

T. C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
REHBERLİK VE PSİKOLOJİK DANIŞMANLIK BİLİM DALI

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA KULLANIMININ BEDEN
İMAJI, ÖZGÜVEN VE MUTLULUK İLE İLİŞKİSİNİN İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

EMİNE ALTAY BARAK

DANIŞMAN
PROF. DR. TUNCAY AYAS

HAZİRAN 2024

T. C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
REHBERLİK VE PSİKOLOJİK DANIŞMANLIK BİLİM DALI

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA KULLANIMININ BEDEN
İMAJI, ÖZGÜVEN VE MUTLULUK İLE İLİŞKİSİNİN İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

EMİNE ALTAY BARAK

DANIŞMAN
PROF. DR. TUNCAY AYAS

HAZİRAN 2024

BİLDİRİM

Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Tez Yazım Kılavuzu'na uygun olarak hazırladığım bu çalışmada:

- Tezde yer verilen tüm bilgi ve belgeleri akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi ve sunduğumu,
- Yararlandığım eserlere atıfta bulunduğumu ve kaynak olarak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değiştirmede bulunmadığımı,
- Bu tezin tamamını ya da herhangi bir bölümünü başka bir tez çalışması olarak sunmadığımı beyan ederim.

Emine ALTAY BARAK

ÖN SÖZ

Yapılan bu araştırma üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımının beden imajı, özgüven ve mutluluk ile ilişkisinin incelenmesi amaçlanmıştır.

Tez yazma aşamasında beni destekleyen ve yardımcı olan saygıdeğer hocam Prof. Dr. Tuncay AYAS'a teşekkürlerimi sunarım.

Benim bütün stresimi, üzüntümü gören ve bana destek veren canım annem Huriye ALTAY ve canım babam Mustafa ALTAY'a teşekkür ederim. İyi ki yanımdaydınız. Sizi çok seviyorum.

Tanışmamızdan şu zamana kadar benim bütün tez dertlerimi dinleyen ve sürekli bana yardımcı olan canım eşim Kasım BARAK'a teşekkürler.

Bana her zaman destek olan ve veri toplamamdaki en büyük yardımcım canım kardeşim İrem ALTAY'a teşekkürler.

Tez sürecimde her zaman yanımda olan ve bana her zaman destek olan arkadaşım Nurseli KABASAKAL'a teşekkürler.

İsimlerini buraya ekleyemediğim ama bana her zaman inanan ve destekleyen herkese teşekkür ederim.

Bu süreçte bana destek olan Ayşe Ulutan, Naşide Kamalı, Özge Pişket, Kübra Anlar'a teşekkürler.

ÖZET

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA KULLANIMININ, BEDEN İMAJİ, ÖZGÜVEN VE MUTLULUK İLE İLİŞKİSİNİN İNCELENMESİ

Emine ALTAY BARAK, Yüksek Lisans Tezi

Danışman: Prof. Dr. Tuncay AYAS

Sakarya Üniversitesi, 2024.

Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımının, beden imajı, özgüven ve mutluluk düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmaya üniversite eğitim gören 340 birey katılmıştır. Erkek katılımcı sayısı 112'dir. Kadın katılımcı sayısı 228'dir. Katılımcılara araştırmacı tarafından geliştirilen sosyo-demografik form, sosyal medya tutumlarının ölçülmesi için ‘‘Sosyal Medya Tutum Ölçeği Üniversite Formu’’, özgüven düzeyinin belirlenmesi için ‘‘Özgüven Ölçeği’’, bedene bakışı belirlemek için ‘Beden İmajı Ölçeği’ ve mutluluk düzeyinin belirlenmesi için EPOCH Ölçeği kullanılmıştır. Yapılan çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeli ve betimsel model kullanılmıştır. Analiz sürecinde kullanılacak hipotez testine karar vermek amacıyla ilk olarak verilerin normalliği değerlendirilmiştir. Normallik varsayımlarının değerlendirilmesi sonucunda verilerin normal dağılıma sahip olmadığı görülmüş bu nedenle ölçek puanları arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla Spearman Brown Katsayısı hesaplanmış; cinsiyet ve öğrenim düzeyine göre anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek amacıyla Mann Whitney U Testi ve Kruskal Wallis H Testi kullanılmıştır. Yapılan araştırmada özgüven ile mutluluk ve beden imajı ve mutluluk arasında pozitif orta düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Sosyal medya ile mutluluk, sosyal medya ile özgüven ve beden imajı ile özgüven arasında ise pozitif düşük düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Yapılan analiz sonucunda düşkünlük ile mutluluk ve beden imajı arasında pozitif düşük düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu; eğlence ve paylaşım ile mutluluk ve özgüven arasında pozitif düşük düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu; ilgi çekme ile mutluluk ve özgüven arasında pozitif düşük düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu; eğitim ile mutluluk arasında pozitif düşük düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir.

Yapılan analiz sonucunda cinsiyete göre sosyal medya kullanımı, beden imajı, özgüven ve mutluluk arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olmadığı görülmektedir. Öğrenim düzeyleri

ile sosyal medya kullanımı, özgüven ve mutluluk arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma olmadığı görülmüştür. Öğrenim düzeyleri ile beden imajı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılaşma olduğu görülmüştür. Beden imajı düzeyi en yüksek ve en düşük bireylerin sırasıyla yüksek lisans ve ön-lisans öğrencileri olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Üniversite Öğrencileri, Sosyal Medya Kullanımı, Beden İmajı, Özgüven, Mutluluk.



ABSTRACT

STUDY OF THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL MEDIA USAGE AND BODY IMAGE, SELF-CONFIDENCE AND HAPPINESS IN UNDERGRADUATE

Emine ALTAY BARAK, Master Thesis

Supervisor: Prof. Dr. Tuncay AYAS

Sakarya University, 2024.

This study aimed to examine the relationship between social media use, body image, self-confidence and happiness levels of university students. A total of 340 university students participated in the study. The number of male participants is 112. The number of female participants was 228. The socio-demographic form developed by the researcher, "Social Media Attitude Scale University Form" to measure social media attitudes, "Self-confidence Scale" to determine the level of self-confidence, "Body Image Scale" to determine the view of the body and EPOCH Scale to determine the level of happiness were used. In the study, relational screening model and descriptive model were used among quantitative research methods. In order to decide on the hypothesis test to be used in the analysis process, the normality of the data was first evaluated. As a result of the evaluation of normality assumptions, it was seen that the data did not have a normal distribution, so Spearman Brown Coefficient was calculated to determine whether there was a relationship between the scale scores; Mann Whitney U Test and Kruskal Wallis H Test were used to determine whether there was a significant difference according to gender and education level. In the study, it was found that there was a positive, moderate and statistically significant relationship between self-confidence and happiness and between body image and happiness. As a result of the analysis, it is seen that there is a positive low level and significant relationship between fondness and happiness and body image; there is a positive low level significant relationship between entertainment and sharing and happiness and self-confidence; there is a positive low level significant relationship between attracting attention and happiness and self-confidence; there is a positive low level significant relationship between education and happiness.

