlik dönemi olarak adlandırılan süreçte ilgi duyulan cinsle duygusal yaklaşımlar yaşanır, romantik ve cinsel ilişkiler deneyimlenebilir (Atak,2011).

2.1.1. Geç Ergenlik Dönemi

Geç ergenlik 18-24 yaş aralığını kapsayan ergenliğin son evresi olup yetişkinlik öncesindeki basamaktır. Gelişim dönemlerindeki her bir basamak kendinden önceki dönem ile şekillenirken sonraki dönemler için de temel teşkil eder. Ergenlik döneminin ileriki yaşlara kadar uzamasını endüstriyellemenin getirdiği bireyin bir alanda uzman

olma ihtiyacıyla birlikte yükseköğretimin önem ve gereklilik kazanması, bireyin öğretim hayatının uzaması dolayısıyla evlilik ve çocuk sahibi olma yaşının ileriye taşınmasına bağlayan çalışmalar vardır (Arnett, 2000; Arends vd., 2022). Geç ergenlik akademik ve sanatsal arayışların bireyin hayatında ön plana çıktığı, aile ve arkadaşlar tarafından görülen sosyal destekle ait olma duygusunun önem kazandığı, kimlik kazanımının yaşandığı bir dönemdir (Derman, 2008).

2.1.2. Geç Ergenlik Dneminde Fiziksel ve Bilişsel Gelişim

Geç ergenlik olarak adlandırılan 18-24 yaş aralığındaki dönemde bireyde bedensel ve zihinsel gelişimler devam ederken çoğu fiziksel değişim erken ve orta ergenlik dönemlerinde gerçekleşmiş olup geç ergenlik döneminde bu değişimlere uyum sağlanır (Santrock, 2015). Beyindeki gelişim ve değişimler prefrontal kortekste ve gelişmiş bilişsel işlevler içeren diğer frontal bölgelerde ergenlik boyunca devam eder (Spear, 2013).

Bilişsel gelişim bireyin düşünme, yorumlama, tanımlama, öğrenme, algı, bellek kullanımı, kodlama, depolama, akıl yürütme ve dikkat gibi becerilerini barındırır (Barch vd., 2022). Bilişsel süreçlerdeki bu değişim ve gelişimler bireyin sosyal ilişkilerini, değer yargılarını yeniden yapılandırmasına olanak tanırken bireyin kendi duygu ve düşüncelerini biricik ve özel algılamasına neden olan kişisel efsane inancına neden olabilmektedir (Ahioglu-Lindberg, 2011).

Ergenlik döneminin diğer evrelerine göre daha sakin geçen geç ergenlik dönemi bireyin hayat akışında iş ve eş seçebilme, yakın ilişkiler kurma ve sürdürebilme, erişkin rollerini üstlenme gibi noktalarda kritik kararlar aldığı bir dönemdir (Derman, 2008). Bu kararların alınması ve uygulaması aşamasında da bireyselleşmesinin önemi ortaya çıkar. Birey meslek seçimi, kariyer hedefleri, evlilik, askerlik, statü kazanma gibi hayatında dönüm noktaları sayılabilecek konularda adım atmaya başlar. Geleceğine dair bu önemli hususların göz önünde bulundurulması gelecek kaygısı için temel oluşturur. Geç ergenlik dönemi yetişkinlik için hazırlık dönemi olarak da nitelendirilebilir (Bayhan ve Işıtan, 2010; Santrock, 2014).

2.1.3. Geç Ergenlik Döneminde Psikososyal Gelişim

Geç ergenlik Erikson'un gelişim dönemlerinden kimlik kazanımına karşı kimlik karmaşası dönemi içerisinde yer alır. Bu dönem içerisinde kimlik oluşumuna bağlı

kimlik karmaşası yaşanır. Erikson kimlik kavramını tanımlarken bilişsel, fiziksel ve toplumsal öğeleri içeren bilinç ve bilinçdışı mekanizmaların birleşimi olarak ifade etmiştir (Erikson, 1968). Kimlik literatürdeki en geniş anlamı ile bireyin ‘Ben kimim?’ sorusuna verecek olduğu yanıttır (Atak, 2011). Ergenlik döneminde yaşanan kimlik karmaşası geç ergenlikte tutarlı bir kimlik oluşumuyla netleşir (Derman, 2008). Fakat kimlik oluşumu din, farklı bakış açıları, bilinç, beklentiler, gerçek dünya gibi birçok etken tarafından şekillenen durağan olmayan bir süreçtir (Işıktaş ve Tanar, 2015).

Geç ergenlikte birey kendisine yüklenen toplumsal rolleri deneyimler. ‘Ben kimim?’ sorusunu örnek aldığı bireyleri taklit ve özdeşleşme ile cevaplandırır. Bu cevapların da ergenin bilişsel ve fiziksel gelişimi ile uyumlu olması ile kimlik oluşumundan olumlu bir sonuç alınır. Bu dönemde yaşanan krizi sağlıklı bir şekilde atlamanın kişiyi sosyal ilişkiler kurmakta başarılı olur, diğer bireylere sevgi verip alabilir, aksi bir durumda ise dostluk kurmakta zorlandığında yalnızlık içerisinde itilmiş hissedebilir ve ‘toplumdan yalıtılmışlık’ duygusunu hissedebilir (Gürses ve Kılavuz, 2011).

Bu dönemde bireyin sosyal ilişkileri ve bu sosyal ilişkileri sürdürebilmeye dair bir eğilim söz konusudur. Sosyal ilişkilerin bir çeşidi olan romantik ilişkiler de bu dönemde deneyimlenir. Bireyin etkileşimde bulunduğu sosyal ilişkiler sonucunda olumlu ve olumsuz etkileri ortaya çıkar (Bayhan ve Işıtan, 2010).

Ergenlik döneminin başlarında yaşanan duygu geçişleri durgunlaşır, birey duygu düzenleme konusunda daha kontrollüdür. Yetişkinliğe hazırlık aşaması olarak değerlendirebileceğimiz geç ergenlik dönemi bireyin sosyal üretkenliğini, bireysel bağımsızlığını ve kimlik duygusunu kazanmasıyla sona erer (Derman, 2008).

2.1.4. Geç Ergenlik Döneminde Sosyal Medya ve Önemi

İnternet kullanımı bize sunduğu hizmetler ve bu hizmetlerin ulaşılabilirliği sayesinde günden güne artmaktadır (Doğan vd., 2008). İnternetle birlikte hayatımıza giren sosyal medya kullanımı hayatımızın pek çok alanına yayılmış durumdadır (Babacan, 2016). Sosyal medya bireyin internet tabanlı web 2.0 teknolojileri aracılığıyla elektronik ortamda profil oluşturabildiği, sanal olarak karşılıklı etkileşimin sağlandığı, kişisel bilgi ve ilgilerin paylaşımının sağlandığı, işbirliğini barındıran birçok platforma ayrılan çevrimiçi ortamların tümüdür (Bat ve Vural, 2010). Çok geniş bir uygulama alanına sahip olmasıyla okulda, işte, alışverişte, sosyal aktivitelerde,

araştırmalarımızda yani genel olarak ifade edilecek olursa insan hayatında kendine yer edinmiş ve çoğu insan için vazgeçilmez olmayı başarmıştır (Caldwell vd., 2015; Babacan, 2016).

Bireyler sosyal medya ağlarında kendilerine ait sanal profiller oluşturarak kişisel bilgilerini paylaşır, durumları hakkında g¼ncellemelerde bulunur, nerede oldukları, arkadaşlıkları, fotoğraf paylaşımları konusunda aktif kalarak ¼zel hayatın mahremiyetine dair sınırlılıklarını yeniden d¼zenler ve eş zamanlı, çift taraflı paylaşımları ile kendini ifade etmek i¼in kullanılan sosyal medya ağları sosyal ¼evrenin bileşenlerinden biri haline almıştır (Lackaff vd., 2011; ¼zt¼rk, 2015). Bunun yanında sosyal medya ile bireyler birbirlerinin hayatını yakından takip edip g¼zetleme imk¼n¼ bulur (Bryant ve Sheldon, 2016).

Sanal profiller sayesinde birey ger¼ek hayattaki arkadaşları ve kendisine benzer ilgi alanlarına sahip kişiler ile ¼evrimi¼i ve ¼evrimdıřı etkileşimle kurduğu sosyal ilişkilerle iletişime sanal bir form kazandırılmıştır (Griffiths ve Kuss 2011; Griffiths, 2012). İletişimde tamamen yeni bir dil olan ve değişimin s¼rekli olarak arz ettiği sosyal medya dili hakim olmaya başlamıştır. Sosyal medya ağları sosyalleşmenin en ¼nemli ara¼larından biri haline gelmiştir (Bat ve Vural, 2010).

Bedensel değişikliklerin anlaşılmaya ¼alıřıldıęı dolayısıyla da bedeninin nasıl g¼r¼neceęi ile ilgili yoğun bir uğraşın olduğu ve bireyin kendi bedenini kabul¼ne dair yaşanan sorunların en yoğun olarak g¼zlendięi ergenlik d¼neminde sosyal medya kullanımının sağladığı etkileşimler ile bireyin davranışlarını şekillendirmesinde ¼nemli bir etken haline geldiği s¼ylenir (B¼y¼křener, 2009; Bayhan ve Işıtan, 2010; Oktan ve şahin, 2010). Bedensel, ruhsal ve sosyal y¼nden yeni deneyimler yaşayan ergen i¼in hayatının b¼y¼k bir b¼l¼m¼nde yer alan sosyal medya ağlarının ergen ruh sağlığında oluşabilecek d¼ř¼k benlik saygısı, k¼t¼ uyku alışkanlıkları, beden imajı endişeleri gibi olumsuz duygu ve durumlara dair risk fakt¼rleri ¼zerindeki potansiyel etkilerinin anlaşılması ¼nemlidir (Alho vd., 2020; Milne ve Warrender, 2020).

2.2. Sosyal Medya

2.2.1. Sosyal Medya Kavramı ve Tarihsel Gelişimi

1970'lerde başlayan ve 1990'lardan sonra kullanımı gelişen internet, web sitelerinin ve portallarının artmasıyla potansiyel kullanıcıların ilgisini ¼ekerek g¼nden

güne daha çok kullanıcıya ulaşmıştır. İnternet içeriğindeki platformların kullanım şekilleri, kullanım amaçları kullanıcılarının istek ve ihtiyaçlarına bağlı olarak zamanla birçok değişikliğe ve gelişime uğramıştır. 2000’li yıllarda sosyal medya kavramının da kendine yer bulmaya başlaması ve bireyin hayatında yer edinmesiyle kullanıcı sayısını arttırmış ve her kesimden insanın farklı alanlardaki ihtiyaç ve ilgilerine cevap vermiştir (Bat ve Vural, 2010).

2004 yılında yapılan bir konferansta internetin doğuşu ve şu an kapsadığı platformlar neticesindeki değişikliklere istinaden yeni trendleri uygun bir ismin çatısı altında toplamak adına Tim O’Reilly web 2.0 teknolojileri kavramını ortaya atmış olup yeni nesil internet yapısının adını belirlemiştir (Kara, 2013). Bundan önceki dönem web 1.0 olarak adlandırılmış olup günümüzdeki gibi renkli bir internet tabanı olmamakla birlikte kullanıcılar pasif durumda kalarak sadece internet sitelerinde paylaşılan şeyleri okuyup gözlemleyebiliyordu, web 2.0 teknolojileri ile yorumda bulunma ve fikir belirtme ayrıcalığı kazanıldı (Horzum, 2010).

Geniş bir imkân skalasına sahip olan sosyal medyaya bu özelliklerinin yanı sıra gelen eleştiriler de vardır. Enformasyon yığınının içerisinde yararlı bilgileri ayırıştırmanın zorluğu, manipülatif veya yalan haberlerin yayılma hızı, özel hayatın mahremiyeti ile ilgili sınırların esnetilmesi, bireyi incitecek acımasız değerlendirmelerin yapılmasına imkân sağlaması ve bağımlılık ile gelişen toplumsal hayattan izole yaşam stillerinin varlığı gibi sebepler nedeniyle yapıcı olmayan eleştiriler de almıştır (Kara, 2013; Öztürk, 2015; Başol ve Çömlekçi, 2019).

Sosyal medyanın tarihi gelişimine baktığımızda internetin en önemli arama motorları içerisinde yer alan Google 1998’de kurulmuş olup internet kullanımının yaygınlaşması ve hızlı erişim sağlanmasıyla birlikte 2003’te genç sanatçıların şarkılarını siteye yükleyerek eserlerini tanıtmaya imkanı sunan Myspace, 2004’te Facebook, 2005’te Youtube, 2008’da 140 karakterlik yazım kotası bulunan Twitter, 2007’de Tumblr, 2009’da Whatsapp, yine 2009’da yer bildiriminde bulunan Foursquare, 2010’da Instagram, 2011’de Snapchat gibi pek çok popüler sosyal ağ hizmetleri kurulmuştur (Taş, 2011; Tektaş, 2014).

Sosyal medya evreni çoğu insanın hayatında sıkça kullandığı Facebook, Whatsapp, Twitter, Instagram, Youtube gibi uygulamaların yanında adından çok sık bahsetmediğimiz Telegram, Bip, Swarm, Foursquare, LinkedIn, Spotify, Youtube

Music, Snapchat, Yahoo, Tumblr, Pinterest, Tiktok ,Skype, Zoom, Myspace, Last Fm, Lili, Picsart gibi pek çok ağı içerisinde barındırır (Büyüksener, 2009; Demir vd., 2013).

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından hazırlanan “Hanehalkı ve Kişilere Yönelik Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT) Kullanım Anketi” (2021), Türkiye’de 16-74 yaş grubundaki bireylerde %82,6 oranında internet kullanan birey olduğunu göstermektedir. İnternet kullanım oranı cinsiyete göre incelendiğinde; erkeklerde %87,7 ve kadınlarda %77,5 olarak bulunmuştur (TÜİK, 2021).

We are social sitesi 2021 istatistiklerine bakıldığında günlük olarak internette geçirilen süre 2020 yılına göre artış göstererek 7 saat 57 dakikaya yükselmiştir ve bu sürenin büyük bir bölümü sosyal medya ağlarında geçirilir. Kullanılan sosyal medya ağlarında ilk sırada Youtube, ikinci sırada Instagram, üçüncü sırada Whatsapp, dördüncü sırada Facebook ve beşinci sırada Twitter yer alır (Kemp, 2021).

Sosyal medyanın reklam ve işbirlikleri için kullanımının yaygınlaşmasıyla takipçi sayısının ve ulaşılan kitlenin yoğunluğuna göre kazancın belirlendiği yeni bir iş sahası oluşmuştur. Bu alanda çalışan, takipçilerini bir ürün veya verilen hizmetle ilgili deneyimlerini paylaşarak etkilemeyi ve yönlendirmeyi başaran, takipçilerinin satın alma kararlarını değiştirebilme kabiliyeti olan kişilere influencer; bu pazarlama türüne de influencer marketing adı verilmiştir (Brown ve Hayes, 2008).

2.2.2. Sosyal Medya Kanalları

Popüler sosyal medya ağlarından olan Facebook, Harvard öğrencisi Mark Zuckerberg tarafından 2004 yılında kurulmuş olup kişinin kendi profilini oluşturmasını, durum güncellemesi yapmasını, fotoğraf ve video paylaşımını, çeşitli gruplara katılarak etkileşimini, oyun oynamasını, arkadaşlarına ulaşmasını ve iletişim kurmasını sağlayan bir sosyal medya ağıdır (Şener, 2009).

Twitter, 2006 yılında ‘twtr’ adı ile kurulmuş olan bir paylaşım ağıdır. Kurulduğunda Twitter’da her kullanıcı sitenin genel mesaj panosunda yayınlacağı metinler için 140 karakterle sınırlı tutularak ifadenin kısalığı sağlanmıştır (Kwak vd., 2010). İçerik yükleme ve dinlemeyi sağlayan sosyal ekleme sitelerine Youtube ve Flickr birer örnektir (Kara, 2013). Yer bildiri yapmak amacıyla check-in tabiri ile hayatımızı girmiş olan foursquare 2009 yılında kurulmuş bir uygulamadır (Cranshaw vd., 2011)Spotify müzik dinleme, dinlediğin şarkıları paylaşma, şarkı listesi

oluşturma, bir konu hakkında bilgi paylaşımı ve fikir beyanının sesli olarak yapılarak paylaşıldığı reklamsız kullanımı ücretli olan bir ağıdır. 2006 yılında kurulan Spotify son yıllarda popülerlik kazanmış birçok parçaya erişimi kullanıcılarına sunmaktadır (Epema vd., 2013).

Instagram 2010 yılında piyasaya ilk sürüldüğünde kullanıcıların sadece filtreleme özelliğini barındıran ve fotoğraf paylaşmayı mümkün kılan bir uygulamayken (Monreau, 2018) şu an fotoğraf ve video paylaşımının olduğu, kullanıcı hesapları arasında direkt mesaj sisteminin olduğu, dinlediğin müzik ve anlık fotoğraflarının hikayeler bölümünde paylaşıldığı, canlı yayın imkanının olduğu ve paylaşılan fotoğraflara eklenti olarak konum bildirimini yapılabildiği zaman içerisinde değişerek yeni özellikler kazanan bir uygulamadır (Manovich, 2017). Instagram anlık fotoğraf paylaşımı özelliğiyle ön plana çıkan Snapchat'in bu özelliğini de ilerleyen yıllarda bünyesine katmıştır (Monreau, 2018).

Ansiklopedi özelliğini de barındıran makale oluşturma, referans eklemeleri, değişikliklerin takibi ve gerekli güncellemelerin kontrolünü sağlayan Wikipedia gibi belirli özellikleri taşıyan üyelerin diğer üyelerin paylaşımları üzerinde düzenlemeler yapabildiği uygulamalar vardır (Myers, 2010). Sanal market uygulamaları ile tüketicilerin ihtiyaçlarının karşılanması sağlanırken tüketiciler arasında etkileşim sağlanır (Moynagh ve Worsley, 2022). Türkiye'de kullanılan, bireylerin çeşitli alanlardaki ihtiyaçların karşılanması için yapılacak olan alışverişlere imkan sağlayan Banabi, Carrefoursa Online, İstegelsin, Getir, Migros Sanalmarket, Trendyol gibi uygulamalar ile bireyin çeşitli ihtiyaçlarına cevap verirken restoranlarla iletişim kurmayı, ürünler ve servis hakkında yorum yapma ve puanlama imkanı sunar (Şirzad, 2019; Altunbey ve Tanyıldızı, 2021). Yapılan bir araştırmada katılımcılar diğer kullanıcı yorumlarının kendi siparişleri üzerinde etkisi olduğunu belirtmiştir (Tomaş, 2014).

2.2.3. Sosyal Medya ve Sosyal Karşılaştırma

Birey kendisi hakkında yaptığı değerlendirmeleri objektif olarak ele alabileceği bir temele sahip olmadığında diğer bireylerin performans ve özelliklerini bir değerlendirme ölçütü olarak ele alma eğilimindedir (Festinger, 1954). Bu eğilim ile kendisinin sahip olduğu özellikler ve başkasının sahip oldukları özelliklerle bir kıyaslama içerisine girebilir (Çakmak ve Sakarya, 2020).

Birey başkası hakkında bilgi ile karşı karşıya kaldığında sıklıkla aldığı bilgiyi kendisi ile ilişkilendirir (Epstude vd., 2006). İki veya daha fazla bireyin olduğu durumlarda çeşitli etkileşimler gerçekleşir ve etkileşimin olduğu her ortam sosyal karşılaştırma için uygun bir alandır (Jonides vd., 2017). Popüler kültürün temel dayanaklarından biri haline gelen sosyal medya ağları sürekli etkileşimi sağlaması ile karşılaştırmalar için gerekli olan değerlendirme ölçütleri hakkında bilgi toplanmasına katkı sağlar (Haferkamp ve Kramer, 2011; Milne ve Warrender, 2020).

Sahip olunan sanal profillerde demografik bilgiler yer alırken birey sayfasında düşüncelerini yazılı olarak aktarabilir, zevk ve kariyerleri hakkında kişisel bilgiler yazabilir, bulunduğu konumu paylaşabilir, fotoğraf ve videolarını yayınlatabilir (Haferkamp ve Kramer, 2011; İşlek, 2012). Birey yapmış olduğu fotoğraf ve video paylaşımları ile fiziksel görüntüsü, ses tonu, bulunulan mekan, yapılan aktivite hakkında bireysel ve sosyal ayrıntıları paylaşır (Öztürk ve Talas, 2015). Sosyal medya diğerleri hakkında bilgi edinilmesini kolaylaştırırken kişinin ötekinin hayatı hakkında edindiği bilgiler doğrultusunda karşılaştırma için uygun bir ortamın oluşmasında aracı olur (Cramer vd., 2016; Özdemir, 2019). Çevrimiçi sosyal medya platformları ile yapılan araştırmalarda sosyal karşılaştırmanın olumsuz sonuçlarının yanında kişiye kendini geliştirmesi ve ilham olması gibi olumlu sonuçlarının olduğu da söylenir (Burke vd., 2016; Meier ve Schäfer, 2018).

İnsanlar birbirleri arasında yaptıkları karşılaştırmalarla fiziksel ve karakteristik niteliklerini tanımlama şansı yakalar, birey ne kadar çok konuda karşılaştırma yaparsa kendini tanır ve özelliklerinin farkındalığını kazanır (Festinger, 1954). Kazandığı bu farkındalıklar sonrası kendisini değerlendirir ve diğeri ile karşılaştırma yapar. Birey sosyal ağlarda incelediği diğer kullanıcıların profilleri doğrultusunda benzer ve farklı yönleri arasında bir karşılaştırma yapma eğilimindedir ve sosyal karşılaştırmalar neticesinde kendi düşünce ve davranışlarını diğer insanlarla uyumlu olacak şekilde düzenlemek için gayret eder (Taşçıoğlu, 2018; Bilbil ve Toku, 2021). Yapılan karşılaştırmalar sonucunda güzellik ve iyilik standartları şekillenmeye başlar, daha yüksek çekicilik standartları oluşabilir (Richins, 1991).

Toplum içerisinde uygun kabul edilen belirli bir güzellik standardı ve yaşam stilinin oluşması ile neyin güzel olarak değerlendirileceğini toplum belirlerken (Dodds vd., 2011) toplum ve kültüre göre güzelliğin değişen yönleri çeşitli popüler güzellik ikonlarına yansır (Didie vd., 2003). Birey kendi özelliklerini bu bağlamın içerisinde

değerlendirebilir. Bu değerlendirmeler sonucunda bedeni, sosyal çevresi, sosyal yaşamı, statüsü, beceri ve yetenekleri hakkında memnuniyetsizlik doğabilir, sosyal medya da bu durumda aracı rol oynar (Bulik vd., 2015). Bunun yanında yapılan sosyal karşılaştırmalara göre bireyin kendisini nasıl değerlendireceği ülkeler ve kültürler arasında farklılık gösterir (Burke vd., 2021).

Sınırları belirlenmiş olan güzellik algısı için medya kanalları önemli birer aktarıcı ve üretici rolü oynar (Güzel, 2013). Sosyal karşılaştırma ile birey medyada sunulan güzellik ideallerine göre kendini değerlendirebilir (Churi vd., 2022).

Sosyal medya ağları eş zamanlı ve eş zamanlı olmayan iletişim seçenekleri tanır ve eş zamanlı olmayan iletişim ile alıcısı olduğu mesajlara düşünerek cevap verip sözcüklerini bir süzgeçten geçirerek ifade edebilir, fotoğraflarını düzenleyerek gönderebilir (Gugushvili vd., 2020).

Sosyal karşılaştırma diğerlerinin bireyin kendisi hakkında olumsuz duygu ve düşünceleriyle karşılaşmaktan duyduğu endişe neticesinde yapılır (Bearden ve Rose, 1990). Birey oluşabilecek olumsuz duygu ve düşünceleri önlemek adına daha iyiye sahip olmak ve olumlu bir izlenim bırakma arzusu ile çabalar (Goffman, 2009). Kullanıcılar sosyal medya hesaplarında olumlu ve iyi yönlerini ön plana çıkartarak kendini en iyi şekilde temsil edecek paylaşımlar yapmayı tercih ederken kendi yaşantıları için idealize edilmiş bir modelleme yaparlar (Egbert ve Rosenberg, 2011; Taş, 2011). Sosyal medya ağları ise bireyin bu ideal özelliklere sahip olduğunu yansıtılması için uygun platformlardır (Xiao, 2022).

Instagram'daki son popüler akımlardan olan 'Instagram vs reality' ile aynı bireyin yanyana iki fotoğrafını paylaşılır, bu fotoğraflardan biri idealize edilmiş bir görünümken diğeri daha doğal bir tasvir ile belirir. Bu şekilde bireylerin ideal ve gerçekçi olmayan görüntüler ile kendisini karşılaştırmasına sebebiyet verilmiş olur (Anderberg ve Tiggemann, 2020).

Facebook ve Instagram gibi sosyal ağlarda bulunan anılar bildirimleri ile bireyin geçmiş yıllarda yapmış olduğu fotoğraf ve video paylaşımları hatırlatılır. Bu durumun bireyin kendini öteki ile karşılaştırmasının yanında kendisinin yıllar içindeki formları ile karşılaştırma yapmasına neden olabileceği söylenir. Diğer taraftan birey sosyal medya aracılığıyla yaptığı karşılaştırmalarda, gerçek benliğini diğer bireylerin idealize ederek yansıttığı çevrimiçi benlikleri ile de karşılaştırıyor olabilir (Eckles vd.,

2014). Bireyin Instagram gibi görüntü temelli sosyal medya ağlarını kullanma sıklığı ile sosyal karşılaştırma yapma sıklığını da artar (Lup vd., 2015).

