

T.C.
İSTANBUL BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI
KLİNİK PSİKOLOJİ BİLİM DALI

**BEDEN TUTUMU VE GÖRÜNÜMLE İLİŞKİLİ SOSYAL
MEDYA BİLİNCİ İLİŞKİSİNDE DÜŞÜNCE
ÖZELLİKLERİNİN ARACI ROL İLİŞKİSİ**

Yüksek Lisans Tezi

Tezi Hazırlayan

Sanem Su KAHRAMANOĞLU

İstanbul, 2023

T.C.
İSTANBUL BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI
KLİNİK PSİKOLOJİ BİLİM DALI

**BEDEN TUTUMU VE GÖRÜNÜMLE İLİŞKİLİ SOSYAL
MEDYA BİLİNCİ İLİŞKİSİNDE DÜŞÜNCE
ÖZELLİKLERİNİN ARACI ROL İLİŞKİSİ**

Yüksek Lisans Tezi

Tezi Hazırlayan

Sanem Su KAHRAMANOĞLU

Öğrenci No:

2020039015

ORCID ID: 0000-0002-7607-5821

Danışman:

Doç. Dr. Neslim GÜVENDEĞER DOKSAT

İstanbul, 2023

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “**Beden Tutumu ve Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci İlişkisinde Düşünce Özelliklerinin Aracı Rol İlişkisi**” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmamın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve bunu onurumla doğrularım. 31/05/2023

Sanem Su KAHRAMANOĞLU



T.C.
İSTANBUL BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ
TEZLİ YÜKSEK LİSANS SINAV TUTANAĞI

31.05.2023

Enstitümüz *Psikoloji* Anabilim Dalı *Klinik Psikoloji* Programı yüksek lisans öğrencilerinden **2020039015** numaralı **Sanem Su KAHRAMANOĞLU'nun** "*Beykent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim – Öğretim Yönetmeliği*"nin ilgili maddesine göre hazırlayarak, Enstitümüze teslim ettiği "*Beden Tutumu ve Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci İlişkisinde Düşünce Özelliklerinin Aracı Rol İlişkisi*" konulu tezini, Yönetim Kurulumuzun 30/05/2023 tarih ve 2023/22 sayılı toplantısında seçilen ve yüz yüze toplanan biz jüri üyeleri huzurunda, Beykent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliğinin 29. maddesinin 3. fıkrası gereğince 45 dakika süre ile aday tarafından savunulmuş ve sonuçta adayın tezi hakkında "**OYBİRLİĞİ**" ile "**KABUL**" kararı verilmiştir.

İşbu tutanak, 2 nüsha olarak hazırlanmış ve Enstitü Müdürlüğü'ne sunulmak üzere tarafımızdan düzenlenmiştir.

DANIŞMAN
Doç. Dr. Ne*** GÜ*** DO***
(İstanbul Beykent Üniversitesi)

ÜYE
Dr. Öğr. Üyesi Hü*** EB***
(İstanbul Beykent Üniversitesi)

ÜYE
Dr. Öğr. Üyesi Fa*** BA***
(Sakarya Üniversitesi)

Ad ve Soyadı : Sanem Su KAHRAMANOĞLU
Danışman : Doç. Dr. Neslim GÜVENDEĞER DOKSAT
Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans Tezi, 2023
Alanı : Klinik Psikoloji
Anahtar Kelimeler : Beden Tutumu, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci, Düşünce Özellikleri

ÖZ

BEDEN TUTUMU VE GÖRÜNÜMLE İLİŞKİLİ SOSYAL MEDYA BİLİNCİ İLİŞKİSİNDE DÜŞÜNCE ÖZELLİKLERİNİN ARACI ROL İLİŞKİSİ

Bu çalışmanın amacı, bireylerin beden tutumu ve görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ilişkisinde düşünce özelliklerinin aracı rolünün incelenmesidir. Bu doğrultuda demografik değişkenlerin beden tutumu, görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ve düşünce özelliklerindeki farklılaşma durumu incelenmiştir.

Bu çalışmada katılımcılara, sosyodemografik bilgi formu, beden tutumu ölçeği, görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ölçeği ve düşünce özellikleri ölçeği uygulanmıştır. Araştırmaya Türkiye'nin çeşitli illerinden 18-65 yaş arası 401 kişi katılım sağlamıştır. Araştırma, ilişkisel tarama modelinde yapılmıştır. Veriler SPSS 21 programıyla analiz edilmiştir.

Araştırmanın sonucunda elde edilen bulgulara göre, beden tutumunun görünümle ilişkili sosyal medya bilincinin yordayıcısı olduğu, düşünce özelliklerinin görünümle ilişkili sosyal medya bilincinin yordayıcısı olduğu ve beden tutumu ile görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arasındaki ilişkide düşünce özelliklerinin aracı rolü olduğu bulunmuştur. Bulgular ışığında değişkenler, literatür ile tartışılmış ve öneriler sunulmuştur.

Name and Surname : Sanem Su KAHRAMANOĞLU
Supervisor : Assoc. Dr. Neslim GÜVENDEĞER DOKSAT
Degree and Date : Master Thesis, 2023
Major : Clinical Psychology
Keywords : Body Attitude, Social Media Consciousness Related To Appearance, Cognitive Distortions

ABSTRACT

THE INTERMEDIATE ROLE RELATIONSHIP OF COGNITIVE DISTORTIONS IN THE RELATIONSHIP OF BODY ATTITUDE AND APPEARANCE RELATED TO SOCIAL MEDIA CONSCIOUSNESS

The aim of this study is to examine the mediator role of individuals in the relationship between body attitude and social media consciousness related to appearance, in the cognitive distortions. In this direction, the differentiation status of demographic variables in body attitude, social media consciousness related to appearance and thought characteristics are examined.

In this study, sociodemographic information form, body attitude scale, appearance-related social media consciousness scale related to appearance and cognitive distortions scale were applied to 401 participants aged between 18-65 from Turkey. The research was conducted in the relational screening model. The data were analyzed with the SPSS 21 program.

According to the findings obtained as a result of the research, it was found that body attitude was a predictor of social media consciousness related to appearance, cognitive distortions were a predictor of social media awareness related to appearance and cognitive distortions had a mediating role in the relationship between body attitude and social media consciousness related to appearance. In the light of the findings, the variables were discussed with the studies in literature and suggestions were presented.

İÇİNDEKİLER

ÖZ

ABSTRACT

TABLolar LİSTESİ	iii
KISALTMALAR	v
SÖZLÜK.....	vi
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL AÇIKLAMALAR

1. BEDEN TUTUMU	4
1.1. Vücut Boyutunun Olumsuz Değerlendirilmesi.....	8
1.2. Kişinin Kendi Vücuduna Aşına Olmaması.....	9
1.3. Genel Vücut Memnuniyetsizliği	10
2. GÖRÜNÜMLE İLİŞKİLİ SOSYAL MEDYA BİLİNCİ.....	11
2.1. Sosyal Medyanın Bireyler üzerindeki Olumlu ve Olumsuz Etkileri	15
3. DÜŞÜNCE ÖZELLİKLERİ.....	16
3.1. Bilişsel Çarpıtma Çeşitleri	18

İKİNCİ BÖLÜM

YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Modeli.....	22
2.2. Evren ve Örneklem	22
2.3. Veri Toplama Araçları	23
2.3.1. Demografik Bilgi Formu	23
2.3.2. Beden Tutumu Ölçeği.....	23
2.3.3. Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci Ölçeği	23
2.3.4. Düşünce Özellikleri Ölçeği.....	24
2.4. Ölçek Uygulama Prosedürü	24
2.5. Veri Analizi.....	24

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR.....	25
TARTIŞMA.....	45
SONUÇ	51
KAYNAKÇA.....	52
EKLER	62
Ek 1: Sosyodemografik Bilgi Formu	62
Ek 2: Beden Tutumu Ölçeği	63
Ek 3: Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci Ölçeği	64
Ek 4: Düşünce Özellikleri Ölçeği	65
Ek-5: Etik Kurul İzni	72

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: Demografik Değişkenlerin Sıklık Dağılımının İncelenmesi.....	25
Tablo 2: Kullanılan Ölçeklere İlişkin Çarpıklık ve Basıklık Değerleri.....	26
Tablo 3: Ölçeklerin İç Tutarlılık Katsayılarının İncelenmesi.....	26
Tablo 4: Beden Tutumu, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci ve Düşünce Özellikleri Değişkenlerinin Ortalama ve Standart Sapma Minimum ve Maximum Değerlerinin İncelenmesi.....	27
Tablo 5: Beden Tutumu, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci ve Düşünce Özellikleri Değişkenlerinin Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumunun İncelenmesi (Bağımsız Örneklem t Testi)	27
Tablo 6: Beden Tutumu, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci ve Düşünce Özellikleri Değişkenlerinin Medeni Duruma Göre Farklılaşma Durumunun İncelenmesi (Bağımsız Örneklem t Testi)	28
Tablo 7: Beden Tutumu, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci ve Düşünce Özelliklerinin Eğitim Durumuna Göre Farklılaşma Durumunun İncelenmesi (Tek Yönlü Anova)	29
Tablo 8: Beden Tutumu, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci ve Düşünce Özellikleri Değişkenlerinin Aylık Gelir Durumuna Göre Farklılaşma Durumunun İncelenmesi (Tek Yönlü Anova)	30
Tablo 9: Beden Tutumu, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci ve Düşünce Özellikleri Değişkenlerinin Yaş Göre Farklılaşma Durumunun İncelenmesi (Tek Yönlü Anova).....	31
Tablo 10: Beden Tutumu ile Düşünce Özellikleri Değişkenlerinin İlişkisinin İncelenmesi (Korelasyon Analizi).....	32
Tablo 11: Düşünce Özellikleri ile Beden Tutumu Alt Boyutlarının İlişkisinin İncelenmesi (Korelasyon Analizi).....	33
Tablo 12: Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci ile Düşünce Özellikleri Değişkenlerinin İlişkisinin İncelenmesi (Korelasyon Analizi)	37
Tablo 13: Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci ile Düşünce Özellikleri Değişkenlerinin İlişkisinin İncelenmesi (Korelasyon Analizi)	38
Tablo 14: Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci ile Düşünce Özellikleri Değişkenlerinin İlişkisinin İncelenmesi (Korelasyon Analizi)	39

Tablo 15: Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci ile Beden Tutumu Değişkenlerinin İlişkisinin İncelenmesi (Korelasyon Analizi)	40
Tablo 16: Beden Tutumu ve Düşünce Özellikleri Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci Düzeyini Yordamakta Mıdır? (Regresyon Analizi)	41
Tablo 17: Beden tutumu (BT) ve Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci (GİSMB) Arasındaki İlişkide Düşünce özelliklerinin (DÖ) Aracı Rolü	43



KISALTMALAR

APA	: Amerikan Psikiyatri Birliği
DSM-V	: Psikiyatrik Bozukluklar Tanı Ölçütleri Başvuru El Kitabı
SPSS	: Sosyal Bilimler İçin İstatistik Paketi



SÖZLÜK

Beden Tutumu: Bireyin bedenine ilişkin duygu ve düşünceleri sonucunda ortaya çıkan uzun süreli değerlendirmeleridir.

Düşünce Özellikleri: Bireylerin zihin okuma, zihinsel filtreleme gibi özellikleridir.

Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci: Bireyin düşünce ve davranışlarının sosyal medya platformlarındaki bireyler üzerindeki etkisindeki bilinç düzeyidir.



GİRİŞ

Beğenilmek ve diğer insanlar tarafından dikkat çekmek, seçilmek ya da tercih edilmek insanlığın var oluşundan beri önemli bir olgudur. Bu beğenilme ve tercih edilme yarışmasında rekabeti en aza indirmek adına kişiler zaman zaman, kendilerini diğer insanlardan daha bakımlı, daha güzel ve daha estetik hale getirmek adına çabalar harcar. İnsanların bedenlerine dair uğraşlarının ve estetik kaygılarının da tarih boyunca önemli olduğu düşünülmektedir. Günümüzde yapılan estetik operasyonlar ve daha güzel görünmek için yapılan türlü müdahalelerin yanı sıra geçmiş dönemlerde de anatomiye uygun olmamasına karşın sırf daha zayıf görünmek adına korse kullanımı gibi yöntemlerin olduğu bilinmektedir. Hal böyleyken güzellik algısının insanlık için önemli bir olgu olduğu düşünülebilir.

Günümüzde önemli değişimlerden biri de sosyal medya kullanımıdır. Son yıllardaki teknolojik gelişmelerin etkisiyle sosyal medya kullanımının gittikçe arttığı ve toplumun büyük bir kısmının sosyal medya kullandığı görülmektedir. Sosyal medya hayatımızda ciddi boyutta yer kaplamakta iken bu kullanımda bilinçli olmanın önem arz ettiği aşıkardır. Her konuda olduğu gibi burada da faydalar ve zararlar mevcuttur ve kullanım şekli ya da amacı kullanıcılara göre değişiklik göstermektedir. Bu kullanım amaçlarından bazıları şu şekilde sıralanabilir: dünya üzerinde olan olaylarla ilgili haberleri ve gündemi takip etme, sosyalleşme, görünür olma, vb. Aynı zamanda sosyal medya aracılığıyla para kazanan ve geçimini bu yolla kazanan insanlar da bulunmakta ve sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla yeni meslek kolları oluşmaktadır. 21. yüzyıl itibari ile ‘‘influencer’’ olmak bir meslek haline dönüşmüştür. Geçmiş yıllarda toplumda dergiler, mankenler ve modeller takip edilirken günümüzde influencerlar bu görevi sıklıkla üstlenmektedir. Çağ bu denli değişirken sosyal medya birçok araştırmacının ilgisini çekmekte ve mercek altına alınmaktadır. Kişilerin istediklerini paylaşabiliyor, kendilerini aslında olduklarından farklı bir şekilde, istedikleri gibi gösterebiliyor olmaları, kusurları rahatlıkla gizleyebilmeleri, bu paylaşımları gören sosyal medyaya dair bilinci ve farkındalığı düşük kişiler tarafından gerçekte olan buymuş gibi algılanabilme ve kişilerin kendi beden tutumuna dair gerçeklikten uzak bir zemin oluşumu riskine sebep olabilmektedir. Bu sosyal platformlardaki manipülasyona açık paylaşımlar kişilerin düşünce özelliklerinin olumlu çerçeveden uzaklaşması noktasında tetikleyici olabilmektedir. Sosyal medyada

paylaşılan içeriklerin, kişilerin hayatlarının göstermek istedikleri kadarından ibaret olması, bu anlamda farkındalığa sahip olmayan kişiler tarafından kendi hayatlarının diğer insanların hayatları kadar iyi olmadığı algısı oluşturabilmektedir.

Düşünce özellikleri kişilerin çarpıtılmış, işlevsel olmayan bilişleri ve katı tutumlarıyla ilişkilidir. Aynı zamanda beden tutumuna dair bilişsel çarpıtmalar, yeme bozuklukları, beden dismorfik bozukluk gibi birçok patolojiye sebep olabilmekte, kişilerin hayatlarını olumsuz bir çerçevede ciddi oranda etkileyebilmektedir. Hem tehlikeli olabilecek hem de hayata işlevsellik katabilecek olan bu mecrayla ilgili tartışmalara istinaden, bu araştırmada bilinçli kullanımın önemine dikkat çekmenin önem arz ettiği düşünülmektedir.

Araştırmanın Amacı

Araştırma, beden tutumu ile görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ilişkisinde düşünce özelliklerinin aracı rol ilişkisini incelemek amacıyla yapılmıştır. Bu araştırmada ayrıca, örneklem grubunun farklı demografik özellikleri sorularak bu gruplara göre farklılık gösterip göstermediklerine de bakılmıştır. Bu konuda literatüre katkı sağlamak amaçlanmaktadır. Bu temel amaçla birlikte araştırmada şu sorular incelenecektir:

- 1) Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci cinsiyete göre farklılaşmakta mıdır?
- 2) Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci yaşa göre farklılaşmakta mıdır?
- 3) Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci eğitim durumuna göre farklılaşmakta mıdır?
- 4) Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci medeni duruma göre farklılaşmakta mıdır?
- 5) Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ekonomik duruma göre farklılaşmakta mıdır?
- 6) Beden tutumu cinsiyete göre farklılaşmakta mıdır?
- 7) Beden tutumu yaşa göre farklılaşmakta mıdır?
- 8) Beden tutumu eğitim durumuna göre farklılaşmakta mıdır?
- 9) Beden tutumu medeni duruma göre farklılaşmakta mıdır?
- 10) Beden tutumu ekonomik duruma göre farklılaşmakta mıdır?
- 11) Düşünce özellikleri cinsiyete göre farklılaşmakta mıdır?
- 12) Düşünce özellikleri yaşa göre farklılaşmakta mıdır?

- 13) Düşünce özellikleri eğitim durumuna göre farklılaşmakta mıdır?
- 14) Düşünce özellikleri medeni duruma göre farklılaşmakta mıdır?
- 15) Düşünce özellikleri ekonomik duruma göre farklılaşmakta mıdır?

Araştırmanın Önemi

Son yıllarda gittikçe yaygınlaşan sosyal medya kullanımı göz önüne alındığında, kullanıcıların beden tutumları ile görünümle ilişkili sosyal medya bilinçlerinin incelenmesinin aynı zamanda bu ilişkide düşünce özelliklerinin aracı rol ilişkisinin de incelenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Alan yazın incelendiğinde bu anlamda yapılan çalışmalara rastlanmamıştır. Bu anlamda da bu çalışmanın literatüre katkı sağlamak açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Araştırmanın Problem Cümlesi

Bu çalışmada beden tutumu ve görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ilişkisinde düşünce özelliklerinin aracı rolü incelenmiştir.

Hipotezler

H1: Beden tutumu ile görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Beden tutumu ile görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arasındaki ilişki düşünce özelliklerine göre farklılaşmaktadır.

H3: Düşünce özellikleri ile görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H4: Düşünce özellikleri ile beden tutumu arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

Sayıtlar

Katılımcıların ölçeklere ve demografik sorulara gönüllülük esasına dayalı bir şekilde, samimi ve dürüst cevap verdiği varsayılmaktadır.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma ülkemizde yapılmış olmasıyla sınırlıdır.

18-65 yaş aralığındaki bireyler ile sınırlıdır.

Kullanılan anket yöntemi olan internet anketleri ile sınırlıdır.

BİRİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL AÇIKLAMALAR

1. BEDEN TUTUMU

Beden imajı kavramıyla bireyin kendi bedenine dair yorumlamalarını, duygularını ve düşüncelerinin sonucunda ortaya çıkardığı davranışların incelenmesi ele alınmaktadır (Şahin vd., 2020: 963). Bireyin kendi bedenine dair düşünceleri ve değerlendirmeleri sonucunda olumlu veya olumsuz algı ortaya çıkabilmektedir (Şahin vd., 2020: 963). Böylelikle birey, kendi bedenine dair yorumlamalarda bulunabilmektedir (Tylka, 2011: 199-207). Aynı zamanda insanın doğası gereği sosyal bir varlık olması ve diğerleriyle ilişki kurarak hayatını devam ettiriyor oluşu hem fizyolojik ve psikolojik gelişimini sağlamakta hem de bedenine dair algısını da şekillendirmektedir (Erdoğan ve Tütüncü, 2015: 90). Bireyin kişisel yorumlamalarının gerçek durumu doğrudan aynı şekilde yansıtması her zaman mümkün olmamaktadır (Cash, 2004: 1). Dolayısıyla bireyin kendisine dair yorumunun gerçeği yansıttığı yönler olabileceği gibi yansıtmadığı yönler de olabilmektedir (Cash, 2004: 1).

Benlik saygısı, kişinin değerli olduğunu düşünmesi olarak isimlendirilirken, kendi vücuduna dair pozitif bilişlere sahip olması beden memnuniyeti olarak adlandırılır (Okumuşoğlu, 2017: 1173). Beden tutumu kavramı ile de, bireyin kendi bedenine dair duygu, düşünce ve davranışlarının sonucunda olumlu veya olumsuz olarak tutum geliştirmesi incelenmektedir (Pinquart, 2013: 141-148). Beden tutumu kavramıyla bireyin, kendi bedenine dair öznel yorumlamalarının ele alındığı gözlemlenmektedir (Damiano vd., 2015: 1166-1169).