As a result of the analysis, it is seen that there is no statistically significant difference between social media use, body image, self-confidence and happiness according to gender. There is no statistically significant difference between education levels and social media

use, self-confidence and happiness. There is a statistically significant difference between education levels and body image. It was seen that the highest and lowest body image level individuals were graduate and associate degree students, respectively.

Keywords: University Students, Social Media Use, Body Image, Self-Confidence, Happiness.



İÇİNDEKİLER

BİLDİRİM.....	i
ÖN SÖZ.....	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar LİSTESİ.....	xi
BÖLÜM I	1
GİRİŞ	1
1.1.Problem Durumu	1
1.2.Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	3
1.3.Problem Cümlesi	4
1.4.Alt problemler	4
1.5.Varsayımlar	5
1.6.Sınırlılıklar	5
1.7.Tanımlar.....	5
BÖLÜM II.....	7
ARAŞTIRMANIN KURAMSAL ÇERÇEVESİ VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR.....	7
2.1. Sosyal Medya.....	7
2.1.1. Sosyal medya kavramı.....	7
2.1.2. Sosyal medya kullanımı.....	8
2.1.3. Sosyal medyanın kullanım alanları.....	9
2.1.4. Sosyal medya kullanımının etkileri.....	9
2.1.5. Sosyal medya araçları.....	11
2.1.5.a Facebook	11
2.1.5.b. Youtube.....	11
2.1.5.c. Instagram.....	12

2.1.5.d. Twitter	12
2.2. Beden İmajı.....	12
2.2.1. Beden İmajı Kavramı.....	12
2.2.2. Beden İmajının Gelişimi.....	14
2.2.3. Beden İmajını Etkileyen Faktörler.....	15
2.2.3.a. Yaş	15
2.2.3.b. Cinsiyet	15
2.2.3.c. Sosyal Medya	16
2.2.3.d. Kişilik Özellikleri	16
2.2.4. Beden İmajına İlişkin Tutumlar	16
2.2.5. Olumsuz Beden İmajı.....	17
2.3. Özgüven	17
2.3.1. Özgüven Kavramı	17
2.3.2. Özgüven Oluşumu ve Gelişimi	18
2.3.3. Özgüveni Etkileyen Faktörler	19
2.3.3.a Anne baba tutumları	19
2.3.3.b. Akademik Başarı	19
2.3.3.c. Kendini Değerlendirme ve Çevrenin Etkisi	20
2.3.3.d. Fiziksel Görünüm.....	20
2.3.3.e. Akran İlişkileri	20
2.3.4. Özgüven Türleri.....	21
2.3.4.a İç Özgüven	21
2.3.4.b. Dış Özgüven	21
2.3.5. Özgüvenin Gruplandırılması.....	22
2.3.5.a. Düşük Özgüven.....	22
2.3.5.b. Yüksek Özgüven.....	23
2.4. Mutluluk	23
2.4.1. Mutluluk Tanımı	23
2.4.2. Mutluluğun Nitelikleri	24

2.4.2.a. Çevresel Yaşanabilirlik	24
2.4.2.b. Yaşam Becerisi.....	24
2.4.2.c. Yaşamsal Araçlar	24
2.4.2.d. Yaşamdan Doyum Alma	25
2.4.3. Mutluluğu Etkileyen Etmenler	25
2.4.3.a. Kişilik	25
2.4.3.b. Aile	25
2.4.3.c. Eğitim	25
2.5. İlgili Araştırmalar	26
2.5.1. Sosyal Medya Kullanımı ile İlgili Yurtiçi Yapılan Çalışmalar.....	26
2.5.2. Beden İmajı ile İlgili Yurtiçi Yapılan Çalışmalar	28
2.5.3. Özgüven ile İlgili Yurtiçi Yapılan Çalışmalar	29
2.5.4. Mutluluk ile İlgili Yurtiçi Yapılan Çalışmalar	31
2.5.5. Sosyal medya kullanımı, beden imajı, özgüven ve mutluluk arasındaki ilişkiyi belirlemek için yapılan çalışmalar.....	32
BÖLÜM III.....	34
YÖNTEM.....	34
3.1. Araştırmanın Modeli.....	34
3.2. Araştırmanın Çalışma Grubu	34
3.3. Veri Toplama Araçları ve Veri Toplama Süreçleri	34
3.3.1. Kişisel Bilgi Formu	35
3.3.2. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Üniversite Formu.....	35
3.3.3. Beden İmajı Ölçeği	35
3.3.4. Özgüven Ölçeği	36
3.3.5. EPOCH Ölçeği	36
3.4. Verilerin Analizi	36
BÖLÜM IV	42
BULGULAR	42
4.1. Ölçek Puanları Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Ait Bulgular	42

4.1.1.Sosyal Medya Kullanım Ölçeği Toplam Puanı ile Mutluluk, Özgüven ve Beden İmajı Puanları Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Ait Bulgular.....	42
4.1.2.Sosyal Medya Kullanım Ölçeği Alt Boyut Puanları ile Mutluluk, Özgüven ve Beden İmajı Puanları Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Ait Bulgular	43
4.2.Cinsiyet Değişkenine Göre Ölçek Puanlarına Ait Bulgular	44
4.2.1.Cinsiyet Değişkenine Göre Sosyal Medya Puanına Ait Bulgular	44
4.2.2.Cinsiyet Değişkenine Göre Beden İmajı Puanına Ait Bulgular	44
4.2.3.Cinsiyet Değişkenine Göre Özgüven Puanına Ait Bulgular	45
4.2.4.Cinsiyet Değişkenine Göre Mutluluk Puanına Ait Bulgular	45
4.3.Öğrenim Düzeyi Değişkenine Göre Ölçek Puanlarına Ait Bulgular.....	46
4.3.1.Öğrenim Düzeyi Değişkenine Göre Sosyal Medya Puanına Ait Bulgular	46
4.3.2.Öğrenim Düzeyi Değişkenine Göre Beden İmajı Puanına Ait Bulgular	46
4.3.3.Öğrenim Düzeyi Değişkenine Göre Özgüven Puanına Ait Bulgular	47
4.3.4.Öğrenim Düzeyi Değişkenine Göre Mutluluk Puanına Ait Bulgular	48
BÖLÜM V.....	49
SONUÇ TARTIŞMA VE ÖNERİLER.....	49
5.1. Sonuç ve Tartışma	49
5.1.1. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği Toplam Puanı ile Mutluluk, Özgüven ve Beden İmajı Puanları Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Ait Bulguların Tartışılması.....	49
5.1.2. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım puanlarının demografik değişkenlere yönelik bulguların tartışılması	51
5.1.3. Üniversite öğrencilerinin beden imajı puanlarının demografik değişkenlere yönelik bulguların tartışılması	53
5.1.4. Üniversite öğrencilerinin özgüven puanlarının demografik değişkenlere yönelik bulguların tartışılması	54
5.1.5. Üniversite öğrencilerinin mutluluk puanlarının demografik değişkenlere yönelik bulguların tartışılması	55
5.2. Öneriler	56