2.2.4. Sosyal Medya ve Sosyal Görünüş Kaygısı

Sosyal medya ağlarıyla birlikte oluşan yeni sanal dünyadan insanlar diğer insanlarla etkileşim halindedir. Kimliklerini, fotoğraflarını, ilgi alanlarını yayınlayarak bu etkileşimi aktif tutarlar (Çolak ve Doğan, 2016). Yaratılan bu sanal kimlikler aracılığı ile birey kendi iç dünyasını, kişilik özelliklerini, fiziksel özelliklerini, çevresini ve hobilerini tanıtmaya fırsatı yakalar (İşlek, 2012). Bireyin sosyal medya ağlarında tanıdığı insanları bulabilmesi için öncelikle kullanıcı adını bilmesi sonrasında profil fotoğrafı ile bunu teyit etmesi gerekirken tanımadığı sosyal medya kullanıcıları ile takipleşildiğinde de kullanıcı adından sonra ilk olarak profil fotoğrafına göz atılacağı söylenebilir. Kullanıcı fotoğraflarının öne çıktığı bu sanal ilişkide bireyin görünüşü odak noktasıdır (Lackaff vd., 2011).

Bireyin beden imajı, fiziksel görüntüsü, inançları, duygu ve düşünceleri gibi genel görünüşüyle ilgili olumsuz bir değerlendirme alacağına dair duyduğu korku ise sosyal görünüş kaygısıdır (Flora vd., 2008). İnternetin online iletişimi mümkün kılması ve eş zamanlı olmayan iletişim imkanları bireyin 'hemen cevap vermem gerekiyor' şeklinde düşünmesini sağlarken daha az stres oluşturabilecek bir iletişim şeklini ortaya çıkarabilmesi ile sosyal anksiyetesi olan bireyler için önemli bir noktada olduğu düşünülür (Aderka vd., 2016). Bunun yanında sosyal medya ağlarının kullanıcılara tanıdığı anonimlik özelliği ile birey yanlış olduğunu düşündüğü bir eylem gerçekleştirdiğinde bunu kimsenin bilemeyeceğini düşündürmesinin sosyal kaygı üzerinde etkili olduğu söylenir (Bargh ve McKenna, 2004). Bireyin başkaları üzerinde istenmeyen bir izlenim bırakma ihtimalini en aza indirme isteğinde sosyal medya ağlarının işitsel ve görsel ipuçlarının azaltıldığı metin tabanlı iletişimi sağlaması ile işlevsel bir rol oynadığı söylenir (Leary ve Kowalski, 1995; Schlenker ve Leary, 1982; akt. Pritzant-Passal, 2016).

Sosyal görünüş kaygısı yeni bir fenomen olmasa da sosyal medya içerikleri gerçekçi olmayan görünüm standartlarını önerip görünüşe dayalı sosyal ödülleri teşvik ederek sosyal görünüş kaygısı için zemin hazırlayabilir (Antonietti, 2020). Bunun yanında bireyin sahip olduğu olumsuz beden algısı da sosyal görünüş kaygısına neden olur (Flora vd., 2008). Diğer taraftan kendisinin en iyi formunu yansıtmaya çalışan

birey için sosyal medya ağları sosyal görünüş kaygısında bir tetikleyici görevi görebilir (Altındış vd.,2017). Sosyal medya kullanımı artması ve problemlili internet kullanımı sosyal görünüş kaygısına sebebiyet verir (Murphy ve Tasker, 2011; Ayar vd., 2018).

Sosyal kaygıya sahip bireyler yüz yüze iletişim ve destek eksikliğini online platformlar aracılığı ile telafi etmeye çalışabilir, pasif bir ilişki kurma imkanı yakalar ve daha izole hissedebilir (Heimberg vd., 2021). Pek çok kolu olan sosyal ağlardan çevrimiçi oyunlar da bireyin diğer bireylerle iletişim içerisinde olmasına imkan tanır ve çevrimiçi oyunlar ile sosyal kaygıya neden olur (Mazalin ve Moore, 2004).

2.3. Sosyal Karşılaştırma

2.3.1. Sosyal Karşılaştırma Kuramı

Birey fizyolojik ve sosyal ihtiyaçlarını karşılamak için diğer bireylerle etkileşim kurmak mecburiyetindedir, bu etkileşimler sonucunda öteki ile karşılaştırmalar yapıp kendisi hakkında yeni değerlendirmelerde bulunur (Erözkan, 2004). Bu karşılaştırmalar fiziksel özellikleri, sosyal yaşantıyı, kişilik özelliklerini, mutluluk durumunu, sahip olunan aileyi, işi, statüyü, başarıyı, geliri, beceri ve yetenekleri kapsayabilir (Churi vd., 2022; Lakshmanasamy ve Maya, 2020). Sosyal karşılaştırma başkalarının geliştirdiği özellikler noktasında istem dışı olarak da gelişebilen bir olgudur (Köknel vd., 2007). Nesnelere ve sembollerin arasında yapılan karşılaştırmalar gibi kasıtlı veya kasıtsız olarak yapılan kişilerarası karşılaştırmalar da doğal olan sosyal fenomenlerdendir (Martin vd.,2002).

Sosyal karşılaştırma kuramı Festinger ile 1954'te bireyin kendini değerlendirmesi ve bu doğrultuda ele aldığı ölçütleri içeren bir kuram olarak ortaya çıkmıştır. Festinger sosyal karşılaştırma kuramında temel olarak 'İnsanlar neden diğer insanlarla karşılaştırma yapar?', 'Kimlerle karşılaştırma yapılır?', 'Sosyal karşılaştırmaların bireyler açısından sonuçları nelerdir?' sorularına cevap aramıştır (Festinger, 1954; Gülbahçe, 2007).

Festinger (1954), sosyal karşılaştırmayı bireyin kendisi hakkında yaptığı değerlendirmeleri objektif olarak ele alabileceği bir ölçüt bulamadığında etrafındaki diğer bireyleri temel alarak performans, görünüş, başarı, inançlar gibi özellikleri ile kıyaslama içerisine girmesi olarak ele almıştır. Bu noktada kuramın temel varsayımı bireyin öz değerlendirme güdüsüyle karşılaştırmalar yaparak kendisi hakkında kanaate

vardığıdır (Gülbahçe, 2007). Kişinin bu değerlendirmeleri sonucunda kendisine karşı olumlu ya da olumsuz bir benlik değerlendirmesi oluşur (Demirtaş- Zorbaz vd., 2021). Birey öz değerlendirme ihtiyacının yanında benliğini güçlendirme, kendini geliştirme ve ilişki kurma ihtiyaçlarına da karşılık bulmak adına sosyal karşılaştırma yapabilir (Teközel, 2007).

Kendini değerlendirme güdüsü bireylerin yeteneklerinin, düşünce ve tutumlarının değerinin farkında olmaya dair eğilimini kapsamaktadır. Bireyin kendisi ile ilgili yapacak olduğu doğru bir değerlendirmenin pratik bir işlevi olabilir. Kendini geliştirme güdüsü ise daha çok bireyin kendinden daha iyi durumda gördüğü diğeri ile yaptığı karşılaştırmalarda tetikleyici olabilir. Bireyin benliğinin değerini arttırmaya dair kendinden daha şanssız konumda gördüğü bireylerle yaptığı karşılaştırmalar sonucunda kendini daha iyi hissetme motivasyonu ile ifade edilmektedir (Gülbahçe, 2007).

Kendini değerlendirme güdüsü noktasında Suls, Martin ve Wheeler'in (2002) aday modeli görüşü vardır. Aday model bireyin var olan kararları, tercihleri ve gelecekte var olacak tercihleriyle ilgili olup bireyin kendisiyle ilgili değerlendirmelerini kendisine benzer olarak değerlendirdiği başka bir bireyi baz alarak karşılaştırması ve bu noktada bir kanaate varmasıdır. Düşüncesinin ya da aldığı bir kararın bu birey ile aynı doğrultuda olması aldığı kararın doğruluğu için bir teyit edicidir. Kendisine benzer olarak algıladığı bireyin başarısı ileride kendisinin de başarılı olacağına dair bir beklenti yaratır (Martin vd., 2002).

Bireylerin karşılaştırmalarında referans olarak kendilerine benzer olarak gördükleri kişileri seçmesi durumuna benzerlik hipotezi denilmektedir. Karşılaştırma yaparken kendine benzer olanı seçme güdüsü insanların olabildiğince doğru ve gerçeğe yakın tahminde bulunma isteğinden doğar (Festinger, 1954). Karşılaştırılan boyut bakımından en çok bilgiyi verecek olan karşılaştırmalar bireyin kendisine benzer olarak algıladığı diğeriyle yaptığı karşılaştırmalardır (Gülbahçe, 2007). Örnek olarak bir satranç oyuncusunun kendisine göre bir rakip seçmek için yine iyi düzeyde ya da kendisinden daha iyi bir düzeydeki oyuncuyla eşleşmek istemesi verilebilir (Bilgin, 2007; akt. Gülbahçe, 2007).

İnformel iletişim bireyin sosyal ilişkilere olan ihtiyacından doğan gruplararası etkileşimlerle oluşan iletişim şekli iken (Bektaş ve Erdem, 2015) informal sosyal

iletişim kuramı gruplardaki görüşlerin nasıl belirlendiği ve değişim gösterdiğini anlamaya dayalıdır (Festinger, 1954). Festinger, informal sosyal iletişim kuramına ek olarak yeteneklerle ilgilenmiştir. Bireylerin iletişim ile birbirlerinin görüşleri değiştirebileceklerini, aile, iş, statü gibi konularda birbirlerinden etkilenecekleri hareketlere geçebilecekleri fakat iletişim ile yeteneklerini değiştiremeyeceklerini belirtmiştir. Bu sebeple Festinger'a göre insanlar kendi görüşlerini ve kanaatlerini değerlendirebilmek için kendilerine benzer insanları seçerken yetenekleri ile ilgili karşılaştırma yapacaklarında kendilerini daha iyiye götürebilmek motivasyonu ile kendilerinden daha iyi konumda gördükleri insanlarla karşılaştırma yapmayı tercih ederler (Festinger, 1957; Teközel, 2007).

İnsanlar kendilerinden aşağı bir konumda gördükleri bireyler ile değil de kendinden daha iyi olarak gördükleri insanlarla kıyaslama içerisinde olduklarında kendilerini geliştirmek için bir istek duyarlar (Gemlik vd., 2007). Başarı motivasyonunun yüksek olduğu kültürlerde kendinden daha iyi performansa sahip bireylerle yapılan karşılaştırma daha sık gözlenir (Teközel, 2000).

Yapılan sosyal karşılaştırmalar aşağı doğru ve yukarı doğru olmak üzere ikiye ayrılır. Aşağı doğru karşılaştırma kişinin kendini daha iyi bir konumda gördüğü öteki ile yapılırken yukarı doğru karşılaştırma kendini daha kötü bir konumda gördüğü öteki ile yapılır. Aşağı ve yukarı doğru karşılaştırmalarda doğrudan olumlu ya da olumsuz bir etki bırakmasa da bireyin olumlu ve olumsuz duygular hissetmesine neden olabilir (Büyükmumcu ve Ceyhan, 2019).

Bireyin kıyaslama içerisinde olduğu öteki ile arasında algıladığı benzerlik, yukarı doğru karşılaştırmalarda bireyin öteki gibi olabileceği düşüncesini pekiştirip olumlu sonuçlar doğurabileceği gibi aşağı doğru karşılaştırmalarda bireyin ileride şimdiki durumundan daha kötü olarak nitelendirebileceği konumda bulunabileceği ihtimalini canlandırıp olumsuz bir sonuç doğurabilir. Diğer taraftan yukarı doğru karşılaştırmalarda bireyin kıyaslama içerisinde olduğu öteki ile arasındaki farklılık bireyin kendisinden daha iyi gördüğü üst konuma ulaşamayacağını düşünmesine neden olup olumsuz sonuçlar doğurabilirken, aşağı doğru karşılaştırmalarda bireyin daha kötü bir konumda olmadığını fark etmesini sağlayıp olumlu sonuçlar doğurabilir (Mussweiler, 2003).

Sosyal karşılaştırma sonrasında elde edilen sonuçlar kıyaslanmanın yönüne yani aşağı ve yukarı yönlü olmasına göre değişiklik gösterebilir; aşağı yönlü karşılaştırmada birey daha kötü bir durumda olabilirdim diyerek bulunduğu duruma daha iyi yaklaşırken, yukarı yönlü karşılaştırmada neden daha iyi değilim diyerek bulunduğu durum hakkında olumsuz hisler hissedebilir (Gemlik vd., 2007). Yapılan aşağı doğru karşılaştırmalar sonucu birey ambivalent duygular hissedebilir; bir yandan göreceli olarak diğerinden daha iyi olan hali için sevinirken diğer yandan daha kötü bir durumda olan diğeri için üzülür (Teközel, 2007). Bireyin sosyal karşılaştırma bilgisini nasıl yorumlayıp değerlendirdiğine bağlı olarak ne hissedeceği ve nasıl davranacağı değişiklik gösterir (Michinov, 2001).

Wills (1981)'in ortaya attığı aşağı doğru karşılaştırma kuramı ise iki temel ilke çerçevesinde ele alınmıştır; insanların öznel iyi oluşlarını kendilerinden daha kötü konumda gördükleri bireylerle karşılaştırma yaparak yükseltebilecekleri ya da öznel iyi oluşlarını kendileriyle aynı düzeyde şanssız olarak değerlendirdikleri bireylerle karşılaştırma yaparak yükseltebilecekleri kanısındır (Wills, 1981; akt. Gülbahçe, 2007).

Eşikaltı sunulan sosyal karşılaştırma deneylerinden karşılaştırmaların bireyin bilinci dışında otomatik olarak da gerçekleştiği sonucuna ulaşılmıştır (Teközel, 2007). Blanton ve Stapel (2004) yapmış oldukları bir çalışmada denekleri 2 gruba ayırmış ve bir gruba bebek fotoğrafı diğer gruba yaşlı bir kadın, birine çekici bir kadın fotoğrafı diğerine çekici olmayan bir kadın fotoğrafı, birine palyaço fotoğrafı diğerine Albert Einstein'ın fotoğrafı gösterilmiştir. Gösterilen fotoğraflarda bulunan bireyler nötr bir yüz ifadesine sahiptirler. Çalışma sonunda bebek resmi gösterilen katılımcıların yaşlı bir kadın fotoğrafı gören katılımcılara göre kendilerini daha yaşlı hissettikleri, çekici olmayan bir kadın fotoğrafı gösterilen katılımcıların çekici bir kadın fotoğrafı gösterilenlere göre kendilerini daha çekici hissettikleri ve palyaço fotoğrafı gösterilen katılımcıların Einstein fotoğrafı gösterilenlere göre kendilerini daha zeki hissettikleri sonucuna ulaşılmıştır (Blanton ve Stapel, 2004). Bireyin kendini değerlendirme dürtüsünün evrensel olduğu ve bu doğrultuda gerçekleşen sosyal karşılaştırmalar insan hayatında önemli bir noktada bulunur (Festinger, 1954).

Sosyal karşılaştırma kavramını ilk kullanan Festinger olsa da teori tek bir düşünce sürecinin içinde oluşmamış olup kökenleri Aristo ve Platon'a kadar uzanabileceği, Kant, Marx ve Rousseau gibi pek çok düşünürün bu konu üzerinde çalışmış olduğu söylenebilir (Festinger, 1957; Martin vd., 2002).

Festinger'in kuramındaki bireyin kendi hakkında yapmış olduğu değerlendirme ekseninden farklı olarak sosyal karşılaştırma ile ilgili yapılan yeni çalışmalarda benlik/kimlik ilişkisi üzerinde durulmaktadır. Sosyal karşılaştırma sürecinde ortaya çıkan bireyin duygusal tepkileri ve benlik değerlendirmeleri ön planda tutulur. Öz-saygıyı azaltıcı ya da yükseltici faktörler dolayısıyla kendine dair algıları ve öz değerlendirmesinde değişiklik gözlenebilir. Yapılan çalışmalar ile birlikte sosyal karşılaştırma kuramına yeni bakış açıları ve çıkarımlar getirilmiş olsa da kuramın büyük bir bölümü Festinger'in ortaya attığı haliyle geçerliliğini korumaktadır (Dagnan ve Sandhu, 1999; Bilgin, 2007; akt. Gülbahçe, 2007; Ilies vd., 2021).

2.4. Sosyal Görünüş Kaygısı

2.4.1. Kaygı

Kaygı bireyin tehdit olarak algıladığı ya da bireye korku veren bir durum karşısında bedeninin verdiği fizyolojik veya psikolojik tepkilerin tümüdür (Craske vd., 2011). Kaygının net olarak tanımı verilemese de yoğun olarak hissedilen endişe ve korku duygularını barındırırken; göğüste sıkışma, terleme, kalp çarpıntısı, midede hareketlenme, tuvalete çıkma ihtiyacı, baş ağrısı gibi vücutta bazı tepkilere neden olur (Türkçapar, 2004). Öztürk ve Uluşahin (2018), kaygıyı tasvir ederken şiddetli korku ile uyanılan bir düştün sonra yaşanan yoğun kokunun kalbimizin göğüs kafesimizden fırlarcasına çarpması sonrasında bunun bir rüya olduğunu anımsamakla birlikte rahatlamamız durumuna benzer olduğunu söyler ve kaygının uyanırken yaşanan, daha uzun süreli, kaynağı birey tarafından açıklanamayan bir durum olduğunu belirtir. Bireyin yaşadığı bu endişe durumu hafif bir gerginlik duygusundan panik derecesine varan farklı yoğunluklarda seyrederek. Kişiden kişiye göre oranı ve seyri değişiklik gösterirken bazı kuramcılara göre iç çatışmaların sonucu, bazı kuramcılara göre de öğrenilmiş davranışlardır (Seyrek, 2018).

Kaygı ile ilgili yapılan kavramsal çalışmalarda durumluk kaygı ve sürekli kaygı olmak üzere ikiye ayrılarak ele alınmıştır. Durumluk kaygı bireyin özel durumlar karşısında kaygının miktarı, şiddeti ve süresini nasıl algıladığına bağlı olarak değişen, devamlılık kazanmamış ve sürekli karşılaşılmayan olaylarda bireyin gösterdiği tepkiler olarak ele alınmıştır (Tektaş, 2014). Sürekli kaygı ise bireyin kaygılı olma durumuna karşı olan eğilimi ve yatkinliği ile birlikte bireyin durumluk kaygı halinin süreklilik kazanmış boyutudur (Büyüköztürk, 1997). Kaygıyı anlamlandırmak ve

kontrol altında tutmak birey için güçtür. Kaygı birey için olumsuz hislere sebep olsa da tamamen yok olması kişinin yararına olmaz. Bireyin yaşam motivasyonu ve beklentilerini gerçekleştirmeyi planladığı yolda itici bir güç olması faydalarındandır (Manav, 2011).

DSM- 5 kriterlerinde kaygı bozuklukları; Ayrılma Kaygısı Bozukluğu, Seçici Konuşmazlık (Mutizm), Özgül Fobi, Toplumsal Kaygı Bozukluğu (Sosyal Fobi), Panik Bozukluk, Agorafobi, Yaygın Kaygı Bozukluğu, Maddenin/ İlacın Yol Açtığı Kaygı Bozukluğu, Bir Başka Sağlık Durumuna Bağlı Kaygı Bozukluğu, Tanımlanmış Kaygı Bozukluğu, Tanımlanmamış Kaygı Bozukluğu başlıkları altında ele alınmıştır (Köroğlu, 2013).

2.4.2. Sosyal Kaygı

Kişinin girdiği ve bulunduğu sosyal ortamlarda nasıl değerlendirileceğine dair duyduğu kaygı, endişe ve korku sonucunda hissettiği sıkıntı ve kaçınma davranışları ile sosyal hayattaki işlevselliğini engelleyen durumlar olarak nitelenebilir (First vd., 1999; Baldwin vd., 2022). Birey yaşadığı sosyal kaygı neticesinde toplumsal etkileşimler, yeni insanlarla tanışma, toplu ortamlarda konuşmaktan çekinme ve söyleyeceği ya da yapacağı bir davranış sonrasında rezil olacağı ve kötü bir izlenim bırakacağına dair bir endişe hissedebilir (Sübaşı, 2010). Sosyal kaygıyı diğer kaygılardan ayıran en önemli özellik bireyin değerlendirilme ihtimalini barındırması ve kişilerarası etkileşimlerin gerçekleşebileceği ortamlarda bireyin diğerleri tarafından nasıl algılanacağı ve değerlendirileceğine dair duyduğu endişe olmasıdır (Beck ve Emery, 1985; akt. Erkan, 2002).

Sosyal kaygıya sahip bireylerde kaygılı düşünceler 3 durumu merkezinde barındırır; birincisi diğer bireylerin gerçek ya da hayali değerlendirmeleri ve tepkileri, ikincisi diğer bireylerin tepkilerinin olası olumsuz sonuçlara dayanması, üçüncüsü ile sosyal kaygıya sahip bireylerin sınırlılıkları ve davranışlarıdır. Bu üç nokta bireyin sosyal güçlükler yaşamasına sebebiyet verir (Leary ve Kowalski, 1995). Sosyal kaygıya sahip kişilerin yaşadığı en temel korku bir kişi ya da grup tarafından kabul görmeme/ reddedilme korkusudur (Nezlek, 1999). Başkaları tarafından kabul edilme ve onaylanma ihtiyacı yüksek olan bireylerin sürekli kaygı gözlenme ihtimali daha yüksektir (Erkan, 2002). Yüksek sosyal kaygıya sahip bireyler öz değerlendirmelerini olumsuz olarak yapma eğiliminde olup tarafsız yani olumlu ya da olumsuz bir yanı

olmayan sosyal ipuçlarını olumsuz olarak görmeye daha yatkınken bu durumun da bireyleri kaygıya açık hale getirdiği söylenebilir (Faraji ve Tezcan, 2021).

Sosyal kaygı bozukluğu olan bireyler genelde utangaç ve sessizdir. Diğerleri ile iletişime girildiğinde göz teması kurmama, kızarma, terleme, odaklanmada güçlük gibi açık bir şekilde rahatsızlık belirtileri gösterebilirler fakat bu durum her zaman duygusal ve fiziksel olarak görünür bir tepki de doğurmayabilir (Stein ve Stein, 2008). Sosyal kaygıya sahip bireyler birileriyle tanıştırılma, toplum içinde yemek yeme, birileri izlerken adını yazma, imza atma, topluluk içerisinde konuşma, bir topluluğa hitap etme, izleneceği bir etkinliği gerçekleştirme, toplantılara katılma, telefon görüşmesi gerçekleştirme, genel bir tuvaleti kullanma, sosyal bir ortamda sorulacak soruya cevap verme gibi hususlarda zorlanır ve kaçınma davranışı gösterebilirler (Bozaslan vd., 2012; Öztürk ve Uluşahin, 2018).

Sosyal kaygı ergenlik dönemi ile kendini göstermekle ortalama başlangıç yaşları 12-15 yaş arasındadır (Heimberg ve Hope, 2010). Sosyal kaygı yaygın olarak ergenlerde görülür ve yetişkinliğe kadar devam eder (Felsman vd., 2022) Ergenlik döneminde olan birey için toplum içerisinde kendine bir yer edinmek ve kendini kabul ettirmek önemlidir dolayısıyla diğerlerinin kendisi hakkında düşündükleri de önem kazanır ve bunun için çabalar bu çaba neticesinde olumlu bir sonuca ulaşamayan ergenin sosyal kaygısı artış gösterebilir (Kalkan, 2008). İnsanların ilk çağlardan beri dış görünüşlerine önem vermesi ile ergenlik döneminde belirgin fiziksel değişimler yaşayan ergenlerde sosyal kaygıya rastlanan çalışmalar da vardır (Davison vd., 2015; Haspolat ve Kağan, 2017).

Barındırdıkları özellikler dolayısıyla ergenlik döneminde karşılaşılan sorunlarla baş etmek güçtür, sosyal kaygısı olan bireyler için bu durum daha da güçleşir. Kaygıyı azaltmak ya da kontrol altına almak için alkol, madde kullanımı, oyun bağımlılığı, aşırı bilgisayar kullanımı gibi yollara başvuru olabilirler (Eriş ve İkiz, 2013). Ceyhan (2011)'a göre internet kullanımı ergenlerde günlük hayatta yaşadıkları problemlerden, bu nedenle oluşan karmaşadan ve çevrenin yaratmış olduğu baskılardan kurtulmak için bir kaçış yolu olarak değerlendirilmiştir. Sosyal kaygıya sahip bireyler için de yaşam rutinleri gereği girilen sosyal ortamlar ve etkileşimler nedeniyle oluşan kaygıyı hafifletmek için bir kaçış yolu olarak kullanılabilirdiği söylenebilir (Ceyhan, 2011).

Bilişsel modelin bireyin başkaları üzerinde arzuladığı düzeyde izlenim bırakma isteği ile bunu gerçekleştirebileceğine dair güvensizliğinin yarattığı ikilemin oluşturduğu kaygı olarak açıkladığı sosyal kaygı kavramı doğrultusunda sosyal medya aracılığı ile bu isteği gerçekleştirme fırsatının olacağı söylenebilir (Heimberg ve Rapee, 1997). Bireyde problemler internet kullanımı sosyal kaygıya neden olurken ergenler sosyal kaygıları ile başa çıkmak için interneti bir aracı olarak kullanır (Bukovza vd., 2015; Savcı, 2017).

2.4.3. Sosyal Kaygıya Neden Olan Faktörler

Bireyin diğer bireyler tarafından olumsuz değerlendirilebileceği ihtimalinin varlığı ve sosyal onay alma ihtiyacı sosyal kaygının başlıca nedenlerindedir (Erkan, 2002). Birey karakteristik özellikleri, fiziksel özellikleri, diksiyonu, dış görünüşü, giyim tarzı gibi pek çok konuda diğerleri tarafından nasıl değerlendirilip analiz edileceği ve hangi sıfatlarla anılacağı hususunda endişe yaşar, bu değerlendirilmelerin olumsuz olarak sonuçlanacağı kaygısını taşır (Heimberg ve Morrison, 2013). Sosyal kaygıya sahip bireyler yaşadıkları bu endişe ve korkunun diğer insanlar tarafından fark edileceği ve utanç verici bir duruma düşecekleri konusunda da bir endişeye kapılırlar (Öztürk, 2014) bu durum dolayısıyla da birey kendisini bir döngü içerisinde bulabilir.