Bireyin değiştiremeyeceği biyolojik bedensel özellikleri bulunmaktadır (Damiano vd., 2015: 1166-1169). Bu bedensel özelliklere sahip kişilerin beden tutumları arasında farklılıklar görülebilmektedir (Damiano vd., 2015: 1166-1169). Bu farklılıklar bireyin değerlendirmelerinin öznel oluşuyla doğrudan ilişkili olarak değerlendirilmektedir (Swami, 2015). Birey, bedensel özelliklerini benimsediği ve içselleştirdiği ölçüde beden tutumunun da olumlu yönde olması beklenirken benimseyemediği ve bazı hususlar üzerinde memnuniyetsizlik geliştirdiği ölçüde olumsuz yönde olması beklenmektedir (Tylka, 2011: 199-207). Her ne kadar sağlıklı

ve uyumlu kişiler kendilerini olumlu değerlendirme eğiliminde olsalar da, kişilerin kendilerini oldukları gibi kabul edebilmeleri için çevrelerinden onay görmeye ihtiyaçları olabilir; bu sebeple benlik saygısı benliğe duygusal bir perspektiften bakmak olarak düşünülebilir (Oktan ve Şahin, 2010: 543-556). Kişinin bedenine önem vermesi ve bu formun hem kalıcılığını hem de devamlılığını sağlaması için bilişsel sürecini yönlendirmesinin başka bir yolu ise, beden takdiridir (Halliwell, 2013: 510).

Bireyin fiziksel özelliklerinin sosyal çevresi tarafından değerlendirildiği ölçüde farklı yorumlara maruz kalabildiği görülmektedir (Damiano vd., 2015: 1166-1169). Böylece bireyin gerçek fiziksel özellikleri, kendi yorumu ve sosyal çevresinin yorumları sonucunda beden tutumunun olduğu söylenebilmektedir (Pinquart, 2013: 141-148). Her ne kadar bireyin dış ortamdaki yorumlamalardan etkilenmesi hususundan bahsedilse de beden tutumunu asıl belirleyen husus bireyin kendine dair yorumlamaları olarak ele alınmaktadır (Tylka, 2011: 199-207). Sosyal çevre tarafından yapılan yorumların yalnızca bu süreçte etkileyici rolü olduğundan bahsedilmektedir (Pinquart, 2013: 141-148).

Beden tutumu, bireyin geçmiş yaşantıları, yaşamakta olduğu kültürdeki değerler, sosyal çevrenin değerlendirmeleri gibi pek çok durumdan etkilenmektedir (Neagu, 2015: 30-31). Bireyin içinde yer aldığı ailenin birey hakkındaki bedensel yorumlamaları da beden tutumuna etki edebilmektedir (Neagu, 2015: 32). Bireyin aile içinde olumlu ve doğru yorumlamalara tanıklık etmesi beden tutumuna olumlu etki edebilmektedir (Pinquart, 2013: 141-148). Bununla birlikte bireyin fiziksel özellikleri hakkında gerçeği yansıtmayan aşırı olumlu veya aşırı olumsuz yorumların bireyin ailesine karşı güvenini yitirmesine sebebiyet verebileceği kanısına varılmaktadır (Neagu, 2015: 30-31). Bireyin ebeveynleri ile arasındaki ilişki beden tutumuna etki eden bir husus olarak değerlendirilmektedir. Ebeveynleri ile bağlanma stillerinin beden tutumuna olumlu etkileri olabileceği gibi olumsuz etkileri de olabileceği gözlemlenmiştir (Tylka, 2011: 199-207).

Kişinin mental sağlığını ve iyi oluşunu ciddi oranda etkileyen öz imgenin temel boyutlarından biri vücut estetiğidir; bununla birlikte estetik vücuda dair takdir bedenin algılanışıyla ilgili değildir, aynı zamanda sosyokültürel etkileri ve bulunulan ortama dair fikirleri de kapsar (Mele vd., 2013: 3). Beden tutumu, içinde yaşanmakta olunan

toplumdaki medya araçlarından da etkilenebilmektedir. Medyanın bireye karşı yansıtmış olduğu içeriklerin bireyin kendisine dair olumlu veya olumsuz tutumunu değiştirebileceği gözlemlenmektedir (Cash, 2004: 1). Aynı zamanda medya kişilerin görünüşleriyle ilgili sosyokültürel mesajlara maruz kalabileceği en güçlü alanlardan biridir ve medya tarafından ideal olarak öne sürülen vücut yapıları, kişilerde bedenlerine dair memnuniyetsizlik, negatif etkiler ve zayıf olmanın idealliğinin kabulü gibi sonuçlar doğurabilmekte, bu sonuçlar neticesinde ise yeme tutumu üzerinde olumsuz etki olduğu görülmektedir (Halliwell, 2013: 510). Beden tutumu kavramı nesnel gerçekliğin ötesinde değerlendirilen bir kavramdır. Bu kavram ile bireyin psikososyal maruz kaldığı pek çok etken bir arada değerlendirilmekte ve bir çıktı ele alınmaktadır (Tiggemann ve Boundy, 2008: 399-405). Bireyin psikolojik ve sosyal süreçleri sonucunda kendi bedenine dair tutumunun değiştiği görülebilmektedir (Damiano vd., 2015: 1166-1169).

Yapılan araştırmalarda elde edilen bulgulara göre psikolojik ve sosyal etkiler sonucunda beden tutumu değişiklik gösterebilmektedir (Tiggemann ve Boundy, 2008: 399-405). Bu değişikliğin cinsiyete göre farklılaştığı çalışmalara rastlanmaktadır (Pinquart, 2013: 141-148). Kadınların erkeklere kıyasla beden tutumlarının daha olumsuz olduğu görülmektedir. Bu durumun pek çok sebebi olabileceği gibi toplumsal cinsiyet rollerinin kadınlara yüklediği anlamların beden tutumuna etki edebildiği kanısına varılmaktadır (Neagu, 2015: 32).

Kadınların güzellik ile fiziksel özelliklerine yapılan atıfların cinsiyetin beden tutumu bakımından farklılıklara sebep olmasına neden olabileceği düşünülmektedir (Neagu, 2015: 32). Toplumsal cinsiyet rollerinin kadına yüklediği anlamlar sonucunda kadınların beden tutumunda daha olumsuz değerlendirmeler yapmasına karşın erkeklere anlamlar yüklenmemesinden kaynaklı olarak bu farklılaşmaların yaşanmadığı düşünülmektedir (Damiano vd., 2015: 1166-1169).

Bireylerin yaşadığı hastalıkların beden tutumlarına dair olumsuz etkiler yaratabileceği düşünülmektedir (Pinquart, 2013: 141-148). Literatürde yapılan çalışmalarda gözlemlenen bulgulara göre, kronik hastalıklarda bireyin kendisine dair olumsuz algılar geliştirdiği gözlemlenmektedir (Pinquart, 2013: 141-148). Yapılan araştırmalarda fiziksel olarak belirliliği yüksek olan hastalıklarda bireylerin beden

tutumuna dair olumsuzlukların ortaya çıkabildiği gözlemlenmektedir (Uluyol ve Barışkın, 2020: 57-77). Herhangi bir hastalığı olmayan bireylere kıyasla hastalığı olan bireylerin beden tutumlarında farklılaşmalar gözlemlenmiştir (Fredrickson ve Roberts, 1997: 173-206). Bu hastalıklar, omurilik eğriliği, obezite ve kanser gibi hastalıklar olabilmektedir. Hastalığın ortaya çıkardığı bedensel belirtilerin sonucunda bireyin beden tutumunda değişimler gözlemlenmektedir (Uluyol ve Barışkın, 2020: 57-77).

Vücut boyutunun olumsuz tutumlara sahip olduğu örneklem grupları genellikle kadınlarda ve batı toplumlarında görülmüştür (Fredrickson ve Roberts, 1997: 173-206). Bu durumun sosyal ve psikolojik pek çok sebebi olabileceği gibi temelde cinsiyet rollerinin etkisi görülmektedir (Swami, 2015).

Nesneleştirme kuramı ele alındığında, kadının erkeklerin egemen olduğu topluluklarda nesne olarak değerlendirildiği görülmektedir (Fredrickson ve Roberts, 1997: 173-206). Kadının, erkek üzerindeki haz ortaya çıkarabilecek özelliklere sahip olması beklenmektedir (Tiggemann ve Boundy, 2008: 399-405). Kadına atfedilen bu rollerin ve beklentilerin sonucunda bedensel beklentilere girerek toplum tarafından belirlenen temel kriterleri karşılama zorunluluğu içinde bulunduğu gözlemlenmektedir (Fredrickson ve Roberts, 1997: 173-206).

Feminist kuram ele alındığında, ataerkil sistemlerin kadınlara çeşitli baskı ve zorlamalar ile kültürel değerlerin sonucunda bedensel dayatmaların yapıldığı ileri sürülmektedir (Myers ve Crowther, 2007: 296-308).

Yapılan araştırmalarda her ne kadar kadınlara yönelik beden tutumlarının erkeklere kıyasla daha olumsuz olduğu görülse de erkeklerin de beden tutumlarında kadınların beden tutumuna kıyasla farklı olumsuzların görüldüğü ileri sürülmüştür (Micali ve ark., 2015: 320-327). Kadınlarda idealize edilmiş olan beden tutumunun, zayıf ve zarif görünmek üzerine erkeklerde ise kaslı, geniş omuzlara sahip olunan özelliklerde olduğu görülmektedir (Ridgeway ve Tylka, 2005: 209-220). Belirlenen bu tutumlarının bireyin yaşantısını, beslenme şeklini, tükettiği besinleri ve besinlerin miktarlarını etkilediği görülmüştür (Selvi, 2018). Kadınlarda ve erkeklerde tüketilen besinlerin değişkenliği de gözlemlenmiştir (Fredrickson ve Roberts, 1997: 173-206). Erkekler kaslı bir vücuda sahip olma amacıyla protein içerikli yiyeceklere yönelirken kadınlar sebze vb. yiyeceklere yönelmiştir (Murray ve ark., 2012:193-200).

Bireyin içinde bulunduğu yaşı ve gelişim döneminin beden tutumuna etki ettiği yapılan araştırmalarda gözlemlenmiştir (Fredrickson ve Roberts, 1997: 173-206). Buna göre, gelişim dönemlerinden olan ergenlik döneminde genellikle kızlarda kilo verme yönünde erkeklerde ise alma ve verme yönünde değişkenlikler göstererek değişime açık oldukları görülmüştür (Uluyol ve Barışkın, 2020: 57-77).

1.1.Vücut Boyutunun Olumsuz Değerlendirilmesi

Bireyin bedenine yönelik olumlu ve olumsuz tüm duygu ve düşüncelerinin sonucunda beden algısı oluşmaktadır. Bu algının yalnızca dış görünüşten etkilenmediği bilinmektedir. Bireyin beden algısı kültürel, duygusal pek çok durumdan etkilenebilmektedir (Franko ve Striegel, 2002: 975-983). Bireyin dış görünüşüne dair değerlendirmelerinin içsel sonucu, bireyin yaşantısına etki edebilmektedir.

Beden tutumunun bir alt boyutu olarak değerlendirilen vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi bireyin psikolojisine etki edebilmektedir (Uluyol ve Barışkın, 2020: 57-77). Buna göre bireyin fiziksel özelliklerine dair geliştirdiği olumsuz algı psikolojik sağlamlığına da etki edebilmektedir (Mond vd., 2014: 51-54). Bireyin bedensel özelliklerine, karın, kalça, bacak ve kol bölgesinden herhangi birine veya birden fazlasına dair olumsuz değerlendirmelerde bulunması beden tutumunun belirlenmesi açısından önemli görülmektedir (Smolak, 2002: 15-28).

Bireyin bedenine dair olumsuz değerlendirmeler içeren değerlendirmelerde bulunması beden memnuniyetsizliği kavramıyla ilişkili görülmektedir (Mond vd., 2014: 51-54). Buna göre, beden memnuniyetsizliğinde bireyin, bedenine dair yorumlamalarının arzuladığı özelliklerin dışında olduğu ve beğeni duymadığına dair olduğu gözlemlenmektedir (Fredrickson ve Roberts, 1997: 173-206). Bu sebeple bireyin bedenini yeterince benimsemediği ve bu özelliklerinden hoşlanmadığı görülmektedir (Mond vd., 2014: 51-54).

Bireyin bedenine dair olumsuz değerlendirmelerinin olumlu değerlendirmelerinden daha fazla olması durumunda beden memnuniyetsizliğinin varlığından söz edilmektedir (Fredrickson ve Roberts, 1997: 173-206). Buna göre, olumsuz değerlendirmelerin fazlalığı bireyin fizyolojik sağlığını ve işlevselliğini olumsuz yönde etkilemektedir (Mond vd., 2014: 51-54). Bireyin bedenine dair

olumsuz değerlendirmeleri yalnızca kilo ve görünümüne ilişkin olarak ele alınmamaktadır (Fredrickson ve Roberts, 1997: 173-206). Bu değerlendirmeler bireyin zihnindeki ideal beden algısından uzaklařtıķa olumsuzlaşmaktadır (Uluyol ve Barışkın, 2020: 57-77).

Benzer kilo ve ölçülere sahip olunmasına rağmen beden tutumunda farklılıklar görülebilmektedir. Vct boyutunun olumsuz değerlendirilmesi bireyin dış görünümünden çok ideal görünümünden uzaklığıyla ilişkili tanımlanmaktadır (Mond vd., 2014: 51-54).

1.2. Kişinin Kendi Vcduna Aşına Olmaması

Bireyin, kendi bedensel özelliklerine normal veya normal dışı özelliklerine bakılmaksızın uzaklığı olarak tanımlanmaktadır (Fredrickson ve Roberts, 1997: 173-206). Birey kendi bedensel özelliklerini kabul etmemekte, görmezden gelmektedir (Uluyol ve Barışkın, 2020: 57-77). Beden tutumunun bir alt boyutu olarak değerlendirilen kişinin kendi vcduna aşına olmaması, bireyin bedensel özelliklerine uzaklığı ile ilişkili değerlendirilmektedir (Franko ve Striegel, 2002: 975-983).

Bireyin kendi vcduna uzaklığı sonucunda beden dismorfik bozukluğu ortaya çıkabilmektedir (Compte vd., 2015: 13-19). Bireyin vcdunun herhangi bir bölgesine olan uzaklığı, kusurlu ve çirkin olarak tanımlaması sonucunda beden dismorfik bozukluğu görülmektedir (Compte vd., 2015: 13-19). Buna göre, bireyin belli bölgelerine dair aşırı hassasiyeti ve kabul etmemesi, zihinsel olarak bu bölgelerine aşırı odaklanması görülebilmektedir (Franko ve Striegel, 2002: 975-983).

Bireyin vcduna aşına olmamasının bir diğer u noktasında ise farkındalık düzeyinin oldukça düşük tutularak normal ölçülerde olmasına karşın kendini şışman, kusurlu vb. tanımlayabildiği görülebilmektedir (Compte vd., 2015: 13-19). Bireyin kendi vct özelliklerini abartılı ve doğru olmayan bir biçimde yorumlamasıyla bu sonuca ulaştığı görülebilmektedir (Damiano vd., 2015: 1166-1169). Kendi vcduna dair doğru olmayan değerlendirmelerde bulunan bireyin çeşitli psikolojik problemlerle karşılaşabildiği görülmektedir (Compte vd., 2015: 13-19). Bireyin vcdunun belirli bölgelerine karşı tutumundan kaynaklı olarak obsesif kompulsif bozukluk, kaygı bozukluğu gibi psikolojik hastalıklarla karşılaşılabilmektedir (Franko ve Striegel, 2002: 975-983).

1.3. Genel Vücut Memnuniyetsizliği

Bireyin bedensel özelliklerine dair olumsuz değerlendirmelerinin sonucunda oluşan memnuniyetsizliği beden tutumunun belirlenmesinde önemli bir husustur (Compte vd., 2015: 13-19). Bireyin genel vücut memnuniyetsizliği sonucunda bedeninin pek çok yerine dair olumsuz yargılar içeren söylemleri olduğu gözlemlenmektedir (Damiano vd., 2015: 1166-1169). Bu durum bireyin yalnızca yetişkinlik döneminde değil pek çok gelişim döneminde görülebilmektedir (Compte vd., 2015: 13-19).

Gelişim döneminden bağımsız olarak bireylerin vücut memnuniyetsizliği olduğuna dair araştırmalar yapılmıştır (Damiano vd., 2015: 1166-1169). Bu araştırmalardan elde edilen bulgulara göre, ilkokul dönemindeki çocuklarda cinsiyet fark etmeksizin daha zayıf olma isteğine dair bulgulara rastlanmıştır (Damiano vd., 2015: 1166-1169). Bununla birlikte kız çocuklarında erkek çocuklarına kıyasla daha yüksek oranda zayıf olma isteği olduğu gözlemlenmiştir (Franko ve Striegel, 2002: 975-983).

Küçük yaşlardan itibaren başlayabilen vücut memnuniyetsizliğinin bireyin yetişkinlik döneminde de olumsuz sonuçlarla karşılaşmasına sebep olabildiği görülmektedir. Birey, vücudundan memnun olmaması sonucunda bu durumu değiştirmek için davranışlar gerçekleştirebilmekte, ideal görüntüsüne ulaşabilmek için sağlıklı beslenmekte ve psikolojik sağlığını göz ardı edebilmektedir (Compte vd., 2015: 13-19). Zihninde oluşturduğu ideal görüntüye ulaşabilmek için sağlıklı yöntemler tercih edilmektedir (Damiano vd., 2015: 1166-1169).

Bireyin vücut memnuniyetsizliği, pek çok durumdan kaynaklı olarak ortaya çıkabilmektedir (Pinquart, 2013: 141-148). Travmatik deneyimler, ideal vücut ölçülerinin farklılığı, toplumsal cinsiyet rolleri gibi pek çok husus bireyin vücut memnuniyetsizliğinin ortaya çıkmasına sebep olabilmektedir (Franko ve Striegel, 2002: 975-983).

Bireylerin maruz kaldıkları yaşantıların etkisiyle kendi vücutlarına dair memnuniyetsiz tutum içinde oldukları görülebilmektedir (Compte vd., 2015: 13-19). Buna göre, bireyin sosyal medyada ve günlük yaşantısında tanıklık ettiği yaşantılar ve görseller kendi vücudunu sorgulamasına ve memnuniyetsizlik oranında değişikliklerin görülmesine sebep olabilmektedir (Damiano vd., 2015: 1166-1169).

2. GÖRÜNÜMLE İLİŞKİLİ SOSYAL MEDYA BİLİNCİ

Günümüzde sosyal medya ve sosyal medya platformlarının kullanım oranı teknolojinin hızla gelişmesiyle birlikte her geçen gün artmaya devam etmektedir (Aktan, 2018: 228-248). Dolayısıyla sosyal medyanın bireylerin yaşantılarındaki etkisi de günden güne önemini artırmaktadır (Bekalu vd., 2019:69-80). Yapılan çalışmalar doğrultusunda bireylerin sosyal medyayı; diğer bireyler ile iletişimde kalmak, farklı bilgiler edinmek, eğlenceli vakit geçirmek ve yeni ilişkiler edinmek gibi farklı amaçlar doğrultusunda kullandıkları sonuçlarına ulaşılmıştır (Bekalu vd., 2019:69-80).

Sosyal medya ve geleneksel medya bazı özellikler doğrultusunda birbirinden farklılaşmaktadır (Bekalu vd., 2019:69-80). Bunlardan ilki; sosyal medyada bireyler tanınmış, bir diğer deyişle ‘fenomen’ olarak nitelendirilen kişilerden ziyade kendi profillerine yer vermektedirler (Fardouly ve Vartanian, 2016:1-5). Diğer ise; sosyal medyada bireyler kendilerini beğendikleri şekilde kullanıcılarla paylaşmakta ve beğenmedikleri görüntüleri ise paylaşmamayı tercih etmektedirler (Fardouly ve Vartanian, 2016:1-5). Başka biri ise; sosyal medyayı bireyler kendi yaşlılarıyla iletişim kurarak ve onlarla kendi görüntülerini kıyaslama fırsatı bulmaktadırlar (Bekalu vd., 2019:69-80). Son olarak ise; paylaşılan görüntüler ile ilgili yorum yaparak diğer kullanıcıların düşüncelerinden etkilenmelerine yol açabilmektedirler (Fardouly ve Vartanian, 2016:1-5).

Sosyal medya; kullanıcıların anlık olarak video ve fotoğraf paylaşımı yapabilecekleri, bulundukları yerin konumunu bildirebilecekleri platformları içinde barındırmaktadır (Zengin, 2019: 45-47). Bu platformlara erişim sağlayan kadın kullanıcılar sosyal medya uygulamalarında paylaşılan zayıf ve atletik bedene sahip kullanıcıları takip ederek onlar gibi olma yolunda çaba sarf etmektedirler (Zengin, 2019: 45-47). Sarf edilen çabalar sonucunda başarısız olduklarında ise hayatlarında toplumsal ve psikolojik problemler ile karşı karşıya gelmektedirler (Mills vd., 2018: 86-92).

Sosyal medya birçok özellik bakımından kullanıcılara farklı imkanlar sunmaktadır (Yağmurlu ve Dara, 2012). Bunlardan en önemlisi ise sosyal medya platformlarının kısa bir zaman zarfı içerisinde birçok kullanıcıya ulaşma fırsatını sunmasıdır. Bu sayede kullanıcılar paylaştıkları görüntüleri diğer kullanıcıların paylaşımları ile kıyaslayabilmekte ve onlardan gelen yorumlara anında ulaşım sağlayabilmektedirler

(Zengin, 2019: 45-47). Diğer kullanıcılardan gelen yorumlar neticesinde ise kullanıcılar birçok olumlu ve olumsuz duygular barındırabilmektedir (Güney, 2017: 207-213). Sosyal medyada bireyler tanımadıkları kullanıcılarla dahi iletişim kurabilmektedir (Özdemir, 2016: 112-131). Kurulan iletişim sonucunda diğer kullanıcılar tarafından gelen olumlu yorumlar kullanıcılarda mutluluk duygusunun uyanmasına yol açabilmektedir (Güney, 2017: 207-213).