5.2.1. Araştırma Sonuçlarına Dayalı Öneriler	56
5.2.2. Gelecek Araştırmalara Yönelik Öneriler.....	57
KAYNAKLAR	58
EKLER.....	71



TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1 Ölçek Puanlarına İlişkin Betimsel İstatistikler.....	36
Tablo 2 Sosyal Medya Kullanım Ölçeğinin Alt Boyut Puanlarına İlişkin Betimsel İstatistikler.....	37
Tablo 3 Cinsiyet Değişkenine İlişkin Betimsel İstatistikler.....	38
Tablo 4 Öğrenim Düzeyi Değişkenine İlişkin Betimsel İstatistikler.....	39
Tablo 5 Sosyal Medya Kullanım Ölçeği Toplam Puanı ile Mutluluk, Özgüven ve Beden İmajı Puanlarına Ait Spearman Brown Testi.....	42
Tablo 6 Sosyal Medya Kullanım Ölçeği Alt Boyut Puanları ile Mutluluk, Özgüven ve Beden İmajı Puanlarına Ait Spearman Brown Testi.....	43
Tablo 7 Cinsiyet Değişkenine Göre Sosyal Medya Puanına İlişkin Mann-Whitney U Testi.....	44
Tablo 8 Cinsiyet Değişkenine Göre Beden İmajı Puanına İlişkin Mann-Whitney U Testi.....	44
Tablo 9 Cinsiyet Değişkenine Göre Özgüven Puanına İlişkin Mann-Whitney U Testi.....	45
Tablo 10 Cinsiyet Değişkenine Göre Mutluluk Puanına İlişkin Mann-Whitney U Testi.....	45
Tablo 11 Öğrenim Düzeyi Değişkenine Göre Sosyal Medya Puanına İlişkin Kruskal-Wallis H Testi.....	46
Tablo 12 Öğrenim Düzeyi Değişkenine Göre Beden İmajı Puanına İlişkin Kruskal-Wallis H Testi.....	46
Tablo 13 Öğrenim Düzeyi Değişkenine Göre Özgüven Puanına İlişkin Kruskal-Wallis H Testi.....	47
Tablo 14 Öğrenim Düzeyi Değişkenine Göre Mutluluk Puanına İlişkin Kruskal-Wallis H Testi.....	48

BÖLÜM I

GİRİŞ

1.1.Problem durumu

Teknolojinin gelişmesiyle beraber bütün yaş gruplarında teknoloji kullanımı arttığı görülmektedir. İnsanların telefon, bilgisayar ve tablet gibi kitle iletişim araçlarını kullanım süreleri ve amaçları farklılaşmıştır. Geç ergenlik döneminde bulunan bireylerin yaşamının her anında teknolojinin etkisi gözlemlenmektedir. Teknolojik gelişmeler bütün toplumu olumlu ya da olumsuz anlamda etkilemiştir ve etkilemeye devam etmektedir. Ergenlik döneminde bulunan bireyler sosyal medya kullanımı, kendini ifade etme, oyun ve iletişim gibi alanlarda teknolojiyi kullanmaktadırlar. Sosyal medya kullanımı bireyler için önemli olduğu kadar bütün toplumsal yapı ve yapılar için etkili bir araçtır (Kaplan, 2021).

Sosyal medya tanımı teknolojinin yıllar içindeki gelişimi gibi değişmekte ve farklılaşmaktadır. Farklı disiplinlerle iç içe olan sosyal medya kavramı kişilerin kendi oluşturdukları profillerle etkileşim kurmak ve kendini ifade etme yöntemi olarak tanımlanabilir. Kişiler önceden yüz yüze yaptıkları etkileşimleri şu an sosyal medya aracılığı ile gerçekleştirmektedir. İletişim teknolojisi ilk çağlardan beri gelişmekte olan bir sistemdir. İlk insanların mağaralara çizdikleri resimlerle başlayan ve şu an büyük bir hızla değişen ve gelişen iletişim kaynakları gelişmeye de devam edecektir. Sosyal medyanın asıl amacı, iletişim kurmak, insanlarla sosyal ilişkiler kurmak, yeni oluşumlar içinde yer almak ve kendini gerçekleştirmek için kullanılan internet tabanlı araçlar olarak tanımlanabilir (Bilen Mankan, 2021).

Sosyal medya günümüz kitle iletişim araçlarından kişilerin birbirleri iletişim kurmalarını ve gönderi paylaşımlarını sağlayan ağlardır. Kişiler sosyal medya ile kendilerini ifade

etmeye çalışırlar. Sosyal ağlara tablet, telefon, televizyon, akıllı saat ve daha birçok yollarla ulaşan kişi bu sayede büyük bir sistemin içinde yer alır (Keskin,2021).

Sosyal medya kullanımı ergenlerde beden imajı, özgüven ve mutluluğu olumlu ya da olumsuz şekilde etkilemektedir. Beden bir kişinin toplumsal yapı içinde yer alma durumudur. Beden kişinin toplum karşısında yer alma biçimidir. Kişi duygu, düşünce ve değerlerini gösterme biçimi olarak bedenini kullanır. Beden imajı kavramı ile bilimin bütün dalları ilgilenmiştir. Her bilim alanı beden imajını farklı bir çerçeveden incelemeyi tercih etmiştir. Dünyanın değişmesiyle beraber insanlarda değişime sebep olan beden imajı kavramı giderek değişti ve gelişti. Bu gelişim zaman zaman büyük bir kaygı unsuru sebebi oldu (Haspolat, 2016). 21 yy. insanlığın teknoloji ile sürekli iç içe olması insanlarda oluşacak kendine bakış açısı değiştirecek düzeydedir. Teknolojinin baş döndürücü gelişimi ve değişimi insanlık için teknolojinin vazgeçilemez olmasına sebep olmuştur. İnsanların düşüncelerini ifade ettiği, deneyimlerini paylaştığı ve insanlarla iletişime girmesi ve daha birçok mecra haline gelmiştir. İnsanların sosyal medyada paylaşımları beğenilme, dikkat çekme ve insanları etkileyen kişi olma isteğine sebep olmuştur (Karakaş Kaya, 2021). İnsanlar sosyal medyadan iletilmiş olan mesajlarla beden imajından rahatsızlık hissedebilmektedirler. İnsanlar artık fenomen olan beden imajına göre kendi değişimlerini gerçekleştirmektedir. Bu bazen tıbbi müdahaleler ile bazen sağlıklı yaşam ile gerçekleşmektedir. İnsanların sosyal medyanın istediği beden imajına sahip olması toplum içinde yer ve mevki edinmelerinde faydası olacağı düşüncesinin yaygınlaşmasına sebep olduğu gözlemlenmiştir. Beden imajı kişinin geçmiş deneyimleri ve toplumun içinde bulunduğu şartlara göre değişkenlik gösteren kendine karşı oluşturduğu olumlu ya da olumsuz bakış açılarının genel toplamıdır. Sosyal medya kullanımı şuan kişilerin hayatlarına ve kendilerine bakış açılarını değiştirmektedir. Beden imajı dünyada moda, makyaj, sağlık ve daha birçok alanı etkilemektedir (Akbulut, 2018).