Sosyal kaygının nedenlerini net bir şekilde belirtmek zor olsa da kaygı ile ilgili yapılan çalışmalarda farklı şekillerde açıklanmıştır. Biyolojik yaklaşım özelinde değerlendirildiğinde kalıtım ve beyin olarak ele alınmış olup ebeveynlerin yaşamış oldukları herhangi bir kaygı bozukluğu bireyde de bir kaygı bozukluğu gelişmesinde etkili olduğu belirtilmiştir (Öztürk, 2014). Boyle ve arkadaşlarının sosyal kaygı ve risk faktörlerini araştırdıkları bir çalışmada sosyal kaygı bozukluğu tanısı almış ebeveynlerin çocuklarında sosyal kaygı görülme riskinin arttığını belirtmişlerdir (Boyle vd., 1996).

Kültürel yaklaşıma göre sosyal kaygı bireyin bulunduğu toplumun utangaçlık ve kaçınma davranışlarına olan bakış açısıyla ilişkiliyken toplumda bu kavramlara atfedilen değere göre sosyal kaygıya rastlanma ve yaşanan kaygının oranı değişkenlik gösterir. Sosyal kaygıya sahip insanlar toplum tarafından olumsuz değerlendirilip etiketleniyorsa bu durumun diğer insanlar üzerinde bir olumsuz değerlendirilme korkusu yaratması kaçınılmazdır (Öztürk, 2014).

Psikanalitik yaklaşım sosyal kaygıyı bireylerin bilinçdışında dikkat çekme ve onaylanma arzusu barındırmasıyla açıklar. Bu arzu doğrultusunda bireyde kabul görmeme ve eleştirilme endişesi doğar. 3 temel etken ile açıklanan sosyal kaygıda ilk olarak utanç yaşantıları ele alınır. Birey reddedilme ve olumsuz tepkiler alarak utandırılma durumlarından kaçınmak için daha az iletişime girer ve sosyal ortamlardan kaçınır. İkinci temel etken ise suçluluk duygularıdır. Birey etkileşimde olduğu bireylerden tam ve mükemmel bir ilgi bekler ve bu ilgiyi almak için bilinçdışı olarak saldırgan bir isteklilikte bulunur. Bu isteklilikle birlikte rakipleri yok etme arzusu da görülür. Üçüncü temel etmen de ayrılma anksiyetesidir. Sosyal kaygıya sahip birey bağımsızlık kazanma ve diğer bireylerle yakın ilişkiler geliştirmenin ebeveynlerinin ve yakınlarının sevgisini kaybetmesine neden olacağını düşünür. Bu etkenler göz önünde bulundurulduğunda sosyal kaygıya sahip insanların temel bakım verenleriyle ilişkilerinde utandıran, aşağılayan, terk eden iç nesne temsilcileri oluşur ve zamanla bu durum diğer bireylerle ilişkilerine yansır (Türkçapar, 1999).

Davranışçı yaklaşıma göre ise kaygı öğrenilen bir duygu olup sonrasındaki kaçınma davranışı da öğrenilen bir davranıştır. Birey çevresindeki insanları gözlemleyerek kaygı uyandıran bir olay karşısında kaçınma davranışının uygulandığını gözlemler ve başına gelecek olan benzer olayın kendisinde kaygı uyandırması ile kaçınma davranışı gösterir (Öztürk, 2014). Kişilerarası bilgi aktarımı ile de sosyal ortamların ve sosyal ilişkilerin tehlikeli olduğu algısının bireye geçişi ile sosyal kaygı öğrenilir (Türkçapar, 1999).

Kendini sunma yaklaşımı ile sosyal kaygı; bireyin başkaları üzerinde belirli bir izlenim bırakmak isterken bu izlenimi bırakamayacağına dair duyduğu şüphe olarak ele alınmıştır (Leary ve Kowalski, 1995). ‘Değerlendirilme kaygısı’ olarak da adlandırılan sosyal kaygı gerçek ve gerçekdışı durumlarda bireyin kişilerarasında değerlendirilme olasılığına dair yaşanan bir durumdur (Beck ve Emery, 1985; akt. Erkan, 2002). Bireyin kendini sunma motivasyonunun daha değerli gördüğü ve onayı almanın daha önemli olduğu bireylerin yanındayken daha yüksek olduğu, sosyal kaygılarının ise tanıdığı ve samimi olduğu insanların yanında yabancıların yanında olduğundan daha düşük olduğu söylenebilir (Doğan, 2009).

Pekiştirmeye duyarlılık teorisine göre davranışı ketleme ve hedef doğrultusundaki davranışların baskılanmasına yönelik işlevi olan ve cezalandırma davranışlarına duyarlı davranışsal inhibisyon sistemlerinin aktivasyonu ile geri

çekilme, alışılmadık ortamlardan kaçınma gibi davranışlarla karakterize bir mizaç doğar ve bu durum sosyal anksiyete için önemli risk faktörlerindedir (Gray, 1987; Buzzell vd., 2021).

2.4.4. Sosyal Görünüş Kaygısı

Sosyal anksiyetenin bir dalı olarak ele alınan sosyal görünüş kaygısı, bireyin fiziksel olarak nasıl görüldüğü ve diğer bireylerin kendisini nasıl değerlendireceğine dair duyduğu gerginliktir (Budak vd., 2013). Sosyal görünüş kaygısı fiziksel özelliklerin derininde kişinin ten rengi, dili, yüz şekli, çene yapısı, göz çevresi, boy uzunluğu gibi özellikleri doğrultusunda diğer bireyler tarafından olumsuz algılanıp değerlendirileceği ve olumsuz bir izlenim bırakacağı yönündeki bütüncül bir kaygıdır (Flora vd., 2008).

Yaş, cinsiyet, inançlar, sosyoekonomik durum gibi öğelerden etkilenecek oluşan beden toplumsal yönü vardır. Bu gerçeklik kültürden kültüre değişirken, aynı kültür içerisindeki ayrı gruplarda da değişkenlik gösterebilir. Bu doğrultuda sosyal görünüş kaygısı da bireyin bedeni ve fiziksel görünümü ile ilgili olumsuz beden imajının sonucu olarak ortaya çıkar (Doğan, 2010; Türkçapar, 2022).

Sosyal görünüş kaygısını etkileyen faktörler kişisel özellikler (yaş, cinsiyet, kilo vb.), fiziksel faaliyet türleri, fiziksel faaliyetin gerçekleştirildiği çevrenin özellikleri, çevresel tetikleyiciler, sosyal tetikleyiciler, fiziksel olarak kendini algılama olarak ele alınmıştır (Cox vd., 2014).

Sosyal kaygının temelinde yatan bireyin diğerlerinde olumlu bir izlenim bırakacağına dair kendine olan inancında olduğu gibi sosyal fiziksel kaygının temelinde de bireyin dış görünüşüyle olumlu bir izlenim bırakacağına dair inancı vardır (Seki, 2014). Sosyal görünüş kaygısı ise temel olarak bireyin görünüşü nedeniyle olumsuz analiz edileceğine dair duyduğu kaygıdır fakat fiziksel görünüme ek olarak beden algısı ve beden imgesi gibi özellikleri de içerir (Flora vd., 2008). Beden algısı kişiliğin gelişimi, özgüven, sosyallik, fiziksel, bilişsel ve psikolojik iyilik hali gibi birçok unsur üzerinde etkilidir (Öksüz, 2012). Bireyin bedenine dair algıları, düşünceleri ve duygularının yanında diğer insanların değerlendirmeleri de bu algının şekillenmesinde etkilidir (Çelik ve Makas, 2018).

Beden algısı kadınlar üzerine yoğunlaşmış olsa da cinsiyete göre değişiklik göstermemekte ve her yaş grubunda hakim olarak görülebilmektedir (Grogan, 2016).

Gelişim dönemleri arasında en çok fiziki değişimin yaşandığı ergenlik döneminde de bireyin ilgisinin vücudundaki değişikliklere yoğunlaşmasıyla sosyal görünüş kaygısı sıklıkla görülür (Budak vd., 2013).

Beden imajı bireyin bedeniyle ilgili olan duygu, düşünce ve davranışlarının tümünü kapsar. Bireyin kendi beden imajı olumlu ve olumsuz olarak iki şekilde değerlendirilir. Olumlu beden imajı bireyin bedeninden memnuniyetini barındırırken olumsuz beden imajı bireyin vücudunun herhangi bir bölümünden duyduğu hoşnutsuzluktur. Bu hoşnutsuzluk dolayısıyla birey bedeninden utanabilir, hoşnutsuzluğu ortadan kaldıracak değişimler yaşamak isteyebilir. Olumlu benlik imajına sahip bireyler ise görünüşlerinin kendilerini tanımlamadığına inanırken, görünüşlerinde yaşanan değişiklikler için gereğinden fazla zaman harcamazlar. Beden imajı, bireyin benlik saygısının yanında yeme davranışlarını, sosyal kaygı düzeyleri, cinsel davranışları, sosyal ilişkileri ve duygusal durumları gibi pek çok faktör üzerinde de önemli etkiye sahiptir (Cash ve Fleming, 2002).

Bireylerle iletişimde ön plana çıkan sosyal görünüşün, ilişkilerin nasıl kurulacağını ve samimiyetini belirlemede önemli ölçütlerden olduğu söylenir. Sosyal görünüş kaygısı da bireyin diğer bireylerle etkileşimleri doğrultusunda oluşan ve bireyin beden imajı ile ilgili yaşadığı problemlerle başa çıkmasında önemli bir yere sahiptir (Hamarta ve Kozan, 2017).

Sosyal görünüş kaygısı olumsuz beden imajının sonuçlarından biri olarak ele alınır (Doğan, 2010). Dittmar ve Howard (2004)'ın kadın katılımcılarla yapmış oldukları bir çalışmada beden imgeleri üzerine çalışılmış olup medya üzerinden görüntülerine ulaştıkları kadınlar ile yaptıkları sosyal karşılaştırmaların kendi vücut imgeleri üzerinde olumsuz bir etkiye neden olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunu destekler nitelikte yapılmış çalışmalar da mevcuttur. Yapılan bir çalışmada sosyal görünüş kaygısı ile sosyal kaygı ve olumsuz beden imajı arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu bulunmuştur (Claes vd., 2012)

Sosyal görünüş kaygısının nedenleri ise üç başlıkla ele alınmıştır; sosyal izlenim, fizyoloji, reddedilme duygusu. Sosyal izlenim bireyin kendi düşüncelerinden önce çevrenin düşüncelerini ele alması ve diğerleri tarafından beğenilmek, yargılanmamak adına çabalaması ile karşı tarafta iyi bir izlenim bırakma gayesidir. Diğer bireylerin

düşüncelerini ve değerlendirmelerini daha fazla önemsemek sosyal görünüş kaygısının tetikleyicilerindedir (Arslan vd., 2014).

Fizyoloji kaygı üzerinde etkili olup kaygılı bireylerde sempatik sinir sistemi aktivasyonları değişiklik gösterir. Kaygı seviyeleri yüksek olan bireylerin daha hassas sinirlere sahip olması ile birlikte görece daha basit olarak değerlendirilebilecek durumların sosyal görünüş kaygısını tetiklediği söylenebilir (Sübaşı, 2010).

Reddedilme duygusu ise bireyin diğerleriyle iletişim ve ilişki kurmada dış görünüşünün büyük bir öneme sahip olduğuna inanması ile birlikte dış görünüş temelli değerlendirmeler sonucunda yaşayacağı reddedilme duygusudur. Bireyin sosyal çevresinden aldığı olumsuz geribildirimler sonucunda reddedilmesi sosyal görünüş kaygısına itebilir (Alden ve Taylor, 2004).

Bunların yanısıra toplum ve kültürün de sosyal görünüş kaygısı üzerinde etkili olduğu söylenir. Beden görünümü toplumsal ve kültürel değişiklikler doğrultusunda farklılık gösterir. Sosyal görünüş kavramının beden görünümünü de kapsamı ile birlikte sosyal görünüş kaygısının toplumdaki topluma ve kültürden kültüre değişkenlik göstereceği söylenir (Boursier ve Gioia, 2020).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM VE TEKNİKLER

3.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada 18-24 yaş arası geç ergenlerde sosyal medya kullanımı, sosyal karşılaştırma ve sosyal görünüş kaygısı arasında ilişki olup olmadığını incelemek amacıyla ilişkisel tarama modeli kullanılacaktır.

3.2. Araştırmanın Evren ve Örnekleme

Araştırmada evrenin 100.000'den fazla olması sebebiyle, 0,05 hata payı ve %95 güven aralığında 384 örneklem sayısı evreni temsil edebilmektedir (Ural ve Kılıç, 2013). Çalışma grubu için 427 geç ergen bireye ölçekler uygulanmıştır. Örneklem grubunu 276 (%64.7) kadın katılımcı, 151 (%35.1) erkek katılımcı oluşturmaktadır.

3.3. Araştırmanın Uygulanması

Araştırmanın amacına uygun olarak hazırlanmış olan anketler 11.02.2022 tarihinde 2022-04-15 karar numaralı İstanbul Gelişim Üniversitesi Etik Kurul Onayı'ndan sonra uygulanmaya başlanmıştır. 12.02.2022 ile 21.02.2022 tarihleri arasında toplanmıştır. Sosyal medya ağlarından Whatsapp ve Instagram aracılığı ile katılımcıları ulaşılmış olup çalışma online ölçekler aracılığıyla uygulanmıştır. Araştırma katılmak için bireylerin 18-24 yaşa arasında ve okuryazar olması gerekmektedir. Araştırmaya katılım gönüllülük esasına dayanmakta olup araştırmaya katılmayı kabul eden 18-24 yaş arası geç ergen bireyler çalışmaya dahil edilmiştir. Katılımcılar tarafından ölçeklerin tamamının doldurulması ortalama 7 dakika sürmüştür. Araştırma tamamlandıktan sonra alınan veriler SPSS-25 programına girilmiş olup çıkan sonuç ve tablolar değerlendirilip yorumlanmıştır.

3.4. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Araçları

Araştırmada katılımcılara uygulanmak üzere Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ), Sosyal Karşılaştırma Ölçeği (SKÖ) ve Sosyodemografik Veri Formu kullanılmıştır.

Araştırmada kullanılan SMKÖ cronbach's alpha değeri .852, SGKÖ cronbach's alpha değeri .952, SKÖ cronbach's alpha değeri .817 bulunmuştur.

3.4.1. Sosyodemografik Veri Formu

Araştırmacı tarafından katılımcılara uygulanmak üzere oluşturulan katılımcıların cinsiyeti, yaşı, kardeş sayıları, çalışma durumları, gelir düzeyleri, hangi sosyal medya hesaplarını kullandığı, sosyal medyada geçirdikleri süre, ne kadar süredir sosyal medyayı kullandıkları gibi kişisel ve sosyal hayatlarına ilişkin bilgileri toplamak amacıyla oluşturulan 13 maddelik veri formudur.

3.4.2. Sosyal Medya Kullanım leği (SMK)

Deniz ve nal tarafından hayatımıza hızla dahil olan sosyal medyanın bireyin düşünce, tutum ve davranışları ile ilişkisini incelemek amacıyla 2019 yılında geliştirilen lek Baby Boomers (1944-1964) ve Z kuşağı arasında kalan 516 kişilik araştırma grubuna uygulanmıştır. Yetkinlik ve süreklilik boyutlarından oluşan ölçek 8 maddedir. Cronbach alpha değeri .82 olan ölçek geçerlilik ve güvenirlik açısından kullanıma uygundur (Deniz ve Tutkun-nal, 2019).

Yapılan araştırma kullanılan sosyal medya kullanım leği (SMK) cronbach's alpha değeri .852 bulunmuştur.

3.4.3. Sosyal Görünüş Kaygısı leği (SGKÖ)

Flora ve arkadaşları tarafından 2008 yılında geliştirilen ölçek 16 maddeden oluşan 5'li likert tipi bir ölçektir. Kişinin fiziksel, sosyal görünüşü ile ilgili yapılacak değerlendirmelerin doğrultusunda yaşadığı bilişsel, duygusal, davranışsal kaygıları ölçmek için geliştirilmiştir (Flora vd., 2008).

Ölçeğin Türkçe geçerlik ve güvenirlik alışması Doğan tarafından yapılmıştır. 143 kadın 197 erkek olmak üzere 340 niversite öğrencisine uygulanmış, cronbach alpha iç tutarlık katsayısı .93 olarak bulunan ölçeğin Türk niversite öğrencileri üzerinde yeterli düzeyde geçerlilik ve güvenirliği sahip olduğu bulunmuştur (Doğan, 2010).

Yapılan araştırma kullanılan sosyal görünüş kaygısı leği (SGKÖ) cronbach's alpha değeri .952 bulunmuştur.

3.4.4. Sosyal Karşılaştırma leği (SK)

Ruhsal sorun belirtileri yüksek olan bireylerin kendilerini bir başkası ile karşılaştırdığı durumlarda yapabileceği değerlendirmelere dayanarak 5 maddeden

oluşan 1-6 arasında likert tarzda oluşturulmuş, cronbach alpha değeri .87 olan çift kutuplu bir ölçektir (Allan ve Gilbert, 1991). Türkçe formunda ise Şahin ve Şahin'in yapmış olduğu bir çalışmada 1 özellik (başarılı/başarısız) daha eklenerek 6 maddeye çıkarılmıştır bu doğrultuda depresif belirtileri yüksek olan ve düşük olan grupları ayırt etmede başarılı sonuçlar alınmıştır. Daha sonra yapılan bir çalışmada yeni maddeler eklenerek ölçek revize edilmiş ve madde sayısı 18'e çıkartılmıştır. Puanlaması kutuplar arasındaki 6 noktalı bir skala ile alınır (Şahin ve Şahin, 1992). Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin geçerlilik ve güvenilirliğinin belirlenmesi amacıyla Başkent Üniversitesi Medikososyal Sağlık Merkezi'ne başvuran öğrencilere çalışmanın amacıyla ilgili bilgi verilmiş ve gönüllü olan 54 öğrenciyle gerçekleştirilen araştırmada cronbach alpha değeri .89 bulunmuştur (Malhan ve Öksüz, 2004).

Yapılan araştırma kullanılan sosyal karşılaştırma ölçeği (SKÖ) cronbach's alpha değeri .871 bulunmuştur.

3.5. Veri Analizi

Araştırmanın amaçları doğrultusunda elde edilen veriler, SPSS- 25 (Statistical Package for Social Sciences- 25 programı kullanılarak çözümlenmiştir. Araştırmada “aritmetik ortalama, standart sapma, yüzdelik, çarpıklık-basıklık değeri gibi betimsel istatistikler” kullanılmıştır. Bununla birlikte; sosyal görünüş kaygısı, sosyal medya kullanımı, süreklilik ve yetkinlik alt boyutları, ve sosyal karşılaştırma puanlarının; cinsiyete ve yaşa göre farklılaşp farklılaşmadığı incelenmiştir. “Bağımsız Gruplar – T Testi” kullanılarak puanların cinsiyetle arasındaki ilişkiyi incelemek amaçlanırken “Pearson Korelasyon Analizi” kullanılarak da puanların yaşla arasındaki ilişkiyi belirlemek hedeflenmiştir. Tekrar “Pearson Korelasyon Analizi”nden yararlanılarak ölçeklerin birbiriyle olan ilişkisine bakmak amaçlanmıştır. “Çoklu İleriye Doğru Doğrusal Regresyon Analizi” kullanılarak da Sosyal karşılaştırma ve sosyal medya kullanımı puanlarının; sosyal görünüş kaygısını yordama gücünü belirlemek hedeflenmiştir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

4.1. Örneklemi Tanıtıcı Bulgular

4.1.1. Yaş

Tablo 1’de çalışmaya alınan katılımcıların yaş ortalaması 20.61 ± 2.37 olarak hesaplanmış olup yaş dağılımının 18-24 arasında olduğu görülmektedir. Kadınların yaş ortalaması 20.79 ± 2.39 olarak hesaplanmıştır. Erkeklerin yaş ortalaması 20.28 ± 2.42 olarak görülmektedir.

Bağımsız gruplar t-testi analizine göre, katılımcıların yaşı cinsiyet değişkenine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır ($t(425)=2.126$, $p<.05$). Buna göre, kadınların yaş ortalaması erkeklere göre daha yüksektir.

Tablo 1. Katılımcıların cinsiyete göre yaş değişkenine ait bulguları

Değişken	Min	Max	Ort.	Ss
Kadın	18	24	20.79	2.34
Erkek	18	24	20.28	2.42
Toplam	18	24	20.61	2.37

4.1.2. Sosyodemografik Değişkenlerin Dağılımı

Tablo 2’de çalışmaya katılmış olan katılımcıların sosyodemografik değişkenlere göre dağılımı verilmiştir. Buna göre, örneklemin tamamını sosyal medya hesapları olanlar oluşturmaktadır. Katılımcıların cinsiyet yönünden dağılımı, 276 kadın (%64.6), 151 erkek (%35.4) olarak görülmektedir. Tek çocuk olanlar örneklemin %11’ini, 2 kardeş olanlar %50.4’ünü, 3 kardeş olanlar %28.1’ini, ve 4 kardeş ve üzeri olanlar %10.5’ini oluşturmaktadır. İlköğretim olanlar %8.4’ünü, lise olanlar %32.3’ünü, lisans olanlar %54.1’ini, lisansüstü %5.2’sini oluşturmaktadır. Çalışanlar %23.7’yi oluştururken, çalışmayanlar %76.3’ü oluşturmaktadır. Gelir düzeyi kötü olanlar %61.1’i, orta olanlar %26.7 ve iyi olanlar %12.2’yi oluşturmaktadır. Fiziksel görünüşünü hiç beğenmeyenler %2.6’yı, beğenmeyenler %8’i, kararsız olanlar %24.4’ü, beğenenler %53.2’yi, çok beğenenler ise %11.9’u oluşturmaktadır. Sosyal

medyada günlük geçirdikleri ortalama saat 1 saatten az olanlar %6.1'i, 1-3 saat olanlar %50.4', 4-6 saat olanlar %37'yi, 7 saat ve üzeri olanlar %6.6'yı oluşturmaktadır. Sosyal medya kullanım süresi 1 yıldan az olanlar %0.2'yi, 1-2 yıl olanlar %4', 3-4 yıl olanlar %13.6'yı, 4 yıldan fazla olanlar %82.2'yi oluşturmaktadır. Sosyal medya hesaplarını kontrol etme sıklığı 15 dakikada bir olanlar %16.6'yı, yarım saatte bir olanlar %34', 60 dakikada bir olanlar %24.6'yı, 2 saatte bir olanlar %18.3', diğer diyenler %6.6'yı oluşturmaktadır. Sosyal medya paylaşımlarına gelen beğenileri takip edenler %62.3', etmeyenler %37.7'yi oluşturmaktadır. Sosyal medya fotoğraf paylaşımlarına filtre ya da Photoshop uygulayanlar %34.9'u, uygulamayanlar %65.1'i oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan katılımcı sayısı ise 427 (%100) olarak görülmektedir.



Tablo 2. Katılımcıların sosyodemografik dağılımı

Değişkenler	n	%
Cinsiyet		
Kadın	276	64.6
Erkek	151	35.4
Kardeş Sayısı		
Tek çocuk	47	11.0
2 kardeş	215	50.4
3 kardeş	120	28.1
4 kardeş ve üstü	45	10.5
Eğitim Düzeyi		
İlköğretim	36	8.4
Lise	138	32.3
Lisans	231	54.1
Lisansüstü	22	5.2
Çalışma Durumu		
Evet	101	23.7
Hayır	326	76.3
Gelir Düzeyi		
Kötü	261	61.1
Orta	114	26.7
İyi	52	12.2
Fiziksel Görünüşün Değerlendirilmesi		
Hiç beğenmiyorum	11	2.6
Beğenmiyorum	34	8.0
Kararsızım	104	24.4
Beğeniyorum	227	53.2
Çok beğeniyorum	51	11.9
Sosyal Medyada Günlük Ortalama Geçirilen Saat		
1 saatten az	26	6.1
1-3 saat	215	50.4
4-6 saat	158	37.0
7 saat ve üzeri	28	6.6
Sosyal Medya Kullanım Süresi		
1 yıldan az	1	.2
1-2 yıl	17	4.0
3-4 yıl	58	13.6
4 yıldan fazla	351	82.2
Sosyal Medya Hesaplarımı Kontrol Etme Sıklığı		
15 dakikada bir	71	16.6
Yarım saatte bir	145	34.0
60 dakikada bir	105	24.6
2 saatte bir	78	18.3
Diğer	28	6.6
Sosyal Medya Paylaşımlarına Gelen Beğenileri Takip Etme Durumu		
Evet	266	62.3
Hayır	161	37.7

Sosyal Medya Fotoğraf Paylaşımlarına Filtre ya da Photoshop Uygulama Durumu		
Evet	149	34.9
Hayır	278	65.1
Toplam	427	100

4.2. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'ne (SKÖ) Ait Betimleyici İstatistikler

Tablo 3'te SGKÖ, SMKÖ ve alt boyutları ve SKÖ puanları için en küçük-en büyük değerler, ortalama ve standart sapma değerleri, çarpıklık-basıklık değerleri ve standart hataları belirtilmiştir.

SGKÖ'de ortalama 34.83 ± 14.66 ; SMKÖ'de ortalama 23.12 ± 6.78 ; Süreklilik alt boyutunda ortalama 11.22 ± 3.69 ; Yetkinlik alt boyutunda ortalama 11.90 ± 3.90 ; SKÖ'de ortalama 80.89 ± 12.92 olarak bulgulanmıştır.

Tablo 3. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'ne (SKÖ) ait betimleyici istatistikler (n=427)

Ölçek	Min	Max	Ort.	Ss	Çarpıklık	Sh	Basıklık	Sh
SGKÖ	16.00	78.00	34.83	14.66	.913	.118	.263	.236
SMKÖ Toplam	8.00	40.00	23.12	6.78	.295	.118	-.208	.236
Süreklilik-SMKÖ	4.00	20.00	11.22	3.69	.249	.118	-.401	.236
Yetkinlik-SMKÖ	4.00	20.00	11.90	3.90	.133	.118	-.466	.236
SKÖ	43.00	108.00	80.89	12.92	-.391	.118	-.030	.236

“SGKÖ: Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, SMKÖ: Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, SKÖ: Sosyal Karşılaştırma Ölçeği.”