Sosyal medya sınırsız paylaşım yapabilme özelliğine sahiptir bu nedenle kullanıcılar yaşamakta oldukları hayatın ötesinde yaşamayı arzu ettikleri yeni bir yaşam alanı oluşturma imkanına sahiptirler (Küçük, 2020: 56-62). Sosyal medyada bireyler kendilerini olduklarından farklı bir şekilde ifade edebilmektedirler (Güney, 2017: 207-213). Bu sayede olmak istedikleri profilleri sosyal medya platformlarında diğer kullanıcılar ile paylaşarak kendilerini tanımlamaya çalışmaktadırlar (Küçük, 2020: 56-62).

Yapılan bu paylaşımlar neticesinde sosyal medya günümüzde kullanıcılar tarafından oluşturulan profillerin paylaşıldığı yeni bir platform haline dönüşmektedir (Özdemir, 2016: 112-131). Sosyal medyada oluşturulan profiller iş başvurularından kariyer gelişimlerine kadar birçok noktada önemli bir yer edinmektedir (Saraçaydın, 2020: 149-170). Sosyal medyada kullanıcıların kendi profilleri hakkında düşüncelerinden ziyade, diğer kullanıcıların kendileri hakkında yaptıkları yorumlar kullanıcıların üzerinde daha önemli bir etki bırakmaktadır (Saraçaydın, 2020: 150-153). Bu nedenden dolayı sosyal medyada kullanıcılar yaptıkları paylaşımlara oldukça önem göstermektedir (Özdemir, 2016: 112-131).

Goffman benlik kavramını, kişilerin ötekilerle olan ilişkilerinde kendilerini nasıl değerlendirdiği, başka insanlara nasıl sunduğu ve bu sunumu gerçekleştirmek için hangi stratejileri kullandığı, diğerlerinin bireysel durumlarına göre kendinden verdiği ya da vermediği, kendilerinin göstermek istemedikleri özellikleri olmasına rağmen başkaları tarafından fark edilebilen belirli durumlar çerçevesinden farklılık göstereceği şeklinde tanımlamakta; bu farklılığı da ‘‘ikili benlik’’ olarak açıklamaya çalışmaktadır: ilki uzlaşım sal, yani, başkalarıyla olan ikili iletişim sırasında açığa çıkan, hem kişinin hem de izleyicinin tavırlarına göre ortaya konan; ikincisi ise tek kişinin oyun oynadığı, göstermek istediği kadarını sergilediği ve istemediklerinin üstünü örttüğü ya da bunlardan kaçındığı şeklinde ayrılan bir metafordur (Bayad,

2016: 83). Bu kurama günümüz çerçevesinden bakacak olursak, sosyal medya kullanıcılarını sahnedeki oyunculara, sosyal medya platformlarını ise oyunun sergilendiği sahneye benzetmek uzak bir bakış açısı olmayabilir. Goffman'a göre bireyler yaşamın her alanında diğer insanlar tarafından beğenilmek ve onaylanmayı beklemektedirler (Özdemir, 2016: 112-131). Goffman'ın kuramından yola çıkılarak Türkiye'de yaşamını sürdüren 100 Instagram kullanıcısının katılımıyla yapılan çalışmada Instagram kullanıcılarının kendilerini en beğendikleri halleriyle ve olmak istedikleri şekilde idealize ettikleri sonucuna ulaşılmıştır (Saraçaydın, 2020: 149-155). Kullanıcıların kendilerini göstermek istedikleri gibi gösterebilecekleri sosyal medya platformları, yine bu kişilerin, almak istedikleri ya da ihtiyaç duydukları ilgiyi belli bir süreliğine almalarına olanak tanısa da bu, durumun manipülatif bir düzlemde yaşandığı gerçeğini değiştirmeyecektir. Teknolojik gelişmelerin sonucunda kullanılmaya başlanan sosyal medya platformlarını ve telekomünikasyon gelişmelerini, birçok kişi olumlu olarak değerlendirirken, birçok kişi ve kesim de "gözetim toplumu" oluşturması sebebiyle olumsuz olarak nitelendirmektedir (Medin, 2016: 787). Sosyal medya platformlarında sunulan simgeleri kullanarak iletişim, diyalog ve ilişki kurabilen kişiler, fiziksel hayatlarında da bu iletişim tarzını sürdürmeye devam etme, bunu hayatlarının merkezine alarak görünür oldukları mecraları hayatlarının merkezine yerleştirme ve onay alma ihtiyaçlarını karşılamak için tek ve biricikliklerini diğer insanlara ifşa etmekte eğilimindedirler (Uğurlu, 2015: 233). Görünür olmanın ve beğenilme arzusunun temelinde kişilerin başkalarından takdir görme isteği, olumlu geri dönüşler alabilme ve değerli hissedebilme ihtiyacının olduğu söylenebilir (Bingöl ve Çelik, 2021: 190).

Bireyler yaşamış oldukları çevrede, insanlar tarafından olumlu bir şekilde değerlendirilmek isterler (Bekalu vd., 2019:69-80). Bu duruma sosyal medya açısından bakılacak olursa sosyal medyada çekici olarak nitelendirilen insanlarla iletişim halinde olan kullanıcılar onlara özenerek onlar gibi olma eğilimi içerisine girmektedirler (Çakmak, 2018: 137-152). Yapılan çalışmalardan elde edilen bulgular doğrultusunda insanların beğenilme ve onaylanma ihtiyaçlarını sosyal medya aracılığıyla karşıladıkları sonucuna ulaşılmıştır (Çakmak, 2018: 137-152).

Sosyal medya platformları bilgiye erişimi, yeni düşünceleri ve görüşleri kullanıcılara doğrudan teşvik etmesi sebebiyle kullanıcıların fikirlerini değiştirme gücü oldukça yüksek olan mecralardır (Balkız, 2022:100-132). Günümüzde bireyler

sosyal medyada diğer kullanıcılardan bilgi edinme amacından çok tecrübe edinmek amacıyla vakit geçirmektedirler (Bekalu vd., 2019:69-80). Bu sayede sosyal medya aracılığıyla kullanıcılar, istemsiz bir şekilde tanıdıkları veya tanımadıkları kullanıcıların etkisi altında kalabilmektedirler (Çakmak, 2018: 137-152). Sosyal medyanın insanların kararlarını etkileyebilme özelliğinden yola çıkılarak Eryılmaz ve Şengül'ün (2016) yapmış olduğu çalışmanın örneklemini farklı yaş grubuna sahip kadın ve erkek katılımcılar oluşturmaktadır. Yapılan çalışmanın amacı ise sosyal medyada paylaşılan yemek içerikli fotoğrafların turistlerin tatil tercihlerine etkisini araştırmaktır (Eryılmaz ve Şengül, 2016: 32-42). Çalışmaya katılan katılımcılar şu ifadelerle yer vermişlerdir; katılımcıların tatil tercihlerinden önce gidilecek olan bölgenin yöresel yemekleri hakkında sosyal medyadan bilgi edindiklerine, yöresel yemekler hakkında hem tanıdığı hem de tanımadığı kişilerin önerilerinden etkilendiklerine ve sosyal medyada görmüş oldukları yemeklere daha fazla ücret ödeyebilecekleri görüşlerine yer vermişlerdir (Eryılmaz ve Şengül, 2016: 32-42).

Sosyal medyada takipçi sayısı fazla olan ve kısa bir süre içerisinde büyük kitlelere ulaşabilen kullanıcılar sosyal medya fenomeni olarak nitelendirilmektedir (Sarıçam, 2015:73-74). Fenomenler, takipçilerinin güvenini kazanmış, güvenilir ve ilgi çekici içerikler üreten kişiler olarak tanımlanmaktadır (Türkoğlu, 2019: 56-71). Fenomenlerin takipçilerini etkileme ve ikna gücünün oldukça fazla olduğu yapılan çalışmalar doğrultusunda kanıtlanmıştır (Türkoğlu, 2019: 56-71). Bayraktar'ın (2020) takipçi sayısı yüksek olan fenomenleri yakından takip eden 552 gönüllü katılımcı ile gerçekleştirdiği, fenomenlerin satın alma davranışlarına etkisini araştırmak amacıyla yaptığı çalışmanın sonucundan elde edilen bulgular doğrultusunda kadın katılımcıların; fenomenlerin kullanmış oldukları ürünler hakkında yaptıkları yorumlardan etkilendikleri ve satın alma sürecinde fenomenlerin önemli etkisi olduğu sonucuna varılmıştır. Bu çalışmadan çıkarılacak bir diğer sonuç ise kadın katılımcıların fenomenleri takip etmekten mutluluk duydukları, eğlendikleri ve satın alma sürecinde ürünleri daha ucuza elde ettikleri görüşünü bildirdikleri görülmektedir. Şahin vd. (2017) tarafından sosyal medyanın tüketiciler üzerindeki satın alma kararını etkileme gücünün araştırıldığı bir diğer çalışmada yapılan anket sonuçları sosyal medyada tüketici satın alma ölçeğinin sosyal medya pazarlaması ölçeği ile anlamlı bir ilişki bulunduğu sonucuna varılmıştır.

2.1.Sosyal Medyanın Bireyler üzerindeki Olumlu ve Olumsuz Etkileri

Sosyal medyanın bireyler üzerinde etki gücü hem olumlu hem de olumsuz davranışlarla sonuçlanabilmektedir (Bekalu vd., 2019:69-80). Sosyal medyada paylaşılan şiddet içerikli davranışlar bireylerin davranışlarını olumsuz bir şekilde etkilemektedir (Bekalu vd., 2019:69-80). Yapılan çalışmalar sonucu sosyal medyada şiddet içerikli paylaşımların genç bireyler üzerinde daha çok olumsuz etkiye neden olabildiği görülmektedir. İli (2013) tarafından yürütülen çalışmanın örneklemi 287 ortaöğretim öğrencisi, okulda eğitim veren rehberlik öğretmenleri ve okul disiplin kurulundan oluşmaktadır. Yapılan çalışmanın amacı ise öğrencilerin sosyal medyada vakit geçirmelerinin ve sosyal medya araçlarını kullanmalarının ortaöğretim düzeyinde eğitim gören öğrenciler üzerinde olumsuz davranışlara yol açıp açmadığını araştırmaktır. Öğretmenler tarafından verilen cevaplar doğrultusunda; sosyal medyanın diğer öğrenciler ile aralarındaki iletişimi zayıflattığı, öğrencileri asosyalleştirdiği, olumsuz içeriklerin daha çok küçük yaştaki öğrencileri etkilediği ve sosyal medyadaki şiddet içerikli haberlere maruz kalmanın öğrencilerde uyku problemlerine yol açabileceği sonuçlarına ulaşılmıştır (İli, 2013: 117).

Günümüzde hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline gelen sosyal medyanın bireyleri etkileme gücü eğitim ve öğretim sürecinde de görülmekte; öğrenciler eğitim amacı ve amacının dışında kullanabilmekte ve bunun sonucunda sosyal medya platformlarında vakit geçiren öğrenciler bu ortamlardan iyi veya kötü bir şekilde etkilenebilmektedirler (Sarıçam, 2015: 73-74). Sarıçam'ın (2015) öğrencilerin sosyal medyayı eğitim amacı dışında kullanmalarının ders başarılarına etkisini araştırmak amacıyla yaptığı araştırmanın sonucundan elde edilen bilgiler doğrultusunda eğitim amacı dışında kullanılan sosyal medyanın öğrencilerin ders başarıyla az da olsa olumsuz etkisinin olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Tanrıverdi ve Sağır (2014) tarafından yürütülen lise düzeyinde öğrenim gören öğrencilerin sosyal medyayı eğitsel ve iletişim odaklı kullanmanın okul başarısına etkisini araştırmak amacıyla yapılan çalışmada ise; öğrencilerin sosyal medyayı eğitim amacıyla kullanmalarının yıl sonu başarı puanlarını ve yabancı dil puanlarını artırdığı sonucuna öğrencilerin sosyal medyayı haberleşme ve etkileşim amaçlı kullanmaları sonucunda ise yılsonu başarı puanlarının düştüğü sonucuna ulaşılmıştır.

3. DÜŞÜNCE ÖZELLİKLERİ

Beck tarafından ileri sürülen bilişsel kuram psikolojide önemli bir yer edinmiştir. Bilişsel kurama göre, bireyin davranışını meydana getiren bazı düşünceler bulunmaktadır (Örüm, 2021: 50-51). Bireyin hissettiği duyguların temelinde duyguyu hissettiği konu hakkındaki düşünceleri yer almaktadır (Stiegler vd., 2012: 229-230). Olumlu veya olumsuz herhangi bir duygunun temelini oluşturan düşüncelerdir (Kassirer vd., 1989:433-435). Benzer olaylara karşı her bireyin farklı tepki vermesi düşüncelerden kaynaklanmaktadır (Kassirer vd., 1989:433-435). Bireyin yaşadığı duruma veya olaya karşı verdiği duygusal tepki düşüncelerin ve yüklenen anlamın bir sonucudur (Lefebvre, 1981: 517-520).

Birey, yaşantısı süresince çeşitli deneyimler elde etmektedir (Covin, 2011: 297-310). Elde edilen deneyimler sonucunda belirli olaylara belirli duygular ve düşünceler gelişim göstermektedir (Covin, 2011: 297-310). Bireyin yaşanan durumlara verdiği tepkiler işlenen bilgilere dönüşmektedir (Houge, 2000:161-175). İlerleyen zamanlarda karşılaşılan durumlara ve olaylara benzer düşünce ve duygular geliştirme eğilimi gerçekleşmektedir (Stiegler vd., 229-230).

Bireyin olaylara geçmiş deneyimlerine göre duygu ve düşünce geliştirmesi, yaşanan olaylara ve kişilere karşı önyargılı yaklaşım geliştirmesine neden olabilmektedir (Covin, 2011: 297-310). Geçmiş deneyimlerle varılan sonuçlar, bireyin yaşantısına olumsuz etki edebilmektedir (Lefebvre, 1981: 517-520). Deneyimlerden yola çıkılarak yapılan tümevarımlar bireyin kararlarının yanlış bir yöne gitmesine sebep olabilmektedir (Houge, 2000:161-175). Bu durumun sonucunda bireyde depresyon gibi hastalıklar oluşum gösterebilmektedir (Houge, 2000:161-175). Depresyon ve kaygı bozukluğu gibi psikolojik bozuklukların temelinde düşünce hatalarının yer aldığı vurgulanmaktadır (Houge, 2000:161-175). Bilişsel terapide de bireyin düşünceleri, düşünce hataları ve bilişsel çarpıtmaları üzerine çalışmalar gerçekleştirilmektedir (Örüm, 2021: 50-51).

Bireyin deneyimlediği olaylara dayalı olarak çeşitli sonuçlar elde etmesi psikolojik bozukluklara sebep olabilmektedir (Kassirer vd., 1989:433-435). Bireyin düşünce özellikleri, negatif bir etki yaratarak diğer bireylerle olan iletişimini olumsuz etkileyebilmektedir (Lefebvre, 1981: 517-520).

Olayların seyrinin bir önemi bulunmamakla bireyin düşünce özelliklerine uygun sonuçlara varabildiği görülebilmektedir (Houge, 2000:161-175). Bu durumda bireyin iletişime kapalı olabileceği ve düşünce özelliklerine göre değerlendirmeler yapabileceği kanısına varılmaktadır (Stiegler vd., 229-230).

Çarpıtılmış, rasyonellikten uzak ve bir anda oluşan olumsuz otomatik düşünceler, bireylerin tepkilerinin oluşumunda önem arz eden etmenlerden olup, bu düşünce türleri bilişsel çarpıtmalar şeklinde isimlendirilmektedir (Sert Ağır ve Yavuzer, 2018). Bilişsel çarpıtmalar, diğer insanların düşüncelerine bağlı olarak kişinin kendi benlik değerini dışsallaştırması, henüz yaşamadığı durumların sonuçlarının olumsuz olacağından şüphe duymaması ve kesin emin olmasına falcılık, çevresiyle kendini kıyaslarken, kendisini olumsuz atfetmesi, öznel durumlarının ya da kişisel özelliklerinin değerini ya da sonucunu olumsuz bir perspektifte abartmaya yatkınlık, hem çevresindeki kişileri hem de kendisini olumsuz yönde etiketleme ve elinde yeterli delili olmasa da keyfi çıkarmasayla negatif sonuçlar elde etme şeklinde örneklendirilebilir (Jager-Hyman vd., 2014: 369). Beck tarafından ileri sürülmüş olan bilişsel çarpıtmalar başlangıçta yedi kategoride ele alınmış olup zaman içinde 10 kategoriye yükseltilmiştir (Covin, 2011: 297-310). Bilişsel hataların fark edilmesiyle bireyin olayları değerlendirme becerisinin yükseleceği, yaşadıkları sonucunda hissedeceği duyguların olumlu gelişim gösterebileceği ve davranışlarının değişikliğe uğrayabileceği ifade edilmiştir (Lefebvre, 1981: 517-520). Birey, 10 bilişsel çarpıtmayı gerçekleştirmeyecek, iç görüşü gelişim gösterecektir (Houge, 2000:161-175). Etrafındaki bireylerden bir beklenti içinde olunmayacak ve kendi düşünce tarzındaki değişiklikler ile yaşantısındaki olumsuzluklar çözüme kavuşturulacaktır (Örüm, 2021: 50-51).

Yapılan araştırmalarda bireyin üç temel hususta işlevsel olmayan bilgi işleme gerçekleştirdiği gözlemlenmiştir (Covin, 2011: 297-310). Kendi benliğine karşı işlevsel olmayan bilgi işleme eğilimi görülmektedir. Birey benliğini değerlendirirken olumsuz değerlendirmeler baskın bir biçimde yer alabilmektedir (Kassirer vd., 1989:433-435). Dünyayı ve geleceği değerlendirirken de olumsuz değerlendirmelerin baskın gelebildiği ve işlevsel olmayan bilgi işlemelerin gerçekleştiği görülmektedir (Kassirer vd., 1989:433-435). Terapi süreciyle, ortaya çıkan işlevsel olmayan

bilgilerin meydana getirdiği davranışların da değişim göstermesi hedeflenmektedir (Stiegler vd., 229-232).

Birey, herhangi bir olayla karşılaştığında öncelikle yaşadığı olayla ilişkili olarak geçmiş deneyimlerini anımsamaktadır (Covin, 2011: 297-310). Burada elde edilen bilgilere göre, belirli düşünceler oluşum göstermektedir (Houge, 2000:161-175). Dış dünyada yaşanan olay içsel olarak değerlendirmeye tabi tutulmaktadır (Houge, 2000:161-175). Geçmiş deneyimlerin ortaya koyduğu düşünce hataları olabilmektedir (Covin, 2011: 297-310). Tüm bu durumun sonucunda bireyde bir veya birkaç duygu oluşum göstermektedir. Duygu ve düşünceler bireyi bir davranışı meydana getirmeye yöneltmektedir (Houge, 2000:161-175). Beck, düşünce hatalarının ele alınarak yeniden işlenmesini böylelikle duygu ve davranışın değişim gösterebileceğini ifade etmiştir (Lefebvre, 1981: 517-520).

Bilinç düzeyi, bilişsel terapide önemli görülmektedir. Bireyin kararları, olaylara ve kişilere verdiği tepkiler, içsel değerlendirmeleri bilinç düzeyinde gerçekleşmektedir (Kassirer vd., 1989:433-435). Bilinç düzeyinde, gerçekleşen tüm hususların terapi ile yeniden inşası mümkün görülmektedir (Covin, 2011: 297-310). Akılcı ve gerçeğe uygun değerlendirmeler ile düşünce hatalarının en aza indirgenmesi hedeflenmektedir (Örüm, 2021: 50-51). Bireylerin kendileriyle ilişkili olumlu temel inançlar barındırması hem kendileriyle hem de ötekilerle güvenli, sağlıklı ve saygılı ilişki kurmasına; pozitif benlik algısına ve bu sayede yükselmiş ve verimli yaşam doyumuna; bilişsel olarak esnekliğine, gelişmiş problem çözme becerilerine ve psikolojik sorunlarla işlevsel bir şekilde baş etmesine katkı sağlamıştır (Hiçdurmaz ve Öz, 2011: 69).

3.1. Bilişsel Çarpıtma Çeşitleri

Bireylerde oluşum gösteren bazı psikolojik bozukluklar bilişsel çarpıtmaların oluşumuna neden olabilmektedir (Houge, 2000:161-175). Bu bilişsel çarpıtmalar sırasıyla ele alınacaktır.