Özgüven, kişinin kendi ve çevresine karşı olan algısının olumlu düzeyde olması ve kişinin güçlü ya da güçsüz yönlerinin farkında olma durumudur. Özgüven sahibi olan kişiler kendinde gördüğü iyi ya da kötü özellikleri ile ilgili öz eleştiride bulunabilir. Kişinin değişime açık olduğu ve bu yönde eksikliklerini gidermeye çalıştığı söylenebilir (Çiçek, 2019).

Mutluluk kavramı yapılan çalışmalarda öznel iyi oluş kavramı ile açıklanıyor. Kişinin yaşamının merkezinde yer alan ve kişinin ulaşmak için çabaladığı bir olgudur (Önder, 2022). Mutluluk çok yönlü ve kişiden kişiye farklılık göstermektedir. Bunun yanı sıra

literatürde de mutluluk kavramı birçok kişi tarafından yorumlanmış ve tanımlanmıştır. Bu tanımlardan bir tanesini de mutluluk kavramını yeniden yorumlayan pozitif psikolojinin kurucusu Martin Seligman tarafından yapılmıştır. Otantik mutluluk kavramına göre mutluluk gündelik ve geçici değildir. Seligman mutluluğun daha süreğen devam eden bir durum olduğunu düşünmektedir. Seligman otantik mutluluğun hoş bir hayat, iyi hayat ve anlamlı hayat olarak üç kökeni olduğunu belirtmiştir (Barutcu, 2022).

1.2.Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın birincil amacı üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımlarının; kendi bedenlerine olan bakışı, özgüvenleri ve mutluluk düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemektir. İkincil olarak sosyal medyanın alt boyutları ve demografik bilgilere göre beden imajı, özgüven ve mutluluk düzeyleri arasında farklılık olup olmadığı incelenecektir. Sosyal medya kullanımı 2000’li yıllardan itibaren ülkemizde yaygınlaşmaya başlamıştır. Sosyal medyanın yaygınlaşması ile dilimize yeni kavramlar eklenmiştir. İnternet, sosyal medya, sosyal medya ağları, linç etme, phubbing, sosyal medya bağımlılığı, siber zorbalık vb. kavramlar bunlardan bazılarıdır. Sosyal medya kullanımı bireylerin kendilerine ve hayata bakış açılarını olumlu ya da olumsuz anlamda etkileyebilmektedir. Özellikle teknoloji ile büyüyen çocukların hayatlarının çoğunda sosyal medya araçlarının etkisi gözlemlenmektedir. TUİK (2021) Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanım Çalışması ile 2013 ve 2021 yıllarında yapılan çalışmada 6-15 yaş aralığında bulunan çocukların internet kullanım oranlarını incelemiştir. İnternet kullanımı, 2013 yılında %50,8 iken 2021 yılında %82,7 olmuştur. Araştırma sonucunda katılımcıların %31,3 sosyal medya kullandığı ortaya çıkmıştır. Bu araştırma sosyal medya kullanımında artış olduğunu göstermektedir. TUİK (2023) Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması sonucunda yaşanan ortamlarda internete bağlanma imkanı %95,5 olduğu görülmüştür. 16-74 yaş grubunda yer alan bireylerin internet kullanım oranlarının %87,1 olduğu görülmüştür. Erkeklerde internet kullanımı %90,9, kadınlarda %83,3 olduğu gözlemlenmiştir. Yapılan çalışmalar sosyal medyanın etkisinin git gide arttığını göstermektedir. Bu çalışmanın amacı da internet çağında üniversite eğitimi alan bireylerin sosyal medya kullanımlarının kendilerine olan olumlu ya da olumsuz bakış açılarını, özgüvenlerini ve mutluluk düzeylerine olan etkisi incelemektir. Sosyal medya kullanımı ile ilgili yapılan birçok çalışma bulunmaktadır. Sosyal medya kullanımını farklı boyutlarla daha önceden incelenmemiş olması nedeniyle

literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Sosyal medya kullanımının etkisi günümüzde farklı yaş grubundaki bireyleri etkilemektedir. Üniversite eğitimi alan bireyler sosyal medya ile erken yaşlardan itibaren karşılaşmıştır. Sosyal medya kullanımı bireyin bedenine olan bakışını, özgüven duygusunu ve mutluluk düzeylerini etkileyebilmektedir. Bireyin kendine olan bakışı iş yaşamını, sosyal ilişkilerini ve aile yaşamını etkileyebilmektedir. Kendine karşı olumsuz bakış açısı olan bireylerin toplum içinde onay ihtiyacı ve kendini kabul etmemek gibi sorunlarını ortaya çıkartabilmektedir. Sosyal medya tarafından idealleştirilen beden algısı bireyin kendine karşı olumsuz bakış açısı geliştirmesine sebep olabilmektedir. İdealleştirilen bedene sahip olmak isteyen bireyler estetik ameliyat, sağlıksız diyet, aşırı egzersiz ve yeme bozuklukları gibi sorunlar yaşabilmektedir. Bireyin özgüven düzeyinin düşük olması toplum içinde kendini ifade edememesine sebep olmaktadır. Bireyin bedenine karşı olumlu duygular varsa özgüvenli ve mutlu bir birey olacağı düşünülmektedir. Sosyal medya kullanımının bu kavramları nasıl etkilediği bu çalışmada incelenmiştir. Çağımızda sosyal medya kullanımının artması ile bedene olan bakış, özgüven ve mutluluk kavramlarının nasıl etkilendiği ve nasıl etkileneceği önem kazanmaktadır.

1.3. Problem Cümlesi

Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının Beden İmajı, Özgüven ve Mutluluk ile anlamlı bir ilişki var mıdır?

1.4. Alt problemler

Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranmıştır.

- Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım puanı, beden imajı puanı, özgüven puanı ve mutluluk puanı arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
- Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alt boyut puanları ile beden imajı puanı, özgüven puanı ve mutluluk puanı arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
- Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı, beden imajı, özgüven ve mutluluk puan ortalamaları cinsiyet değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık var mıdır?

- Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı, beden imajı, özgüven ve mutluluk puan ortalamaları öğrenim düzeyi değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık var mıdır?

1.5.Varsayımlar

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin doldurdıkları veri toplama araçlarını içtenlikle ve nesnel olarak yanıtladıkları varsayılmıştır.

1.6.Sınırlılıklar

- Araştırma sonuçları, yalnızca araştırmanın çalışma grubunda yer alan üniversite öğrencileri için genellenebilir olması, araştırmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır.
- Araştırmada; Sosyo-demografik form, Sosyal Medya Tutum Ölçeği, Beden İmajı Ölçeği, Özgüven Ölçeği ve EPOCH Ölçeği kullanılmıştır ve araştırma kullanılan ölçeklerin ölçtüğü özelliklerle sınırlıdır.