Tablo 4'te Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği puanlarına ait Cronbach's Alfa değerleri verilmiştir.

Tablo 4. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'ne (SKÖ) ait Cronbach's Alfa güvenilirlik analizi sonuçları (n=427)

Ölçek	Cronbach's Alfa
SGKÖ	.952
SMKÖ Toplam	.852
Süreklilik-SMKÖ	.768
Yetkinlik-SMKÖ	.814
SKÖ	.871

“SGKÖ: Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, SMKÖ: Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, SKÖ: Sosyal Karşılaştırma Ölçeği.”

4.3. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin (SKÖ) Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

Tablo 5'te SGKÖ, SMKÖ ve alt boyutları ve SKÖ puanları için cinsiyet değişkenine göre en küçük-en büyük değerler, ortalama ve standart sapma değerleri verilmiş olup bağımsız gruplar t-testi analizi kullanılmıştır.

SGKÖ için kadınlarda ortalama 34.99 ± 14.61 ; erkeklerde ise ortalama 34.54 ± 14.81 olarak hesaplanmıştır. SMKÖ için kadınlarda ortalama 22.87 ± 6.76 ; erkeklerde ise ortalama 23.57 ± 6.81 olarak hesaplanmıştır. Süreklilik alt boyutu için kadınlarda ortalama 11.28 ± 3.56 ; erkeklerde ise ortalama 11.11 ± 3.91 olarak hesaplanmıştır. Yetkinlik alt boyutu için kadınlarda ortalama 11.59 ± 3.89 ; erkeklerde ise ortalama 12.46 ± 3.88 olarak hesaplanmıştır. SKÖ için kadınlarda ortalama 80.13 ± 13.15 ; erkeklerde ise ortalama 82.28 ± 12.41 olarak hesaplanmıştır.

“Bağımsız gruplar t-testi” analizi bulgularına göre, SMKÖ alt boyutu olan Yetkinlik puanları erkeklerde kadınlara oranla anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur ($t(425) = -2.229$; $p < .05$). SGKÖ, SMKÖ toplam, Süreklilik alt boyutu ve SKÖ puanları cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır ($p > .05$).

Tablo 5. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği (SKÖ) puanlarının cinsiyet değişkenine ilişkin “bağımsız gruplar t-testi” analizi bulguları (kadın n= 276; erkek n=151)

Değişkenler	Gruplar	Min	Max	Ort	Ss	t	p
SGKÖ	Kadın	16.00	78.00	34.99	14.61	.307	.759
	Erkek	16.00	76.00	34.54	14.81		
SMKÖ Toplam	Kadın	8.00	40.00	22.87	6.76	-1.020	.308
	Erkek	8.00	40.00	23.57	6.81		
Süreklilik-SMKÖ	Kadın	4.00	20.00	11.28	3.56	.473	.636
	Erkek	4.00	20.00	11.11	3.91		
Yetkinlik-SMKÖ	Kadın	4.00	20.00	11.59	3.89	-2.229	.026*
	Erkek	4.00	20.00	12.46	3.88		
SKÖ	Kadın	43.00	105.00	80.13	13.15	-1.653	.099
	Erkek	49.00	108.00	82.28	12.41		

*p<.05 **p<.01. “SGKÖ: Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, SMKÖ: Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, SKÖ: Sosyal Karşılaştırma Ölçeği.”

4.4. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin (SKÖ) Yaş değişkeni İle Arasındaki İlişki

Tablo 6’da “Pearson korelasyon analizi” kullanılarak ölçekler ve yaş değişkeni arasındaki ilişkilerin cinsiyete göre incelenmesine dair bulgular belirtilmiştir.

Tüm katılımcıların, yaş ile SMKÖ Süreklilik alt boyut puanları arasında anlamlı pozitif bir ilişki bulunurken ($r=.116$; $p<.05$) diğer korelasyonların anlamlı düzeyde olmadığı bulunmuştur ($p>.05$).

Kadınlarda yaş ile kullanılan ölçekler arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ($p>.05$).

Erkeklerde yaş ile SMKÖ Süreklilik alt boyut puanları arasında anlamlı pozitif bir ilişki bulunurken ($r=.181$; $p<.05$) diğer korelasyonların anlamlı düzeyde olmadığı bulunmuştur ($p>.05$).

Tablo 6. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin (SKÖ) cinsiyete göre ve toplam katılımcılarda yaş değişkeni ile ilişkisine dair "Pearson korelasyon analizi" bulguları

Değişkenler	Toplam Yaş		Kadınlarda Yaş		Erkeklerde Yaş	
	r	p	r	p	r	p
SGKÖ	-.019	.696	-.041	.497	.015	.852
SMKÖ Toplam	.041	.398	.050	.407	.040	.627
Süreklilik-SMKÖ	.116*	.016	.074	.221	.181*	.026
Yetkinlik-SMKÖ	-.039	.425	.019	.748	-.112	.170
SKÖ	.045	.351	.050	.406	.061	.457

*p<.05 **p<.01. "SGKÖ: Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, SMKÖ: Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, SKÖ: Sosyal Karşılaştırma Ölçeği."

4.5. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin (SKÖ) Gelir Düzeyi Değişkeni ile Arasındaki İlişki

Tablo 7'de SGKÖ, SMKÖ ve alt boyutları ve SKÖ ve puanları için gelir düzeyi değişkenine göre ortalama ve standart sapma değerleri ve tek yönlü ANOVA analizi bulguları verilmiştir.

"Tek yönlü ANOVA" analizine göre, SKÖ toplam puanları gelir düzeyine göre anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır ($F(2, 424)=6.827$; $p<.01$). Post hoc analizine göre, gelir düzeyi orta olan katılımcıların SKÖ puanları kötü olan katılımcılara göre daha yüksek bulunmuştur.

SGKÖ ve SMKÖ puanları gelir düzeyine göre anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır ($p>.05$).

Tablo 7. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin (SKÖ) puanlarının gelir düzeyi değişkenine ilişkin “tek yönlü ANOVA” analizi bulguları

Ölçekler	Gruplar	n	\bar{x}	ss	F	p	Fark
SGKÖ	Kötü ¹	261	35.35	14.47	.684	.505	
	Orta ²	114	33.46	14.82			
	İyi ³	52	35.23	15.35			
SMKÖ Toplam	Kötü ¹	261	23.19	6.72	.128	.880	
	Orta ²	114	22.85	6.96			
	İyi ³	52	23.33	6.80			
Süreklilik-SMKÖ	Kötü ¹	261	11.16	3.66	.110	.896	
	Orta ²	114	11.29	3.67			
	İyi ³	52	11.38	3.90			
Yetkinlik-SMKÖ	Kötü ¹	261	12.03	3.85	.585	.557	
	Orta ²	114	11.56	4.04			
	İyi ³	52	11.94	3.89			
SKÖ	Kötü ¹	261	79.08	13.12	6.827	.001**	2>1
	Orta ²	114	83.92	11.98			
	İyi ³	52	83.35	12.49			

* $p < .05$ ** $p < .01$. “SGKÖ: Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, SMKÖ: Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, SKÖ: Sosyal Karşılaştırma Ölçeği.”

4.6. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin (SKÖ) Eğitim Düzeyi Değişkeni ile Arasındaki İlişki

Tablo 8’de bağımsız gruplar t-testi analizi bulguları ile SGKÖ, SMKÖ ve alt boyutları ve SKÖ puanları için eğitim düzeyi değişkenine göre ortalama ve standart sapma değerleri belirtilmiştir.

Kullanılan “Bağımsız gruplar t-testi” analizi sonuçlarına göre, SGKÖ SMKÖ ve SKÖ puanları eğitim düzeyine göre anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır ($p > .05$).

Tablo 8. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin (SKÖ) puanlarının eğitim düzeyi değişkenine ilişkin “Bağımsız gruplar t-testi” analizi bulguları

Ölçekler	Gruplar	n	\bar{x}	ss	t	p
SGKÖ	Lise ve altı	174	35.32	15.21	.566	.572
	Lisans ve üstü	253	34.50	14.30		
SMKÖ Toplam	Lise ve altı	174	22.92	6.96	-.499	.618
	Lisans ve üstü	253	23.25	6.67		
Süreklilik-SMKÖ	Lise ve altı	174	10.83	3.66	-1.803	.072
	Lisans ve üstü	253	11.49	3.69		
Yetkinlik-SMKÖ	Lise ve altı	174	12.09	4.08	.830	.407
	Lisans ve üstü	253	11.77	3.78		
SKÖ	Lise ve altı	174	81.65	13.14	1.007	.314
	Lisans ve üstü	253	80.37	12.77		

* $p < .05$ ** $p < .01$. “SGKÖ: Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, SMKÖ: Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, SKÖ: Sosyal Karşılaştırma Ölçeği.”

4.7. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin (SKÖ) Sosyal Medyada Günlük Geçirilen Süre Değişkeni ile Arasındaki İlişki

Tablo 9’da bağımsız gruplar t-testi analizi bulguları ile SGKÖ, SMKÖ ve alt boyutları ve SKÖ ve puanları için sosyal medyada günlük geçirilen süre değişkenine göre ortalama ve standart sapma değerleri belirtilmiştir.

Kullanılan “Bağımsız gruplar t-testi” analizi bulgularına göre, SGKÖ puanları 4 saat ve üstü sosyal medyada vakit geçiren katılımcıların 3 saat ve altı vakit geçirenlere göre anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur ($t(347.049) = -3.141$; $p < .01$).

SMKÖ-toplam ($t(425) = -8.331$; $p < .01$), Süreklilik ($t(425) = -9.039$; $p < .01$) ve Yetkinlik ($t(425) = -5.816$; $p < .01$) alt boyut puanları 4 saat ve üstü sosyal medyada vakit geçiren katılımcıların 3 saat ve altı vakit geçirenlere göre anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur.

SKÖ puanları sosyal medyada günlük geçirilen süre değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır ($p > .05$).

Tablo 9. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin (SKÖ) puanlarının sosyal medyada günlük geçirilen süre değişkenine ilişkin “Bağımsız gruplar t-testi” analizi bulguları

Ölçekler	Gruplar	n	\bar{x}	ss	t	p
SGKÖ	3 saat ve altı	241	32.84	12.99	-3.141	.002**
	4 saat ve üstü	186	37.41	16.26		
SMKÖ Toplam	3 saat ve altı	241	20.89	5.85	-8.331	.000**
	4 saat ve üstü	186	26.01	6.83		
Süreklilik-SMKÖ	3 saat ve altı	241	9.92	3.14	-9.039	.000**
	4 saat ve üstü	186	12.90	3.67		
Yetkinlik-SMKÖ	3 saat ve altı	241	10.97	3.66	-5.816	.000**
	4 saat ve üstü	186	13.10	3.89		
SKÖ	3 saat ve altı	241	80.73	12.26	-.290	.772
	4 saat ve üstü	186	81.10	13.76		

* $p < .05$ ** $p < .01$. “SGKÖ: Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, SMKÖ: Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, SKÖ: Sosyal Karşılaştırma Ölçeği.”

4.8. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin (SKÖ) Sosyal Medya Hesaplarını Kontrol Etme Sıklığı Değişkeni

Tablo 10’da SGKÖ, SMKÖ ve alt boyutları ve SKÖ ve puanları için sosyal medya hesaplarını kontrol etme sıklığı değişkenine göre ortalama ve standart sapma değerleri ve tek yönlü ANOVA analizi bulguları verilmiştir.

“Tek yönlü ANOVA” analizine göre, SGKÖ toplam puanları sosyal medya hesaplarını kontrol etme sıklığı değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır ($F(3, 395)=3.081$; $p < .05$). Post hoc analizine göre sosyal medya hesaplarını 15 dk’da bir kontrol eden katılımcıların SKÖ puanları 2 saatte bir kontrol eden katılımcılara göre daha yüksek bulunmuştur.

SMKÖ-toplam ($F(3, 395)=24.627$; $p < .01$), Süreklilik ($F(3, 395)=26.223$; $p < .01$) ve Yetkinlik ($F(3, 395)=13.702$; $p < .01$) alt boyut puanları sosyal medya hesaplarını kontrol etme sıklığı değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır. Post hoc analizine göre sosyal medya hesaplarını 15 dk’da bir kontrol eden katılımcıların SMKÖ-toplam, Süreklilik ve Yetkinlik puanları yarım saatte bir, 60 dk’da bir ve 2 saatte bir kontrol eden katılımcılara göre daha yüksek bulunmuştur. Sosyal medya hesaplarını yarım saatte bir ve 60 dk’da bir kontrol eden katılımcıların SMKÖ-toplam, Süreklilik ve Yetkinlik puanları 2 saatte bir kontrol eden katılımcılara göre daha yüksek bulunmuştur.

SKÖ puanları için sosyal medya hesaplarını kontrol etme sıklığı değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır ($p>.05$).

Tablo 10. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin (SKÖ) puanlarının sosyal medya hesaplarını kontrol etme sıklığı değişkenine ilişkin “tek yönlü ANOVA” analizi bulguları

Ölçekler	Gruplar	n	\bar{x}	ss	F	p	Fark
SGKÖ	15 dk'da bir ¹	71	39.11	17.90	3.081	.027*	1>4
	Yarım saatte bir ²	145	35.19	13.98			
	60 dk'da bir ³	105	33.56	13.33			
	2 saatte bir ⁴	78	32.40	13.59			
SMKÖ Toplam	15 dk'da bir ¹	71	28.03	6.90	24.627	.000**	1>2
	Yarım saatte bir ²	145	23.42	5.92			1>3
	60 dk'da bir ³	105	22.90	6.30			1>4
	2 saatte bir ⁴	78	19.26	6.13			2>4 3>4
Süreklilik-SMKÖ	15 dk'da bir ¹	71	13.83	3.63	26.223	.000**	1>2
	Yarım saatte bir ²	145	11.58	3.16			1>3
	60 dk'da bir ³	105	11.03	3.54			1>4
	2 saatte bir ⁴	78	8.97	3.29			2>4 3>4
Yetkinlik-SMKÖ	15 dk'da bir ¹	71	14.20	3.87	13.702	.000**	1>2
	Yarım saatte bir ²	145	11.84	3.65			1>3
	60 dk'da bir ³	105	11.88	3.69			1>4
	2 saatte bir ⁴	78	10.28	3.90			2>4 3>4
SKÖ	15 dk'da bir ¹	71	80.68	14.67	.892	.445	
	Yarım saatte bir ²	145	79.92	13.04			
	60 dk'da bir ³	105	80.87	11.89			
	2 saatte bir ⁴	78	82.88	12.63			

* $p<.05$ ** $p<.01$. “SGKÖ: Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, SMKÖ: Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, SKÖ: Sosyal Karşılaştırma Ölçeği.”

4.9. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin (SKÖ) Sosyal Medya Fotoğraf ve paylaşımlarına Filtre ya da Photoshop Uygulama Durumu Değişkeni ile Arasındaki İlişki

Tablo 11'de kullanılan bağımsız gruplar t-testi analiz bulguları ile SGKÖ, SMKÖ ve alt boyutları ve SKÖ puanları için sosyal medya fotoğraf paylaşımlarına filtre ya da photoshop uygulama durumu değişkenine göre ortalama ve standart sapma değerleri de belirtilmiştir.

Kullanılan “Bağımsız gruplar t-testi” analizi bulgularına göre, SMKÖ-toplam ($t(425)=3.218$; $p<.01$), Süreklilik ($t(425)=3.379$; $p<.01$) ve Yetkinlik ($t(425)=2.389$; $p<.01$) alt boyut puanları sosyal medya fotoğraf paylaşımlarına filtre ya da photoshop

uygulayan katılımcılarda uygulamayan katılımcılara göre anlamlı düzeyde daha yüksek bulunmuştur.

SGKÖ ve SKÖ puanları filtre ya da photoshop uygulama durumuna göre anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır ($p > .05$).

Tablo 11. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin (SKÖ) filtre ya da photoshop uygulama durumuna ilişkin “Bağımsız gruplar t-testi” analizi bulguları

Ölçekler	Gruplar	n	\bar{x}	ss	t	p
SGKÖ	Evet	149	36.28	15.82	1.437	.152
	Hayır	278	34.06	13.97		
SMKÖ Toplam	Evet	149	24.54	7.04	3.218	.001**
	Hayır	278	22.35	6.52		
Süreklilik-SMKÖ	Evet	149	12.03	3.69	3.379	.001**
	Hayır	278	10.78	3.62		
Yetkinlik-SMKÖ	Evet	149	12.51	4.07	2.389	.017*
	Hayır	278	11.57	3.78		
SKÖ	Evet	149	81.09	13.66	.239	.812
	Hayır	278	80.78	12.53		

* $p < .05$ ** $p < .01$. “SGKÖ: Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, SMKÖ: Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, SKÖ: Sosyal Karşılaştırma Ölçeği.”

4.10. Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ), Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği (SKÖ) Arasındaki İlişki

“Pearson korelasyon analizi” ile ölçekler arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Buna göre; SGKÖ ile SMKÖ toplam, ($r = .203$; $p < .01$) ve SMKÖ Süreklilik alt boyutu ($r = .286$; $p < .01$) anlamlı düzeyde pozitif korelasyon gösterirken SGKÖ ile SKÖ anlamlı düzeyde negatif korelasyon göstermektedir ($r = -.372$; $p < .01$). Ölçeklere ait korelasyon bulguları Tablo 12 ‘de verilmiştir.

Tablo 12. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin (SKÖ) birbiriyle ilişkisine dair Pearson korelasyon analizi bulguları

Ölçek	Değer	1	2	3	4
1. SGKÖ	r	1			
	p				
2. SMKÖ Toplam	r	.203**	1		
	p	.000			
3. Süreklilik-SMKÖ	r	.286**	.887**	1	
	p	.000	.000		
4. Yetkinlik-SMKÖ	r	.082	.900**	.595**	1
	p	.091	.000	.000	
5. SKÖ	r	-.372**	.069	-.043	.160**
	p	.000	.154	.379	.001

* $p < .05$ ** $p < .01$. “SGKÖ: Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, SMKÖ: Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, SKÖ: Sosyal Karşılaştırma Ölçeği.”

4.11. Kadın Katılımcılarda Ölçeklerin Birbiri Arasındaki İlişki

“Pearson korelasyon analizi” kullanılarak kadın katılımcılarda ölçekler arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Buna göre;

SGKÖ ile SMKÖ toplam, ($r=.212$; $p<.01$) ve SMKÖ Süreklilik alt boyutu ($r=.312$; $p<.01$) anlamlı düzeyde pozitif korelasyon gösterirken SGKÖ ile SKÖ anlamlı düzeyde negatif korelasyon göstermektedir ($r=-.526$; $p<.01$). Kadın katılımcılarda ölçeklere ait diğer korelasyon bulguları Tablo 13’de verilmiştir.

Tablo 13. Kadınlarda Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği’nin (SKÖ) birbiriyle ilişkisine dair “Pearson korelasyon analizi” bulguları

Ölçek	Değer	1	2	3	4
1. SGKÖ	r	1			
	p				
2. SMKÖ Toplam	r	.212**	1		
	p	.000			
3. Süreklilik-SMKÖ	r	.312**	.898**	1	
	p	.000	.000		
4. Yetkinlik-SMKÖ	r	.083	.916**	.646**	1
	p	.171	.000	.000	
5. SKÖ	r	-.526**	.010	-.128*	.135*
	p	.000	.867	.033	.025

* $p<.05$ ** $p<.01$. “SGKÖ: Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, SMKÖ: Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, SKÖ: Sosyal Karşılaştırma Ölçeği.”

4.12. Erkek Katılımcılarda Ölçeklerin Birbiri Arasındaki İlişki

“Pearson korelasyon analizi” kullanılarak erkek katılımcılarda ölçekler arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Buna göre;

SGKÖ ile SMKÖ toplam, ($r=.189$; $p<.05$) ve SMKÖ Süreklilik alt boyutu ($r=.243$; $p<.01$) anlamlı düzeyde pozitif korelasyon göstermektedir. Erkek katılımcılarda ölçeklere ait diğer korelasyon bulguları Tablo 14’te verilmiştir.

Tablo 14. Erkeklerde Sosyal Medya Kullanım Ölçeği (SMKÖ), Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ve Sosyal Karşılaştırma Ölçeği'nin (SKÖ) birbiriyle ilişkisine dair "Pearson korelasyon analizi" bulguları

Ölçek	Değer	1	2	3	4
1. SGKÖ	r	1			
	p				
2. SMKÖ Toplam	r	.189*	1		
	p	.020			
3. Süreklilik-SMKÖ	r	.243**	.876**	1	
	p	.003	.000		
4. Yetkinlik-SMKÖ	r	.087	.873**	.529**	1
	p	.291	.000	.000	
5. SKÖ	r	-.078	.172*	.113	.189*
	p	.342	.035	.168	.020

*p<.05 **p<.01. "SGKÖ: Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, SMKÖ: Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, SKÖ: Sosyal Karşılaştırma Ölçeği."

4.13. Çoklu İleriye Doğru (Forward) Doğrusal (Lineer) Regresyon Modelleri

Tablo 15'te çoklu ileriye doğru (forward) doğrusal regresyon analizi kullanılarak tüm katılımcılarda, SGKÖ puanlarının, SKÖ ve SMKÖ puanları ile yordanmasına ilişkin elde edilen bulgular verilmiştir.

Birinci adımda kurulan regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlıdır ($F(1, 425)=68.151, p<.01$). Sosyal karşılaştırma, sosyal görünüş kaygısı puanlarının %13.6 varyansını açıklamaktadır. Analize göre, sosyal karşılaştırma, sosyal görünüş kaygısını anlamlı derecede yordamaktadır ($\beta =-.372, t(426)=-8.255, p<.01, CI=-.522, -.321$). İkinci adımda sosyal karşılaştırma ile birlikte yer alan sosyal medya kullanımı regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlıdır ($F(2, 424)=49.904, p<.01$). Sosyal karşılaştırma ve sosyal medya kullanımı, sosyal görünüş kaygısının %18.7 varyansını açıklamaktadır. Analize göre, sosyal karşılaştırma ($\beta =-.388, t(426)=-8.850, p<.01, CI=-.538, -.342$) ve sosyal medya kullanımı ($\beta =.229, t(426)=5.236, p<.01, CI=.310, .682$) sosyal görünüş kaygısını anlamlı derecede yordamaktadır. Sosyal medya kullanımının modele katkısı %5.2 varyanstır (F değişim $(1, 424)=27.421; p<.01$).

Tablo 15. Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nin (SGKÖ) ilgili değişkenler tarafından yordanmasına ilişkin çoklu ileriye doğru (forward) doğrusal (linear) regresyon analizi

Bağımlı Değişken	Model	Bağımsız Değişken	β	t	p	R ²	F	p
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği	1	Sabit		16.474	<.001**	.138	68.151	<.001**
		Sosyal Karşılaştırma Ölçeği	-.372	-8.255	<.001**			
	2	Sabit		13.131	<.001**	.191	49.904	<.001**
		Sosyal Karşılaştırma Ölçeği	-.388	-8.850	<.001**			
Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği		229	5.236	<.001**				

*p<.05 **p<.01.

Tablo 16'da çoklu ileriye doğru (forward) doğrusal regresyon analizi kullanılarak kadın katılımcılarda, SGKÖ puanlarının, SKÖ ve SMKÖ puanları ile yordanmasına ilişkin elde edilen bulgular verilmiştir.

Birinci adımda kurulan regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlıdır (F(1, 274)=104.547, p<.01). Sosyal karşılaştırma, sosyal görünüş kaygısı puanlarının %27.4 varyansını açıklamaktadır. Analize göre, sosyal karşılaştırma, sosyal görünüş kaygısını anlamlı derecede yordamaktadır ($\beta = -.526$, t(275)=-10.225, p<.01, CI=-.696, -.471). İkinci adımda sosyal karşılaştırma ile birlikte yer alan sosyal medya kullanımı regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlıdır (F(2, 273)=65.231, p<.01). Sosyal karşılaştırma ve sosyal medya kullanımı, sosyal görünüş kaygısının %31.8 varyansını açıklamaktadır. Analize göre, sosyal karşılaştırma ($\beta = -.528$, t(275)=-10.600, p<.01, CI=-.695, -.477) ve sosyal medya kullanımı ($\beta = .217$, t(275)=4.363, p<.01, CI=.258, .681) sosyal görünüş kaygısını anlamlı derecede yordamaktadır. Sosyal medya kullanımının modele katkısı %4.7 varyanstır (F değişim(1, 273)=19.034; p<.01).

Tablo 16. Kadınlarda Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nin (SGKÖ) ilgili değişkenler tarafından yordanmasına ilişkin çoklu ileriye doğru (forward) doğrusal (linear) regresyon analizi

Bağımlı Değişken	Model	Bağımsız Değişken	β	t	p	R ²	F	p
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği	1	Sabit		17.639	<.001**	.276	104.547	<.001**
		Sosyal Karşılaştırma Ölçeği	-.526	-10.225	<.001**			
	2	Sabit		13.971	<.001**	.323	65.231	<.001**
		Sosyal Karşılaştırma Ölçeği	-.528	-10.600	<.001**			
Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği		.217	4.363	<.001**				

*p<.05 **p<.01.

Tablo 17'de çoklu ileriye doğru (forward) doğrusal regresyon analizi kullanılarak erkek katılımcılarda, SGKÖ puanlarının, SMKÖ puanları ile yordanmasına ilişkin elde edilen bulgular verilmiştir.

İlk adımda kurulan regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlıdır ($F(1, 149)=5.502, p<.05$). Sosyal medya kullanımı, sosyal görünüş kaygısı puanlarının %2.9 varyansını açıklamaktadır. Analize göre, sosyal medya kullanımı, sosyal görünüş kaygısını anlamlı derecede yordamaktadır ($\beta =.189, t(149)=2.346, p<.05, CI=.065, .756$).