Hep ya da hiç tarzı düşünce, bireyin uçlarda düşünce yapısına sahip olması olarak tanımlanmaktadır (Houge, 2000:161-175). Bu bilişsel çarpıtmayla siyah ve beyaz, iyi ve kötü arasında net bir ayrım yapıldığı görülmektedir (Lefebvre, 1981: 520-523). Bireyin orta düzeyde herhangi bir değerlendirmesi olmamaktadır (Houge,

2000:161-175). Keskin sınırların çizildiği bir bilişsel çarpıtma olarak karşılaşılmaktadır (Lefebvre, 1981: 520-523).

Felaketleştirme, bireyin yaşadığı deneyimlerin olumsuz yönde ilerleyeceğini, başına hep kötü şeylerin gelebileceği öngördüğü bilişsel çarpıtmadır (Kassirer vd., 1989:433-435). Bu bilişsel çarpıtmanın var olduğu kişiler, olaylara olumsuz yönlerinden bakmakta, bu olumsuzlukların felaketlere neden olabileceğini öngörmektedir (Kassirer vd., 1989: 433-435). Böylelikle geleceğe dair olumsuz değerlendirmelerin yapıldığı, bireyin olumsuz yanlara bakması sonucunda stres ve kaygı düzeyinin yükseldiği görülmektedir (Houge, 2000:161-175).

Zihin okuma, bireyin, diğer tüm belirtileri görmeksizin başkalarının zihninden geçenleri tahmin etmesi ve davranışlarını bu yönde yönlendirmesi anlamını taşımaktadır (Covin, 2011: 297-310). Aksine bulgular var olsa dahi birey, diğer kişilerin düşüncelerini okuyarak belirli sonuçlara varmaktadır (Kassirer vd., 1989:433-435). Önyargılı bir biçimde yaklaşım sergilenmesine sebebiyet verebilmektedir. Bireyin düşüncelerini destekleyici emareler yer almadığı için yıkıcı sonuçları olabilmektedir (Covin, 2011: 297-310). Bireyin kendisine duygusal anlamda zarar verebileceği gibi sosyal ilişkilerinde bozulmalara sebebiyet verebilmektedir (Kassirer vd., 1989:433-435).

Etiketleme, bireyin kendine veya diğerlerine atfettiği, gerçekte tam olarak bir uyuma sergilemeyen belirli özelliklerden kaynaklı bir tanımlama, nitelik yükleme anlamına gelmektedir (Covin, 2011: 297-310). Etiketleme, bireyin kendisini veya diğerlerini objektif bir biçimde değerlendirmesine engel teşkil edebilmekte ve davranışlarını yönlendirebilmektedir (Covin, 2011: 297-310). Etiketlenen terime dayalı özellikler etiketlenen kişide olmasa dahi algı o yönde gelişim gösterebilmekte ve önyargı oluşabilmektedir (Örüm, 2021: 50-51).

Aşırı genelleme, Bireyin yaşadığı veya gözlemlediği bir deneyim sonucunda bir olayda hissettiği duygu ve düşünceleri benzer tüm olaylara genellemesidir (Houge, 2000:161-175). Aşırı genellemede bireyin yaşadığı bir olaydaki düşünceleri, benzer tüm olaylarda görülebilmektedir (Kassirer vd., 1989:433-435). Bir öğretmene karşı korku duyan öğrencinin tüm öğretmenlerden korkmaya başlaması bir aşırı genelleme örneği olarak görülmektedir (Lefebvre, 1981: 521-525).

Kişiselleştirme, etrafında yaşanan olayların sebeplerini kendine atfeden bireyin, diğer tüm olası sebepleri yok sayması sonucunda görülmektedir (Houge, 2000:161-175). Yaşanan durumun sebebini ve sonucunu birey doğrudan kendisiyle ilişkilendirmektedir (Stiegler vd., 230-233). Olası diğer ihtimallere dair var olan kanıtlar ve düşünceler bireyin ikna olması için yeterli görülmemektedir (Stiegler vd., 230-233).

Meli mali ifadeleri, belirli olayların, davranışların ve durumların belirli şekillerde gerçekleşmesi gerektiği yönünde ısrarcı bir algının oluşumu ile aksi durumda olumsuz şeylerin yaşanacağı düşüncesinin varlığı halinde görülmektedir (Kassirer vd., 1989:433-435). Eğer aksi yönde bir durumla karşılaşırsa başına kötü şeylerin geleceği yönünde baskın düşünceler mevcuttur (Kassirer vd., 1989:433-435).

Olumluyu küçültme ya da yok sayma, bireyin yaşanan olaylar neticesinde olumsuz olanlara odaklanması ve olumlu olanlara dair herhangi bir hissinin veya düşüncesinin var olmamasıdır (Covin, 2011: 297-313). Olayların yalnızca olumsuz yönleri mevcut olup olumlu yanlara dair herhangi bir algılama söz konusu değildir (Lefebvre, 1981: 522-523).

Duygudan sonuç çıkarma, bireyin nesnel gerçekliği göz ardı ederek, duygularına odaklanması, duyguları doğrultusunda olaylara bakış açısı geliştirerek değerlendirmeler yapması ve karar vermesi olarak görülmektedir (Covin, 2011: 297-313). Duygudan sonuç çıkarma, bireyin hissettikleri doğrultusunda belirli neticelere ulaşması olarak gözlemlenmektedir (Houge, 2000:161-175).

Zihinsel filtreleme, bireyin olumlu ve olumsuz tüm özelliklerin var olduğu zihninde yalnızca olumsuzları göz önünde bulundurması olarak görülmektedir (Covin, 2011: 297-320). Gerçeği yansıtacak durumlar filtrelenerek belirli düşünceleri doğrulayacak hususlar göz önünde bulundurulmaktadır (Stiegler vd., 232-235).

Bilişsel terapi ile bireyin bilişsel çarpıtmaları tespit edilmektedir. Böylelikle zihninde yer alan olumsuz ve yanlış değerlendirmelerin, doğruları göz önünde bulundurulmakta ve alternatifler üzerine konuşulmaktadır (Lefebvre, 1981: 520-523). Bireyin göz önünde bulundurmadığı ihtimaller ifade edilmekte ve bu ihtimallerin düşünce boyutunda var olması sağlanmaktadır (Covin, 2011: 297-315). Alternatiflerin

varlığının kabulü ve düşünce biçiminin değiştirilmesiyle bireyin duygu ve davranışlarında değişim öngörülmektedir (Kassirer vd., 1989:433-435).

Bilişsel çarpıtmaların çözüme kavuşturulmaması halinde bireyin sosyal ilişkilerinde ve ruh sağlığında olumsuzluklar görülebilmektedir (Covin, 2011: 297-310). Bilişsel çarpıtmalar genellikle olaylara olumsuz yönlerden bakılmasına sebebiyet vermektedir (Lefebvre, 1981: 520-523). Böylelikle bireyin duyguları olumsuz etkilenmekte, davranışları ise bu doğrultuda olumsuz ve yıkıcı olabilmektedir (Kassirer vd., 1989:433-435). Bilişsel çarpıtmaların tedavi edilmemesi halinde, anksiyete bozukluğu, depresyon gibi psikolojik bozuklukların meydana gelme ihtimali yükselmektedir (Stiegler vd., 230-234).



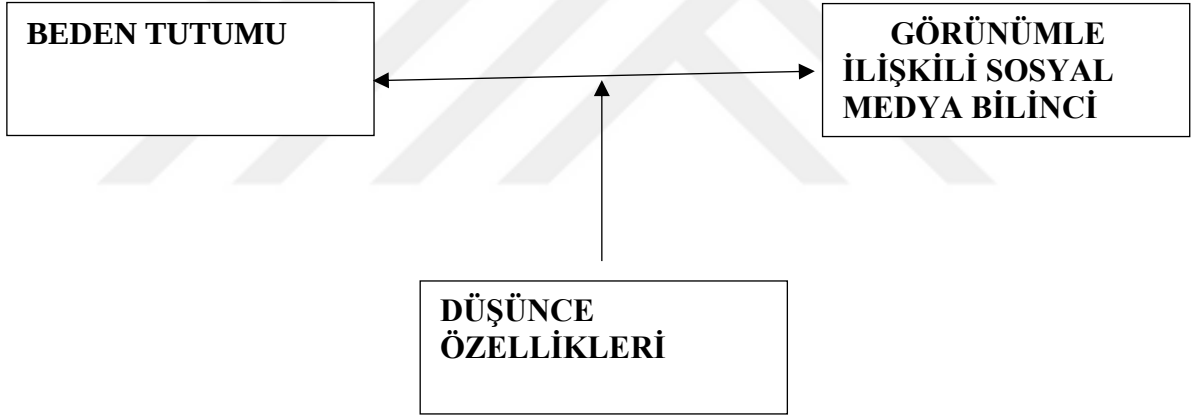
İKİNCİ BÖLÜM

YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, evren ve örneklem, hipotezler, veri toplama araçları ve uygulama prosedürleri bulunmaktadır.

2.1. Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada, beden tutumu ve görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ilişkisinde düşünce özelliklerinin aracı rolü ele alınmıştır. Bununla birlikte yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu ve ekonomik durum gibi sosyodemografik özelliklerin görünümle ilişkili sosyal medya bilincinde farklılaşmaya sebebiyet olma durumu araştırılmıştır. Yapılan araştırma ilişkisel tarama modelinde gerçekleştirilmiştir.



2.2. Evren ve Örneklem

Bu çalışmada evren, 2023 yılında Türkiye'nin çeşitli illerinde yaşamakta olan 18-65 yaş aralığındaki yetişkin bireylerdir. Bu çalışmada örneklem, kolayda örnekleme yolu ile belirlenen 401 kişiden oluşmuştur. Bu araştırmada incelenen veriler, internet anketleri yöntemi ile 01.02.2023-10.04.2023 tarihleri arasında toplanmıştır.

2.3. Veri Toplama Araçları

Yapılan araştırmada bireylerin cinsiyet, yaş, medeni durum gibi sosyodemografik verilerine ulaşmak amacıyla demografik bilgi formu kullanılmıştır. Bununla birlikte Probst vd. Tarafından geliştirilmiş olan beden tutumu ölçeği, Sophia Choukas-Bradley tarafından geliştirilmiş olan görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ölçeği ve Covin vd. tarafından geliştirilen düşünce özellikleri ölçeği kullanılmış olup EK 1, EK 2, EK 3 ve EK 4 şeklinde çalışmanın sonuna eklenmiştir.

2.3.1. Demografik Bilgi Formu

Araştırmacı tarafından hazırlanan bu bilgi formunda bu çalışmaya katılan bireylerin yaş, cinsiyet, medeni durum, ekonomik durum ve eğitim durumu bilgileri elde edilmiştir.

2.3.2. Beden Tutumu Ölçeği

Beden tutumu ölçeği Probst vd. (1995: 133-143) tarafından geliştirilmiştir. 6 lı likert tipindeki ölçek toplamda 20 maddeden oluşmaktadır. Ölçek maddeleri 0-5 puan arasında puanlanmaktadır. 0 puan asla, 5 puan her zaman olarak puanlanmaktadır. Ölkekten en düşük 0 puan alınırken en yüksek 100 puan alınmaktadır. Ölkekten alınan puan arttıkça kişinin bedenine dair olumsuz tutumu artmaktadır. 4 ve 9. Madde ters kodlanmaktadır. Ölçek dört faktörden oluşmaktadır. Vücut ölçülerinin olumsuz değerlendirilmesi, kendi vücuduna aşinalıkta eksiklik, genel vücut memnuniyetsizliği ve diğer olmak üzere dört faktör bulunmaktadır. Bu faktörlerin toplam korelasyonu ,55-,90 aralığındadır. 4. Faktör daha sonraki analizlere alınmamış olup üç faktörlü değerlendirilmiştir. Cronbach alfa katsayısı ,93 olarak hesaplanmıştır. Ölçek Şahin vd. (2020: 963-967) tarafından Türkçeye uyarlanmıştır. Dört faktörlü yapıya uygun doğrulayıcı faktör analizi sonuçları bulunmuştur. Güvenirlik katsayısı ,70-,91 aralığında bulunmuştur. Cronbach alfa ,82 olarak hesaplanmıştır.

2.3.3. Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci Ölçeği

Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ölçeği Sophia Choukas-Bradley vd. (2020) tarafından geliştirilmiştir. Faktör yükleri ,55-,76 arasında değişmektedir. Cronbach alfa değeri ,95 olarak hesaplanmıştır. 13 maddeden oluşan ölçek 7’li likert

tipinde ölçülmektedir. 1 asla 7 her zaman olarak puanlanmaktadır. Ölçeğin Türkçe uyarlaması Öngören vd. (2021: 33-38) tarafından yapılmıştır. Cronbach alfa değeri ,93 olarak hesaplanmıştır. Türkçe uyarlamasında faktör yükleri ,53- ,95 arasında değişmektedir. Ölçek tek faktörlü olarak ölçülmüştür.

2.3.4. Düşünce Özellikleri Ölçeği

Düşünce özellikleri ölçeği Covin vd. (2011) tarafından geliştirilmiş olup 7'li likert tipinde ölçülmektedir. 1 asla, 7 her zaman olarak puanlanmaktadır. Bilişsel çarpıtmaların ölçüldüğü bu ölçek zihin okuma, felaketleştirme, hep ya da hiç tarzı düşünme, duygudan sonuç çıkarma, etiketleme, zihinsel filtreleme, aşırı genelleme, meli malı ifadeleri, kişiselleştirme, olumluyu küçültme ya da yok sayma olarak düşünce özelliklerini ölçmektedir. Özdel vd. (2014) tarafından ölçek Türkçeye uyarlanmıştır. Cronbach alfa kat sayısı ,93 olarak hesaplanmıştır.

2.4. Ölçek Uygulama Prosedürü

Bu araştırmadaki veriler, gönüllülük esasına göre toplanmış olup gizlilik ilkeleri doğrultusunda analiz edilmiştir. Veriler hiç kimse ile paylaşılmamış olup yalnızca araştırmada kullanılmak amacıyla toplanmıştır. Katılımcıların onayı internet anketleri yöntemiyle ölçekler uygulanmadan önce alınmıştır.

2.5. Veri Analizi

Bu araştırma internet anketleri yöntemiyle yapılmış olup Google formda oluşturulmuş anket formları araştırmaya katılan katılımcılara sosyal medya aracılığıyla ulaştırılmıştır. Katılımcılardan elde edilen veriler SPSS ile analiz edilmiştir. Araştırmada beden tutumu ile görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ilişkisinde düşünce özelliklerinin aracı rolü korelasyon analiziyle analiz edilmiştir. Beden tutumunun görünümle ilişkili sosyal medya bilinci üzerindeki yordayıcı etkisi regresyon analiziyle incelenmiştir. Katılımcıların yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu ve ekonomik durumlarının görünümle ilişkili sosyal medya bilincini farklılaştırma durumu bağımsız örneklem t testi ve Anova ile analiz edilmiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

Tablo 1: Demografik Değişkenlerin Sıklık Dağılımının İncelenmesi

DEĞİŞKEN	n	%
CİNSİYET		
Kadın	281	70,1
Erkek	120	29,9
MEDENİ DURUM		
Evli	143	64,3
Bekar	258	35,7
YAŞ		
18-24 yaş	76	19,0
25-44 yaş	256	63,6
45-64 yaş	70	17,5
EĞİTİM DURUMU		
İlköğretim/Lise mezunu	95	23,7
Üniversite mezunu	228	56,9
Yüksek Lisans/Doktora mezunu	78	19,5
AYLIK GELİR DURUMU		
Düşük	35	8,7
Orta	322	80,3
Yüksek	44	11,0

Katılımcıların %70,1'ini oluşturan 281 kişi kadın, %29,9'unu oluşturan 120 kişi ise erkektir. Araştırmaya toplamda 401 kişi katılmıştır. %64,3'ünü oluşturan 143 kişi evli, %35,7'sini oluşturan 258 kişi ise bekindir. Katılımcılardan 76 kişi 18-24, 256 kişi 25-44, 70 kişi 45-64 yaş aralığındadır. 95 kişi ilköğretim/lise mezunu, 228 kişi üniversite mezunu, 78 kişi yüksek lisans/doktora mezunudur. Aylık gelir durumunda 35 kişi düşük, 322 kişi orta, 44 kişi yüksek gelir durumundadır.

Tablo 2: Kullanılan Ölçeklere İlişkin Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

Değişken	Çarpıklık	Basıklık
Beden tutumu	1.033	.600
Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci	.537	.068
Düşünce özellikleri	.234	.357

Tablo 2’de katılımcıların beden tutumu, görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ve düşünce özellikleri ölçeğinden aldıkları normal dağılım değerleri incelenmiştir. Çarpıklık ve basıklık değerlerine göre -2 ve 2 arasında kaldığından normal dağılmaktadır(Şad ve Göktaş, 2013: 85).

Tablo 3: Ölçeklerin İç Tutarlılık Katsayılarının İncelenmesi

Değişken	İç tutarlık katsayısı	Veri sayısı
Beden tutumu	.879	20
Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci	.937	13
Düşünce özellikleri	.941	20

Tablo 3’de Beden tutumu, Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ve Düşünce özellikleri ölçeği için Cronbach’s Alfa güvenirlik analizi sonuçları verilmiştir. Beden tutumu Envanterinin Cronbach’s Alfa güvenirlik katsayısı, .879; Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci envanterinin Cronbach’s Alfa güvenirlik katsayısı, .937 ve Düşünce özellikleri envanterinin Cronbach’s Alfa güvenirlik katsayısı .941 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 4: Beden Tutumu, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci ve Düşünce Özellikleri Değişkenlerinin Ortalama ve Standart Sapma Minimum ve Maximum Değerlerinin İncelenmesi

Değişken	$\bar{x}$	SS	Min	Max
Beden tutumu	29.46	17.79	2.00	89.00
Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci	39.53	15.85	13.00	90.00
Düşünce özellikleri	65.01	22.31	18.00	126.00

Katılımcıların Beden tutumu envanterinden aldıkları toplam puanların ortalaması 29.46, standart sapması 17.79, minimum değer 2 ve maximum değer 89'dur. Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci envanterinden aldıkları toplam puanların ortalaması 39.53, standart sapması 15.85, minimum değer 13 ve maximum değer 90'dır. Düşünce özellikleri envanterinden aldıkları toplam puanların ortalaması 65.01 ve standart sapması 22.31, minimum değer 18 ve maximum değer 126'dır.

Tablo 5: Beden Tutumu, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci ve Düşünce Özellikleri Değişkenlerinin Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumunun İncelenmesi (Bağımsız Örneklem t Testi)

Değişken	Cinsiyet	n	$\bar{x}$	SS	t	sd	p
Beden tutumu	Kadın	281	31.67	18.74	3.875	399	.000
	Erkek	120	24.28	14.09			
Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci	Kadın	281	40.59	15.25	.094	399	.041
	Erkek	120	35.05	16.97			
Düşünce özellikleri	Kadın	281	65.69	22.45	.940	399	.348
	Erkek	120	63.40	22.00			

Araştırmada yer alan katılımcıların Beden tutumu puan ortalamalarının cinsiyet değişkenine göre farklılaşma durumunu test etmek için Bağımsız örneklem t-testi yapılmıştır. Kadın katılımcıların ($\bar{x}$ =31.67, SS=18.74) beden tutumu puan ortalamaları erkek katılımcıların ($\bar{x}$ =24.28, SS=14.09) puan ortalamalarına göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır ($t(399)=3.875$, $p<.05$). Kadın katılımcıların ($\bar{x}$ =40.59, SS=15.25) görünümle ilişkili sosyal medya bilinci puan ortalamaları erkek katılımcıların ($\bar{x}$ =35.05, SS=16.97) puan ortalamalarına göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır ($t(399)=.094$, $p<.05$). Kadın katılımcıların ($\bar{x}$ =65.69, SS=22.45) Düşünce özellikleri puan ortalamaları erkek katılımcıların ($\bar{x}$ =63.40, SS=22.00) puan ortalamalarına göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır ($t(399)=.940$, $p>.05$).

Tablo 6: Beden Tutumu, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci ve Düşünce Özellikleri Değişkenlerinin Medeni Duruma Göre Farklılaşma Durumunun İncelenmesi (Bağımsız Örneklem t Testi)

Değişken	Medeni Durum	n	$\bar{x}$	SS	t	sd	p
Beden tutumu	Evli	258	30.36	18.69	1.367	399	.024
	Bekar	143	27.83	15.97			
Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci	Evli	258	41.62	15.93	3.558	399	.787
	Bekar	143	35.77	15.03			
Düşünce özellikleri	Evli	258	67.56	22.85	3.115	399	.106
	Bekar	143	60.39	20.59			

Araştırmada yer alan katılımcıların Beden tutumu puan ortalamalarının medeni durum değişkenine göre farklılaşma durumunu test etmek için Bağımsız örneklem t-testi yapılmıştır. Evli katılımcıların ($\bar{x}$ =30.36, SS=18.69) Beden tutumu puan ortalamaları bekar katılımcıların ($\bar{x}$ =27.83, SS=15.97) puan ortalamalarına göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır ($t(399)=1.367$, $p<.05$). Evli katılımcıların ($\bar{x}$ =41.62, SS=15.93) Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci puan ortalamaları bekar katılımcıların ($\bar{x}$ =35.77, SS=15.03) puan ortalamalarına göre

istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır ($t(399)=3.558$, $p>.05$). Evli katılımcıların ($\bar{x}=67.56$, $SS=22.85$) Düşünce özellikleri puan ortalamaları bekar katılımcıların ($\bar{x}=60.39$, $SS=20.59$) puan ortalamalarına göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır ($t(399)=3.115$, $p>.05$).