1.7.Tanımlar

Sosyal Medya Kullanımı: Teknolojinin gelişmesi ile bireyler farklı yollarla birbirleri ile iletişim kurmaya başlamıştır. Bu yollardan bir tanesi sosyal medyadır. Sosyal medya Web 2 tabanlı internet sağlayıcılar ile bir bireyin ya da daha fazla bireyin içerik, düşünce, iletişim ve deneyimlerini paylaştıkları sanal ortamların ismidir (Çakmak, 2023; Genç, 2023).

Beden İmajı: Bireyin kendi bedenine karşı geliştirdiği öznel bakış açısı ve yorumları olarak tanımlanır. Kendine olan bakış açısını yaşanan deneyimler, hissettiği duyguları ve kendi ile ilgili fikirleri etkiler. Bireyin kendine olan bakışı yaşamını olumlu ya da olumsuz anlamda etkileyebilmektedir (Keven Aklıman, 2021).

Özgüven: Özgüven kavramı birçok bilim insanı tarafından tanımlanmıştır. Bireyin kendini güçlü ve zayıf yönleri ile kabul etmesi ve kendini sevmesi durumu olarak ifade edilebilir. Bireyin kendi öz değerinin farkında olması ve geliştirilebilir yönlerini destekleme durumudur (Demir, 2023).

Mutluluk: Mutluluk kavramı tarihsel süreçte farklı bireyler tarafından tanımlanmıştır. Mutluluk bireyin iyi oluş hali olarak isimlendirilebilir. Bireyde olumlu hislerin çok olumsuz hislerin ise daha az olma durumu olarak da ifade edilebilir. Mutluluk; hedonik ve eudaimonic mutluluk kavramları içinde incelenir ve yorumlanır (Mermer, 2023).



BÖLÜM II

ARAŞTIRMANIN KURAMSAL ÇERÇEVESİ VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. Sosyal Medya

2.1.1. Sosyal medya kavramı

İnsan toplumsal bir varlıktır. İnsan hayatı sürecince toplum içinde yer alan diğer insanlarla iletişim halindedir. İnsanlığın iletişimi ilk çağlardan beri farklı yollarla gerçekleşmiştir. Günümüzde insanlar birbirleri ile iletişim için farklı seçenekleri kullanmaktadırlar (Sünbül, 2022). İnternetin hayatımıza girişi 1970’li yıllarda gerçekleşmiştir. İnternetin yaygınlaşması 1990’lı yıllarda olmuştur. Günümüzde ise internet insan hayatı için önemli bir işleve sahiptir. İnternetin kullanımı kişinin ihtiyaçlarına göre şekillenmektedir. Bu ihtiyaçlar zamanla farklılaşabilmektedir. 2000’li yıllarda sosyal medya ile beraber internet kullanımında da değişimler meydana gelmiştir. İnsanlar sosyal medya sayesinde sosyalleşme, arkadaş edinme ve kendilerini ifade etme fırsatı yakalamışlardır. Sosyal medya kullanımı dünyada gün geçtikçe artmaktadır (Eser, 2023). Sosyal medya, insanların hayatına Web 2.0 ile dahil olmuştur. İnsanların kendilerini daha özgür hissettikleri fotoğraf, video, yazı ve birçok farklı içerik paylaştığı ve düşüncelerini ifade ettiği bir internet platformudur. İnsanlar sosyal medya ile dünyanın herhangi bir yerinde bulunan kişilerle iletişime geçebilmektedir (Sünbül, 2022). Orta yaş ve üzeri bireyler daha çok Facebook uygulamasını kullanmaktadır. Genç bireyler ise daha çok Instagram ve müzik uygulamaları kullanmakta oldukları görülmüştür (Tutgun-Ünal ve Deniz, 2020).

Sosyal medya, insanların özgürce fotoğraf, video, müzik, düşünce, fikir vb. birçok konuda kendi ifade tarzlarını paylaştıkları internet tabanlı uygulamalardır (Sünbül, 2022). Sosyal medya yaşamımızda önemli bir yere sahiptir ve farklı amaçlar için kullanılmaktadır. Bu amaçlar arasında zamanı değerlendirmek ve farklı kişilerle iletişim kurmak yer almaktadır. Bireyler günlerinin belirli bir zamanını sosyal medya ağlarında harcamaktadır (Solmaz, Tekin, Herzem ve Demir, 2013). Bireylerin sosyal medya aracılığı ile diğer insanlarla iletişimi artmıştır. Bu etkileşim ile kişilerin hayatlarında farklı fikirlerin yeri ve önemi artmış bulunmaktadır. Sosyal medya uygulamaları ile kişi kendine özgü içerikler oluşturabiliyor, sosyal medya kullanan diğer kişilerle iletişim kurabilmektedir ve fikirlerini

farklı kişilerle paylaşabilmektedir. Sosyal medya uygulamaları birçok kişinin kullanabileceği düzeyde olmasından dolayı son yıllarda yaygınlaşmaktadır (Sünbül, 2022).

İnsanlar sosyal medyayı farklı amaçlar için kullanabilmektedir. Bazı kişiler; farklı kişilerle iletişim kurmak ve özgürce kendini ifade edebilmek için sosyal medya kullanmaktadırlar. Bazı kişiler ise kendi iç dünyalarında yaşamak ve farklı kişilerin hayatlarını incelemek için sosyal medya kullanmaktadırlar (Sünbül, 2022). Üniversite öğrencileri sosyal ağları çoğunlukla araştırma yapmak amacıyla kullanmaktadır (Çiftçi, 2018). Bunun yanı sıra sosyal medya kullanım amaçları vakit geçirme, iletişim kurmak, dünyada olanlardan haberdar olmak ve iyi zaman geçirmek olduğu görülmüştür (Çömlekçi ve Başol, 2019).

Sosyal medyanın günümüzde etki alanı artmaktadır. Bu etki toplumları, ülkeleri ve dünyayı değiştirebilmektedir. Kişilerin sosyal medya da kendilerini ifade etmeleri ve düşüncelerini ifade etme durumları sosyal medya içeriklerinin yenilenmesi ve değişmesine sebep olmaktadır (Sünbül, 2022). Twitter sosyal medya uygulamasında yer alan siyasal haberler halkın gündemini etkilemektedir. Ülkede belirli dönemlerde belirli konulara yoğunlaşılma durumu gündemin yönlendirildiğini ve kurgulandığını göstermektedir. Ülkenin gündemi sosyal medya ağları sayesinde değiştirilebilir, bazı konulara dikkat çekilebilir, ya da istenilen şekilde yönlendirilebilir (Demir ve Ayhan, 2020).