Tablo 17. Erkeklerde Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nin (SGKÖ) ilgili değişkenler tarafından yordanmasına ilişkin çoklu ileriye doğru (forward) doğrusal (lineer) regresyon analizi

Bağımlı Değişken	Model	Bağımsız Değişken	β	t	p	R ²	F	p
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği	1	Sabit		5.798	<.001**	.036	5.502	.020*
		Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği	.189	2.346	.020*			

*p<.05 **p<.01.

4.14. Aracı Değişken Analizi

Tablo 18'de Kadın katılımcılarda Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği-Süreklilik alt boyut puanlarının, Sosyal Karşılaştırma Ölçeği ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği toplam puanları arasındaki ilişkide aracı rolüne ilişkin aracı regresyon analizi bulguları verilmiştir. Modelde, bağımlı değişken Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği toplam, aracı değişken Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği-Süreklilik alt boyutu ve bağımsız değişken ise Sosyal Karşılaştırma Ölçeği toplam olarak alınmıştır.

İlk adımda, Sosyal Karşılaştırma Ölçeği toplam, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği toplamı anlamlı derecede yordamaktadır ($B=-.584, t=-10.225, p <.01; F(1, 274) =104.547, p<.01$). Sosyal Karşılaştırma Ölçeği toplam, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği toplamın %27.6 varyansını açıklamaktadır. İkinci adımda, Sosyal Karşılaştırma Ölçeği toplam, Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği-Süreklilik alt boyutunu anlamlı derecede yordamaktadır ($B= -.035, t= -2.138, p <.05; F(1, 274) =4.571, p<.05$). Sosyal Karşılaştırma Ölçeği toplam, Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği-Süreklilik alt boyutunun %1.6 varyansını açıklamaktadır. Son adımda Sosyal Karşılaştırma Ölçeği toplam kontrol edildiğinde, Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği-Süreklilik, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği toplamı anlamlı düzeyde yordamaktadır ($B = 1.020, t=5.006, p <.01; F(2, 273) =69.393, p<.01$); diğer taraftan Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği-Süreklilik alt boyutu kontrol edildiğinde, Sosyal Karşılaştırma Ölçeği toplam, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği toplamı anlamlı düzeyde yordamaktadır ($B = -.548, t=-9.935, p <.01$). Ölçülen model, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği toplamın %33.7 varyansını

açıklamaktadır. Birinci aşamadan dördüncü aşamaya, Sosyal Karşılaştırma Ölçeği ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği toplam puanları arasındaki ilişki gücünün düşmesi, kısmi aracılığı desteklemektedir.

Tablo 18. Kadınlarda Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (SMKÖ)-Süreklilik Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Karşılaştırma Ölçeği (SKÖ) ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) Toplam Puanları Arasındaki İlişkide Aracı Rolü

Etki	B	95% CI	
		Alt	Üst
Toplam Etki	-.584**	-.696	-.471
Direkt Etki	-.548**	-.657	-.440
Dolaylı Etki	-.035	-.079	-.003

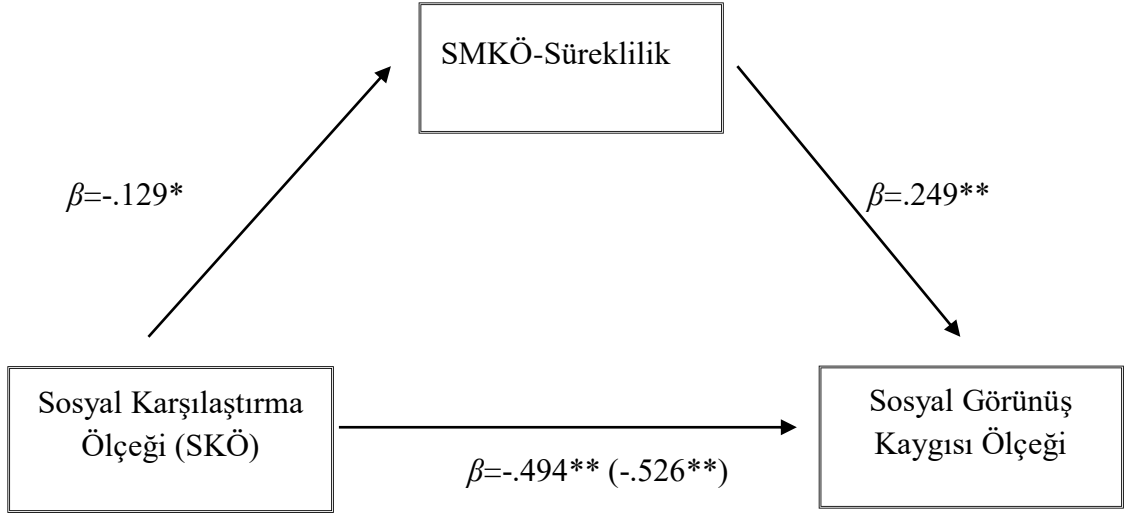
*p<.05 **p<.01. CI: Güven Aralığı

Tablo 19. Kadınlarda Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (SMKÖ)-Süreklilik Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Karşılaştırma Ölçeği (SKÖ) ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) Toplam Puanları Arasındaki İlişkide Aracı Rolü

MODEL		R	R ²	B	SH	β	T	P	Alt Sınır	Üst Sınır
1	(Sabit)	.526	.276	81.769	4.638	-.526	17.639	.000	72.643	90.895
	SKÖ			-.584	.057		-10.225	.000	-.696	-.471
2	(Sabit)	.581	.337	67.421	5.289	-.494	12.748	.000	57.009	77.833
	SKÖ			-.548	.055	.249	-9.935	.000	-.657	-.440
	SMKÖ- Süreklilik			1.020	.204		5.006	.000	.619	1.422
	Direkt olmayan toplam etki (Aracı)			-.002	.001				-.079	-.003

“SMKÖ: Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği, SKÖ: Sosyal Karşılaştırma Ölçeği.”

Hayes process analizi bootstrap güven aralığı sonuçları ise alt ve üst sınırların aynı yönde olduğunu göstermiştir (LLCI=-.079, ULCI=-.003). Bu nedenle, bu bulgular Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği-Süreklilik alt boyut puanlarının, Sosyal Karşılaştırma Ölçeği ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği toplam puanları arasındaki ilişkide kısmi aracı rolüne sahip olduğunu göstermiştir. Şekil 1’de Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği-Süreklilik, Sosyal Karşılaştırma Ölçeği ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği aracı değişken analizlerinin diyagramı gösterilmektedir.



Şekil 1. Kadınlarda Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (SMKÖ)-Süreklilik, Sosyal Karşılaştırma Ölçeği (SKÖ) ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) için aracı değişken analizlerinin diyagramı.

TARTIŞMA VE YORUM

Bu araştırma geç ergenlerde sosyal medya kullanımı ve sosyal karşılaştırmanın sosyal görünüş kaygısı üzerinde etkili olduğu düşünülerek sosyal medya kullanımı ve sosyal karşılaştırmanın sosyal görünüş kaygısını pozitif yönde arttırdığı hipotezini doğrulama amacıyla yapılmıştır. Literatürde sosyal medya kullanımı, sosyal karşılaştırma ve sosyal görünüş kaygısının incelendiği çalışmalar olsa da (Bardone-Cone vd., 2012; Eckles vd., 2014; Aderka vd., 2016; Arslan, 2017; Hamarta ve Kozan, 2017; Kurutçu ve Yorulmaz, 2019; Antonietti vd., 2020; Gugushvili vd., 2020; Bahtiyar, 2021) belirtilen değişkenlerin bir arada ele alındığı çalışmaya rastlanamamıştır.

Günlük hayatımızda sıkça kullandığımız sosyal medya ağlarının bireylerin arasındaki iletişimi sağlaması ile çevresinde olanlarla ilgili bilgi sahibi olmasına yardımcı olur (Uluç ve Yarcı; 2017). Edinilen bilgiler ışığında bireyin karşılaştırma yaparak kendisini değerlendirebileceği ve bu değerlendirmelerin olumsuz olması neticesinde bireyin kendisi ile ilgili bütüncül bir kaygı olan sosyal görünüş kaygısına neden olacağı düşünülmüştür (Flora vd., 2008; Hawes vd., 2021). Çalışmanın sosyal görünüş kaygısı ile çalışan klinisyenler için sosyal görünüş kaygısına neden olabilecek değişkenlerin daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayacağı düşünülmüştür.

Geç ergenlik dönemindeki birey için yaşanan fizyolojik değişimlere adaptasyon ile görünüşe olan dikkatin arttığı, edinilen profillerde görüntülerin öne çıktığı sosyal medya platformlarının bireyin sosyal görünüş kaygısı yaşamasına etkisi olabileceği ve sosyal kaygıya sahip bireylerin de daha rahat iletişim kurmasını sağlayan sosyal medyayı bir araç olarak kullandıkları bulunmuştur (Ayar vd., 2018; Aslan ve Koç, 2018; Hawes vd., 2021). Araştırmada ölçeklerin birbiri ile ilişkisine bakıldığında sosyal medya kullanımı ile sosyal görünüş kaygısı arasında ve sosyal medya kullanım sürekliliği ile sosyal görünüş kaygısı arasında anlamlı pozitif ilişki bulunmuş olup sosyal medya kullanımının artması ve sosyal medyada yoğun olarak zaman geçirilmesi ile sosyal görünüş kaygısı düzeylerinin arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Literatürdeki çalışmalarda sosyal medya kullanımının ve sosyal medyada geçirilen sürenin artması ile kaygı düzeylerinin arttığına dair çalışmalar vardır (Aydoğan ve Büyükyılmaz, 2017; Jiang ve Ngien, 2020). Bunun yanında literatüre bakıldığında sosyal medya kullanımı ile sosyal görünüş kaygısı arasında ilişki olduğuna dair destekleyici

çalışmalar ve sosyal medya kullanımının sosyal görünüş kaygısını yordamada güçlü bir değişken olduğu sonucuna ulaşılan çalışmalar vardır (Altındış vd., 2017; Ayar vd., 2018; Çakmak, 2018; Campbell vd., 2020). Mevcut çalışmada da sosyal medya kullanımının sosyal görünüş kaygısının yordayıcısı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların fotoğraf ve videolar üzerinde düzenlemeler yapmadan paylaşmaması, görünüşleri ile yargılanmaları gibi nedenlerden ötürü sosyal görünüş kaygısı yaşayabilecekleri ve sosyal kaygıya sahip bireylerin sosyal medya aracılığı ile daha rahat bir şekilde iletişim kurabildiği için sosyal medya kullanım sürelerinin de artacağı şeklinde açıklanmıştır (Altındış vd., 2017; Ayar vd., 2018; Jiang ve Ngien, 2020). Günümüzde sıklıkla kullanılan sosyal medya platformlarının görüntü temelli olması ve kullanıcılara tanınan yorum yapma hakkının varlığı ile gelebilecek acımasız yorumların bireyde olumsuz duygulara neden olabileceği bunun akabinde sosyal medya kullanımının artması ile bireyin kendisini daha çok değerlendirmesi ve sosyal görünüş kaygısına neden olduğu düşünülmüştür.

Araştırma sonucunda filtre veya photoshop uygulayan katılımcıların sosyal medya kullanımlarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde sosyal medyada yaratılan ideal temsiller nedeniyle bireylerin hayatlarını bu ideallere uygun olarak kusursuz bir formda sunmaya dair isteklerinin sosyal medya kullanımları için bir motivasyon sağladığı şeklinde açıklanmıştır (Rieder vd., 2020; Tam, 2020; Churi vd., 2022). Mevcut araştırma sonucunu destekler nitelikteki çalışmalarda bireyin sosyal medyada ‘güzel’ olarak nitelendirilen özellik ve nesnelere dair daha fazla görsel içeriğe maruz kalmasının vücut memnuniyetsizliği ile birlikte sosyal görünüş kaygısına sebebiyet verdiği şeklinde yorumlanmıştır (Blair vd., 2020; Öztürk vd., 2021).

Sosyal medya ağlarında sanal bir dünya kurulurken birey kendisi için idealize ettiği hayata sahip olduğunu gösterebilir (Egbert ve Rosenberg, 2011; Taş, 2011). Bunun yanında sosyal medya ağlarının kullanımının sosyal çevrenin genişlemesine katkı sağlayacağı, bireyin kendisi ile ilgili yaptığı değerlendirmelerde sosyal medyanın aracı olduğu belirtilmiştir (Jarman vd., 2021). Ek olarak bireyin yaptığı karşılaştırmalar doğrultusunda kendisini istediği gibi sunma imkanının sosyal medya tarafından sağlanması ile sosyal medya kullanımının bir pekiştireç görevi görerek sosyal medya kullanımı ve sosyal karşılaştırmaların aynı doğrultuda artacağı düşünülmüştür. Fakat araştırmada sosyal medya kullanımı ile sosyal karşılaştırma

arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Literatürde araştırma sonucunu destekleyen çalışmalar sosyal karşılaştırma ve sosyal medya kullanımı arasında bir ilişki bulunamamasını sosyal medyanın diğer bireylerin de toplumun güzellik ideallerine uygun paylaşımlar yapmasına, kendisinin en iyi temsilini yansıtmasına imkan sağlamasının birey tarafından bilincinde olunması şeklinde açıklamıştır (Bower, 2007; Churi, 2022; Xiao, 2022).

Kadın katılımcılarda sosyal medya kullanım sürekliliği ve yetkinliği ile sosyal karşılaştırma arasında anlamlı bir ilişki bulunmuş olup erkek katılımcılarda da sosyal medya kullanımı ve sosyal medya kullanım yetkinliği ile sosyal karşılaştırma arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Cinsiyetler arası bir değerlendirme yapıldığında literatürde araştırma sonucunu destekleyen çalışmalar sosyal medyada diğer bireylerin hayatları hakkında daha fazla içeriğe maruz kalınması dolayısıyla bireyin kendisini değerlendirme ölçütlerine daha kolay ulaşım sağlaması ile sosyal medya kullanımının sosyal görünüş kaygısını arttığı şeklinde açıklamıştır (Diedrichs vd., 2015; Bahtiyar, 2021; DüNDAR, 2021; Blumberg ve Manna, 2022). Buna ek olarak sosyal medya ağlarında ne kadar çok geribildirim alınır o yönde de sosyal karşılaştırmada artış olacağı şeklinde açıklanmıştır (Burke vd., 2021).

Birey kendi ile ilgili değerlendirmelerinde objektif bir kriter bulamadığında çevresindeki insanların özelliklerini nesnel bir kriter olarak ele alır (Peplau vd., 2007). Ergenlik döneminde olan bireyin sosyal çevresinin şekillenmesi, aile ile vakit geçirmekten çok arkadaşlarla geçirilen vaktin ön planda tutulması, ilgi alanları ve yetenekleri ile ilgili harekete geçerek gelişim gösterdiği ergenlik dönemindeki birey kendisini akranları ile kıyaslama eğilimindedir (Bayhan ve Işıtan, 2010; Oktan ve Şahin, 2010; Santrock, 2015). Bireyin fiziksel, bilişsel, psikolojik ve sosyal açıdan bedeni, ilgi alanları, duygu durumu ile ilgili kritik değişimleri yaşadığı bu dönemde yapılan sosyal karşılaştırmaların bireyin girdiği ortamda nasıl değerlendirileceğine dair bir endişe olan sosyal görünüş kaygısı yaşamasında etkili olur (Özçelik ve Şahin, 2016; Çakmak ve Sakarya, 2020).

Araştırma sonucunda sosyal görünüş kaygısı ve sosyal karşılaştırma arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmış olup sosyal karşılaştırma düzeylerinin artması ile bireyde sosyal görünüş kaygısının azalacağı sonucuna ulaşılmıştır. Bireyin yaptığı karşılaştırmalar sonrasında kendisi ile ilgili değişikliklerde bu karşılaştırmaları bir kaynak olarak görebileceği ve harekete geçme motivasyonu

sağlayacağı düşünülmüş olup sosyal görünüş kaygısının azalması bu şekilde yorumlanmıştır.

Sosyal karşılaştırma sosyal medya ve sosyal görünüş kaygısı ile ilişkili olabilecek birçok değişkenle ele alınmıştır. Bireyin beden algısı, kendine güveni, benlik saygısı ve olumsuz değerlendirilme endişesinin sosyal görünüş kaygısına sebebiyet verdiği şeklinde açıklanan çalışmalar vardır (Bakalim, 2016; Kurutçu ve Yorulmaz, 2019; Jiang ve Ngien, 2020; Blechert vd., 2021). Campbell ve arkadaşlarının (2020) yapmış oldukları çalışmada sosyal medya ağlarının kullanımının sosyal karşılaştırmalara neden olduğu ve yapılan karşılaştırmaların bireyin sosyal görünüş kaygısı ile ilişkili olduğu bulunmuştur. Literatüre bakıldığında araştırma sonucu ile çelişir nitelikteki bu çalışmalar ergenlik dönemindeki bireylerin olumsuz özelliklerini göz önüne alarak karşılaştırmalar yapması sonucunda kendisini yetersiz hissettiği özelliklerinin sosyal görünüş kaygısına yol açtığı şeklinde açıklamışlardır (Want, 2009; Bardone-Cone, 2012; Gül, 2016; Çakmak ve Sakarya, 2020; Jiang ve Ngien, 2020). Görüntü odaklı sosyal medya ağlarının sosyal karşılaştırmaya fırsat sağladığı yapılan sosyal karşılaştırmalar sonucunda ergenlerin olumsuz beden imajı değerlendirmelerine ve görünümünü içselleştirememelerine yol açtığı şeklinde yorumlanmıştır (Perloff, 2014; Nixon vd., 2020).

Literatür incelendiğinde cinsiyete göre sosyal görünüş kaygısı düzeylerinin değişiklik gösterdiği sonucuna ulaşılan çalışmalar vardır. Sosyal görünüş kaygısının erkeklerde kadınlara oranla daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu yani erkeklerin daha fazla sosyal görünüş kaygısı yaşadığı sonucuna ulaşılan çalışmalar vardır (Tiegman, 2004; Alemdağ, 2013; Kılıç ve Karakuş, 2016; Atik vd., 2017). Doğan (2009) yaptığı bir çalışmada erkeklerde sosyal kaygı görülme oranlarının kadınlara kıyasla daha yüksek bulunmasını erkeklerin toplum tarafından daha girişken olmasının beklenmesi üzerine sosyal kaygı nedeniyle oluşabilecek korkma ya da kaçınma davranışlarının hoş karşılanmayacağına yönelik düşüncelerin yanında kadınların sosyal kaygı yaşamaları sonucunda çekingen ve geri planda bir tutumda bulunmalarının olağan ve uygun görüleceği sonucuna bağlamıştır.

Literatürde kadınların erkeklere oranla daha fazla sosyal görünüş kaygısı yaşadığı sonucuna ulaşılan çalışmalar da vardır. Araştırmalar neticesinde kadın katılımcıların fiziksel görünümleri ile ilgili erkek katılımcılara oranla daha çok negatif duyguya sahip olduğu bu durumun da sosyal görünüş kaygısına sebebiyet verdiği

şeklinde açıklanmıştır (Buxkamper vd., 2006; Coşkun ve Çepikkurt, 2010; Hagger ve Stevenson, 2010; Boursier ve Gioia, 2020).

Araştırma sonucunda cinsiyet değişkenine göre sosyal görünüş kaygısı oranlarında anlamlı bir farklılık bulunamamış olup cinsiyet açısından bir ayrım olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ulusal ve uluslararası çalışmalara bakıldığında araştırmanın sonucunu destekler nitelikte olan farklı yaş aralığında bulunan örneklem gruplarının ele alındığı çalışmalar da mevcuttur (Aouizerate vd., 2005; Ko, 2010; Şahin, 2012; Gül, 2016; Telli ve Ünal, 2016; Çakmak, 2018; Caz vd., 2018; Çetinkaya vd., 2019; Çakmak ve Sakarya, 2020). Bastos ve arkadaşlarının yaptığı bir çalışmada ergenlik dönemindeki bireylerde beden memnuniyeti ve cinsiyet açısından anlamlı bir farklılık bulunurken yetişkinlik döneminde bu durumun değiştiği ve cinsiyet ile beden memnuniyeti arasında anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır (Bastos vd., 2014). Yetişkinlik öncesi dönem olarak adlandırılan geç ergenlik döneminde benzer sosyal bağlamların da içerisinde bulunulmasıyla cinsiyet ve sosyal görünüş kaygısı arasında belirgin bir fark olmadığı şeklinde açıklanmıştır (Arnett, 2000; Aybek, 2010).

Araştırmada yaş değişkeni ile sosyal görünüş kaygısı arasında anlamlı bir ilişki bulunamamış olup sosyal görünüş kaygısının yaş değişkenine göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Literatür incelendiğinde araştırmanın sonucunu destekler nitelikte olan çalışmalar vardır. Gullone ve Kontanski (1998) yapmış oldukları çalışmada 12-18 yaş arasındaki ergen bireylerle çalışmış olup beden imajı ile yaş arasında anlamlı bir ilişki bulamamış ve yaş değişkeni ile sosyal görünüş kaygısının farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Caz vd., (2018) tarafından 15 yaş ve üstü bireylerin katıldığı çalışmada sosyal görünüş kaygısının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmanın daha geniş bir yaş aralığını kapsayan örneklem grubu ile gerçekleştirilmemesinin ve ergenliğin son dönemi olan geç ergenlik dönemindeki bireylerin kendilerini belirten yetişkinliğe daha yakın hissetmeleri ile odak noktalarının akademik ve sosyal uğraşlar olmasının sonucu açıklar nitelikte olabileceği düşünülmüştür. Fakat literatürde incelendiğinde araştırmanın sonucu ile çelişen yani sosyal görünüş kaygısının yaş değişkenine göre farklılaştığını gösteren sonuçlar da vardır. Ergenliğin son aşaması olan geç ergenlik dönemi ile bireyin yaşadığı fiziksel değişimlere uyum sağlamanın kolaylaşması ve fiziksel görünümüne dair odağının farklı alanlara dağılması ile açıklanmıştır (Berglund vd., 2005; Telli ve Ünal, 2016; Buchholz vd., 2016).

Literatürde sosyal medya kullanımlarında yaş değişkenine göre farklılaşma olmadığı sonucunu destekleyen çalışmalar vardır (Aslanyürek vd., 2015; Barutçu ve Sarıtaş, 2016; Çiftçi, 2018). Sosyal medya kullanımı ile ilgili Baby Boomer, X, Y, Z kuşağından yaş açısından geniş bir katılımcı grubu ile gerçekleştirilen bir çalışmada kuşaklar arasında sosyal medya kullanımı ile ilgili bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır (Deniz ve Tutkun-Ünal, 2020). Yapılan çalışmada da 18-24 yaş arası genç ergenler katılımcı olarak kullanıldığı için farklı kuşak ve gelişim dönemleri içerisinde bulunan katılımcıların karşılaştırılma fırsatı yakalanamamıştır.

Literatür incelendiğinde farklı yaş gruplarında da olmakla beraber sosyal medya kullanımlarının cinsiyete göre farklılaştığını gösteren çalışmalar vardır Erkeklerin sosyal medya kullanım sürelerinin kadınlardan daha fazla olduğu sonucuna ulaşılan çalışmalar vardır (Koçer, 2012; Tuğlu, 2017; Özdemir, 2019). Bu sonucunda aksine kadınların sosyal medya kullanımlarının erkeklerden daha fazla olduğu sonucuna ulaşılan çalışmalar da vardır (Hargittai, 2007; Foehr vd., 2010; Ahn, 2011; Chiu vd., 2012; İnce ve Koçak, 2017). Erkekler ve kadınların sosyal medyayı kullanım amaçlarının, kullandıkları ağların çeşitlerinin birbirinden farklılık gösterdiği, teknolojinin daha kolay benimsemesi ve kullanılmasında cinsiyetler arası farkların bulgulanması ile açıklanmıştır (Chiu vd., 2012; Aldahdouh vd., 2020).

Araştırmada sosyal medya kullanım düzeyleri ve süreklilik alt boyunda cinsiyete göre bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde araştırmanın sonucunu destekler nitelikte olan çalışmalar vardır (Başol ve Çömlekçi, 2019; Altuntaş, 2020). Kadın ve erkeklerin sosyal medyayı benzer şekilde kullanmaları ve popüler uygulamaların her iki cinsiyet için de aktif olarak kullanılabilmesinin sonucu açıklar nitelikte olduğu belirtilmiştir (Course- Choi ve Hammond, 2020; Hruska ve Maresova, 2022).

Araştırmada sosyal medya kullanım yetkinliğinde erkeklerde kadınlara oranla anlamlı düzeyde daha yüksek sonuçlara ulaşılmış olup erkeklerin kadınlara kıyasla sosyal medya kullanımında daha yeterli olduğuna dair değerlendirmelerinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde araştırmayı destekler nitelikte çalışmalar vardır. Araştırmada kullanılan Sosyal medya kullanım ölçeğinin (SMKÖ) kullanıldığı Deniz ve Tutkun-Ünal (2020)'ın Sosyal medya kuşaklarının sosyal medya kullanım seviyeleri ve tercihleri adlı çalışmasında Baby Boomer, X, Y ve Z kuşağından katılımcılarla çalışılmış olup Baby boomer, X ve Y kuşağında cinsiyet değişkenin

sosyal medya kullanım düzeyleri, sürekliliği ve yetkinliği alanlarında bir fark yaratmadığı sonucuna ulaşılırken Z kuşağı erkeklerinin Z kuşağı kadınlarının sosyal medya kullanımlarında kendilerini daha yetkin gördüğü sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanında internetin sanal oyun çeşitliliğinin artması ile birlikte genellikle erkekler arasında yaygın olarak bir kullanım alanı bulunduğu düşünülürken kadınların online alışveriş sitelerinin aktif olarak kullanımı ve satın alma sırasındaki karar verme süreçleri ile cinsiyetler arasında kullanım alanlarında farklılık olabileceği şeklinde açıklanmıştır (Durakoğlu ve Gökçearsan, 2014; Kim vd., 2020).