Tablo 7: Beden Tutumu, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci ve Düşünce Özelliklerinin Eğitim Durumuna Göre Farklılaşma Durumunun İncelenmesi (Tek Yönlü Anova)

Değişken	Eğitim Durumu	n	$\bar{x}$	SS	F	sd	p	Fark
Beden tutumu	İlkokul/Ortaokul/	95	28.12	19.63	.692	398	.501	
	Lise							
	Üniversite	228	30.36	17.84				
	Lisansüstü	78	28.43	28.43				
Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci	İlkokul/Ortaokul/	95	37.29	17.18	4.522	398	.146	
	Lise							
	Üniversite	228	39.61	15.78				
	Lisansüstü	78	42.03	14.06				
Düşünce özellikleri	İlkokul/Ortaokul/	95	59.12	22.55	1.933	398	.011	b>c
	Lise ^a							c>a
	Üniversite ^b	228	66.48	22.18				
	Lisansüstü ^c	78	67.88	21.41				

Araştırmada yer alan katılımcıların Beden tutumu puan ortalamalarının eğitim durumu değişkenine göre farklılaşma durumunu test etmek amacıyla tek yönlü anova yapılmıştır. Gruplar arasında Beden tutumu puan ortalamaları istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır ($F(398)= .692$, $p>.05$).Gruplar arasında Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci puan ortalamaları istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır ($F(398)= 4.522$, $p>.05$).Gruplar arasında Düşünce özellikleri puan ortalamaları istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır($F(398)= 1.933$, $p<.05$). Farkın hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek amacıyla yapılan Scheffe sonucunda ilkokul/ortaokul/lise mezunu ($\bar{x}=59.12$ $Ss =22.55$) katılımcıların puan ortalaması üniversite mezunu ($\bar{x}=66.48$, $Ss=22.18$) ve lisansüstü mezunu ($\bar{x}=67.88$, $Ss=21.41$) katılımcıların puan ortalamasından anlamlı düzeyde düşük bulunmuştur.

Tablo 8: Beden Tutumu, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci ve Düşünce Özellikleri Değişkenlerinin Aylık Gelir Durumuna Göre Farklılaşma Durumunun İncelenmesi (Tek Yönlü Anova)

Değişken	Aylık Gelir Durumu	n	$\bar{x}$	SS	F	sd	p	Fark
Beden tutumu	Düşük ^a	35	33.77	17.55	1.118	398	.306	
	Orta ^b	322	28.92	17.62				
	Yüksek ^c	44	29.93	19.07				
Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci	Düşük ^a	35	40.14	15.12	.084	398	.920	
	Orta ^b	322	39.37	15.79				
	Yüksek ^c	44	40.22	17.13				
Düşünce özellikleri	Düşük ^a	35	22.61	22.61	2.551	398	.079	
	Orta ^b	322	22.57	22.57				
	Yüksek ^c	44	58.09	19.11				

Araştırmada yer alan katılımcıların Beden tutumu puan ortalamalarının aylık gelir durumuna göre farklılaşmasını test etmek için tek yönlü anova yapılmıştır. Gruplar arasında Beden tutumu puan ortalamaları istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır ($F(398)=1.118$, $p>.05$). Gruplar arasında Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci puan ortalamaları istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır ($F(398)=.084$, $p<.05$). Gruplar arasında Düşünce özellikleri puan ortalamaları istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır ($F(398)=2.551$, $p>.05$).

Tablo 9: Beden Tutumu, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci ve Düşünce Özellikleri Değişkenlerinin Yaşa Göre Farklılaşma Durumunun İncelenmesi (Tek Yönlü Anova)

Değişken	Yaş	n	$\bar{x}$	SS	F	sd	p	Fark
Beden tutumu	18-24 ^a	76	36.51	11.86	8.412	398	.000	a>b
	25-44 ^b	255	28.44	13.88				
	45-64 ^c	70	25.51	13.90				
Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci	18-24 ^a	76	48.13	17.11	20.383	398	.000	b>c
	25-44 ^b	255	38.95	15.01				
	45-64 ^c	70	32.32	13.15				
Düşünce özellikleri	18-24	76	74.15	20.83	16.999	398	.000	a>b
	25-44	255	65.44	22.44				
	45-64	70	53.50	18.29				

Araştırmada yer alan katılımcıların Beden tutumu puan ortalamalarının yaşa göre farklılaşmasını test etmek amacıyla tek yönlü anova yapılmıştır. Gruplar arasında Beden tutumu puan ortalamaları istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır ($F(398)=8.412$, $p<.05$). Farkın hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek amacıyla yapılan Scheffe sonucunda yaşı 18-24 aralığında olan ($\bar{x}=36.51$, $Ss=11.86$) katılımcıların puan ortalaması 25-44 aralığında ($\bar{x}=28.44$, $Ss=13.88$) ve 45-64 aralığında olan ($\bar{x}=25.51$, $Ss=13.90$) olan katılımcıların puan ortalamasından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Gruplar arasında Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci puan ortalamaları istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır ($F(398)=20.383$, $p<.05$). Farkın hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek amacıyla yapılan Scheffe sonucunda yaşı 18-24 aralığında olan ($\bar{x}=48.13$, $Ss=17.11$) katılımcıların puan ortalaması 25-44 aralığında olan ($\bar{x}=38.95$, $Ss=15.01$) ve 45-64 aralığında olan ($\bar{x}=32.32$, $Ss=13.15$) olan katılımcıların puan ortalamasından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. 25-44 yaş aralığında olan ($\bar{x}=38.95$, $Ss=15.01$) katılımcıların puan ortalaması 45-64 yaş aralığında olan ($\bar{x}=32.32$, $Ss=13.15$) katılımcıların puan ortalamasından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Gruplar arasında düşünce özellikleri puan ortalamaları istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır ($F(398)=16.999$, $p<.05$). Farkın hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek amacıyla yapılan Scheffe sonucunda yaşı 18-24 aralığında olan ($\bar{x}=74.15$, $Ss=20.83$) katılımcıların puan ortalaması 25-44 aralığında olan ($\bar{x}=65.44$, $Ss=22.44$) ve 45-64 aralığında olan ($\bar{x}=53.50$, $Ss=18.29$) olan katılımcıların puan ortalamasından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. 25-44 yaş aralığında olan ($\bar{x}=65.44$, $Ss=22.44$) katılımcıların puan ortalaması 45-64 yaş aralığında olan ($\bar{x}=53.50$, $Ss=18.29$) katılımcıların puan ortalamasından anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Tablo 10: Beden Tutumu ile Düşünce Özellikleri Değişkenlerinin İlişkisinin İncelenmesi (Korelasyon Analizi)

Değişken	Vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi	Kişinin kendi vücuduna aşına olamaması	Genel vücut memnuniyetsizliği	Diğer
Düşünce özellikleri	r .290**	.360**	.342**	.355
	p .000	.000	.000	.000

Düşünce özellikleri ile vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.29$, $p<.001$). Düşünce özellikleri arttıkça vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi artmaktadır. Düşünce özellikleri ile kişinin kendi vücuduna aşına olamaması arasında pozitif yönde orta güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.36$, $p<.001$). Düşünce özellikleri arttıkça kişinin kendi vücuduna aşına olamaması artmaktadır. Düşünce özellikleri ile genel vücut memnuniyetsizliği arasında pozitif yönde orta güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.34$, $p<.001$). Düşünce özellikleri arttıkça genel vücut memnuniyetsizliği artmaktadır. Düşünce özellikleri ile diğer arasında pozitif yönde orta güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.35$, $p<.001$). Düşünce özellikleri arttıkça diğer artmaktadır.

Tablo 11: Düşünce Özellikleri ile Beden Tutumu Alt Boyutlarının İlişkisinin İncelenmesi (Korelasyon Analizi)

Değişken		Vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi	Kişinin kendi vücuduna aşına olamaması	Genel memnuniyetsizliği	vücut	Diğer
Zihin Okuma	r	.156**	.173**	.206**		.287**
	p	.002	.001	.000		.000
Felaketleştirme	r	.256	.380**	.332**		.299**
	p	.000	.000	.000		.000
Hep Ya da Hiç	r	.164**	.209**	.153**		.148**
Tarzı Düşünme	p	.001	.000	.002		.003
Duygudan	r	.213**	.252**	.227**		.281**
Sonuç çıkarma	p	.000	.000	.000		.000
Etiketleme	r	.232**	.280**	.266**		.266**
	p	.000	.000	.000		.000
Zihinsel	r	.234**	.287**	.287**		.242**
Filtreleme	p	.000	.000	.000		.000
Aşırı	r	.289**	.322**	.305**		.255**
Genelleme	p	.000	.000	.000		.000
Kişiselleştirme	r	.130**	.221**	.198**		.284**
	p	.009	.000	.000		.000
Meli/Malı	r	.256**	.264**	.304**		.284**
İfadeler	p	.000	.000	.000		.000
Olumluyu	r	.171**	.226**	.211**		.194**
Küçültme	p	.001	.000	.000		.000

Zihin okuma ile vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.15, p<.05$). Zihin okuma arttıkça vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi artmaktadır. Zihin okuma ile kişinin kendi vücuduna aşına olmaması arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.17, p<.05$). Zihin okuma arttıkça kişinin kendi vücuduna aşına olmaması artmaktadır. Zihin okuma ile genel vücut memnuniyetsizliği arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.20, p<.001$). Zihin okuma arttıkça genel vücut memnuniyetsizliği artmaktadır. Zihin okuma ile diğer arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.28, p<.001$). Zihin okuma arttıkça diğer artmaktadır.

Felaketleştirme ile vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.25, p<.001$). Felaketleştirme arttıkça vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi artmaktadır. Felaketleştirme ile kişinin kendi vücuduna aşına olmaması arasında pozitif yönde orta güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.38, p<.001$). Felaketleştirme arttıkça kişinin kendi vücuduna aşına olmaması artmaktadır. Felaketleştirme ile genel vücut memnuniyetsizliği arasında pozitif yönde orta güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.20, p<.001$). Felaketleştirme arttıkça genel vücut memnuniyetsizliği artmaktadır. Felaketleştirme ile diğer arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.33, p<.001$). Felaketleştirme arttıkça diğer artmaktadır.

Hep ya da hiç tarzı düşünme ile vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.16, p<.05$). Hep ya da hiç tarzı düşünme arttıkça vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi artmaktadır. Hep ya da hiç tarzı düşünme ile kişinin kendi vücuduna aşına olmaması arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.20, p<.001$). Hep ya da hiç tarzı düşünme arttıkça kişinin kendi vücuduna aşına olmaması artmaktadır.

Hep ya da hiç tarzı düşünme ile genel vücut memnuniyetsizliği arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.15, p<.05$). Hep ya da hiç tarzı düşünme arttıkça genel vücut memnuniyetsizliği artmaktadır. Hep ya da hiç tarzı düşünme ile diğer arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.14, p<.05$). Hep ya da hiç tarzı düşünme arttıkça diğer artmaktadır.

Duygudan sonuç çıkarma ile vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.21, p<.001$). Duygudan sonuç çıkarma arttıkça vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi artmaktadır. Duygudan sonuç çıkarma ile kişinin kendi vücuduna aşına olmaması arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.25, p<.001$). Duygudan sonuç çıkarma arttıkça kişinin kendi vücuduna aşına olmaması artmaktadır. Duygudan sonuç çıkarma ile genel vücut memnuniyetsizliği arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.22, p<.001$). Duygudan sonuç çıkarma arttıkça genel vücut memnuniyetsizliği artmaktadır. Duygudan sonuç çıkarma ile diğer arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.28, p<.001$). Duygudan sonuç çıkarma arttıkça diğer artmaktadır.

Etiketleme ile vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.23, p<.001$). Etiketleme arttıkça vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi artmaktadır. Etiketleme ile kişinin kendi vücuduna aşına olmaması arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.28, p<.001$). Etiketleme arttıkça kişinin kendi vücuduna aşına olmaması artmaktadır. Etiketleme ile genel vücut memnuniyetsizliği arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.26, p<.001$). Etiketleme arttıkça genel vücut memnuniyetsizliği artmaktadır. Etiketleme ile diğer arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.26, p<.001$). Etiketleme arttıkça diğer artmaktadır.

Zihinsel filtreleme ile vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.23, p<.001$). Zihinsel filtreleme arttıkça vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi

artmaktadır. Zihinsel filtreleme ile kişinin kendi vücuduna aşına olmaması arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.28$, $p<.001$). Zihinsel filtreleme arttıkça kişinin kendi vücuduna aşına olmaması artmaktadır. Zihinsel filtreleme ile genel vücut memnuniyetsizliği arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.28$, $p<.001$). Zihinsel filtreleme arttıkça genel vücut memnuniyetsizliği artmaktadır. Zihinsel filtreleme ile diğer arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.24$, $p<.001$). Zihinsel filtreleme arttıkça diğer artmaktadır.

Aşırı genelleme ile vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.28$, $p<.001$). Aşırı genelleme arttıkça vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi artmaktadır. Aşırı genelleme ile kişinin kendi vücuduna aşına olmaması arasında pozitif yönde orta güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.32$, $p<.001$). Aşırı genelleme arttıkça kişinin kendi vücuduna aşına olmaması artmaktadır. Aşırı genelleme ile genel vücut memnuniyetsizliği arasında pozitif yönde orta güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.30$, $p<.001$). Aşırı genelleme arttıkça genel vücut memnuniyetsizliği artmaktadır. Aşırı genelleme ile diğer arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.25$, $p<.001$). Aşırı genelleme arttıkça diğer artmaktadır.

Kişiselleştirme ile vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.13$, $p<.05$). Kişiselleştirme arttıkça vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi artmaktadır. Kişiselleştirme ile kişinin kendi vücuduna aşına olmaması arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.22$, $p<.001$). Kişiselleştirme arttıkça kişinin kendi vücuduna aşına olmaması artmaktadır. Kişiselleştirme ile genel vücut memnuniyetsizliği arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.19$, $p<.001$).

Kişiselleştirme arttıkça genel vücut memnuniyetsizliği artmaktadır. Kişiselleştirme ile diğer arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.28$, $p<.001$). Kişiselleştirme arttıkça diğer artmaktadır.

Meli/Malı ifadeler ile vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.25$,

$p<.05$). Meli/Malı ifadeler arttıkça vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi artmaktadır. Meli/Malı ifadeler ile kişinin kendi vücuduna aşına olmaması arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=-.26$, $p<.001$). Meli/Malı ifadeler arttıkça kişinin kendi vücuduna aşına olmaması artmaktadır. Meli/Malı ifadeler ile genel vücut memnuniyetsizliği arasında pozitif yönde orta güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.30$, $p<.001$). Meli/Malı ifadeler arttıkça genel vücut memnuniyetsizliği artmaktadır. Meli/Malı ifadeler ile diğer arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.28$, $p<.001$). Meli/Malı ifadeler arttıkça diğer artmaktadır.

Olumluyu küçültme ile vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.17$, $p<.001$). Olumluyu küçültme arttıkça vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi artmaktadır. Olumluyu küçültme ile kişinin kendi vücuduna aşına olmaması arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.22$, $p<.001$). Olumluyu küçültme arttıkça kişinin kendi vücuduna aşına olmaması artmaktadır. Olumluyu küçültme ile genel vücut memnuniyetsizliği arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.21$, $p<.001$). Olumluyu küçültme arttıkça genel vücut memnuniyetsizliği artmaktadır. Olumluyu küçültme ile diğer arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(399)=.19$, $p<.001$). Olumluyu küçültme arttıkça diğer artmaktadır.

Tablo 12: Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci ile Düşünce Özellikleri Değişkenlerinin İlişkisinin İncelenmesi (Korelasyon Analizi)

Değişken	Düşünce Özellikleri	Zihin Okuma	Felaketleştirme	Hep/hiç tarzı düşünme
Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci	r .492**	.331**	.410**	.246
	p .000	.000	.000	.000

Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ile düşünce özellikleri arasında pozitif yönde orta güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(386)=.49$, $p<.001$). Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arttıkça düşünce özellikleri de artmaktadır. Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ile zihin okuma arasında pozitif yönde orta güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(386)=.33$, $p<.001$). Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arttıkça zihin okuma da artmaktadır. Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ile felaketleştirme arasında pozitif yönde orta güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(386)=.41$, $p<.001$). Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arttıkça felaketleştirme de artmaktadır. Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ile hep ya da hiç tarzı düşünme arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(386)=.24$, $p<.001$). Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arttıkça hep ya da hiç tarzı düşünme de artmaktadır.

Tablo 13: Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci ile Düşünce Özellikleri Değişkenlerinin İlişkisinin İncelenmesi (Korelasyon Analizi)

Değişken	Duygudan sonuç çıkarma	Etiketleme	Zihinsel filtreleme	Aşırı genelleme
Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci	r .382**	.402**	.358**	.370
	p .000	.000	.000	.000

Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ile duygudan sonuç çıkarma arasında pozitif yönde orta güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(386)=.38$, $p<.001$). Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arttıkça duygudan sonuç çıkarma da artmaktadır. Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ile etiketleme arasında pozitif yönde orta güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(386)=.40$, $p<.001$). Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arttıkça etiketleme de artmaktadır. Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ile zihinsel filtreleme arasında pozitif yönde orta güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(386)=.35$, $p<.001$). Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arttıkça zihinsel filtreleme de artmaktadır. Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ile aşırı genelleme arasında pozitif yönde orta güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(386)=.37$, $p<.001$). Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arttıkça aşırı genelleme de artmaktadır.

Tablo 14: Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci ile Düşünce Özellikleri Değişkenlerinin İlişkisinin İncelenmesi (Korelasyon Analizi)

Değişken	Kişiselleştirme	Meli/malı ifadeler	Olumluyu küçültme
Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci	r .363**	.415**	.294**
	p .000	.000	.000

Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ile kişiselleştirme arasında pozitif yönde orta güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(386)=.36$, $p<.001$). Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arttıkça kişiselleştirme de artmaktadır. Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ile meli/malı ifadeler arasında pozitif yönde orta güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(386)=.41$, $p<.001$). Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arttıkça meli/malı ifadeler de artmaktadır. Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ile olumluyu küçültme arasında pozitif yönde düşük güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(386)=.29$, $p<.001$). Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arttıkça olumluyu küçültme de artmaktadır.

Tablo 15: Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci ile Beden Tutumu Değişkenlerinin İlişkisinin İncelenmesi (Korelasyon Analizi)

Değişken	Vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi	Kişinin kendi vücuduna aşına olamaması	Genel vücut memnuniyetsizliği	Vücut Diğer
Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci	r .404**	.472**	.479**	.477
	p .000	.000	.000	.000

Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ile vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi arasında pozitif yönde orta güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(386)=.40$, $p<.001$). Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arttıkça vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi de artmaktadır. Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ile kişinin kendi vücuduna aşına olmaması arasında pozitif yönde orta güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(386)=.47$, $p<.001$). Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arttıkça kişinin kendi vücuduna aşına olmaması da artmaktadır. Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ile genel vücut memnuniyetsizliği arasında pozitif yönde orta güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(386)=.47$, $p<.001$). Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arttıkça genel vücut memnuniyetsizliği de artmaktadır. Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ile diğer arasında pozitif yönde orta güçte istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır ($r(386)=.47$, $p<.001$). Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arttıkça diğer de artmaktadır.

Tablo 16: Beden Tutumu ve Düşünce Özellikleri Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci Düzeyini Yordamakta Mıdır? (Regresyon Analizi)

Değişkenler	B	SH	β	t	p
Sabit	9.246	2.186	0.00	4.229	.000
Vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi	-.074	.150	-.035	-.491	.624
Kişinin kendi vücuduna aşına olamaması	.494	.180	.183	2.744	.006
Genel vücut memnuniyetsizliği	.588	.264	.177	2.232	.026
Diğer	1.826	.285	.271	6.407	.000
Zihin okuma	.177	.240	.036	.734	.463
Felaketleştirme	.300	.260	.063	1.156	.249
Hep ya da hiç tarzı düşünme	.005	.227	.001	.021	.983
Duygudan sonuç çıkarma	.320	.260	.067	1.229	.220
Etiketleme	.383	.255	.083	1.505	.133
Zihinsel filtreleme	-.001	.266	.000	-.004	.997
Aşırı genelleme	-.123	.264	-.027	-.465	.642
Kişiselleştirme	.157	.267	.033	.588	.557
Meli/Malı ifadeler	.629	.250	.135	2.515	.012
Olumluyu Küçültme	-.066	.242	-.014	-.274	.784

F (10,386) =21.42, p<.05, R²=.36

Beden tutumu ve düşünce özelliklerinin görünümle ilişkili sosyal medya bilincini yordama durumuna bakmak amacıyla regresyon analizi yapılmıştır. Kurulan doğrusal regresyon modelinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu bulunmuştur (F(10,386) =21.42, p<.001, R²=.36). Bağımlı değişken olan görünümle ilişkili sosyal medya bilinci yaklaşık %36'sı modeldeki bağımsız değişkenler tarafından açıklanabilmektedir.