2.1.2. Sosyal medya kullanımı

Teknolojinin ilerlemesiyle beraber sosyal medya insanlar arasında kullanılan iletişim araçlarından biri haline gelmiştir. Sosyal medyanın bütün insanlar tarafından rahatlıkla kullanılması ve kolayca yaygınlaşması önceden kullanılan iletişim araçlarının yerini almasını sağlamıştır. İnsanların, paylaşımda bulunması, haberleşme kaynağı olması vb. faydalarından dolayı sosyal medya yeni bir iletişim aracı olarak kabul görmeye başlamıştır. 2020 yılının başlangıcında internet kullanan kişi sayısının 4,5 milyar olduğu ve sosyal medya kullanan kişi sayısının 3,8 milyarı geçtiği saptanmıştır. Sosyal medya kullanımı internette geçirilen sürenin üçte birini geçtiği görülmüştür (Ekinci, 2022). Sosyal medya, kişinin yeni içerikler oluşturması ve oluşturulan içeriklere yorum yapmasından dolayı geleneksel medyadan farklı bir alan oluşturmaktadır. Geleneksel medyada iletişim tek yönlüdür. Gazete televizyon gibi araçları tercih eden kişiler bulunmaktadır. Bu araçların iletişimi tek yönlüdür ve kişinin kendini dâhil edebileceği bir alan bulunmamaktadır. Üniversite öğrencileri sosyal medyaya erişim için çoğunlukla akıllı cep telefonlarını

kullandıkları görülmüştür (İnce ve Koçak, 2017). Sosyal medya da ise kişi kendi özgün fikir ve düşüncelerini ortaya koyabilir. Bu düşüncelerini farklı içeriklerle zenginleştirebilir ve geliştirebilir. Ortaya koyduğu fikirleri sosyal medya kullanan kişilerin beğenilerine sunabilir (Ekinci, 2022). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım nedenleri eğlence, kendini iyi hissetme, yakınları ile iletişim kurma, farklı konularda araştırma yapma ve serbest zamanı değerlendirme olarak ifade edilmiştir. Sosyal medya kullanım süresi ile sosyal medyaya güven arasında ilişki olduğu tespit edilmiştir (İnce ve Koçak, 2017).

2.1.3. Sosyal medyanın kullanım alanları

İnternet hayatımıza yakın bir tarihte girmiş olmasına rağmen hayatımızda önemli bir etkiye sahiptir. Bireyler kendilerine özgü bir hayat tarzı, bakış açısı geliştirebilecekleri sosyal medya ortamı kurmuşlardır. İnsan doğasını etkileyen etkenlerin en başında internet gelmektedir. Birey akıllı telefonu ile dünya ile ilişki kurabilir ve devam ettirebiliyor. İnternet ve sosyal medya kullanımı yaşamımızın birçok alanında kullanılmaktadır. Her birey kendi istek ve ihtiyaçları doğrultusunda sosyal medya ve internet ağlarını kullanmaktadırlar (Çalışkan ve Mencik, 2015). Her yaştan kişi sosyal medyayı farklı amaçlarla kullanmaktadır. Sosyal medya kullanmanın avantajlarının yanı sıra dezavantajları bulunmaktadır. Araştırma yapmak, paylaşımda bulunmak ve arkadaş edinmek gibi avantajları bulunmaktadır (Uyar, 2022). Sosyal medya kullanıcılarının nerdeyse her gün sosyal medya hesaplarına giriş yaptığı görülmektedir. Farklı olarak paylaşım yapmak, vakitlerini değerlendirmek ve farklı kişilerle ortak ilgi alanları ile ilgili bilgi paylaşımında bulunmak yer almaktadır (Mendi ve Oğuz, 2018). Sosyal medyayı kullanım amacı kadın ve erkeklerde öncelikli olarak arkadaş edinmedir. Covid-19 süreci bireylerin bilgi edinmek ve iletişim kurmak için sosyal medyaya yoğunlaştığı bir süreçtir. Salgın sürecinde eğitim, sağlık ve daha birçok alanda sosyal medya uygulamaları kullanılmıştır. Covid-19 ile eğitim alanında da Zoom uygulaması kullanılmaya başlanmıştır (Aydın, 2020).

2.1.4. Sosyal medya kullanımının etkileri

Günümüz dünyasında sosyal medyanın etki alanı git gide artmaktadır. Bu artış nedeniyle sosyal medya ile ilgili araştırma sayısında belirli bir artış meydana gelmiştir. Günümüz teknolojisinde insanlar bulundukları zaman ve mekana bağımlı olmayacak şekilde iletişim

kurabilmektedirler. Sosyal medyanın yaşamımızın birçok alanında yer alması ve bu alanlara ulaşımın çok hızlı olması insanların sosyal medyaya karşı bağımlılık geliştirmelerine sebep olmaktadır (Tunçer, 2023). Üniversite öğrencilerinin sosyal medyada zaman geçirme durumları Türkiye ortalamasının çok üzerindedir. Cinsiyet bağlamında kız öğrenciler erkek öğrencilere göre daha fazla sosyal medyada zaman harcamaktadır (Çömlekçi ve Başol, 2019). İnsanlarda gelişen sosyal medya bağımlılığı huzursuzluk, tedirginlik ve dikkati toparlayamama gibi durumlara sebep olabilmektedir. Sosyal medya kullanma süresi, depresyon ve kaygı arasındaki ilişkiyi inceleyen bir araştırmada ortaokul döneminde bulunan çocuklarda sosyal medya kullanım süreleri, depresyon ve kaygı arasında orta düzeyde ilişki olduğu saptanmıştır (Tunçer, 2023).

Sosyal medya insanların aldıkları kararları olumlu ya da olumsuz anlamda etkilemektedir (Tunçel, 2023). Sosyal medya üzerinden farklı kişilerin paylaşımları bireyleri etkileyebilmektedir (Budak, 2018). Yapılan çalışmalar insanların birçok alanda sosyal medyada yapılan yorum, beğenme ve etkileşim sayısına göre tercihlerini şekillendirdiğini göstermektedir (Tunçel, 2023). Bireyler vücudunun bazı bölgelerini, aile hayatını, cinsel yaşamını ve yönelimlerine yönelik paylaşım yaptıkları görülmektedir. Bireyler tek olmadıklarını ve kendileri gibi olan bireylerin var olma durumunun rahatlığını yaşamaktadırlar. Bireyler toplum içinde kişisel sınırlarını sosyal medya ortamlarında yeterince halka açık olarak deneyimlemektedir. Birey, özel olduğuna inandığı olay ve durumları sosyal medya uygulamalarında paylaşmaktadır ve bu durum normalleştirilmektedir (Budak, 2019).

İnsanların sosyal medyada daha çok kendi akran gruplarından etkilendiği görülmektedir. İnsanların yer aldığı toplumdan dışlanmamak için gurubun amaç, davranış ve normlarını kabul etme durumları vardır. İnsanlar sosyal medyadaki 'linç yeme' korkusundan kaynaklı bulundukları guruba karşı sessiz kalmayı tercih etmektedir (Tunçer, 2023).