Araştırma sonucunda sosyal karşılaştırma düzeyinin cinsiyet değişkenine göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde bu sonucu destekler nitelikte çalışmalar vardır (Erözkan, 2004; Çetinkaya, 2004; Taş, 2011; Kılıç vd., 2013; Burke vd., 2020). Kadın ve erkek katılımcıların aynı gelişim dönemi içerisinde bulunmalarının yaşanan değişimler fiziksel olarak farklı olsa da benzer düşünme stillerinin tutum ve davranışlara yansımaları ile ortak konularda benzer karşılaştırmalar yapabileceği yönünde açıklanmıştır (Yavaş, 2017).

Araştırma sonucunda sosyal karşılaştırma düzeyinin yaş değişkenine göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde araştırma sonucunu destekleyen çalışmalar vardır (Yılmaz, 2010; Kılıç vd., 2013). Araştırma sonucunun yaş değişkeni açısından daha geniş bir örneklem grubu ile çalışmamasından kaynaklanabileceği düşünülmüştür. Literatür incelendiğinde araştırma sonucu ile çelişen yaş arttıkça sosyal karşılaştırmanın azaldığı yönünde sonuçlara ulaşılan çalışmalar vardır (Erözkan, 2004; Taş, 2011; Burke vd., 2021). Daha genç yaşa sahip bireylerin akran ve çevre etkisine karşı daha duyarlı olduğu ve daha çok sosyal karşılaştırma yaptıkları yönünde açıklanmıştır (Burke vd., 2021).

Araştırma sonucunda sosyal karşılaştırmanın gelir düzeyine göre farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Gelir düzeyi orta olarak değerlendirilen katılımcıların kötü olarak değerlendirilenlerden daha fazla sosyal karşılaştırma yaptığı bulgulanmıştır. Bireyin karşılaştırma konularının belirlenmesinde gelir dağılımları önemli bir yere sahiptir. Birey kendi durumunu iyileştirmek ve daha fazlasına sahip olma isteği ile diğerleri ile karşılaştırmalar yaparken ve bu karşılaştırmalar kaygı uyandırıcı olabilir (Wilkinson, 2020). Birey kendisinden daha kötü durumda olan diğerleri ile yaptığı karşılaştırmalarda kendisini olumlu duygular noktasında daha tatmin edici sonuçlar alır (Dellgran vd., 2004). Orta gelir düzeyine sahip bireylerin gelir skalasında

kendilerinden daha ařađıda olan bireylerden daha fazla sosyal karřılařtırma yapıyor olmasının nedeninin hem daha iyiyi ulařmak adına motivasyon sađlanması hem de karřılařtıracak daha dūřuk bir kategorinin varlıđının bireyin bulunduđu durumdan tatmin olmayı kolaylařtırıcı etkisi olacađı dūřunūlmūřtur.

Arařtırma sonucunda sosyal medya kullanımı, sosyal karřılařtırma ve sosyal gōrūnūř kaygısının eđitim dūzeyine gōre deđiřiklik gōstermediđi sonucuna ulařılmıřtır. Aynı geliřim dōnemi iēerisindeki bireylerin benzer akademik uđrařlarla ilgilenmesi, benzer sosyal medya iēeriklerine maruz kalmasının yine kendisine benzer olan diđerleri ile karřılařtırma eđilimini arttıđı belirtilir (Varol, 2020; Kohler vd., 2021; Zhong, 2022). Geē ergenlik dōnemindeki bireylerin yař dōnemi olarak lisans dōnemi ya da lisansın bir sonraki hedef olduđu lise ēađında bulunmasının arařtırma sonucu üzerinde etkili olduđu dūřunūlmūřtur. Ek olarak mevcut ēalıřmanın belirli bir yař aralıđındaki bireylerle gerēekleřtirilmesinin de arařtırma sonucu üzerinde etkili olduđu dūřunūlmūřtur.

Arařtırma sonucunda sosyal gōrūnūř kaygısı dūzeyinin ve sosyal medya kullanımlarının sosyal medyada geēirilen sūrenin artması ile arttıđı sonucuna ulařılmıřtır. Literatūrde arařtırmayı destekleyen ēalıřmalar sosyal medya ađlarının kullanımı ile daha fazla gōrsel uyarıcıya maruz kalabileceđi dolayısıyla da bireyin gōrūnūřu ile ilgili ēıkarımları üzerinde yođunlařmasının beden imajı memnuniyetsizliklerine neden olması ile bireyde olumsuz duygulara ve kaygıya sebebiyet verebileceđi řeklinde aēıklanmıřtır (Boursier vd., 2020; Kedzior vd., 2020).

Arařtırma sonucunda sosyal medya hesaplarını kontrol etme sıklıđı arttıđıca sosyal gōrūnūř kaygısı ve sosyal medya kullanımının arttıđı sonucuna ulařılmıřtır. Literatūrdeki ēalıřmalarda bu durumu sosyal medya ađlarında popūler olan gōrūnūř ideallerine maruz kalan bireyler nesneleřtirilmiř vūcut algılarına uyumları noktasında kaygı yařarken sosyal medyada bařkalarından alınan geribildirimler ile sembolik bir dođrulama deneyimler ve bu durumun sosyal medya kullanımı iēin bir pekiřtirici olacađı řeklinde aēıklanmıřtır (Campbell vd., 2018; Bradley vd., 2020; Kazan ve Kocaman, 2021). Bireyin toplumun gūzellik algıları ile ēeliřen gōrūntüsü nedeniyle kaygı yařayabileceđi dolayısıyla da yenilenen gōrūnūř stillerini takip etmek amacıyla sosyal medya hesaplarını daha aktif kullanabileceđi ve bir onaylanma arzusu ile daha sık paylařımlar yapabileceđi dūřunūlmūřtur.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmada, geç ergenlerin sosyal medya kullanımı, sosyal karşılaştırma ve sosyal görünüş kaygıları arasındaki ilişkiyi incelemek amaçlanmıştır. Araştırma sosyal medya kullanan geç ergenlerle gerçekleştirilmiştir.

Geç ergenlerde sosyal medya kullanımı ve sosyal medya kullanım sürekliliğinde cinsiyete göre anlamlı bir farklılaşma yokken geç ergen erkeklerde sosyal medya kullanım yetkinliğinde kadınlara oranla anlamlı düzeyde daha yüksek sonuçlar elde edilmiştir.

Geç ergen bireylerde sosyal karşılaştırma cinsiyete göre farklılaşmamaktadır.

Geç ergen bireylerde sosyal görünüş kaygısı cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır.

Araştırmaya katılan tüm katılımcıların yaşları ile sosyal medya kullanım sürekliliği arasında anlamlı pozitif bir ilişki bulunmuştur. Katılımcıların yaşları ve sosyal medya kullanım sürekliliği aynı doğrultuda artmakta ya da azalmaktadır.

Geç ergen kadın katılımcılarda yaş değişkeni ile sosyal medya kullanımı arasında anlamlı bir farklılaşma bulunamamıştır.

Geç ergen kadın katılımcılarda yaş değişkeni ile sosyal karşılaştırma arasında anlamlı bir farklılaşma bulunamamıştır.

Geç ergen kadın katılımcılarda yaş değişkeni ile sosyal görünüş kaygısı arasında anlamlı bir farklılaşma bulunamamıştır.

Geç ergen erkek katılımcılarda yaş ile sosyal medya kullanım sürekliliği arasında anlamlı pozitif bir ilişki bulunmuştur. Erkeklerde yaş arttıkça ya da azaldıkça sosyal medya kullanım sürekliliği aynı doğrultuda artar ya da azalır.

Geç ergen erkeklerde yaş ile sosyal karşılaştırma arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Geç ergen erkeklerde yaş ile sosyal görünüş kaygısı arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Geç ergenlerde sosyal karşılaştırma gelir düzeyine göre farklılaşmaktadır. Geç ergenlerde sosyal medya kullanımı ve sosyal görünüş kaygısı gelir düzeyine göre farklılaşmamaktadır.

Geç ergenlerde sosyal medya kullanımı, sosyal karşılaştırma ve sosyal görünüş kaygısı eğitim düzeyine göre farklılaşmamaktadır.

Geç ergenlerde sosyal medya kullanımı ve sosyal görünüş kaygısı sosyal medyada geçirilen süreye göre farklılaşmaktadır. Sosyal medyada 4 saat ve üstü vakit geçiren katılımcılar diğer katılımcılara göre oranla daha fazla sosyal medya kullanımı ve sosyal görünüş kaygısı yaşamaktadır.

Geç ergenlerde sosyal medya kullanımı ve sosyal görünüş kaygısı sosyal medya hesaplarını kontrol etme sıklığına göre farklılaşmaktadır.

Geç ergenlerde sosyal karşılaştırma ve sosyal görünüş kaygısı filtre veya photoshop kullanımına göre farklılaşmazken, sosyal medya kullanımı filtre veya photoshop uygulayan katılımcılarda daha yüksektir.

Geç ergenlerde sosyal medya kullanımı ile sosyal görünüş kaygısı arasında anlamlı düzeyde pozitif ilişki bulunurken sosyal medya kullanım sürekliliği ve sosyal görünüş kaygısı arasında da anlamlı pozitif ilişki bulunmuştur. Geç ergenlerde sosyal medya kullanım düzeyleri ile sosyal görünüş kaygısı düzeylerinin aynı doğrultuda artmakta ve azalmakta olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Geç ergenlerde sosyal görünüş kaygısı ve sosyal karşılaştırma arasında anlamlı düzeyde negatif ilişki bulunmuştur. Geç ergenlerde sosyal karşılaştırma düzeyi arttıkça sosyal görünüş kaygısı düzeylerinin azaldığı, sosyal karşılaştırma düzeyi azaldıkça sosyal görünüş kaygısı düzeylerinin arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Geç ergen kadın katılımcılarda sosyal görünüş kaygısı ve sosyal medya kullanımı arasında anlamlı pozitif ilişki bulunurken sosyal görünüş kaygısı ve sosyal medya kullanım sürekliliği arasında da anlamlı düzeyde pozitif ilişki olduğu bulunmuştur.

Geç ergen kadın katılımcılarda sosyal görünüş kaygısı ve sosyal karşılaştırma arasında anlamlı düzeyde negatif ilişki olduğu bulunmuştur. Kadınlarda sosyal görünüş kaygısı ve sosyal karşılaştırma düzeylerinin ters doğrultuda ilerlediği sonucuna ulaşılmıştır.

Geç ergen erkek katılımcılarda sosyal görünüş kaygısı ve sosyal medya kullanımı arasında anlamlı pozitif ilişki bulunurken sosyal görünüş kaygısı ile sosyal medya kullanım sıklığı arasında da anlamlı düzeyde pozitif ilişki olduğu bulunmuştur.

Erkeklerde sosyal görünüş kaygısı ve sosyal karşılaştırma arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Sosyal karşılaştırmanın, sosyal görünüş kaygısı anlamlı derecede yordadığı, sosyal karşılaştırma ile birlikte sosyal medya kullanımının sosyal görünüş kaygısını yordadığı sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal karşılaştırma ve sosyal medya kullanımının sosyal görünüş kaygısını açıklayıcı etkisi anlamlıdır.

Geç ergen kadın katılımcılarda sosyal karşılaştırma, sosyal görünüş kaygısını anlamlı derecede yordamaktadır. Sosyal görünüş kaygısı ile birlikte sosyal medya kullanımı, sosyal görünüş kaygısını anlamlı derecede yordamaktadır.

Geç ergen erkek katılımcılarda sosyal medya kullanımı, sosyal görünüş kaygısını anlamlı derecede yordamaktadır. Sosyal medya kullanımının erkeklerin sosyal görünüş kaygısı düzeylerini açıklayıcı etkisi anlamlıdır.

Geç ergen kadın katılımcılarda sosyal medya kullanım ölçeği süreklilik alt boyutu sosyal karşılaştırma ölçeği ve sosyal görünüş kaygısı ölçeği arasında kısmi aracı rolündedir. Geç ergen kadınlarda sosyal medya kullanım sürekliliği sosyal karşılaştırma ve sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişkiyi kısmi olarak açıklar yani sosyal medya kullanım sürekliliği sosyal karşılaştırma ve sosyal görünüş kaygısı arasında ilişkiyi dolaylı olarak etkiler.

Öneriler

Araştırmaya 276 kadın (%64.6), 151 erkek (%35.4) olmak üzere 427 geç ergen birey katılmıştır. Yeni çalışmalarda bulguların genellenebilirliğinin sağlanması için daha geniş örneklem grubu ile çalışılması ve çocuk, ergen, yetişkin gibi farklı örneklem gruplarında gerçekleştirilmesi tavsiye edilir.

Sosyal ağların görüntü ve metin temelli olması durumunda yaşanan sosyal karşılaştırma düzeylerinde farklı sonuçlar verebileceği söylenebilir. Yapılan çalışmaların bu doğrultuda ele alınması sosyal medya, sosyal karşılaştırma ve sosyal görünüş kaygısı değişkenleri ile yapılacak yeni çalışmalar da tavsiye edilir.

Yapılacak çalışmalarda sosyal medyada yapılan sosyal karşılaştırmalarda karşılaştırma hedefleri ile birey arasındaki bağın niteliği (aile, arkadaş, ünlü vb.), karşılaştırma düzeyi ve karşılaştırma sonrasında bireyin duyguları ele alınabilir.

Yapılacak çalışmalarda sosyal karşılaştırmalarda kültürün etkisi ve toplumun güzellik algılarının sosyal görünüş kaygısı üzerinde etkisi incelenebilir.

Araştırma 18-24 yaş aralığındaki geç ergenlerle gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların birçoğu lise ya da üniversite öğrencisidir. Bu durum göz önünde bulundurulduğunda üniversiteler ve liseler bünyesindeki rehberlik servislerinin sosyal görünüş kaygısını önlemek, azaltıcı etkinliklerde bulunulması ve sorunlarla baş etme stratejilerinin kazandırılması amacıyla psikososyal müdahaleler ile sosyal destek sağlanması önerilebilir.



KAYNAKÇA

- Aderka, I. M., Prizant-Passal, S., Shechner, T. (2016). Social anxiety and internet use—A meta-analysis: What do we know? What are we missing?. *Computers in Human Behavior*, 62 (2016), 221-229.
- Ahioğlu-Lindberg, E. N. (2011). Piaget ve ergenlikte bilişsel gelişim. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 19 (1), 1-10.
- Ahn, J. (2011). Digital divides and social network sites: Which students participate in social media?. *Journal of Educational Computing Research*, 45 (2), 147-163.
- Aldahdouh, T. Z., Korhonen, V., Nokelainen, P. (2020). Technology and social media usage in higher education: The influence of individual innovativeness. *SAGE Open*, 10 (1), 1-20.
- Alden, L. E., & Taylor, C. T. (2004). Interpersonal processes in social phobia. *Clinical psychology review*, 24 (7), 857-882.
- Alemdağ, S. (2013). *Öğretmen adaylarında fiziksel aktiviteye katılım, sosyal görünüş kaygısı ve sosyal öz-yeterlik ilişkisinin incelenmesi*. (Doktora Tezi). YÖK tez merkezinden edinilmiştir (10008889). 19.04.2022 tarihinde erişildi.
- Alho, K., Hietajärvi, L., Maksniemi, E., Puukko, K., Salmela-Aro, K. (2020). Social media use and depressive symptoms—A longitudinal study from early to late adolescence. *International journal of environmental research and public health*, 17 (16), 2-18.
- Allan, S., Gilbert, P. (1995). A Social Comparison Scale: Psychometric Properties and Relationship to Psychopathology. *Personality and Individual Differences*, 19 (3), 293-299.
- Allcott, H., Braghieri, L., Eichmeyer, S., Gentzkow, M. (2020). The welfare effects of social media. *American Economic Review*, 110 (3), 629-76.
- Altındış, A., Altındış, S., Aslan, F. G., Aşıcı, N., Ekerbiçer, H. Ç., İnci, M. B., Tokaç, M. (2017). Sosyal medya ağları ve sosyal görünüm anksiyetesi. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 64, 227-234.
- Altunbey, T. (Ed.), Tanyıldızı, N. İ. (Ed.). (2021). Covid-19 pandemi günlerinde iletişim. Ankara: Akademisyen Kitabevi.
- Altuntaş, F. (2020). *Geç ergenlerde sosyal medya kullanımı, benlik algısı ve ruhsal belirti düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yüksek lisans tezi). YÖK tez merkezinden edinilmiştir (642312).
- Anderberg, I., Tiggemann, M., (2020). Social media is not real: The effect of 'Instagram vs reality' images on women's social comparison and body image. *New Media & Society*, 22 (12), 1-17.

- Anderson, M., Auxier, B. (2021). Social media use in 2021. *Pew Research Center*, 1, 1-4.
- Antonietti, C., Camerini, A. L., Marciano, L. (2020). The impact of self-esteem, family and peer cohesion on social appearance anxiety in adolescence: examination of the mediating role of coping. *International Journal of Adolescence and Youth*, 25 (1), 1089-1102.
- Aouizerate, B., Faytout, M., Grabot, D., Swendsen, J., Tignol, J. (2005). Social phobia, fear of negative evaluation and harm avoidance. *European Psychiatry*, 22 (2), 75-79.
- Arends, I., Bültmann, U., Machu, V., Veldman, K. (2022). Work-family trajectories in young adulthood: Associations with mental health problems in adolescence. *Social Science & Medicine*, 314, 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2022.115460>
- Arslan, G., (2017). Sosyal medya ağları ve sosyal görünüm anksiyetesi. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 11, (64), 227-235. <https://doi.org/10.9761/JASSS7353>
- Arslan, Y., Ballı, Ö. M., Erturan-İlker, G. (2014). Achievement goals in Turkish high school PE setting: The predicting role of social physique anxiety. *International Journal of Educational Research*, 67, 30-39.
- Aslan, H., Koç, Z. (2018). Ortaokul öğrencilerinin beden imajı ve sosyal kaygı düzeyleri. *Eğitim Kuram ve Uygulama Araştırmaları Dergisi*, 4 (3), 65-77.
- Aslanyürek, M., Ayan, S. M. İ., Dursun, S., Gürdal, S. A., Tunçel, E. (2015). Sosyal medya gerçeği ve meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya algısının değerlendirilmesi. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 5 (6), 1-8.
- Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55(5), 1-29. doi: 10.1037/0003-066X.55.5.469. <https://oxford.universitypressscholarship.com/view/10.1093/acprof:oso/9780199929382.001.0001/acprof-9780199929382-chapter-1> adresinden erişildi. 26.06.2022
- Atak, H. (2011). Kimlik gelişimi ve kimlik biçimlenmesi: Kuramsal bir değerlendirme. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 3(1), 163-213.
- Atik, F., Öçalan, M., Soylu, Y. (2017). Ergenlerin sosyal görünüş kaygısı düzeylerinin incelenmesi (Kırıkkale Örneği). *Sportif Bakış; Spor ve Eğitim Bilimleri Dergisi*, 1, 38-45.
- Ayar, D., Bektas, M., Gerçeker, G. Ö., Özdemir, E. Z. (2018). The effect of problematic internet use, social appearance anxiety, and social media use on nursing students' nomophobia levels. *CIN: Computers, Informatics, Nursing*, 36 (12), 589-595.

- Aybek, B., Çelik, M., Tmkaya, S. (2010). Ergenlerin kişilerarası ilişkilerini etkileyen sosyal yaşantı değişkenlerinin incelenmesi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24, 163-178.
- Aydoğan D., Bykyılmaz, O. (2017). The effect of social media usage on students "stressand anxiety: A research in Karabuk University Faculty of Business. *International Journal of Multidisciplinary Thought*, 6 (1), 253–260.
- Azzopardi, P. S., Patton, G. C. Sawyer, S. M., Wickremarathne, D. (2018). The age of adolescence. *The Lancet Child & Adolescent Health*, 2 (3), 223-228.
- Babacan, M. E. (2016). Sosyal medya kullanım alanları ve bağımlılık ilişkisi. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 3 (1), 7-28.
- Baldwin, D. S., Garner, M., Huneke, N. T., Hyde, J., Maryan, L., McEwan, A., Rowlatt, H. (2022). A novel procedure to investigate social anxiety using videoconferencing software: A proof-of-concept study. *Psychiatry Research*, 316, 1-7. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2022.114770>
- Bahtiyar, M. (2021). niversite ğrencilerinde sosyal karşılaştırma, sosyal medya tutumu ve beden imgesi ilişkisinin incelemesi. *Online Journal of Technology Addiction and Cyberbullying*, 8 (2), 23-38.
- Bakalim, O. (2016). Self-confident approach in coping with stress and social appearance anxiety of turkish university students: The mediating role of body appreciation. *International Journal of Higher Education*, 5 (4), 134-143.
- Barch, D. M., Cardenas-Iniguez, C., Dowling, G. J., Fan, C. C., Gonzalez, M. R., Herting, M. M., Marshall, A., Ross, J., Smolker, H., Sowell, E., Tapert, S. F., Thompson, W. K. (2022). Adolescent Brain Cognitive Development (ABCD) study Linked External Data (LED): Protocol and practices for geocoding and assignment of environmental data. *Developmental cognitive neuroscience*, 52, 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.dcn.2021.101030>
- Bardone-Cone, A. M., Brownstone, L. M., Fitzsimmons-Craft, E. E., Harney, M. B., Higgins, M. K. (2012). Examining social physique anxiety and disordered eating in college women. The roles of social comparison and body surveillance. *Appetite*, 59 (3), 796-805.
- Bargh, J. A., McKenna, K. (2004). The internet and social life. *Annual Review of Psychology*, 55 (1), 573-590.
- Bastos, R. R., Carvalho, P. H. B. D., Conti, M. A., Ferreira, M. E. C., Miranda, V. P. N. (2014). Body image in different periods of adolescence. *Revista Paulista de Pediatria*, 32, 63-69.
- Başol, O., Çömlekçi, M. F. (2019). Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17 (4), 173-188.

- Barutçu, S., Sarıtaş, E. (2016). Tüketici davranışlarının analizinde kuşaklar: Sosyal medya kullanımı üzerinde bir araştırma. *Pamukkale Journal of Eurasian Socioeconomic Studies*, 3 (2), 1-15.
- Bat, M., Vural, Z. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine yönelik bir araştırma. *Journal of Yasar University*. 20 (5), 3348-3382.
- Bayhan, P., Işıtan, S. (2010). Ergenlik döneminde ilişkiler: Akran ve romantik ilişkilere genel bakış. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 20 (20), 33-44.
- Bearden, W. O., Rose, R. L. (1990). Attention to social comparison information: An individual difference factor affecting consumer conformity. *Journal of Consumer Research*, 16 (4), 461-471.
- Bektaş, M., Erdem, R. (2015). Örgütlerde informal iletişim süreci: Kavramsal bir çerçeve. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17 (1), 125-139.
- Berglund, P., Demler, O., Jin, R., Kessler, R. C., Walters, E. E. (2005). Life time prevalence and age of onset distributions of DSM-IV disorders in the national comorbidity survey replication. *Archives in General Psychiatry*, 62 (6), 593-602.
- Bilbil, E. K., Toktu, A. B. (2021). Sosyal medya kullanım alışkanlıklarının kişilerarası etkiye tüketici duyarlılığı ve sosyal karşılaştırma ile ilişkisi. *Intermedia International E-journal*, 8 (14), 39-57.
- Blair, M., Brennan, L., Gibson, S., McLean, S., Molenaar, A., McCaffrey, T. A., Rounsefell, K., Truby, H. (2020). Social media, body image and food choices in healthy young adults: A mixed methods systematic review. *Nutrition & Dietetics*, 77 (1), 19-40.
- Blanton, H., Stapel, D. A. (2004). From seeing to being: Subliminal social comparisons affect implicit and explicit self-evaluations. *Journal of personality and social psychology*, 87 (4), 468- 481.
- Blechert, J., Legenbauer, T., Radix, A. K., Reichenberger, J. (2022). Further support for the validity of the social appearance anxiety scale (SAAS) in a variety of German-speaking samples. *Eating and Weight Disorders-Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 27 (3), 929-943.
- Blumberg, F., Mann, R. B. (2022). Adolescents and social media: The effects of frequency of use, self-presentation, social comparison, and self esteem on possible self imagery. *Acta Psychologica*, 228, 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2022.103629>.
- Boursier, V., Gioia, F. (2020). Women's pathological narcissism and its relationship with social appearance anxiety: The mediating role of body shame. *Clinical Neuropsychiatry: Journal of Treatment Evaluation*, 17 (3), 164-174.

- Boursier, V., Gioia, F., & Griffiths, M. D. (2020). Do selfie-expectancies and social appearance anxiety predict adolescents' problematic social media use?. *Computers in Human Behavior, 110*, 1-8.
- Bower, J., Lew, A. M., Mann, T., Myers, H., Taylor, S. (2007). Thin-ideal media and women's body dissatisfaction: Prevention using downward social comparisons on non-appearance dimensions. *Sex Roles, 57* (7), 543-556.
- Boyle, M., Fugere, C., Mancini, C., Szatmari, P., Van Ameringen, M. (1996). A high-risk pilot study of the children of adults with social phobia. *Journal of the American Academy of Child & Adolescent Psychiatry, 35* (11), 1511-1517.
- Bozaslan, H., Genç, G., Kaya, A. (2012). Üniversite öğrencilerinin anne-baba tutumlarının problem çözme becerilerine, sosyal kaygı düzeylerine ve akademik başarılarına etkisi. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi, 18*, 208-225.
- Bradley, G. L., Duffy, A. L., Seekis, V. (2020). Appearance-related social networking sites and body image in young women: Testing an objectification-social comparison model. *Psychology of Women Quarterly, 44* (3), 377-392.
- Brown, D., Hayes, N. (2008). *Influencer marketing*. Londra: Routledge.
- Bryant, K., Sheldon, P. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in human Behavior, 58*, 89-97.
- Buchholz, A., Flament, M. F., Goldfield, G. S., Gunnell, K. E., Henderson, K. A., Obeid, N., Schubert, N. (2016). Examining the bidirectional relationship between physical activity, screen time, and symptoms of anxiety and depression over time during adolescence. *Preventive Medicine, 88*, 147-152.
- Budak, B., Çelik, M., Gürel, Ş., Özcan, H., Subaşı, B., 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.
- Bukovza, Y., Dannon, P., Dorani, D., Elhadif, R., Yarmulnik, A., Weinstein, A. (2015). Internet addiction is associated with social anxiety in young adults. *Annals of clinical psychiatry, 27* (1), 4-9.
- Bulik, C.M., De Choudhury, M., Levinson, C. A., Teevan, J., Thornton, L., Walker, M. & Zerwas, S. (2015). Facebook use and disordered eating in college-aged women. *Journal of Adolescent Health, 57* (2), 157-163.
- Burke, M., Scissors, L., Wengrovitz, S. (2016). What's in a Like? Attitudes and behaviors around receiving Likes on Facebook. In *Proceedings of the 19th acm conference on computer-supported cooperative work & social computing, 16*, 1501-1510.
- Burke, M., Cheng, J., & de Gant, B. (2020, April). Social comparison and Facebook: Feedback, positivity, and opportunities for comparison. In *Proceedings of the 2020 CHI conference on human factors in computing systems*, Honolulu.