Kişinin kendi vücuduna aşına olmaması bağımlı değişken olan görünümle ilişkili sosyal medya bilincinin anlamlı yordayıcısı olduğu bulunmuştur ($B=0.49$, $t(386) = -2.744$, $p < .05$). Kişinin kendi vücuduna aşına olmamasındaki bir birimlik artışın görünümle ilişkili sosyal medya bilincinin değerini 0.49 birim artıracığını göstermektedir. Genel vücut memnuniyetsizliği bağımlı değişken olan görünümle ilişkili sosyal medya bilincini anlamlı yordayıcısı olduğu bulunmuştur ($B=0.58$, $t(386) = 2.232$, $p < .05$). Genel vücut memnuniyetsizliğindeki bir birimlik artışın görünümle ilişkili sosyal medya bilincinin değerini 0,58 birim artıracığını göstermektedir. Diğer bağımlı değişken olan görünümle ilişkili sosyal medya bilincini anlamlı yordayıcısı olduğu bulunmuştur ($B=1.82$, $t(386) = 6.407$, $p < .05$). Diğerdeki bir birimlik artışın görünümle ilişkili sosyal medya bilincinin değerini 1.82 birim artıracığını göstermektedir. Meli/malı ifadeler bağımlı değişken olan görünümle ilişkili sosyal medya bilincini anlamlı yordayıcısı olduğu bulunmuştur ($B=.62$, $t(386) = 2.515$, $p < .05$). Diğerdeki bir birimlik artışın görünümle ilişkili sosyal medya bilincinin değerini .62 birim artıracığını göstermektedir.

Tablo 17: Beden tutumu (BT) ve Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci (GİSMB) Arasındaki İlişkide Düşünce özelliklerinin (DÖ) Aracı Rolü

Değişkenler	B	SH	β	t	p
Sabit	25.865	1.310	0.00	19.742	.000
Beden tutumu	.464	.038	.521	12.186	.000

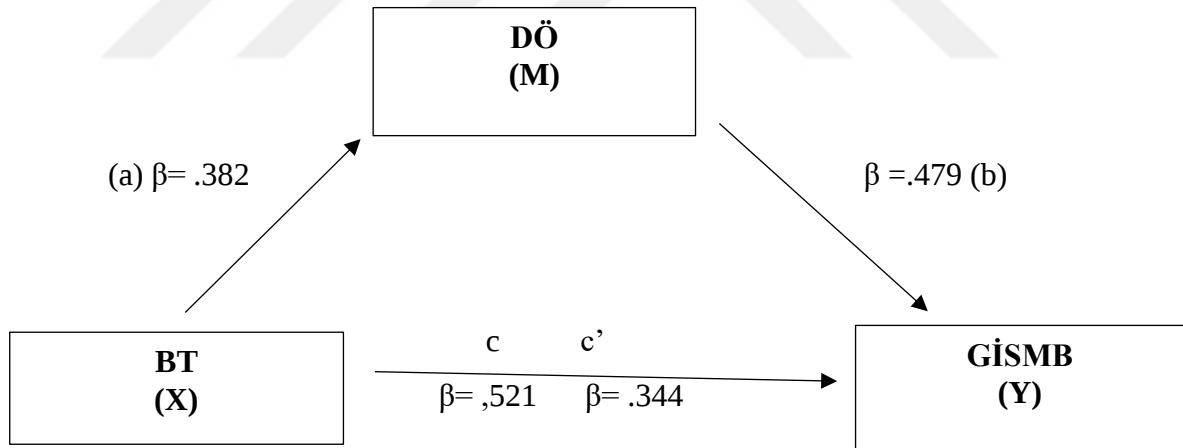
F (1,399) =148.50, p<.001, R²=.26

Değişkenler	B	SH	β	t	p
Sabit	50.898	1.997	0.00	25.485	.000
Düşünce özellikleri	.479	.058	.382	8.253	.000

F (1,399) =68.11, p<.001, R²=.15

Değişkenler	B	SH	β	t	p
Sabit	13.444	1.997	0.00	6.811	.000
Beden tutumu	.347	.038	.390	9.065	.000
Düşünce özellikleri	.244	.031	.344	7.995	.000

F (2,398) =117.92, p<.001, R²=.37



Regresyon analizinin ilk aşaması olarak beden tutumunun düşünce özellikleri üzerindeki yordayıcılığı analiz edilmiştir (a). Beden tutumu ($\beta=.382$, $t=8.253$, $p<.05$) görünümle ilişkili sosyal medya bilincini %15 açıklamaktadır. Kurulan model istatistiksel olarak anlamlıdır ($p<.05$).

Regresyon analizinin ikinci aşaması olarak beden tutumunun görünümle ilişkili sosyal medya bilinci üzerindeki yordayıcılığı analiz edilmiştir (c). Beden tutumu ($\beta=.521$, $t=12.186$, $p<.05$) görünümle ilişkili sosyal medya bilincini %26 açıklamaktadır. Kurulan model istatistiksel olarak anlamlıdır ($p<.05$).

Regresyon analizinin üçüncü aşamasında beden tutumu ve düşünce özelliklerinin görünümle ilişkili sosyal medya bilincini yordayıcı etkisi incelenmiştir (c'). Beden tutumunun ($\beta=-.347$, $t=9.065$, $p<.05$) ve düşünce özelliklerinin ($\beta=.244$, $t=7.995$, $p<.05$), görünümle ilişkili sosyal medya bilincini %37 açıkladığı görülmüştür. Kurulan model istatistiksel olarak anlamlıdır ($p<.05$).

Aracı etkinin analiz edilmesi için temel gereklilikler karşılanmıştır. Beta katsayılarına ilişkin inceleme yapıldığında, düşünce özelliklerinin aracı değişken olarak değerlendirildiği durumda, beden tutumunun görünümle ilişkili sosyal medya bilinci üzerindeki etkisinde azalma olduğu tespit edilmiştir.

Güven aralığı alt ve üst sınır değer işaretleri aynı yöndedir (LLCI=-.271, ULCI=-.422). Düşünce özelliklerinin aracılığı sobel testiyle analiz edilmiş, beden tutumunun görünümle ilişkili sosyal medya bilincine etkisinde düşünce özelliklerinin kısmi aracı rolü olduğu görülmüştür ($z=9.065$, $se=.038$, $p<.05$).

TARTIşMA

Bu çalışmada, bireylerin beden tutumu ve görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ilişkisinde düşünce özelliklerindeki aracı rolünü incelemek amaçlanmıştır. Bu çalışmada beden tutumunun cinsiyete göre farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Kadınların erkeklere kıyasla daha yüksek beden tutumu ortalamaları elde ettiği bulunmuştur. Benzer şekilde, Brennan, Lalonde ve Bain (2010), kadınların erkeklere oranla bedenlerine dair olumsuz hisler yaşayabilecekleri daha fazla durumun varlığını, bunun sonucunda da bedenleri konusunda erkeklere göre memnuniyetsizliklerinin daha fazla olduğunu ileri sürmüşlerdir. Öztürk vd. (2015) tarafından yapılan araştırmada, sosyal görünüm kaygısının erkeksi ve kadınsı cinsiyet rolleriyle pozitif bir ilişki içinde olduğu sonucuna ulaşılmış, kişilerin kadın ve erkekler için idealize edilen beden imajları ile kendi bedenlerini kıyaslamaları sonucu kendilerini kabul etmede güçlük çektiği ve bedenlerine dair memnuniyetlerinin azaldığı bulunmuştur. Bu yönüyle literatürle uyumlu sonuçlar elde edilmiştir. Görünümle ilişkili sosyal medya bilincinin cinsiyete göre farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Kadınların erkeklere kıyasla daha yüksek görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ortalamaları elde edildiği bulunmuştur. şafak ve Kahraman (2019) tarafından yapılan ve sosyal medya bağımlılığının farklı değişkenlerle ilişkisinin incelendiği araştırmada cinsiyet değişkeniyle sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı ilişki bulunamamıştır. Bu değişkenle yapılan bir araştırmaya ulaşılamadığından farklı değişkenler üzerinden tartışılmaya çalışılmıştır. Düşünce zelliklerinin cinsiyete göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ergin'in (2022) bilişsel çarpıtmalar değişkeniyle yaptığı araştırmanın bulgularına göre erkeklerin, kadınlara oranla anlamlı düzeyde bilişsel çarpıtmalar yaptıkları sonucuna ulaşılmıştır. Öte yandan Duman, İmre ve Mısırlı'nın (2019) araştırması incelendiğinde benzer şekilde cinsiyet değişkeniyle bilişsel çarpıtmalar arasında anlamlı farklılık bulunamadığı görülmüştür. Farklı çalışmalardan farklı sonuçlara ulaşılmış olması yönüyle bilişsel çarpıtmalar ile cinsiyetin ilişkisi tartışmalıdır.

Bu çalışmada beden tutumunun medeni duruma göre farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Evlilerin bekarlara kıyasla daha yüksek beden tutumu ortalamaları elde ettiği bulunmuştur. Bu çalışmanın aksine Karaköse ve Baykara (2017) tarafından yapılan ve olumsuz beden konuşmalarının incelendiği araştırmada medeni duruma

göre farklılaşma olmadığı bulgusuna erişilmiştir. Yorulmaz ve Kurtçu (2019) tarafından yapılan başka bir çalışmada da benzer şekilde beden algısı ile medeni durum arasında anlamlı farklılık olmadığı görülmüştür. Bu yönüyle literatürle uyuşmayan sonuçlar elde edilmiştir. Görünümle ilişkili sosyal medya bilincinin medeni duruma göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Şafak ve Kahraman'ın (2019) sosyal medya bağımlılığı ile ilgili yürüttüğü araştırmada da medeni duruma göre anlamlı farklılık bulunamamıştır. Bu yönüyle literatürle benzer sonuçlar elde edilmiştir. Düşünce özelliklerinin medeni duruma göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bilge ve Arslan'ın (2001) çalışmasında bu araştırmayla paralel şekilde bilişsel çarpıtmaların, yani akılcı olmayan düşüncelerin medeni durum değişkeniyle anlamlı farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmış; evli ya da bekar olmanın bu düşünceler üzerinde fark yaratmadığı kabul edilmiştir. Yine Yazıcı Çelebi vd. (2020) tarafından yapılan araştırmada da medeni duruma göre farklılaşma tespit edilmemiş olup bu yönüyle literatürle benzer bulgular elde edilmiştir.

Bu çalışmada beden tutumunun aylık gelir durumuna göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Geneci (2019) tarafından yapılan ve beden imgesinin kendilik değeri üzerindeki etkisinin araştırıldığı çalışmada aylık gelir durumunun farklılaştığı sonucun ulaşılmıştır. Bu yönüyle literatürle uyuşmayan sonuçlar elde edilmiştir. Görünümle ilişkili sosyal medya bilincinin aylık gelir durumuna göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde bu değişken ile ilgili başka çalışmalara rastlanamadığından karşılaştırılması yapılamamıştır. Düşünce özelliklerinin aylık gelir durumuna göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Kaynar (2016) tarafından yapılan araştırmada aylık gelir durumuna göre farklılaşma tespit edilmemiş olup bu yönüyle literatürle benzer bulgular elde edilmiştir.

Bu çalışmada beden tutumunun yaşa göre farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Koç ve Korkut Owen (2019) tarafından yapılan ve öz duyarlılığın incelendiği araştırmada yaşa göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu yönüyle literatürle uyuşmayan sonuçlar elde edilmiştir. Görünümle ilişkili sosyal medya bilincinin yaşa göre farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Kılıoğlu (2021) tarafından yapılan araştırmada da benzer sonuçlara erişilmiştir. Bu yönüyle literatürle benzer sonuçlar elde edilmiştir. Düşünce özelliklerinin yaşa göre farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Türküm (2001) tarafından yapılan araştırmada yaşa göre farklılaşma tespit edilmemiş olup bu yönüyle literatürle farklı bulgular elde edilmiştir.

Bu çalışmada düşünce özellikleri arttıkça vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesinin de arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Okumuşoğlu (2017) tarafından yapılan araştırmada da benzer bulgulara ulaşılmıştır. Literatürle uyumlu sonuçlar elde edilmiştir. Düşünce özellikleri arttıkça kişinin kendi vücuduna aşına olamaması artmaktadır. Düşünce özellikleri arttıkça genel vücut memnuniyetsizliği artmaktadır. Yazıcı Çelebi vd. (2020) tarafından yapılan araştırmada da benzer sonuçlara ulaşılmış olup literatürle uyumlu sonuçlar elde edilmiştir.

Bu çalışmada zihin okuma arttıkça vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi artmaktadır. Bozkurt ve Koyuncu (2023) tarafından yapılan araştırmada da benzer sonuçlara ulaşılmış olup literatürle uyumlu sonuçlar elde edilmiştir. Zihin okuma arttıkça kişinin kendi vücuduna aşına olmaması artmaktadır. Zihin okuma arttıkça genel vücut memnuniyetsizliği artmaktadır. Bozkurt ve Koyuncu (2023) tarafından yapılan araştırmada da benzer sonuçlara ulaşılmış olup literatürle uyumlu sonuçlar elde edilmiştir.

Bu çalışmada felaketleştirme arttıkça vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi artmaktadır. Bu konuda literatürde daha önce yapılmış bir çalışmaya rastlanmadığından karşılaştırma olanağı elde edilmemiştir. Felaketleştirme arttıkça kişinin kendi vücuduna aşına olmaması artmaktadır. Bu konuda literatürde daha önce yapılmış bir çalışmaya rastlanmadığından karşılaştırma olanağı elde edilmemiştir. Felaketleştirme arttıkça genel vücut memnuniyetsizliği artmaktadır. Bu konuda literatürde daha önce yapılmış bir çalışmaya rastlanmadığından karşılaştırma olanağı elde edilmemiştir.

Bu çalışmada hep ya da hiç tarzı düşünme arttıkça vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi artmaktadır. Ergüney (2012) tarafından yapılan araştırmada da benzer bulgulara erişilmiş olup literatürle uyumlu sonuçlar elde edilmiştir. Hep ya da hiç tarzı düşünme arttıkça kişinin kendi vücuduna aşına olmaması artmaktadır. Ergüney (2012) tarafından yapılan araştırmada da benzer bulgulara erişilmiş olup literatürle uyumlu sonuçlar elde edilmiştir.

Bu çalışmada hep ya da hiç tarzı düşünme arttıkça genel vücut memnuniyetsizliği artmaktadır. Nernekli (2017) tarafından yapılan araştırmada da benzer bulgulara erişilmiş olup literatürle uyumlu sonuçlar elde edilmiştir. Hep ya da hiç tarzı düşünme arttıkça diğer artmaktadır. Nernekli (2017) tarafından yapılan

araştırmada da benzer bulgulara erişilmiş olup literatürle uyumlu sonuçlar elde edilmiştir.

Bu çalışmada etiketleme arttıa vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi artmaktadır. Kutlu (2009) tarafından yapılan araştırmada da benzer bulgulara erişilmiş olup literatürle uyumlu sonuçlar elde edilmiştir. Etiketleme arttıa kişinin kendi vücuduna aşına olmaması artmaktadır. Etiketleme arttıa genel vücut memnuniyetsizliği artmaktadır. Kutlu (2009) tarafından yapılan araştırmada da benzer bulgulara erişilmiş olup literatürle uyumlu sonuçlar elde edilmiştir.

Bu çalışmada zihinsel filtreleme arttıa vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi artmaktadır. Terzi (2021) tarafından yapılan araştırmada da benzer bulgulara erişilmiş olup literatürle uyumlu sonuçlar elde edilmiştir. Zihinsel filtreleme arttıa kişinin kendi vücuduna aşına olmaması artmaktadır. Zihinsel filtreleme arttıa genel vücut memnuniyetsizliği artmaktadır. Terzi (2021) tarafından yapılan araştırmada da benzer bulgulara erişilmiş olup literatürle uyumlu sonuçlar elde edilmiştir.

Bu çalışmada aşırı genelleme arttıa vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi artmaktadır. Yalçuk (2018) tarafından yapılan araştırmada da benzer bulgular elde edilmiş olup literatürle uyumlu sonuçlara ulaşılmıştır. Aşırı genelleme arttıa kişinin kendi vücuduna aşına olmaması artmaktadır. Aşırı genelleme arttıa genel vücut memnuniyetsizliği artmaktadır. Aşırı genelleme arttıa diğer artmaktadır. Yalçuk (2018) tarafından yapılan araştırmada da benzer bulgular elde edilmiş olup literatürle uyumlu sonuçlar elde edilmiştir.

Bu çalışmada kişiselleştirme arttıa vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi artmaktadır. Varlık ve Kabakçı (2008) tarafından yapılan araştırmada da benzer bulgulara erişilmiştir. Literatürle uyumlu sonuçlar elde edilmiştir. Kişiselleştirme arttıa kişinin kendi vücuduna aşına olmaması artmaktadır. Kişiselleştirme arttıa genel vücut memnuniyetsizliği artmaktadır. Varlık ve Kabakçı (2008) tarafından yapılan araştırmada da benzer sonuçlar elde edilmiştir. Literatürle uyumlu sonuçlara ulaşılmıştır.

Bu alışmada Meli/Malı ifadeler arttıa vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi, kişinin kendi vücuduna aşına olmaması, genel vücut memnuniyetsizliği artmaktadır. Bu konuda literatürde daha önce yapılmış bir çalışmaya rastlanmadığından karşılaştırma olanağı elde edilmemiştir.

Olumluyu küçültme arttıkça vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi, kişinin kendi vücuduna aşına olmaması, genel vücut memnuniyetsizliği artmaktadır. Bu konuda literatürde daha önce yapılmış bir çalışmaya rastlanmadığından karşılaştırma olanağı elde edilememiştir.

Bu çalışmada görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arttıkça düşünce özellikleri de artmaktadır. Dinç (2020) tarafından yapılan araştırmada da benzer bulgulara erişilmiş olup literatürle uyumlu sonuçlar elde edilmiştir. Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arttıkça zihin okuma da artmaktadır. Bu konuda literatürde daha önce yapılmış bir çalışmaya rastlanmadığından karşılaştırma olanağı elde edilmemiştir. Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arttıkça felaketleştirme de artmaktadır. Keleş ve Eroğlu (2022) tarafından yapılan araştırmada da benzer sonuçlar elde edilmiş olup literatürle uyumlu bulgular elde edilmiştir. Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arttıkça hep ya da hiç tarzı düşünme, duygudan sonuç çıkarma ve zihinsel filtreleme de artmaktadır. Fakat bu değişkenlerle ilgili literatürde daha önce yapılmış bir çalışmaya rastlanmadığından karşılaştırma olanağı elde edilmemiştir.

Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arttıkça etiketleme de artmaktadır. Keleş ve Eroğlu (2022) tarafından yapılan araştırmada da benzer sonuçlar elde edilmiş olup literatürle uyumlu bulgular elde edilmiştir.

Bu çalışmada görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arttıkça aşırı genelleme de artmaktadır. Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arttıkça kişiselleştirme de artmaktadır. Başgöze ve Özdestici (2021) tarafından yapılan araştırmada da benzer bulgulara erişilmiş olup literatürle uyumlu sonuçlar elde edilmiştir. Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arttıkça meli/malı ifadeler de artmaktadır. Bu konuda literatürde daha önce yapılmış bir çalışmaya rastlanmadığından karşılaştırma olanağı elde edilmemiştir. Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arttıkça olumluyu küçültme de artmaktadır. Dinç (2020) tarafından yapılan araştırmada da benzer bulgulara erişilmiş olup literatürle uyumlu sonuçlar elde edilmiştir.

Bu çalışmada görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arttıkça vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi de artmaktadır. Karakurt (2019) tarafından yapılan araştırmada da benzer bulgular elde edilmiştir. Literatürle uyumlu sonuçlara ulaşılmıştır. Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arttıkça kişinin kendi vücuduna aşına olmaması da artmaktadır. Bu konuda literatürde daha önce yapılmış bir

çalışmaya rastlanmadığından karşılaştırma olanağı elde edilmemiştir. Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arttıkça genel vücut memnuniyetsizliği de artmaktadır. Aslan (2001) tarafından yapılan araştırmada da benzer bulgular elde edilmiştir. Literatürle uyumlu sonuçlara ulaşılmıştır.