Sosyal medyanın insan hayatında iyi ve kötü etkileri bulunmaktadır. İyi özellikleri; bireyin kendini fark etmesini, teknolojiyi takip etmesini, düşüncelerini açıkça ifade etmesini ve günlük olayları takip etmesine olanak sağlayabilmektedir. Sosyal medya iş dünyasını da olumlu anlamda etkilemektedir. Bireylerin iş sahibi olmalarına ve eleman bulmalarına olanak sağlayan sosyal medya birçok kişi için gelir kaynağı olmaktadır. Sosyal medyanın olumsuz etkileri, sağlık sorunları, güvenli olmayan ilişki, yanlış bilgi yayılımı vb olabilmektedir. Olumsuz etkilerinden diğeri ise güvenli olmayan ilişkiyi kurma sürecidir. Sosyal medyanın insan hayatında etkisinin artmasıyla beraber iletişim kurma ve devam

ettirme konusunda sorunlar ortaya çıkmaktadır. Aile içinde de bu sorunlar bulunmaktadır. Aile içinde çatışma ve iletişim sorunlarına neden olabilmektedir (Demirel, 2023). Sosyal medya bağımlılığı son yıllarda sosyal medya kullanımının olumsuz etkilerinden biridir. Sosyal medya kullanımının fazla olması bireyin kendisine olan bakış açısını olumsuz yönde etkilemektedir (Calban, 2023). Erkeklerin sosyal medya bağımlılığından kaynaklı otokontrol ve kişilerarası ilişkilerde çatışma yaşama durumları olabilmektedir (Çiftçi, 2018). Sosyal medya bağımlılığının olumsuz durumlarını ortadan kaldırmak için belirli aralıklarla kontrol edilmesi ve kısıtlama uygulaması etkili olabilir (Özdemir, 2019).

2.1.5. Sosyal medya araçları

2.1.5.a. Facebook

Mark Zuckerberg ve arkadaşı tarafından kurulan Facebook 2006 yılından beri insanlar tarafından kullanılmaktadır. Dünyada en çok kullanılan uygulama ülkemizde de en çok kullanılan sosyal medya uygulamasıdır (Kesim, 2022). En çok kullanılan uygulama olmasından dolayı bireylerin daha sağlıklı kullanımları için belirli bir eğitim verilmesi daha faydalı olacaktır. Kullanım alanının genişliğinden kaynaklı bireyler ihtiyaç durumundan daha fazla kullanım yapabilmektedir (Toprak, Kalkan ve Demir, 2022). Facebook kullanım açısından insanlara arkadaşlık, iletişim, iş imkanları ve düşünce paylaşımı gibi özellikleri ile insanların dikkatini çekmiştir. Bu özelliklerin aynı anda kullanılması insanların daha çok tercih etmesini sağlamıştır (Kesim, 2022).

2.1.5.b. Youtube

2005 yılında kurulan Youtube dünyada kullanılan ikinci sosyal medya aracı olduğu tespit edilmiştir. Ülkemizde ise en çok kullanılan sosyal medyadır. Youtube herhangi bir üyelik olmadan kullanıcılarına video paylaşma ve izleme imkanı sunan bir sosyal medya aracıdır. Farklı kullanıcıları takip imkanı sunan Youtube eğitim alanı ile ilgili çalışmalarda yardımcı rol oynamaktadır (Kesim, 2022). Bireyler Youtube'da keyifli zaman geçirmenin yanı sıra bilgi edinmek amacıyla da kullandıkları tespit edilmiştir (İlhan ve Aydoğdu, 2019). İnsanların bulunduğu an ve mekandan bağımsız eğitim içeriklerine ulaşma imkanı artmıştır (Kesim, 2022). Genç yetişkinler Youtuberlığı meslek olarak görmektedir. Yetişkin bireyler ise Youtuberlığı meslek olarak görmemektedir (İlhan ve Aydoğdu, 2019).

2.1.5.c. Instagram

Son yıllarda kullanımı artan Instagram 2010 yılında kurulmuştur. İlk kurulduğu dönemde belirli işletim sistemine sahip telefonlarda kullanılıyordu. İlerleyen süreçte akıllı telefonların hepsinde kullanılmaya başlandı. Instagram uygulaması kullanan kişi günümüzde 1,2 milyar kişi olduğu yapılan istatistiklerde ortaya çıkmıştır (Kesim, 2022). Üniversite öğrencilerinin de en çok kullandığı sosyal medya uygulaması Instagram'dır (Özdemir, 2019). Kullanıcı sayısı ve uygun reklam ortamı bulunmasından kaynaklı Instagram markalar için bir reklam aracı olarak kullanılmaktadır. Instagramın kullanım amacı kullanıcıların diğer kullanıcılar ile fotoğraf ve video paylaşma durumlarıdır. Kullanıcılar diğer kullanıcılarında paylaştığı fotoğraf ve videoları görebilmektedir. Bunun yanı sıra kullanıcılar 24 saat geçerli anlık paylaşımlar yapabilirler (Kesim, 2022). Instagram kullanımı; taşrada yaşayan ergenler için kısıtlı imkanlardan kaynaklı kendini anlatmaya ve farklı kişilere ulaşma amacı taşımaktadır (Dalkıç, 2020).

2.1.5.d. Twitter

Bireylerin kendilerine ait fikir ve düşüncelerini yansıttığı sosyal medya platformu Twitter 2006 yılında kurulmuştur. Dünyada birçok kullanıcı bulunan uygulamanın Türkiye'de en çok kullanılan dördüncü uygulamadır. Uygulama ilk kurulduğu zamandan 2017 yılına kadar kullanıcılarına düşüncelerini ifade edebilme imkanı sunmuştur. Tweetleri 140 karakter ile sınırlandırmıştır. 2017 yılından sonra bu sınırlandırma değiştirilmiştir. İlk kurulduğu yıllarda sadece fikir ve düşünce ifadesine izin veren uygulama ilerleyen süreçte fotoğraf, video vb. paylaşımlara izin verilmiştir (Kesim, 2022). Ülkemizde ya da dünyada gerçekleşen kriz anlarında liderlerin daha çok Twitter platformunu kullandıkları ve halkın şeffaf bilgiye erişimi sağladıkları görülmüştür. Yaşanan kriz durumundan kaynaklı kaos ve spekülasyonlar Twitter uygulaması ile engellenmeye çalışılmıştır (Kanılmaz, 2021).

2.2. Beden İmajı

2.2.1. Beden İmajı Kavramı

Beden imajı kavramı birçok disiplinde kullanıldığı için farklı tanımları bulunmaktadır. Her disiplin çalışma alanına göre beden imajı kavramını açıklar ve yorumlar. Beden imajı kavramı bilim insanları tarafından incelenmiştir (Haspolat, 2016). Beden imajı 1900'lü yıllarda ruh sağlığı alanında incelenmeye başlamıştır. Son yıllarda beden imajı birçok

disiplinin inceleme alanında yer almaktadır. Bunun nedeni bireyin bedenine karşı bakış açısı bireyin yer aldığı her alanı etkilemektedir (Güler, 2015). Her disiplin beden imajı kavramı hakkında farklı isimlendirme yapmaktadır. Beden algısı, beden imgesi, vücut algısı gibi isimlendirmeler farklı isimlerden bazılarıdır. Beden imajı kavramı literatür de 1920 yılında Henry Head tarafından yürütülen çalışmayla beden şeması olarak değerlendirilmiştir. Beden imajı ve beden şeması kavramları ise birbirinden farklı kavramlardır. Beden imajı bireyin bedenine yönelik duyguları, düşünceleri ve tutumlarıdır. Beden şeması ise bedenin hareketlerini kontrol eden becerilerden oluşmaktadır. Beden imajı kavramını ruh sağlığı alanında ilk Paul Schilder kullanmıştır. Beden imajı bireyin kendine nasıl baktığını açıklayan bir kavramdır. Bireyin aynaya baktığı zaman kendisine nasıl göründüğünü açıklama durumu kişinin kendi beden imajıdır. Bu bakış sonucunda bireyin kendisine karşı duygu, düşünce ve tutumları oluşmaktadır (Haspolat, 2016).