- Burke, M., Cheng, J., Gant, B. (2021). Country differences in social comparison on social media. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 4, 1-26.
- Buxkamper, R., Powers, B. M., Smits, A. J., Telch, M. J., (2006). The efficacy of videotape feedback for enhancing the effects of exposure-based treatment for social anxiety disorder: A controlled investigation. *Behaviour Research and Therapy*, 44 (2006), 1773–1785.
- Buzzell, G. A., Fox, N. A., Henderson, H. A., Morales, S., Valadez, E. A., Wilson, M. (2021). Understanding the emergence of social anxiety in children with behavioral inhibition. *Biological Psychiatry*, 89 (7), 681-689.
- Büyükümücü, S. B., Ceyhan, A. A., (2019). Sosyal medya kullanıcılarının sosyal karşılaştırma eğilimlerinin incelenmesi. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 10 (1), 273-302.
- Büyüköztürk, Ş. (1997). Araştırmaya yönelik kaygı ölçeğinin geliştirilmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 12 (12), 453-464.
- Büyükşener, E. (2009, Aralık). Türkiye’de sosyal ağların yeri ve sosyal medyaya bakış. *XIV. Türkiye’de İnternet Konferansı Bildirileri*, İstanbul.
- Caldwell, P. H., Go, H., Richards, D., (2015). Impact of Social Media on The Health of Children and Young People. *Journal of Pediatrics and Child Health*, 51 (12), 1152-1157.
- Campbell, W. K., Martin, G. N., Twenge, J. M. (2018). Decreases in psychological well-being among American adolescents after 2012 and links to screen time during the rise of smartphone technology. *Emotion*, 18 (6), 765–780. <https://doi.org/10.1037/emo0000403>
- Campbell, S. M., Hawes, T., Zimmer-Gembeck, M. J., (2020). Unique associations of social media use and online appearance preoccupation with depression, anxiety, and appearance rejection sensitivity. *Body Image*, 33, 66-76.
- Cash, T. F., Fleming, E. C. (2002). The impact of body image experiences: development of the body image quality of life inventory. *International Journal of eating disorders*, 31 (4), 455-460.
- Caz, Ç., Göksel, A. G., Yazıcı, Ö. F., Zorba, E. (2018). Spor hizmeti alan bireylerin sosyal görünüş kaygısı ve öznel mutluluklarının incelenmesi. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 3 (3), 88-101.
- Ceyhan, A. A. (2011). Ergenlerin problemleri internet kullanım düzeylerinin yordayıcıları. *Çocuk ve Gençlik Ruh Sağlığı Dergisi*, 18 (2), 85-94.
- Chiu, C.L., Mansumittrchai, S., Park, C.H. (2012). Factors underlying the adoption of social network: A study of Facebook users in South Korea. *International Journal of Business and Management*, 7 (24), 138-153.

- Churi, P., Sanghvi, K., Sharma, A. (2022). The impact of Instagram on young Adult's social comparison, colourism and mental health: Indian perspective. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2 (1), 1-16.
- Claes, L., Hart, T. A., Smits, D., Van Den Eynde, F., Mueller, A. ve Mitchell, J. E. (2012). Validation of the social appearance anxiety scale gn female eating disorder patients. *European eating disorder review*, 20, 406–409.
- Coşkun, F., Çepikkurt, F. (2010). Üniversiteli dansçıların sosyal fizik kaygı ve beden imgesinden hoşnut olma düzeyleri. *Pamukkale Journal of Sport Sciences*, 1 (2), 17-24.
- Course-Choi, J., Hammond, L. (2021). Social media use and adolescent well-being: A narrative review of longitudinal studies. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24 (4), 223-236.
- Coutinho, S. F., Silva, M. A., Taquette, S. R. (2014). Senses of body image in adolescents in elementary school. *Revista de saude publica*, 48 (3), 438-444.
- Cox, A. E., Pila, E., Pinonnault-Bilodeau, G., Sabiston, C. M. (2014). Social physique anxiety experiences in physical activity: A comprehensive synthesis of research studies focused on measurement, theory, and predictors and outcomes. *International Review of Sport and Exercise Psychology*, 7 (1), 158-183.
- Cramer, E. M., Song, H., Drent, A. M. (2016). Social comparison on Facebook: Motivation, affective consequences, self-esteem, and Facebook fatigue. *Computers in Human Behavior*, 64, 739-746.
- Cranshaw, J., Hong, J., Lindqvist, J., Wiese, J., Zimmerman, J. (2011, May). I'm The mayor of my house: Examining why people use foursquare-a social-driven location sharing application. *In Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems*, Pittsburgh.
- Craske, M. G., Pine, D. S., Prenoveau, J., Rauch, S. L., Ursano, R., Zinbarg, R. E. (2011). What is an anxiety disorder?. *Focus*, 9 (3), 369-388.
- Crone, E. A., Fuligni, A. J. (2020). Self and others in adolescence. *Annual review of psychology*, 71 (1), 447-469.
- Czajkowski, N. O., Skaug, E., Torgersen, S., Waaktaar, T. (2022). The Relationship between Life Events and Sense of Coherence in Adolescence. A Longitudinal Twin Study. *Journal of Research in Personality*, 99, 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2022.104259>
- Çakmak, E. (2018). *Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım düzeyleri ile sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişkinin farklı değişkenler açısından değerlendirilmesi* (Yüksek lisans tezi). YÖK tez merkezinden edinilmiştir (490503).

- Çakmak, A., Sakarya, S. (2020). Farklı türde liselere devam eden öğrencilerin sosyal görünüş kaygıları ile sosyal karşılaştırma düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 19 (74), 680-691.
- Çelik, E., Makas, S. (2018). Erken dönem uyumsuz şemalar ile sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişkilerin incelenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 17 (67), 926-937.
- Çetinkaya, B., Çiftçi, Z. Gülaçtı, F. (2019). Lise öğrencilerinin sosyal görünüş kaygı düzeylerinin bazı değişkenlere göre incelenmesi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 10 (17), 904-922.
- Çetinkaya, H. (2004). *Beden imgesi, beden organlarından memnuniyet, benlik saygısı, yaşam doyumu ve sosyal karşılaştırma düzeyinin demografik değişkenlere göre farklılaşması* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (4), 417-434.
- Çolak, T. S., Dogan, U. (2016). Self-concealment, social network sites usage, social appearance anxiety, loneliness of high school students: A model testing. *Journal of Education and Training Studies*, 4 (6), 176-183.
- Dagnan, D., Sandhu, S. (1999). Social comparison, self-esteem and depression in people with intellectual disability. *Journal of Intellectual Disability Research*, 43 (5), 372-379.
- Davison, G.C, Johnson, S., Kring, A.M., Neale, J.M. (2015). *Anormal psikoloji*. (M. Şahin, Çeviri Ed.). Ankara: Nobel Akademi.
- Dellgran, P., Garling, T., Karlsson, N., Klingander, B. (2004). Household consumption: Influences of aspiration level, social comparison, and money management. *Journal of Economic Psychology*, 25, 753-769.
- Demir, M., Herzem, Z., Solmaz, B., Tekin, G. (2013). İnternet ve sosyal medya kullanımını üzerine bir uygulama. *Selçuk İletişim*, 7 (4), 23-32.
- Demirtaş-Zorbaz, S., Kızıldağ, S., Peila-Shuster, J. J., Ulaş- Kılıç, O. (2020). Career decision-making self-efficacy of young adolescent students in Turkey. *International Journal of School & Educational Psychology*, 8 (1), 38-48.
- Deniz, L., Tutgun-Ünal, A. (2019). Sosyal medya çağında kuşakların sosyal medya kullanımını ve değerlerine yönelik bir dizi ölçek geliştirme çalışması. *OPUS International Journal of Society Researches*, 11 (18), 1025-1057.
- Deniz, L., Tutgun-ünal, A. (2020). Sosyal Medya Kuşaklarının Sosyal Medya Kullanım Seviyeleri ve Tercihleri. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15 (22), 1289-1319.

- Derman, O. (2008). Ergenlerde psikososyal gelişim. *Adolesan Sağlığı II Sempozyum Dizisi*, 63 (1), 19-21.
- Didie, E.R., Grossbart, T.A., Sarwer, D.B. (2003). Beauty and society. In *Seminars in Cutaneous Medicine and Surgery* 22 (2), 79-92. <https://doi.org/10.1053/sder.2003.50014>.
- Diedrichs, P. C., Fardouly, J., Halliwell, E., Vartanian, L. R., (2015). Social comparisons on social media: The impact of facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, 13, 38-45.
- Dinçel, E. (2006). *Ergenlik dönemi gelişimsel ödevleri ve psikolojik problemler* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Dittmar, H., Howard, S. (2004). Thin-ideal internalization and social comparison tendency as moderators of media models' impact on women's body-focused anxiety. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23 (6), 768-791.
- Dodds, B., Fate, J., Hunt, K.A. (2011). Cultural and social influences on the perception of beauty: A case analysis of the cosmetics industry. *Journal of Business Case Studies (JBSCS)*, 7 (1), 1-10.
- Doğan, H., Eroğlu, S. E., Işıklar, A. (2008). Ergenlerin problemleri internet kullanımının bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18, 106-124.
- Doğan, T. (2009). *Bilişsel kendini değerlendirme süreçlerinin sosyal anksiyete açısından incelenmesi* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Doğan, T. (2010). Sosyal görünüş kaygısı ölçeği'nin (SGKÖ) türkçe uyarlaması: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 39 (39), 151-159.
- Durakoğlu, A., Gökçearslan, Ş. (2014). Ortaokul öğrencilerinin bilgisayar oyunu bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23, 419-435.
- Dündar, M. A., (2021). *Sosyal ağ sitelerinde sosyal karşılaştırma davranışı instagram-twitter karşılaştırması* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK tez merkezinden edinilmiştir (672144).
- World Health Organization (2019). Promoting The Health Of Young People In Custody. <http://www.euro.who.int/document/e81703.pdf> adresinden 29.10.2021 tarihinde edinilmiştir.
- Eckles, K., Roberts, L.R., Rose, J.P., Vogel, E.A. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of popular media culture*, 3 (4), 206.

- Egbert, N., Rosenberg, J. (2011). Online impression management: Personality traits and concerns for secondary goals as predictors of self-presentation tactics on Facebook. *Journal of ComputerMediated Communication*, 17, 1–18.
- Epema, D., Isaksson, M., Kreitz, G., Pouwelse, J. A., Ubillos, J., Urdaneta, G., Zhang, B. (2013). *Understanding user behavior in spotify*. [PDF belgesi]. https://www.hugoribeiro.com.br/bibliotecadigital/ZhungUnderstanding_User_Behavior_in_Spotify.pdf adresinden 17.11.2022 tarihinde edinilmiştir.
- Epstude, K., Mussweiler, T., Rüter, K. (2006). The why, who, and how of social comparison: A social-cognition perspective. *Social comparison and social psychology: Understanding cognition, intergroup relations, and culture* (2), 33-54.
- Eren, E. Ş. (2014). Sosyal medya kullanım amaçları ölçeğinin geliştirilmesi ve bazı kişisel değişkenlere göre incelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29 (4), 230-243.
- Erikson, E. H. (1968). *Identity youth and crisis*, New York (WW Norton) 1968.
- Eriş, Y., İkiz, F. E. (2013). Ergenlerin benlik saygısı ve sosyal kaygı düzeyleri arasındaki ilişki ve kişisel değişkenlerin etkileri. *Electronic Turkish Studies*, 8 (6), 181-193.
- Erkan, Z. (2002). Sosyal kaygı düzeyi yüksek ve düşük ergenlerin ana baba tutumlarına ilişkin nitel bir çalışma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10 (10), 120-133.
- Erözkan, A. (2004). Lise Öğrencilerinin Sosyal Karşılaştırma ve Depresyon Düzeylerinin Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi. *13* (1), 1-18.
- Faraji, H., Tezcan, A. E. (2021). *Ergen*. Ankara: Eğiten Kitap.
- Felsman, P., Himle, J. A., Seifert, C. M., Sinco, B. (2022). Reducing Social Anxiety and Intolerance of Uncertainty in Adolescents with Improvisational Theater. *The Arts in Psychotherapy*, 82, 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.aip.2022.101985>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human relations*, 7 (2), 117-140.
- Festinger, L. (1957). Social comparison theory. *Selective Exposure Theory*, 16, 1-80.
- First, M. B., Frances, M.D., Pincus, M.D. (1999). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders, DSM-IV*. (E. Köroğlu, Çeviri Ed.). Ankara: Hyb yayıncılık.
- Flora, D. B., Hart, T. A., Heimberg, R. G., Holle, C., Fresco, D. M., Palyo, S. A., (2008). Development and examination of the social appearance anxiety scale. *Assessment*, 15 (1), 48-59.
- Foehr, U. G., Rideout, V. J., Roberts, D. F. (2010). *Generation M 2: Media in the Lives of 8-to 18-Year-Olds*. California: Melon Park.

- Gemlik, H. N., Sıgır, Ü., Sur, H. (2007). Sosyal karşılaştırma ve öğrenilmiş güçlülük ilişkisinin yönetsel etkileri hastane yöneticileri ve çalışanları üzerine bir çalışma. *Yönetim Dergisi: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü*, 18 (57), 55-66.
- Grealish, A., Keles, B., McCrae, N. (2020). A systematic review: the influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents. *International Journal of Adolescence and Youth*, 25 (1), 79-93.
- Goffman, E. (2009). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. (B. Cezar, Çeviri Ed.). İstanbul: Metis.
- Gray, J. A. (1987). Perspectives on anxiety and impulsivity: A commentary. *Journal of Research in Personality*, 21 (4), 493-509.
- Griffiths, M. D., Kuss, D. J. (2011). Online social networking and addiction—a review of the psychological literature. *International journal of environmental research and public health*, 8 (9), 3528-3552.
- Griffiths, M. D. (2012). Facebook addiction: Concerns, criticisms and recommendations. *Psychological Reports*, 110, 518-520.
- Grogan S. (2016). *Body image: Understanding body dissatisfaction in men, women and children* (3. Baskı). Londra: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315681528>
- Gugushvili, N., Kross, E., Massar, K., Täht, K., Verduyn, P. (2020). Social comparison on social networking sites. *Current opinion in psychology*, 36, 32-37.
- Gullone, E., Kostanski, M. (1998). Adolescent body image dissatisfaction: Relationships with self-esteem, anxiety, and depression controlling for body mass. *The Journal of Child Psychology and Psychiatry and Allied Disciplines*, 39 (2), 255-262.
- Gül, E. (2016). *Ergenlerde sosyal görünüş kaygısı ve sosyal karşılaştırmanın fonksiyonel olmayan tutum ve bilişsel çarpıtmalarla ilişkisi* (Yüksek lisans tezi). YÖK tez merkezinden edinilmiştir (441626).
- Gül, S. K., Güneş, İ. D. (2009). Ergenlik dönemi sorunları ve şiddet. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (1), 80-101.
- Gülbahçe, A. (2007). *Mesleki olgunluk düzeyleri farklı olan öğrencilerin sosyal karşılaştırma ve benlik imgelerinin incelenmesi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi) . Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Gürses, İ., Kılavuz, M. A. (2011). Erikson'un Psiko-Sosyal Gelişim Dönemleri Teorisi açısından kuşaklararası din eğitimi ve iletişiminin önemi. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 20 (2), 153-166.
- Güzel, E. (2013). Güzellik dayatması altında tüketim nesnesine dönüşen kadın. *Global Media Journal: Turkish Edition*, 4 (7), 1-16.

- Haferkamp, N., Krämer, N. C. (2011). Social comparison 2.0: Examining the effects of online profiles on social-networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14 (5), 309-314.
- Hagger, M. S., Stevenson, A. (2010). Social physique anxiety and physical self-esteem: Gender and age effects. *Psychology and Health*, 25 (1), 89-110.
- Hamarta, E., Kozan, H. İ. Ö. (2017). Beliren yetişkinlikte beden imgesi: Bağlanma ve sosyal görünüş kaygısının rolü. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 7 (48), 63-81.
- Hargittai, E. (2007). Whose space? Differences among users and non-users of social network sites. *Journal of computer-mediated communication*, 13 (1), 276-297.
- Haspolat, N. K., Kağan, M. (2017). Sosyal fobinin yordayıcıları olarak beden imajı ve benlik saygısı. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 19 (2), 139-152.
- Hawes, T., Pariz, J., Zimmer-Gembeck, M. J. (2021). A closer look at appearance and social media: Measuring activity, self-presentation, and social comparison and their associations with emotional adjustment. *Psychology of Popular Media*, 10 (1), 74-86.
- Heimberg, R. G., Rapee, R. M. (1997). A cognitive-behavioral model of anxiety in social phobia. *Behaviour research and therapy*, 35 (8), 741-756.
- Heimberg, R. G., Morrison, A. S. (2013). Social anxiety and social anxiety disorder. *Annual review of clinical psychology*, 9, 249-274.
- Heimberg, R. G., Hope, D. A., Turk, C. L. (2010). Managing social anxiety: A cognitive-behavioral therapy approach: *Therapist guide. Treatments That Work*. New York: Oxford University Press.
- Heimberg, R. G., O'Day, E. B. (2021). Social media use, social anxiety, and loneliness: A systematic review. *Computers in Human Behavior Reports*, 3, 1-13.
- Horzum, M. B. (2010). Öğretmenlerin web 2.0 araçlarından haberdarlığı, kullanım sıklıkları ve amaçlarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 7 (1), 603-634.
- Hruska, J., Maresova, P. (2020). Use of social media platforms among adults in the United States—behavior on social media. *Societies*, 10 (1), 1-14.
- Ilies, R., Khan, A. K. Tariq, H., Weng, Q. (2021). Supervisory abuse of high performers: a social comparison perspective. *Applied Psychology*, 70 (1), 280-310.
- Işıқтаş, B., Tanar, M. (2015). Kimlik Oluşumu Sürecinde Popüler Müziğin Etkisi/ Impact Of Popular Music In The Process Of Identity Formation. *Sosyoloji Konferansları*, 51, 31-49.

- İnce, M., Koçak, M. C. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (2), 736-749.
- İşlek, M. S. (2012). *Sosyal medyanın tüketici davranışlarına etkileri: Türkiye'deki sosyal medya kullanıcıları üzerine bir araştırma* (Yüksek lisans tezi). YÖK tez merkezinden edinilmiştir (320279).
- Jarman, H. K., Marques, M. D., McLean, S. A., Paxton, S. J., Slater, A. (2021). Social media, body satisfaction and well-being among adolescents: A mediation model of appearance-ideal internalization and comparison. *Body Image*, 36, 139-148.
- Jiang, S., Ngien, A. (2020). The effects of Instagram use, social comparison, and self-esteem on social anxiety: A survey study in Singapore. *Social Media+ Society*, 6 (2), 1-10.
- Jonides, J., Kross, E., Résibois, M., Verduyn, P., Ybarra, O. (2017). Do social network sites enhance or undermine subjective well-being? A critical review. *Social Issues and Policy Review*, 11 (1), 274-302.
- Joormann, J., Shaw, A. M., Timpano, K. R., Tran, T. B. (2015). Correlates of Facebook usage patterns: The relationship between passive Facebook use, social anxiety symptoms, and brooding. *Computers in Human Behavior*, 48, 575-580.
- Jordan, K. D., Luchtefeld, C. (2022). Individual Differences Influencing the Relationship between Online Social Support and Addictive Use of Social Media. *Telematics and Informatics Reports*, 8, 1-7. <https://doi.org/10.1016/j.teler.2022.100025>
- Kalkan, N. (2008). *Ergenlerde bilişsel yapılar ve sosyal kaygı arasındaki ilişkinin bilişsel davranışçı yaklaşım açısından yorumlanması* (Doktora tezi). YÖK tez merkezinden edinilmiştir (219942).
- Kara, T. (2013). *Sosyal medya endüstrisi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Karakuş, Ö., Kılıç, M. (2016). The study of the relationships between social appearance anxiety, self-esteem and loneliness level among university students Üniversite öğrencilerinin sosyal görünüş kaygıları ile benlik saygıları ve yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Journal of Human Sciences*, 13 (3), 1-16.
- Kazan, H., Kocaman, G. (2021). Lise Düzeyinde Öğrenim Gören Öğrencilerin Instagram Bağımlılıkları ve Sosyal Görünüş Kaygıları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 18(40), 2638-2664.
- Kedzior, S. G., Moore, V. M., Oswald, T. K., Rumbold, A. R. (2020). Psychological impacts of “screen time” and “green time” for children and adolescents: A systematic scoping review. *PloS one*, 15(9), 1-52. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0237725>

- Kemp, S. (2021, 11 Şubat). Dijital 2021: Turkey. *Datareportal*, 1. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-turkey> adresinden 13.01.2022 tarihinde edinilmiştir.
- Kılıç, S., Tanrıkulu, T., Uğur, H. (2013). Devlet okullarında görev yapan öğretmenlerin iş doyumu ve sosyal karşılaştırma düzeylerinin incelenmesi. *Journal of Human Sciences*, 10 (1), 760-779.
- Kim, J. H., Kim, M., Park, M., Yoo, J. (2020). Consumer decision-making in a retail store: the role of mental imagery and gender difference. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 49 (3), 421- 445.
- Ko, N. (2010). *The role of body shame, social appearance anxiety, and body checking behavior on body dissatisfaction and disordered eating behaviors: a crosscultural study in Germany and Korea* (Doctoral dissertation, Universitätsbibliothek Freiburg). Retrieved from <http://www.freidok.unifreiburg.de/volltexte/7926/>
- Koç, M. (2004). Gelişim psikolojisi açısından ergenlik dönemi ve genel özellikleri. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 (17), 231-238.
- Koçak, A. (2001). *Sosyal kaygıyla başa çıkma programının lise öğrencilerinin sosyal kaygı düzeylerine etkisi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Koçer, M. (2012). Erciyes Üniversitesi öğrencilerinin internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıkları. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 18, 70-85.
- Kohler, M. T., Turner, I. N., Webster, G. D. (2021). Social comparison and state–trait dynamics: Viewing image-conscious Instagram accounts affects college students' mood and anxiety. *Psychology of Popular Media*, 10 (3), 1-32.
- Köknel, Ö., Savaşan, E., Sayiner, B., Sözen, D. (2007). Yükseköğretim gençliğinin benlik algısının çeşitli değişkenlere göre incelenmesi: İstanbul ticaret üniversitesi örneği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (11), 253-265.
- Köroğlu, E. (2013). DSM-5 Tanı Ölçütleri Başvuru El Kitabı. Ankara: Hekimler Yayın Birliği.
- Kurutçu, Ş., Yorulmaz, M., (2019). Vücut algısı ve sosyal görünüş kaygısı ilişkisinin incelenmesi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6 (2), 195-208.
- Kwak, H., Lee, C., Moon, S., Park, H. (2010). What is Twitter, a social network or a news media?. In *Proceedings of the 19th international conference on World wide web*, 4, 591-600.
- Lackaff, D., Rosen, D., Stefanone, M. A.(2011). Contingencies of self-worth and social-networking-site behavior. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 14 (1-2), 41-49.