Bu çalışmada beden tutumunun görünümle ilişkili sosyal medya bilincini yordadığı sonucuna ulaşılmıştır. Aracı değişken olan düşünce özelliklerinin görünümle ilişkili sosyal medya bilincini yordadığı sonucuna ulaşılmıştır. Beden tutumu ile görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arasındaki ilişkide düşünce özelliklerinin aracı rolü bulunmaktadır. Beden tutumu görünümle ilişkili sosyal medya bilincini yordadığı esnada düşünce özelliklerinin bu etkiyi artırdığı bulgusuna ulaşılmıştır. Bu sonuç araştırmada savunulan görüşle paralellik ve tutarlılık göstermektedir.

Bu çalışmada genel olarak önerilecek hususlar incelendiğinde, araştırma Türkiye Cumhuriyeti sınırlarında gerçekleştirildiğinden kültürel etkenler göz önünde bulundurulduğunda diğer ülkelerle kıyaslamalar yapılarak araştırmanın genişletilmesi önerilmektedir. Beden tutumu, görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ve düşünce özelliklerinin ilişkili olduğu görüldüğünden bu durumda eğitimlerin düzenlenmesi, klinisyenlerin çalışmalarında bu ilişkiyi göz önünde bulundurması önerilmektedir. Beden tutumuyla düşünce özelliklerini yordayıcı etkisi göz önünde bulundurulduğunda bu şikayetler ile gelen bireylerin beden tutumu konusunda araştırmalar yapılması önerilmektedir. Yapılan araştırmanın kapsamlı, diğer kültürlerle karşılaştırmalar yapılarak gerçekleştirilmesi gelecek araştırmalar bakımından önerilmektedir. Görünümle ilişkili sosyal medya bilincinin yanında çeşitli sosyal medya platformlarının karşılaştırmalarının da yer alacağı kapsamlı araştırmalar önerilmektedir.

SONUÇ

Bu araştırma, bireylerin beden tutumu ve görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ilişkisinde düşünce özelliklerindeki aracı rolünü incelemek amacıyla 401 kişiyle gerçekleştirilmiştir.

Elde edilen sonuçlara göre, beden tutumu, cinsiyete ve medeni duruma göre farklılaşmaktadır. Beden tutumu eğitim durumu ve aylık gelir durumuna göre farklılaşmamaktadır. Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci, cinsiyete ve aylık gelir durumuna göre farklılaşmaktadır. Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci medeni durum ve eğitim duruma göre farklılaşmamaktadır. Düşünce özellikleri, eğitim durumuna göre farklılaşmaktadır fakat cinsiyet, medeni durum ve aylık gelir durumuna göre farklılaşmamaktadır.

Düşünce özellikleri ile vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi, kişinin kendi vücuduna aşına olmaması, genel vücut memnuniyetsizliği arasında ilişki vardır. Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ile düşünce özellikleri, zihin okuma, felaketleştirme, hep ya da hiç tarzı düşünme, duygudan sonuç çıkarma, etiketleme, zihinsel filtreleme, aşırı genelleme, kişiselleştirme, meli/malı ifadeler, olumluyu küçültme, vücut boyutunun olumsuz değerlendirilmesi, kişinin kendi vücuduna aşına olmaması, genel vücut memnuniyetsizliği arasında ilişki vardır. Kişinin kendi vücuduna aşına olmaması, genel vücut memnuniyetsizliği, meli/malı ifadelerin bağımlı değişken olan görünümle ilişkili sosyal medya bilincinin anlamlı yordayıcısı olduğu bulunmuştur. Bağımlı değişken olan görünümle ilişkili sosyal medya bilincinin yaklaşık %37'si modeldeki bağımsız değişkenler tarafından açıklanabilmektedir. Beden tutumu ve düşünce özellikleri, görünümle ilişkili sosyal medya bilincini yordamaktadır.

Araştırmanın sonucunda beden tutumu ile görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arasındaki ilişkide düşünce özelliklerinin aracı rolü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Böylelikle tezde savunulan fikir desteklenmiştir.

KAYNAKÇA

- Aktan, E. (2018). Sosyal medyanın turizm pazarlamasındaki rolünün değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 228-248.
- Balkız, Ö. (2022). Instagramda kadın etkileyiciler: bir etki ekonomisinde ticaretin kadınsılaştırılması. *Akdeniz Kadın Çalışmaları ve Toplumsal Cinsiyet Dergisi*, 5(1), 100-132.
- Basgoze P., Özdestici H., (2021). Sosyal medya pazarlamasının kurumsal itibar algısına etkisi: kişiselleştirme metaforu. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 11(1): 95-127.
- Bayraktar, F. (2020). Sosyal medya fenomenlerinin kadın tüketicilerin satın alma karar sürecine etkisi (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Sakarya Üniversitesi.
- Bayad, A. (2016). Erving Goffman'ın Benlik Kavramı ve İnsan Doğası Varsayımı. *Psikoloji Çalışmaları*, 36 (1) , 81-93
- Bekalu M, McCloud RF, Viswanath K. (2019). Association of social media use with social well-being, positive mental health, and self-rated health: disentangling routine use from emotional connection to use. *Health Educ Behav*;46(2):69. <https://doi.org/10.1177/1090198119863768>
- Bilge, F. & Arslan, A. (2001). Yetişkinlerin Akılcı Olmayan Düşüncelerinin Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 2 (16): 23-31.
- Bingöl, F. & Çelik, E. (2021). Yalnızlığın Bağlanma Stilleri, Beğenilme Arzusu ve Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Açısından İncelenmesi. *Ekev Akademi Dergisi*, 85, p. 187-202. Doi: 10.17753/Ekev1821

- Brennan, M. A. & Lalonde, C. E. & Bain, J. L. (2010). Body Image Perceptions: Do Gender Differences Exist? *PSI CHI Journal of Undergraduate Research*, 15 (3): 130-138.
- Bozkurt, R., & Koyuncu, A. A. (2023). Beden ve benlik ilişkisi: teorik bir değerlendirme. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (25): 271-281.
- Cash, T. F. (2004). Body image: past, present, and future, *Body Image*, 1(1): 1–5.
- Compte, E. J., Sepúlveda, A. R., Pellegrin, Y. ve Blanco, M. (2015). Confirmatory factor analysis of the drive for muscularity Scale-S (DMS-S) and male body attitudes Scale-S (MBAS-S) among male university students in Buenos Aires. *Body Image*, 14, 13-19.
- Covin R, Dozois DJ, Ogniewicz A, Seeds. (2011). Measuring cognitive errors: initial development of the cognitive distortions scale (CDS). *International Journal of Cognitive Therapy*. 4(3):297-322.
- Çakmak, V. (2018). Online benlik sunumu ve narsisizm arasındaki ilişki: Üniversite öğrencileri üzerinde bir araştırma. *Academic Journal of Information Technology*, 9(31), 137-152.
- Damiano, S. R., Paxton, S. J., Wertheim, E. H., McLean, S. A., ve Gregg, K. J. (2015). Dietary restraint of 5-year-old girls: associations with internalization of the thin ideal and maternal, media, and peer influences. *International Journal of Eating Disorders*, 48(1), 1166–1169.
- Dinç, S. B. (2020). *Narsistik kişilik örüntülerinden sosyal medya bağımlılığına giden yol: duygu düzenleme güçlükleri ve bilişsel çarpıtmaların aracı rolü* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Başkent Üniversitesi.

- Duman, N. & İmre, Y. & Mısırlı, M. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Umutsuzluk Düzeyi ve Bilişsel Çarpıtmaları Üzerine Bir Araştırma. *Research Studies Anatolia Journal* 2 (5): 207-213.
- Erdoğan, Ö. ve Tütüncü, İ. (2015). Üniversite öğrencilerinin beden algısı, yeme tutumu ve yakın ilişki kurma düzeyleri arasındaki ilişki, *SSTB International Refereed Academic Journal of Sports, Health & Medical Sciences*, S.17,s.89-115.
- Ergin, E. (2022). *Yetişkinlerde çocukluk çağı travmalarının duygu düzenleme güçlüğü ile bilişsel çarpıtmalar arasındaki ilişkisi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Maltepe Üniversitesi.
- Ergüney, F. E. (2012). *Yeme bozukluğu hastalarında tedavi motivasyonu, beden imgesi ve depresyonun değerlendirilmesi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi.
- Eryılmaz, B., & Şengül, S. (2016). Sosyal medyada paylaşılan yöresel yemek fotoğraflarının turistlerin seyahat tercihleri üzerindeki etkisi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 32-42.
- Fardouly J, Vartanian LR (2016). Social media and body image concerns: current research and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 9, 1-5.
- Franko, D.L., Striegel-Moore, R.H. (2002). The role of body dissatisfaction as a risk factor for depression in adolescent girls: are the differences black and white? *J Psychosom Res. Nov*; 53(5), 975-83.
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A. (1997). Objectification theory: toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21(1), 173–206.

- Geneci, G. (2019). *Beden imgesi ve sosyal medya etkileniminin beden imgesine bağlı yaşam niteliğine ve yaşam doyumuna etkisi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ufuk üniversitesi.
- Güney, B. (2017). Dijital bağımlılığın dijital kültüre dönüşmesi: netlessfobi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 1(2), 207-213.
- Halliwel, E. (2013). The impact of thin idealized media images on body satisfaction: does body appreciation protect women from negative effects. *Body Image*, 10, 509-514.
- Houge, T., & Loughran, T. (2000). Cash flow is king? Cognitive errors by investors. *The Journal of Psychology and Financial Markets*, 1(3-4), 161-175.
- Hiçdurmaz, D., Öz, F. (2011). Benliğin Bilişsel Yaklaşımla Güçlendirilmesi. *Hacettepe Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi*, 18 (2): 68-78
- Jager-Hyman, S., Cunningham, A., Wenzel, A., Mattei, S., Brown, G. K., & Beck, A. T. (2014). *Cognitive Distortions and Suicide Attempts. Cognitive Therapy and Research*, 38(4), 369–374.
- İli, K. (2013). *Sosyal medya ortam ve araçlarının öğrenci davranışlarına etkisi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Hacettepe Üniversitesi.
- Kalafat, T. Kınal, R., (2008). Üniversite öğrencilerinin beden memnuniyeti düzeyleri ile sosyal beceri düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23: 41-47.
- Karaköse, T., & Baykara, B. (2017). Kilo konuşmalarının psikolojik faktörler üzerindeki etkisi: Pilot çalışma. *Türk Aile Hek Derg*, 21(1), 26-33.
- Karakurt, R. B. (2019). *Ergenlerin benlik saygıları ile beden imajlarının sosyal medya kullanımı ve çeşitli değişkenler açısından incelenmesi* (Yayımlanmamış doktora tezi). Yıldız teknik üniversitesi.

- Kassirer, J. P., & Kopelman, R. I. (1989). Cognitive errors in diagnosis: instantiation, classification, and consequences. *The American journal of medicine*, 86(4), 433-441.
- Kaynar, G. (2016). Boşanma sürecindeki kişilerin baş etme becerileri, bilişsel çarpıtmalar, yılmazlık ve sosyal destek algıları açısından incelenmesi. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli Üniversitesi.
- Keleş, O. & Eroğlu, Y. (2022). Lise öğrencilerinin problemli sosyal medya kullanımı ve bilişsel çarpıtmaları arasındaki ilişkinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24 (1), 297-310.
- Kıloğlu, N.T. (2021). Sosyal medya kullanan genç yetişkinlerde beden algısı ve özgüven arasındaki ilişki. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- Koç, M. S., & Owen, F. K. (2021). Öz-duyarlılığın vücut algısı, beden kitle indeksi, yaş ve ebeveyn tutumları ile ilişkisi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 36 (1), 130-144.
- Kutlu, B. (2009). *Beden imajının gelişimi ve sağlıklı beden ağırlığının korunmasında yemeye ilgili tutumlar, temel inançlar ve ebeveyne bağlanmanın rolü* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Yakın Doğu Üniversitesi.
- Küçük, Ş. (2020), *Sosyal medya fenomenlerinin tesettür algısına etkisi*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Amasya Üniversitesi.
- Lefebvre, M. F. (1981). Cognitive distortion and cognitive errors in depressed psychiatric and low back pain patients. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 49(4), 517–525.

- Medin, B. (2016). Dikizleme Günlüğü: Kendimizi ve Komşılarımızı Gözetlemeyi Niçin Bu Kadar Sevdik? *TRT Akademi Dergisi*, 1 (2), 786-789.
- Mele, S., Cazzato, V., & Urgesi, C. (2013). *The Importance of Perceptual Experience in the Esthetic Appreciation of the Body*. *PLoS ONE*, 8(12): 1-8.
- Micali, N., De Stavola, B., Ploubidis, G., Simonoff, E., Treasure, J., & Field, A. E. (2015). Adolescent eating disorder behaviours and cognitions: gender-specific effects of child, maternal and family risk factors. *The British Journal of Psychiatry*, 207(4), 320-327.
- Mills JS, Musto S, Williams L, vd. (2018). "Selfie" harm: effects on mood and body image in young women. *Body Image*. 27, 86-92
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.08.007>
- Mond, J. M. (2014). Eating disorders "mental health literacy": an introduction. *Journal of Mental Health*, 23 (2), 51-54.
- Murray, S. B., Rieger, E., Hildebrandt, T., Karlov, L., Russell, J., Boon, E., Dawson, R. T. ve Touyz, S. W. (2012). A comparison of eating, exercise, shape, and weight related symptomatology in males with muscle dysmorphia and anorexia nervosa. *Body Image*, 9(2), 193–200.
- Myers, T. A. ve Crowther, J. H. (2007). Sociocultural pressures, thin-ideal internalization, selfobjectification, and body dissatisfaction: Could feminist beliefs be a moderating factor?. *Body Image*, 4(3), 296-308.
- Neagu, A. (2015), Body image: a theoretical framework. The Publishing House of the Romanian Academy, 17(1), 29-38.
- Nernekli, M. (2017). *Üniversite öğrencilerinde psikolojik dayanıklılık, beden imajı ve emosyonel yeme arasındaki ilişki* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi.

- Oğuzhan, N. T. (2021). *Sosyal medya kullanan genç yetişkinlerde beden algısı ve özgüven arasındaki ilişki* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- Okumuşoğlu, S. (2017). Yeme tutumunun, düşünce beden biçimi kaynaşması, cinsiyet ve vücut kitle indeksi ile ilişkisinin araştırılması. *Yaşam Becerileri Psikoloji Dergisi*, 1(1), 59-65.
- Okumuşoğlu, S. (2017). Diyet yapan kadınlarda beden algısı, benlik saygısı, yaş ve vücut kitle indeksi ilişkisinin araştırılması. *Ulakbilge* 5(13): 1171-1181.
- Örüm, M. H. (2021). Düşünce özellikleri ölçeği bağlamında bilişsel hatalar. *Medical Records*, 3(1), 50-51.
- Özdel K, Taymur I, Guriz SO, Tulaci RG, Kuru E, Turkcapar MH. (2014). Measuring cognitive errors using the cognitive distortions scale (CDS): Psychometric properties in clinical and non-clinical samples. *PLoS ONE* 9(8), 5-15.
- Özdemir, Z. (2016). Sosyal medyada kimlik inşasında yeni akım: özçekim kullanımı. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2 (1), 112-131.
- Öztürk, A., Kara, A., & Körük, S. (2015). Üniversite öğrencilerinin kişilik özellikleri, cinsiyet rolleri ve yüz kızarma eğilimlerinin sosyal görünüm kaygılarını yordama gücü ve aralarındaki ilişki. *Electronic Turkish Studies*, 10(10), 733,748.
- Öztürkçe, M. (2021). *Üniversite öğrencilerinin sosyal fobisi ile sosyal medya kullanımının olumsuz değerlendirilme korkusu bakımından incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Maltepe Üniversitesi.
- Pinquart, M. (2013), Body image of children and adolescents with chronic illness: a meta-analytic comparison with healthy peers, *Body Image*, 10(2), 141–148.

- Ridgeway, R. T. ve Tylka, T.L. (2005). College men's perceptions of ideal body composition and shape. *Psychol Men Masculinity*, 6(3), 209–220.
- Saraçaydın, M. (2020). Kişisel imaj yönetimi bağlamında sosyal medyanın kullanımı. *Anasay*, (11), 149-170.
- Sarıçam, F. (2015). *Öğrencilerin okul dışı sosyal medya kullanım amaçlarının öğrencilerin ders başarılarına etkisi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi.
- Sert Agir, M. & Yavuzer, H. (2018). Bilissel Carpitma Olceginin Turkce Formunun Gecerlilik ve Guvenirlik Calismasi. *Akdeniz Egitim Arastirmalari Dergisi*, 12(26), 175-198. doi: 10.29329/mjer.2018.172.10
- Smolak, L. (2004). Body image in children and adolescents: where do we go from here. *Body Image*, 1(1), 15–28.
- Stiegler, M. P., Neelankavil, J. P., Canales, C., & Dhillon, A. (2012). Cognitive errors detected in anaesthesiology: a literature review and pilot study. *British journal of anaesthesia*, 108(2), 229-235.
- Swami, V. (2015). Cultural influences on body size ideals: Unpacking the impact of westernization and modernization. *European Psychologist*, 20 (1), 44-51.
- Şad, S. N., Göktaş, Ö. (2013). Öğretim elemanlarının geleneksel ve çağdaş ölçme değerlendirme yaklaşımlarının incelenmesi. *Ege Eğitim Dergisi*, 14(2): 79-105.
- Şafak, B., & Kahraman, S. (2019). Sosyal medya kullanımının yalnızlık ve narsistik kişilik özelliği belirtileri ile ilgili ilişkinin incelenmesi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 54-69.

- Şahin, E., Çağlıyan, V., & Başer, H. H. (2017). Sosyal medya pazarlamasının tüketici satın alma davranışına etkisi: Selçuk Üniversitesi İİBF örneği. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(4), 67-86.
- Şahin, S., Huri, M., Köse, B., Akel B.S., Probst M. (2020). Reliability and validity of the Turkish version of body attitude test in women with breast cancer, *Current Psychology*, 41: 963–969.
- Tanrıverdi, H., & Sağır, S. (2014). Lise öğrencilerinin sosyal ağ kullanım amaçlarının ve sosyal ağları benimseme düzeylerinin öğrenci başarısına etkisi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(18), 775-822.
- Tiggemann, M. ve Boundy, M. (2008). Effect Of environment and appearance compliment on college women's self-objectification, mood, body shame, and cognitive performance. *Psychology of Women Quarterly*, 32, 399–405.
- Türkoğlu, Y. (2019). *Sosyal medya platformlarındaki muhafazakâr moda fenom fenomenlerinin (Influencer) tüketicilerin satın alma niyeti üzerindeki etkisi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Bartın Üniversitesi.
- Türküm, S. (2001). Stresle başa çıkma biçimi, iyimserlik, bilişsel çarpıtma düzeyleri ve psikolojik yardım almaya ilişkin tutumlar arasındaki ilişkiler: üniversite öğrencileri üzerinde bir araştırma. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 1-16.
- Tylka, T. L. (2011). Refinement of the tripartite influence model for men: Dual body image pathways to body change behaviors. *Body Image*, 8 (3), 199– 207.
- Uğurlu, Ö . (2015). Kadının Benlik Sunumunun Güncel Bir Aracı Olarak Sosyal Ağlar Bir Tasarım Unsuru: “Kusursuzlaştırma”. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (1): 231-248.

- Uluyol, F. M., ve Barışkın, E. (2020). Ben-Tovim Walker Beden Tutum Ölçeği (BTWÖ)'nin Türkçe formunun psikometrik özelliklerinin incelenmesi. *Ayna Klinik Psikoloji Dergisi*, 7(1), 57–77. doi:10.31682/ayna.612797
- Varlık, E., & Kabakçı, E. (2008). Yeme tutumunun düşünce eylem kaynaşması ve düşünce beden biçimi kaynaşması ile ilişkisi. *Türk Psikoloji Dergisi*, 23(61), 1-12.
- Yağmurlu Dara, A. (2011). Kamu yönetiminde halkla ilişkiler ve sosyal medya. *Selçuk İletişim*, 7(1), 5-15
- Yalçuk, Ö. *Kadınlarda beden kitle indeksi, otomatik düşünceler ile yeme tutumları ilişkisinin incelenmesi*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Yakın Doğu Üniversitesi.
- Yorulmaz, K. & Kurutçu, Ş. (2019). Vücut Algısı ve Sosyal Görünüş Kaygısı İlişkisinin İncelemesi. *Avrasya Sosyal Ekonomi ve Araştırmaları Dergisi* 6 (2): 195-208.
- Zengin, E. (2019). *Sosyal medya popüler kişilerin (fenomen) satın alma karar süreci üzerindeki rolü* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi.