- Lakshmanasamy, T., Maya, K. (2020). Is it income adaptation or social comparison? The effect of relative income on happiness and the Easterlin paradox in India. *The Indian Economic Journal*, 68 (4), 477-495.
- Leary, M. R., Kowalski, R. M. (1995). The self-presentation model. *Social phobia: Diagnosis, assessment, and treatment* (5). Retrieved from [https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=rXrekuSy2bsC&oi=fnd&pg=PA94&dq=Leary,+M.+R.,+%26+Kowalski,+R.+M.+\(1995\).+The+self-presentation+model.+Social+phobia:+Diagnosis,+assessment,+and+treatment,+94-112.&ots=gTdL7dx0hk&sig=NQvX-4XNjnzEWm1B9Mf1HHV-G78&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=rXrekuSy2bsC&oi=fnd&pg=PA94&dq=Leary,+M.+R.,+%26+Kowalski,+R.+M.+(1995).+The+self-presentation+model.+Social+phobia:+Diagnosis,+assessment,+and+treatment,+94-112.&ots=gTdL7dx0hk&sig=NQvX-4XNjnzEWm1B9Mf1HHV-G78&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Leary, M. R., Kowalski, R. M. (1997). *Social anxiety*. [https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=NkIISXNuoNgC&oi=fnd&pg=PA1&dq=Leary,+M.+R.,+Kowalski,+R.+M.+\(1997\).+Social+anxiety.+Guilford+Press.&ots=PqLuBRHtOU&sig=Stqw7ppkVzyLVZ6ReWQ7qXnU8s&redir_esc=y#v=onepage&q=Leary%2C%20M.%20R.%2C%20Kowalski%2C%20R.%20M.%20\(1997\).%20Social%20anxiety.%20Guilford%20Press.&f=false](https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=NkIISXNuoNgC&oi=fnd&pg=PA1&dq=Leary,+M.+R.,+Kowalski,+R.+M.+(1997).+Social+anxiety.+Guilford+Press.&ots=PqLuBRHtOU&sig=Stqw7ppkVzyLVZ6ReWQ7qXnU8s&redir_esc=y#v=onepage&q=Leary%2C%20M.%20R.%2C%20Kowalski%2C%20R.%20M.%20(1997).%20Social%20anxiety.%20Guilford%20Press.&f=false) adresinden 19.11.2022 tarihinde edinilmiştir.
- Lo, S. K., Wang, C. C., & Fang, W. (2005). Physical interpersonal relationships and social anxiety among online game players. *Cyberpsychology & behavior*, 8 (1), 15-20.
- Lup, K., Rosenthal, L., Trub, L.(2015). Instagram instasad: exploring associations among instagram use, depressive symptoms, negative social comparison, and strangers followed. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18 (5), 247-252.
- Malhan, S., Öksüz, E. (2004). Sosyal Karşılaştırma Ölçeğinin Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi. 6. *Ulusal Aile Hekimliği Kongresi, Bursa*.
- Manav, F. (2011), Kaygı Kavramı. *Toplum bilimleri dergisi*, 5 (9), 201-211.
- Manovich, L. (2017). Instagram and contemporary image. <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image> adresinden 05.10.2022 tarihinde edinilmiştir.
- Martin, R., Suls, J., Wheeler, L. (2002). Social comparison: Why, with whom, and with what effect?. *Current directions in psychological science*, 11 (5), 159-163.
- Mazalin, D., Moore, S. (2004). Internet use, identity development and social anxiety among young adults. *Behaviour Change*, 21 (2), 90-102.
- McCarthy, P. A., Morina, N. (2020). Exploring the association of social comparison with depression and anxiety: A systematic review and meta-analysis. *Clinical Psychology & Psychotherapy*, 27 (5), 640-671.
- Meier, A., Schäfer, S. (2018). The positive side of social comparison on social network sites: How envy can drive inspiration on Instagram. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21 (7), 411-417.

- Michinov, N. (2001). When downward comparison produces negative effect: The sense of control as a moderator. *Social Behaviour and Personality: an international journal*, 29 (5), 427-444.
- Milne, R., Warrender, D. (2020). Social media, social comparison and mental health. *Nursing times*, 116 (3), 58-61.
- Monreau, E. (2018). What Is Instagram, Anyway? Here's what Instagram is all about and how people are using it. Retrieved from https://www.cteonline.org/cabinet/file/df703dbd-0a56-4b5f-89098d850180a7dd/What_is_Instagram.pdf adresinden 11.03.2022 tarihinde edinilmiştir.
- Moynagh, M., Worsley, R. (2002). Tomorrow's consumer-the shifting balance of power. *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review*, 1 (3), 293-301.
- Murphy, E. C., Tasker, T. E. (2011). Lost in a crowded room: A correlational study of Facebook & social anxiety. *Interface: The Journal of education, community and values*, 11, 89-94.
- Mussweiler, T. (2003). Comparison processes in social judgment: Mechanisms and consequences. *Psychological review*, 110 (3), 472- 489.
- Myers, G. (2010). The discourse of blogs and wikis. *Language in Society*, 41 (1), 144-146.
- Nezlek, J. B. (1999). Body image and day-to-day social interaction. *Journal of personality*, 67, (2), 793-817.
- Nixon, E., Scully, M., Swords, L. (2020). Social comparisons on social media: online appearance-related activity and body dissatisfaction in adolescent girls. *Irish Journal of Psychological Medicine*, 7, 1-12. <https://doi.org/10.1017/ipm.2020.93>
- Oktan, V., Şahin, M. (2010). Kız ergenlerde beden imajı ile benlik saygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 7 (2), 543- 555.
- Öksüz, Y., (2012), Üniversite öğrencilerinin özerklik düzeyleri ile vücut algıları arasındaki ilişki. *Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28, 69-77.
- Özçelik, Ç.Ç., Şahin, Ş. (2016). Ergenlik dönemi ve sosyalleşme. *Cumhuriyet Hemşirelik Dergisi*, 5 (1), 42-49.
- Özdemir, Z. (2019). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı. *Beykoz Akademi Dergisi*, 7 (2), 91-105.
- Öztürk, A. (2014). Sosyal kaygıyı açıklayan yaklaşımlar. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 13 (48), 15-26.

- Öztürk, M. F., Talas, M. (2015). Sosyal medya ve eğitim etkileşimi. *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 7 (1), 101-120.
- Öztürk, Ş. (2015). Sosyal medyada etik sorunlar. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 9 (1), 287-311.
- Öztürk, O., Uluşahin, A. (2018). Ruh sağlığı ve bozuklukları (15. Baskı). Ankara: Sözkese Matbaacılık.
- Öztürk, L., Öztürk, S. S. S., Sarpkaya, S., Yabacı, A. (2021). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Düzeyleri İle Sosyal Görünüş Kaygısı Arasındaki İlişkinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Atlas Journal*, 7 (39), 1622-1634.
- Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*, 71 (11), 363–377.
- Peplau, L. A., Sears, D. O., Taylor, S. E. (2007). *Sosyal psikoloji*. (A. Dönmez, Çeviri Ed.). Ankara: İmge Kitabevi.
- Richins, M. L. (1991). Social comparison and the idealized images of advertising. *Journal of consumer research*, 18 (1), 71-83.
- Rieder, E. A., Saedi, N., Schoenberg, E., Wang, J. V., Zachary, C. B., (2020). Patient perception of beauty on social media: professional and bioethical obligations in esthetics. *Journal of Cosmetic Dermatology*, 19 (5), 1129-1130. <https://doi.org/10.1111/jocd.13118>
- Sandner, P., Sprenger, T., Tumasjan, A., Welpe, I. (2010). Predicting elections with twitter: What 140 characters reveal about political sentiment. *In Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 4 (1), 178-185.
- Santrock, J. W. (2015). *Yaşam Boyu Gelişim: Gelişim Psikolojisi* (G. Yüksel, Çeviri Ed.). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Saral, K. (2013). *Yetiştirme yurdunda kalan ergenlerin stresle başa çıkma tarzları eğitim-öğretim yaşantılarında stresle başa çıkma ve sosyal karşılaştırma düzeylerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi* (Yüksek lisans tezi). YÖK tez merkezinden edinilmiştir (358155).
- Savcı, M. (2017). *Ergenlerin sosyal zekâ, sosyal kaygı, akran ilişkileri, internet bağımlılığı ve sosyal bağlılık düzeyleri arasındaki ilişkiler*. (Yayımlanmamış doktora tezi) Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Scott, H., ve Woods, H. (2016). Sleepy teens: Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem. *Journal of Adolescence*, 51, 41–49.

- Seki, T. (2014). *Ergenlerin sosyal görünüş kaygısı ve öznel iyi oluşlarının sahip oldukları değerler açısından incelenmesi* (Doktora tezi). YÖK tez merkezinden edinilmiştir (372156).
- Seton, P. H. (1974). The psychotemporal adaptation of late adolescence. *Journal of the American Psychoanalytic Association*, 22 (4), 795-819.
- Seyrek, A. M. (2018). *Psikoloji Sözlüğü*. İstanbul: Yediveren Yayınları.
- Spear, L. P. (2013). Adolescent neurodevelopment. *Journal of adolescent health*, 52 (2), 7-13.
- Stein, M. B., Stein, D. J. (2008). Social anxiety disorder. *The lancet*, 371 (9618), 1115-1125.
- Steinberg, L. (2014). *Age of opportunity: Lessons from the new science of adolescence*. Boston MA: Houghton Mifflin Harcourt.
- Sübaşı, G. (2010). Üniversite öğrencilerinde sosyal kaygıyı yordayıcı bazı değişkenler. *Eğitim ve Bilim*, 32 (144), 3-15.
- Şahin, E. (2012). *Bazı değişkenlere göre ilköğretim ikinci kademe öğrencilerinin benlik saygıları ve sosyal görünüş kaygıları*. (Yüksek lisans tezi). YÖK tez merkezinden edinilmiştir (311874).
- Şahin, N. H., Şahin, N. (1992). Adolescent guilt, shame, and depression in relation to sociotropy and autonomy. *In The World Congress of Cognitive Therapy, Toronto*, 17-21.
- Şener, G. (2009, Aralık). Türkiye’de Facebook kullanımı araştırması. *XIV. Türkiye’de İnternet Konferansı*, İstanbul.
- Şirzad, N. (2019). Sosyal Ticarete Etkileşimi Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi: Trendyol Örneği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 48, 233-246.
- Stein, M. B., Stein, D. J. (2008). Social anxiety disorder. *The lancet*, 371 (9618), 1115-1125.
- Tam, M.S. (2020). *Sosyal Medya Kullanım Motivasyonlarının, Sosyal Medya Fenomenlerinin Kanaat Önderliği Rolü Üzerine Etkisi*, (Doktora Tezi). YÖK tez merkezinden edinilmiştir (611146).
- Taş, İ. (2011). *Öğretmenlerde yaşamın anlamı yaşam doyumu sosyal karşılaştırma ve iç-dış kontrol odağının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi* (Yüksek lisans tezi). YÖK tez merkezinden edinilmiştir (328092).
- Taş, G. (2015, 30 Haziran). Sosyal medyanın tarihçesi. Dijital Ajanslar, 1. <https://www.dijitalajanslar.com/sosyal-medya-tarihcesi/> adresinden edinilmiştir.

- Taşçıoğlu, C. (2018). *Sosyal ağlarda yapılan sosyal karşılaştırmaların ardından hissedilen duygular ve bu duyguların ilişkili olduğu bireysel değişkenler* (Yüksek lisans tezi). YÖK tez merkezinden edinilmiştir (645083).
- Teközel, M. (2000). *Sosyal karşılaştırma süreçlerinde benliğin olumlu değerlendirilmesi ihtiyacının incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Teközel, İ. M. (2007). *Gerçekliği inşa etkinliği olarak sosyal karşılaştırma sosyal karşılaştırma süreçlerinde gerçekçi ve kurgusal karşılaştırma enformasyonu kullanma eğilimlerinin incelenmesi* (Yayınlanmamış doktora tezi). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Tektaş, N. (2014). Üniversite mezunlarının kaygı düzeylerinin incelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (31.1), 243-253.
- Tektaş, N. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanımlarına Yönelik Bir Araştırma. *Tarih Okulu Dergisi*, 7 (17), 851-870.
- Telli, E., Ünal, Z. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Sosyo-Demografik Özelliklerine Göre Sosyal Görünüş Kaygısı: Bir Alan Araştırması. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (15), 134-146.
- Tiegman, M. (2004). Body image across the adult life span: Stability and change. *Body Image*, 1 (1), 29-41.
- Tomaş, M. (2014). Paket servis müşterilerinin sipariş vermede e-aracı kullanma nedenleri üzerine keşifsel bir araştırma: Yemeksepeti.com örneği. *Journal of Internet Applications and Management*, 5 (2), 29-41.
- Tuğlu, B. (2017). *Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçları ve sosyal medya kullanımlarına ilişkin tutumları* (Yüksek lisans tezi). YÖK tez merkezinden edinilmiştir (454683).
- Turan, S. (2021). Geç ergenlik dönemi: Ahlaki uzaklaşma. *Sportive*, 4 (2), 1-11.
- TÜİK, (2021, Temmuz). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2021. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Survey-on-Information-and-Communication-Technology-\(ICT\)-Usage-in-Households-and-by-Individuals-2021-37437](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Survey-on-Information-and-Communication-Technology-(ICT)-Usage-in-Households-and-by-Individuals-2021-37437) adresinden edinilmiştir.
- Türkçapar, H. (1999). Sosyal fobinin psikolojik kuramı. *Klinik Psikiyatri*, 2, 247-253.
- Türkçapar, H. (2004). Anksiyete bozukluğu ve depresyonun tanısal ilişkileri. *Klinik Psikiyatri*, 4, 12-16.
- Türkçapar, Ü. (2022). Examination of social appearance anxiety levels of university students. *Pakistan Journal of Medical & Health Sciences*, 16 (2), 448-448.
- Uluç, G., Yarcı, A. (2017). Sosyal medya kültürü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 52, 88-102.

- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel araştırma süreci ve spss ile veri analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uzamaz, U. F. (2000). Ergenlerde sosyal beceriler ve değerlendirme yöntemleri. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (6), 49-58.
- Varol, D. (2020). Ergenlerde sosyal görünüş kaygısı ile öznel iyi oluş arasındaki ilişkide sosyal ve duygusal özyeterliğin aracı rolü. *e-Kafkas Journal of Educational Research*, 7 (3), 319-332.
- Want, S. C. (2009). Meta-analytic moderators of experimental exposure to media portrayals of women on female appearance satisfaction: Social comparisons as automatic processes. *Body image*, 6 (4), 257-269.
- We are Social. (2021). Digital 2021: Turkey. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-turkey> adresinden 08.01.2022 tarihinde edinilmiştir.
- Wilkinson, R. G. (2020). Income inequality, social cohesion, and health: clarifying the theory—a reply to Muntaner and Lynch. In *The Political Economy of Social Inequalities* (347-365). Londra: Routledge.
- Xiao, J., Yue, Z., Zhang, R. (2022). Passive social media use and psychological well-being during the COVID-19 pandemic: The role of social comparison and emotion regulation. *Computers in Human Behavior*, 127, 1-78.
- Yavaş, C. Ö. G. (2017). Orta ve geç ergenlik dönemindeki ergenlerde tutum ve davranış farklılıkları. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (2) 113-118.
- Zhong, Y. (2022). The Influence of Social Media on Body Image Disturbance Induced by Appearance Anxiety in Female College Students. *Psychiatria Danubina*, 34 (2), 638-644.

EKLER

EK-A

SOSYODEMOGRAFİK VERİ FORMU

Değerli Katılımcı

İstanbul Gelişim Üniversitesi Klinik Psikoloji Yüksek Lisans programı tez çalışması kapsamında yapılacak olan araştırmaya katılmaya davet ediliyorsunuz. Çalışmaya katılım gönüllülük esasına dayalı olup çalışmanın herhangi bir aşamasında ayrılma hakkına sahiptir. Aşağıdaki sorular ve ekte yer alan ölçekler yetişkinlerde sosyal medya kullanımı, sosyal karşılaştırma ve sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla oluşturulmuştur. Ölçeklerde bulunan maddelere vereceğiniz yanıtların doğru ve yanlış olması söz konusu değildir. Sorulara içtenlikle cevap vermeniz araştırma için önemlidir. Formlara dair verecek olduğunuz bilgiler gizli tutulacak ve araştırma amacı dışında kullanılmayacaktır.

1. Yaşınız :	2. Cinsiyet : () Kadın () Erkek
3. Kardeş Sayısı :	4. Eğitim Durumunuz : () İlköğretim () Lise () Lisans () Lisansüstü ve Diğer
5. Çalışıyor musunuz? () Evet () Hayır	6. Gelir Düzeyiniz: () Kötü () Orta () İyi
7. Fiziksel görünüşünüzü nasıl değerlendirirsiniz? () Hiç Beğenmiyorum () Beğenmiyorum () Kararsızım () Beğeniyorum () Çok beğeniyorum	8. Hangi sosyal medya hesaplarını kullanıyorsunuz ? () Facebook () Twitter () Instagram () Youtube () Whatsapp () Diğer
9. Sosyal medyada günlük ortalama kaç saat geçiriyorsunuz? () 1 saatten az () 1-3 saat () 4-6 saat () 7 saat ve üzeri	10. Ne kadar süredir sosyal medya kullanıyorsunuz? () 1 yıldan az () 1-2 yıl () 3-4 yıl () 4 yıldan fazla

<p>11. Hangi sıklıkla sosyal medya hesaplarınızı kontrol ediyorsunuz?</p> <p><input type="checkbox"/> 15 dakikada bir <input type="checkbox"/> Yarım saatte bir <input type="checkbox"/> 60 dakikada bir <input type="checkbox"/> 2 saatte bir <input type="checkbox"/> Diğer :</p>	<p>12. Sosyal medya paylaşımlarınıza gelen beğenileri takip eder misiniz?</p> <p><input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır</p>
<p>13. Sosyal medyadaki fotoğraf paylaşımlarınızda filtre ya da photoshop uyguluyor musunuz?</p> <p><input type="checkbox"/> Evet <input type="checkbox"/> Hayır</p>	



SOSYAL MEDYA KULLANIMI ÖLÇEĞİ (SMKÖ)

Her bir maddeye katılım için “Bana hiç uygun değil (1), Bana az uygun(2), Bana orta seviyede uygun (3), Bana çok uygun(4), Bana tamamen uygun(5)” seçeneklerinden kendiniz için uygun olan bir seçeneği seçiniz.

	Bana hiç uygun değil	Bana az uygun	Bana orta seviyede uygun	Bana çok uygun	Bana tamamen uygun
Akıllı telefonumdan uzak kaldığımda kendimi eksik, huzursuz hissedirim.	1	2	3	4	5
Uyumadan önce ve uyandıktan hemen sonra mutlaka sosyal medya hesaplarımı kontrol ederim.	1	2	3	4	5
Mobil cihazlarımla (tablet, telefon vs.) devamlı çevrimiçi/aktif bulunurum.	1	2	3	4	5
Bir şey okuyup çalışırken sosyal medya bağlantımı da kesmem.	1	2	3	4	5
Sosyal medya ve internet kullanarak her işimi yapabilirim.	1	2	3	4	5
Günlük tüm etkinliklerimi (konuşma, oyun, banka alışveriş vb.) sosyal medya üzerinden yönetebilirim.	1	2	3	4	5
Yaşamımın her alanında sosyal medyayı aktif kullanırım.	1	2	3	4	5
Aynı anda hem tablet, akıllı telefon vb. kullanıp hem de diğer işlerimi yapabilirim.	1	2	3	4	5

SOSYAL GÖRÜNÜŞ KAYGISI ÖLÇEĞİ (SGKÖ)

		Hiç Uygun Değil	Uygun Değil	Biraz Uygun	Uygun	Tamamen Uygun
1	Dış görünüşümle ilgili kendimi rahat hissedirim.	1	2	3	4	5
2	Fotoğraflım çekilirken kendimi gergin hissedirim.	1	2	3	4	5
3	İnsanlar doğrudan bana baktıklarında gerilirim.	1	2	3	4	5
4	İnsanların görünüşümden dolayı benden hoşlanmayacakları konusunda endişelenirim.	1	2	3	4	5
5	Yanlarında olmadığım zamanlarda insanların, görünüşümle ilgili kusurlarımı konuşacaklarından endişelenirim.	1	2	3	4	5
6	Görünüşümden dolayı insanların benimle beraber vakit geçirmek istemeyeceklerinden endişelenirim.	1	2	3	4	5
7	İnsanların beni çekici bulmamalarından korkarım.	1	2	3	4	5
8	Görünüşümün yaşamımı zorlaştıracığından endişe duyarım.	1	2	3	4	5

9	Karşıma çıkan fırsatları görünüşümden dolayı kaybetmekten kaygılanırım.	1	2	3	4	5
10	İnsanlarla konuşurken görünüşümden dolayı gerginlik yaşıyorum.	1	2	3	4	5
11	Diğer insanlar görünüşümle ilgili bir şey söylediklerinde kaygılanırım.	1	2	3	4	5
12	Dış görünüşümle ilgili başkalarının beklentilerini karşılayamamaktan endişeleniyorum.	1	2	3	4	5
13	İnsanların görünüşümü olumsuz olarak değerlendirecekleri konusunda endişelenirim.	1	2	3	4	5
14	Diğer insanların görünüşümdeki bir kusurun farkına vardıklarını düşündüğümde kendimi rahatsız hissedirim.	1	2	3	4	5
15	Sevdiğim kişinin görünüşümden dolayı beni terk edeceğinden endişe duyuyorum.	1	2	3	4	5
16	İnsanların görünüşümün iyi olmadığını düşünmelerinden endişeleniyorum.	1	2	3	4	5

Araştırmacıya önemli not: 1. Madde tersten kodlanmaktadır.

SOSYAL KARŞILAŞTIRMA ÖLÇEĞİ (SKÖ)

Sizin de bildiğiniz gibi, hepimiz zaman zaman kendimizi diğer insanlarla karşılaştırır ve bazı değerlendirmeler yaparız. Bu değerlendirmeler sonucunda kendimizle ilgili bazı fikirler ediniriz. Sizin de kendinizle ilişkili bazı kişisel görüşleriniz mutlaka vardır. Lütfen aşağıdaki sıfatların her birinde sizi en iyi yansıtan sayıyı bularak üzerine (X) işareti koyunuz.

1 – Sol taraftaki boyuta en yakın olmayı ifade eder.

6 – Sağ taraftaki boyuta en yakın olmayı ifade eder.

Sol

Sağ

Yetersiz	1	2	3	4	5	6	Yeterli /Üstün
Beceriksiz	1	2	3	4	5	6	Becerikli
Başarısız	1	2	3	4	5	6	Başarılı
Sevilmeyen biri	1	2	3	4	5	6	Sevilen biri
İçedönük	1	2	3	4	5	6	Dışadönük
Yalnız	1	2	3	4	5	6	Yalnız değil
Dışta bırakılmış	1	2	3	4	5	6	Kabul edilmiş
Sabırsız	1	2	3	4	5	6	Sabırlı
Hoşgörüsüz	1	2	3	4	5	6	Hoşgörülü
Söyleneni yapan	1	2	3	4	5	6	İnisiyatif sahibi
Korkak	1	2	3	4	5	6	Cesur
Kendine güvensiz	1	2	3	4	5	6	Kendine güvenli
Çekingen	1	2	3	4	5	6	Atılgan
Dağınık	1	2	3	4	5	6	Düzenli
Pasif	1	2	3	4	5	6	Aktif
Kararsız	1	2	3	4	5	6	Kararlı
Antipatik	1	2	3	4	5	6	Sempatik
Boyuneğici	1	2	3	4	5	6	Hakkını Arayıcı

SOSYAL MEDYA KULLANIM ÖLÇEĞİ (SMKÖ) KULLANIM İZİNİ

ÖLÇEK KULLANIM TALEBİ

Gelen Kutusu

Asena ESER

31 Ağustos 2021

12:18

Merhabalar Levent Hocam

Ben Psikolog Asena Eser. İstanbul Gelişim Üniversitesi'nde Klinik Psikoloji Yüksek Lisans öğrenimime devam etmekteyim. Doç. Dr. Mustafa Kayhan Bahalı danışmanlığında tez konumu 'Sosyal Medya Kullanımı, Sosyal Karşılaştırma ve Sosyal Görünüş Kaygısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi' olarak belirledim. Bu kapsamda Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği'ni kullanmak üzere izninizi talep ediyorum. Ölçek ve skorlama bilgisi hakkında bilgilendirmeleriniz benim için çok faydalı olacaktır, ilginiz için teşekkür ederim. İyi çalışmalar dilerim.
Saygılarımla

Levent DENİZ

31 Ağustos 2021

12:51

Sn. Asena ESER,

Yüksek lisans teziniz kapsamında tarafımızca geliştirilen Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği'ni kullanabilirsiniz. Ölçeğin geliştirildiği ve kullanıldığı birer makalenin künyesi de aşağıda bulunmaktadır. Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği'nin planlanması ile ilgili bilgileri makalede bulabilirsiniz.

Çalışmanızda başarılar dilerim.

Deniz, L. & Tutgun-ünal, A. (2019). Sosyal Medya Çağında Kuşakların Sosyal Medya Kullanımı ve Değerlerine Yönelik Bir Dizi Ölçek Geliştirme Çalışması . OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi , 11 (18) , 1025-1057. DOI: 10.26466/opus.557240

Tutgun-ünal, A., Deniz, L. (2020). Sosyal Medya Kuşaklarının Sosyal Medya Kullanım Seviyeleri ve Tercihleri . OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi , 15 (22) , 1289-1319 . DOI: 10.26466/opus.626283

--

Prof. Dr. Levent DENİZ

SOSYAL GÖRÜNÜŞ KAYGISI ÖLÇEĞİ (SGKÖ) KULLANIM İZİNİ

ÖLÇEK KULLANIM TALEBİ

Gelen Kutusu

Asena ESER

31 Ağustos 2021

12:15

Merhabalar Tayfun Hocam

Ben Psikolog Asena Eser. İstanbul Gelişim Üniversitesi'nde Klinik Psikoloji Yüksek Lisans öğrenimime devam etmekteyim. Doç. Dr. Mustafa Kayhan Bahalı danışmanlığında tez konumu 'Sosyal Medya Kullanımı, Sosyal Karşılaştırma ve Sosyal Görünüş Kaygısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi' olarak belirledim. Bu kapsamda Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'ni kullanmak üzere izninizi talep ediyorum. Ölçek ve skorlama bilgisi hakkında bilgilendirmeleriniz benim için çok faydalı olacaktır, ilginiz için teşekkür ederim. İyi çalışmalar dilerim.

Saygılarımla

Tayfun DOĞAN

31 Ağustos 2021

12:29

Merhaba,

Ölçeği web sitemden indirerek kullanabilirsiniz.

İyi çalışmalar dilerim.

ETİK KURUL KARAR ÖRNEĞİ



T.C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
Etik Kurul Başkanlığı

ETİK KURUL KARAR ÖRNEĞİ

TOPLANTI TARİHİ: 11.02.2022
TOPLANTI SAYISI: 2022-04

KARAR NO: 2022-04-15: Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Klinik Psikoloji Yüksek Lisans 201424056 numaralı öğrencisi Asena ESER' in "Geç Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımı, Sosyal Karşılaştırma Ve Sosyal Görünüş Kaygısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi" konulu çalışması hakkında yapacağı anket sorularının, etik kurallara uygun olup olmadığını tespit etmek üzere, İGÜ Etik Kurulumuzun 21.01.2022 tarih ve 2022-02 sayılı toplantısında, İGÜ Etik Kurul Yönergesinin 12(1) maddesine göre değerlendirme yapmak üzere görevlendirilen öğretim elemanlarının raporları incelenmiş olup, ilgili çalışmada yer alan bilimsel araştırmanın etik kurallara uygun olduğuna oy birliği ile karar verildi.