EKLER

Ek 1: Sosyodemografik Bilgi Formu

Cinsiyetiniz:

Kadın ()

Erkek ()

Medeni durumunuz:

Evli ()

Bekar ()

Yaşınız:

18-24 ()

25-44 ()

45-64 ()

Eğitim durumunuz:

İlköğretim ()

Lise ()

Üniversite ()

Yüksek lisans/doktora ()

Aylık gelir durumunuz:

Düşük ()

Orta ()

Yüksek ()

Ek 2: Beden Tutumu Ölçeği

	Her zaman	Genellikle	Sık sık	Bazen	Nadiren	Asla
Vücudumu yaşıtlarımın vücutları ile karşılaştırdığımda kendimden memnun değilim						
Vücdum hissiz bir şey gibi görünüyor						
Kalçalarım bana çok büyük görünüyor						
Vücdum ile Rahat hissediyorum						
Daha ince olabilmek için çok büyük bir isteğim var						
Göğüslerimin çok büyük olduğunu hissediyorum						
Bedenimi gizleme eğilimindeyim (örneğin bol giysiler ile)						
Aynada kendime baktığımda vücutumdan memnun değilim						
Benim için fiziksel olarak gevşemek çok kolaydır						
Çok kalın olduğumu düşünüyorum						
Vücutumun bana bir yük olduğunu düşünüyorum						
Vücdum benim değilmiş gibi görünüyor						
Vücutumun bazı parçaları ödemli gibi görünüyor						
Vücdum benim için bir tehdit gibi görünüyor						
Vücutumun dıştan görünüşü benim için çok önemlidir						
Belim hamileymişim gibi görünüyor						
Vücutumda gerginlik hissediyorum						
Başkalarının dış görünüşüne gıpta ile bakıyorum						
Vücutumda beni korkutan şeyler oluyor						
Aynada vücutumu sürekli inceliyorum						

Ek 3: Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci Ölçeği

	Maddeler	Asla	Neredeyse hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Sıklıkla	Neredeyse her zaman	Daima
1	İnsanlar fotoğrafımı çekerken, fotoğraflar sosyal medyada paylaşılsa nasıl görüneceğimi düşünürüm.							
2	İnsanlar sosyal medyada resimlerimi gördüklerinde vücudumun belirli bölgelerinin nasıl görüneceğini düşünürüm.							
3	Yalnız olduğumda bile, bir sosyal medya resminde vücudumun nasıl görüneceğini hayal ederim.							
4	Gün boyunca, insanlar sosyal medyada resimlerimi gördüklerinde ne kadar çekici görünebileceğimi düşünerek zaman geçiririm.							
5	Sosyal medyada insanların resimlerimdeki fiziksel görünüşüme nasıl tepki vereceğini tahmin etmeye çalışırım.							
6	Resimlerdeki çekiciliğim, sosyal medyada yaptığım her şeyden daha önemlidir.							
7	Sosyal etkinliklere gittiğimde, insanların sosyal medyada paylaşabilecekleri resimlerde çekici görünmeyi eğlenceli vakit geçirmekten daha çok önemserim.							
8	Sosyal medyada çekici olmayan bir fotoğrafım yayınlanırsa kendimi kötü hissederim.							
9	Sosyal medyada kendi resimlerime tekrar tekrar bakarım.							
10	Vücudumun belirli bölgelerinin neye benzediğini görmek için sosyal medya resimlerini yakınlaştırırım.							
11	Biri sosyal medyada paylaşılacak bir resmimi çekerse, iyi görüldüğümünden emin olmak için önce ona bakmak isterim.							
12	Resimleri sosyal medyada paylaşmadan önce, kendimi daha iyi göstermek için kırparım veya filtreler uygulurum.							
13	Biri sosyal medyada paylaşılacak bir fotoğrafımı çekerse, olabildiğince çekici görünmek için belirli bir şekilde poz veririm.							

Ek 4: Düşünce Özellikleri Ölçeği

Yönerge: Bu ankette sizin kullandığınız farklı düşünce tarzlarını tespit etmeye çalışıyoruz. Bu anket boyunca 10 değişik tarzda düşünce tarzı göreceksiniz. Öncelikle her düşünce tarzının ne olduğu size açıklanacak. Daha sonra her bir düşünce tarzını daha iyi anlamanız için iki örnek durum anlatılacak. Anlatılacak bu iki durumdan bir tanesi sosyal ilişkilerle (arkadaş, eş ve aile gibi) diğeri ise kişisel başarılarla ilgili (bir sınavı geçmek ya da işte başarısız olmak gibi) olacak. Bu kurgu örneklerinin amacı her bir düşünce tarzının gerçek hayatta nasıl olabileceğini anlamanızı kolaylaştırmaktır. Sizin göreviniz ilk olarak tanımlanan düşünüş tarzını anlamaya çalışmaktır. Daha sonra size bu düşünüş tarzını ne sıklıkla kullandığınız sorulacaktır. Lütfen bu düşünce tarzlarını hayatın iki alanında (sosyal alan ve başarı alanları şeklinde örneklendirilen) ne kadar sıklıkla kullandığınızı düşünerek uygun olan seçeneği işaretleyiniz.

1	2	3	4	5	6	7
ASLA		ARA SIRA			HER ZAMAN	

1. ZİHİN OKUMA

İnsanlar bazen başkalarının kendileri hakkında olumsuz düşündüklerini düşünürler. Hatta diğer kişi olumsuz bir şey söylemese bile bu durum böyle olabilir. Bu durum bazen zihin okuma olarak adlandırılır. Bunu zihninizde canlandırmak için lütfen aşağıdaki iki parçayı okuyunuz:

- Özlem erkek arkadaşı Oytun’la kahve içiyordu. Oytun çok konuşmuyordu ve Özlem ona bir sorun olup olmadığını sordu. Oytun “iyi” olduğunu söyledi. Özlem Oytun’a inanmadı ve Oytun’un kendisiyle mutsuz olduğunu düşünmeye başladı.
- Erkut haftalardır bir proje üzerinde çalışmaktaydı. Sonunda bitirip patronuna verdi ve işle ilgili patronunun görüşünü çok merak ediyordu. Birkaç gün geçtikten sonra Erkut patronunun kendisinin yetersiz olduğunu düşündüğünden endişelenmeye başladı.

Lütfen sosyal durumlarda (arkadaş, eş veya aileyle birlikteyken) Zihin Okuma'yı ne sıklıkta kullandığınızı işaretleyiniz.

1	2	3	4	5	6	7
ASLA		ARA SIRA			HER ZAMAN	

1 2 3 4 5 6 7 Asla Ara sıra Her zaman Lütfen kişisel başarı durumlarında (okul veya iş) Zihin Okuma'yı ne sıklıkta kullandığınızı işaretleyiniz.

1	2	3	4	5	6	7
ASLA		ARA SIRA			HER ZAMAN	

2. FELAKETLEŞTİRME

İnsanlar gelecekle ilgili olumsuz tahminlerde bulunabilir. Eğer bu tahminlerle ilgili elde yeterli kanıt yoksa buna Felaketleştirme denir. Bunu zihninizde canlandırmak için lütfen aşağıdaki iki parçayı okuyunuz:

a. Erkan üniversite birinci sınıfta öğrencidir. En son biyoloji sınavından 70 almıştır. Hemen sonrasında endişelenmeye başlar. Bu dersten sonunda düşük alacağını ve tıp fakültesini bitirmekte zorlanacağını düşünür.

b. Meltem'in erkek arkadaşı ilişkileri hakkında bazı geri-bildirimlerde bulunur. Ona arkadaşlarıyla daha fazla vakit geçirmek istediğini söyler. Bu geri-bildirime dayanarak Meltem giderek uzaklaşacaklarına ve hatta sonunda ayrılacaklarına dair tahminlerde bulunmaya başlar.

Lütfen sosyal durumlarda (arkadaş, eş veya aileyle birlikteyken) Felaketleştirmeyi ne sıklıkta kullandığınızı işaretleyiniz.

1	2	3	4	5	6	7
ASLA		ARA SIRA			HER ZAMAN	

Lütfen kişisel başarı durumlarında (okul veya iş) hep ya da hiç tarzı düşüncüyü ne sıklıkta kullandığınızı işaretleyiniz.

1	2	3	4	5	6	7
ASLA		ARA SIRA			HER ZAMAN	

3. HEP YA DA HİÇ TARZI DÜŞÜNME

Bazen kişiler değerlendirme yaparken bir şeyleri “ya-ya da” şeklinde görebilir. Örneğin, bir konsere iyi veya kötü denebilir. Diğer taraftan insanlar değerlendirme yaparken grinin tonlarını da görebilir. Örneğin, konserin bazı olumsuz yanları olabilir ama genelde yeterince iyi denebilir. Bir kişi bir şeyi iyi veya kötü diye değerlendirdiğinde biz buna hep ya da hiç tarzı düşünce diyoruz. Bunu zihninizde canlandırabilmek için aşağıdaki parçaları okuyunuz:

a. Emrah bir sınavdan B+ alır. Notu A olmadığı için üzgündür. Sınavlardaki başarıyı aşağıdaki gibi görme eğilimindedir: “Ya çok iyi yaparım ya da yaptığım şey başarısızdır”.

b. Ayşegül ya bir kişiyi seven ya da sevmeyen tarzda bir insandır. Ya onun “iyi kişiler defterindedir” ya da değildir.

Lütfen sosyal durumlarda (arkadaş, eş veya aileyle birlikteyken) hep ya da hiç tarzı düşünceyi ne sıklıkta kullandığınızı işaretleyiniz.

1	2	3	4	5	6	7
ASLA		ARA SIRA			HER ZAMAN	

Lütfen kişisel başarı durumlarında (okul veya iş) hep ya da hiç tarzı düşünceyi ne sıklıkta kullandığınızı işaretleyiniz.

1	2	3	4	5	6	7
ASLA		ARA SIRA			HER ZAMAN	

4. DUYGUDAN SONUÇ ÇIKARMA

İnsanlar bazen bir şey öyle “hissettiriyor” diye onun doğru olduğuna inanabilirler. Bunun nasıl olduğunu zihninizde canlandırmak için aşağıdaki parçaları okuyunuz.

a. Canan’ın arkadaşları herkese yetecek kadar bilet bulamadıkları için onlarla konsere gelemeyeceğini söylerler. Canan onu kasten dışlamadıklarını bilmesine karşın reddedilmiş hisseder. O yüzden kısmen reddedildiğine inanır.

b. Emre'nin patronu ona şirketteki performansının iyi olduğunu söyler. Ancak Emre acaba daha iyi yapabilir miydim diye düşünür. Aslında başarısız gibi hissetmektedir. Sonuçta başarısız biri olduğuna inanmaya başlar.

Lütfen sosyal durumlarda (arkadaş, eş veya aileyle birlikteyken) Duygudan sonuç çıkarmayı ne sıklıkta kullandığınızı işaretleyiniz.

1	2	3	4	5	6	7
ASLA		ARA SIRA				HER ZAMAN

Lütfen kişisel başarı durumlarında (okul veya iş) Duygudan sonuç çıkarmayı ne sıklıkta kullandığınızı işaretleyiniz.

1	2	3	4	5	6	7
ASLA		ARA SIRA				HER ZAMAN

5. ETİKETLEME

İnsanlar kendilerini belli türde bir kişi olarak etiketleyebilirler. Eğer olumsuz bir şeyden sonra bu ortaya çıkarsa buna etiketleme denir. Zihninizde canlandırmak için aşağıdaki parçaları okuyunuz: a. Sosyal bir ortamdayken, Yasir bir kadını dansa davet eder. Kadın bu teklifi reddeder. Sonuç olarak Yasir kendisinin zavallı olduğunu düşünür. b. Ders esnasında Ferda'nın öğretmeni sorunun yanıtını kimsenin bilip bilmediğini sorar. Ferda elini kaldırır ve bir yanıt verir. Öğretmen “maalesef yanıtın doğru değil”, “yanıtı bilen başka biri var mı?” der. Ferda kendi kendine aptal olduğunu söyler.

Lütfen sosyal durumlarda (arkadaş, eş veya aileyle birlikteyken) Etiketlemeyi ne sıklıkta kullandığınızı işaretleyiniz.

1	2	3	4	5	6	7
ASLA		ARA SIRA				HER ZAMAN

Lütfen kişisel başarı durumlarında (okul veya iş) Etiketlemeyi ne sıklıkta kullandığınızı işaretleyiniz.

1	2	3	4	5	6	7
ASLA		ARA SIRA				HER ZAMAN

6. ZİHİNSEL FİLTRELEME

Bazen kişiler bilgileri bir filtreden geçirir. Olumlu ve olumsuz bilgiler olduğunda onlar sadece olumsuz olan bilgiye odaklanır. Buna Zihinsel Filtreleme denir. Zihninizde canlandırmak için aşağıdaki parçaları okuyunuz.

a. Türkan erkek arkadaşının kendisi hakkında arkadaşlarıyla konuşmasını duyar. Erkek arkadaşı şöyle demektedir: “vallahi, şimdiye kadar oldukça iyi gitti. Zeki ve eğlenceli biri, birçok ortak noktamız var. Bazen biraz talepkâr olabiliyor ama sorun yok”. Her ne kadar Osman çoğunlukla olumlu şeyler söylemiş olsa da Türkan tek bir olumsuz yorumu seçer ve kötü hisseder.

b. Serkan lisede öğrencidir. Son ödeviyle ilgili öğretmenin yorumlarını gözden geçirmektedir. Öğretmeni şu şekilde yazmıştır: “Serkan, düşüncelerini çok güzel şekilde ifade ediyorsun. Yazım tarzını gerçekten çok beğendim. Ancak bir düşünceden diğerine daha iyi geçiş yapmak üzerinde çalışmalısın.” İyi bir performans gösterdiği gerçeğine rağmen Serkan yalnızca tek bir eleştiri cümlesini düşünebiliyor ve kendini rahatsız hissediyor.

Lütfen sosyal durumlarda (arkadaş, eş veya aileyle birlikteyken) Zihinsel Filtrelemeyi ne sıklıkta kullandığınızı işaretleyiniz.

1	2	3	4	5	6	7
ASLA		ARA SIRA			HER ZAMAN	

Lütfen kişisel başarı durumlarında (okul veya iş) Zihinsel Filtrelemeyi ne sıklıkta kullandığınızı işaretleyiniz.

1	2	3	4	5	6	7
ASLA		ARA SIRA			HER ZAMAN	

7. Aşırı Genelleme

Olumsuz bir olay olduğunda insanlar daha da kötü şeylerin olacağını varsayabilirler. Bireyler olumsuz olayı kötü olayların bir başlangıcı gibi görürler. Zihninizde canlandırmak için lütfen aşağıdaki parçaları okununuz:

a. Sevilay’la erkek arkadaşı yeni ayrılmışlardır. Kendi kendine şöyle düşünür: “Hiçbir zaman yolunda giden bir ilişkim olmayacak”.

b. Özgür geçen matematik sınavından kalmıştır. Kendi kendine şöyle der: “Muhtemelen diğer derslerden de kalacağım”.

Lütfen sosyal durumlarda (arkadaş, eş veya aileyle birlikteyken) Aşırı Genellemeyi ne sıklıkta kullandığınızı işaretleyiniz.

1	2	3	4	5	6	7
ASLA		ARA SIRA			HER ZAMAN	

Lütfen kişisel başarı durumlarında (okul veya iş) Aşırı Genellemeyi ne sıklıkta kullandığınızı işaretleyiniz.

1	2	3	4	5	6	7
ASLA		ARA SIRA			HER ZAMAN	

8. KİŞİSELLEŞTİRME

Bazen kişiler aslında öyle olmasa da olumsuz olaylardan sorumlu olduklarına inanabilirler. Diğer bir deyişle, olumsuz bir olayı alırlar ve onun nedeninin kendileri olduğunu kabul ederler. Buna kişiselleştirme denir. Zihninizde canlandırmak için aşağıdaki parçaları okuyunuz:

- Semanur'un şirketi önemli bir ihaleyi kazanamadı. Birçok kişi bu proje için çok çalışmış olmasına karşın o, kendisini hatalı saydı.
- Enes'in en yakın arkadaşı son dönemde kötü bir ruh halindeydi ve onunla bağlantı kurmak zordu. Enes, arkadaşına onun bu şekilde davranmasına neden olacak yanlış bir şey yaptığını düşündü.

Lütfen sosyal durumlarda (arkadaş, eş veya aileyle birlikteyken) Kişiselleştirmeyi ne sıklıkta kullandığınızı işaretleyiniz.

1	2	3	4	5	6	7
ASLA		ARA SIRA			HER ZAMAN	

Lütfen kişisel başarı durumlarında (okul veya iş) Kişiselleştirmeyi ne sıklıkta kullandığınızı işaretleyiniz.

1	2	3	4	5	6	7
ASLA		ARA SIRA			HER ZAMAN	

9. MELİ, MALİ İFADELERİ

İnsanlar bazen bir şeylerin belli bir şekilde olmak zorunda olduğunu düşünür. Zihninizde canlandırmak için lütfen aşağıdaki parçaları okuyunuz:

- Yaşar sınavdan 85 aldığı için mutsuzdur çünkü o en az 90 alması gerektiğini düşünmektedir. Yaşar'ın bu düşünceleri birçok şey için geçerlidir (örneğin, top

oyarken asla topun üzerinden atlamaması gerektiğini hisseder; odası belli bir şekilde düzenli olmalıdır.”

b. Bengü sosyal ortamlarda mutlaka komik ve ilginç olması gerektiğine inanır.

Lütfen sosyal durumlarda (arkadaş, eş veya aileyle birlikteyken) meli-mali ifadelerini ne sıklıkta kullandığınızı işaretleyiniz.

1	2	3	4	5	6	7
ASLA		ARA SIRA			HER ZAMAN	

Lütfen kişisel başarı durumlarında (okul veya iş) meli-mali ifadelerini ne sıklıkta kullandığınızı işaretleyiniz.

1	2	3	4	5	6	7
ASLA		ARA SIRA			HER ZAMAN	

10. OLUMLUYU KÜÇÜLTME YA DA YOK SAYMA

Kişiler bazen başlarına gelen olumlu şeyleri görmezden gelebilir. Bu, “olumluyu küçültme ya da yok sayma” olarak adlandırılır. Gözünüzde canlandırmak için lütfen aşağıdaki parçaları okuyunuz:

a. Yasemin emlak ofisinde çalışmaktadır. Patronu son satışta çok iyi iş çıkarttığını söyler. Yasemin kendi düşüncesince başarılı değildir çünkü bu olay muhtemelen şansa bağlıdır.

b. Mustafa büyük bir ilk buluşma için hazırlanmaktadır. Arkadaşları ona iyi göründüğünü söyler. Onların iltifatlarını kale almaz çünkü ona göre yalnızca nazik olmaya çalışmaktadırlar.

Lütfen sosyal durumlarda (arkadaş, eş veya aileyle birlikteyken) Olumluyu Küçültme ya da Yok Saymayı ne sıklıkta kullandığınızı işaretleyiniz.

1	2	3	4	5	6	7
ASLA		ARA SIRA			HER ZAMAN	

Lütfen kişisel başarı durumlarında (okul veya iş) Olumluyu Küçültme ya da Yok Saymayı ne sıklıkta kullandığınızı işaretleyiniz.

1	2	3	4	5	6	7
ASLA		ARA SIRA			HER ZAMAN	

Ek-5: Etik Kurul İzni

Tarih ve Sayı: 25.01.2023-90449



BYEKENT ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER İÇİN YAYIN ETİĞİ KURULU

Sayı :E-45778635-050.99-90449

25.01.2023

Konu : Sanem Su Kahramanoğlu'nun "Beden Tutumu ve Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci İlişkisinde Düşünce Özelliklerinin Aracı Rol İlişkisi" Başlıklı Başvurusunun Etik Kurul Onay Yazısı Hk.

REKTÖRLÜK MAKAMINA

İlgi : Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğü, 26.12.2022 Tarihli ve 74966756- - 300 Sayılı Yazı,

Beykent Üniversitesi 2020039015 numaralı Klinik Psikoloji yüksek lisans öğrencisi Sanem Su Kahramanoğlu'nun Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğü'nden gelen "Beden Tutumu ve Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci İlişkisinde Düşünce Özelliklerinin Aracı Rol İlişkisi" başlıklı tezinin 26.12.22 tarihli Sosyal ve Beşeri Bilimler için Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu toplantısında etik açıdan uygun olduğuna karar verilmiş ve ekte onay yazısı sunulmuştur.

Gereğini saygılarımla arz ederim

Prof.Dr. Akile Reşide GÜRSOY
ŞATIROĞLU
Başkan

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu :BSU30H4TV3 Pin Kodu :32362

Belge Takip Adresi : <https://turkiye.gov.tr/ebd?eK=5700&eD=BSU30H4TV3&eS=90449>

Adres:Beykent Üniversitesi Ayazağa-Maslak Yerleşkesi Ayazağa Mah. Hüdüköy Yolu Cad. No: 19

Bilgi için: Akile Reşide Gürsoy

Sarıyer/İstanbul

Şatiroğlu

Telefon:444 1997 Faks:(0 212) 289 64 90

Unvanı: Başkan

e-Posta:info@beykent.edu.tr Web:www.beykent.edu.tr

Kep Adresi:beykentuniv@hs01.kep.tr