Beden imajı ile ilgili ilk araştırmalar psikoloji alanında olmuştur. Günümüzde ise beden imajı kavramı farklı alanları etkilemektedir. Bu etkinin sebebi bedene olan bakış açısının bireyin yaşamının bütün alanlarını etkileme durumunun olmasıdır. Bireyin bedeni ve bedenine olan bakış açısı bireyin sosyalleşmesini, tercihlerini ve yaşam tarzını etkileyebilmektedir. Her kişinin kendi bedenine olan bakışı farklıdır. Bu farklı bakış açısı bedeni ile ilgili bütün fikirlerini ifade etmektedir (Güler, 2015).

Beden imajı 3 ana parçadan oluşmaktadır. Yatırım, duygulanım ve değerlendirme beden imajını oluşturan parçalardır. Yatırım, bireyin kendisine olan bakış açısının bilişsel ve davranışsal boyutuna dikkat çekmektedir. Duygulanım bireyin duygusal deneyimleri ve kendine karşı hissettiği duyguları ifade etmektedir. Değerlendirme ise bireyin dış görünüşüne karşı bütün düşüncelerini ifade etmektedir. Beden imajı kavramını tek başına değerlendirmek doğru değildir. Beden imajı; bireyin özellikleri, aile, yaşadığı çevre, toplumun bedene karşı bakış açısı ve teknoloji gibi faktörlerden etkilenmektedir. Bedene karşı bakış açısında önemli bir yeri olan kültürel çevre bireyde olumlu ya da olumsuz duygulanıma sebep olabilmektedir. Bireyin var olduğu toplumda kabullenilen beden algısından kaynaklı bedene olumsuz bir bakış açısı gelişebilmektedir. Aile, akran grubu ve medya beden imajına negatif bir bakış açısı geliştirilmesine sebep olabilmektedir (Khaligova, 2019).

Günümüz dünyasında insanların bedenlerine karşı olumsuz bakış açısına sahip olmaları büyük bir sorun haline gelmiştir. İnsanlar bedenlerini kültürün ve sosyal medyanın etkisi ile değiştirmeye ve ideal güzelliğe ulaştırmaya çalışmaktadır. Bu çalışma sonucunda

sürekli estetik operasyonlar, ağır sporlar ve zararlı zayıflama ilaçları kullanabilmektedirler. Kadın ve erkeklerde beden imajı ile ilgili endişeler bulunmaktadır. Kadınlar erkeklere göre beden imajı ile daha fazla ilgilenmektedirler. Medyada güzel olarak belirlenen beden imajı insanları etkilemektedir. Medyanın belirlediği güzellik kavramından dolayı bireyler bu güzelliğe ulaşabilmek için sağlıklı olmayan yemek yeme alışkanlıkları edinebilmektedir (Akbulut, 2018). Üniversite döneminde kadın öğrencilerin sosyal medyayı normalden fazla kullananlarda bedenine karşı olumsuz bakış açısına sahiptirler. Sosyal medya kanalı ile kadın öğrencilerde idealleştirilmiş beden algısı bireyin beden memnuniyetsizliği geliştirmesine sebep olmaktadır. İdealleştirilmiş beden için kadın öğrencilerin sağlıksız beslenme stillerine yönelmektedir (Özgür ve Uçar, 2020). Sosyal medyanın insan hayatında kullanımının artmasından kaynaklı insanların bedenlerine karşı olumsuz tutum geliştirdikleri görülmektedir. İnsanlar sosyal medya aracılığı ile insan gruplarını etkileyebilecek yetkinliğe ulaşmıştır. Ulaşılan yetkinlik bireylerin kendilerine olan bakış açısını ve algılarını değiştirebilmektedir (Akbulut, 2018).

2.2.2. Beden İmajının Gelişimi

Beden imajının oluşumu bireyin yaşamıyla beraber başlar. Bireyin gelişimiyle beraber beden imajı değişir. Gerçekleşen değişim ebeveynlerin bireyi onaylama ve kabullenme sürecine göre şekillenir. Ebeveynlerin çocuğa karşı davranışları bireyin kendine bakışını olumlu ya da olumsuz anlamda etkilemektedir. Anne babaların çocuğa olumlu davranışlar sergilemesi bireyin kendine karşı olumlu bir beden imajı geliştirmesini destekler. Anne babanın olumsuz davranışlar sergilemesi ise bireyin kendine bakışını olumsuz yönde etkilemektedir. Bireyin beden imajının aileden sonra değiştiği ikinci yer okuldur. Akranları ile olumlu ilişkiler kuran ve bulunduğu grup içinde kabullenilen bireylerin kendilerine bakış açıları olumlu yöndedir. Bireyin kendini keşfettiği ve beden gelişiminin en fazla gerçekleştiği ergenlik döneminde akranlarla ilişkiler bireyin kendine bakışını etkilemektedir. Birey çocukluktan yetişkinlik dönemine geçtiği için hem bedensel anlamda değişimler hem de zihinsel anlamda değişimler yaşamaktadır (Salhaoğlu, 2022). Bireyin bedene bakışı ergenlik döneminde yoğunlaşmaktadır. Ergenlik döneminde kadınlar ve erkekler için bedenlerine bakışları aynı düzeydedir. Ergenlik döneminde bireylerin yaşı arttıkça bedene bakış pozitif yönde eğilim göstermektedir (Talu, 2020).

Bedeni ile ilgili yapılan yorumlara karşı daha hassas olabilmektedir. Birey bedeni ile ilgili belirli yargılara sahiptir. Sahip olduğu bu yargıların oluşumunda akran grubunda bulunan bireylerin yorumları etkilidir. Olumsuz dönütler bireyin ruh sağlığını olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Birey yetişkinlik döneminde bedeninde bazı değişimleri yaşamaktadır. Bireyin yaşadığı değişimler yaşlanmaya dönük değişimler olmasından dolayı birey bedenini fiziksel anlamda değiştirmeye çalışmaktadır. Birey saçlarını boyama, spor yapma, estetik operasyonlar geçirme faaliyetlerle kendini gençleştirmeye çalışmaktadır (Salhaoğlu,2022).

2.2.3. Beden İmajını Etkileyen Faktörler

Beden imajını; yaş, cinsiyet, sosyal medya, kişilik özellikleri gibi bireysel faktörler ve medya, akran grupları, aile gibi sosyokültürel faktörler etkiler (Salhaoğlu, 2022).

2.2.3.a. Yaş

Bireyin hayatı boyunca etkileyen beden imajı bireyin doğumuyla oluşmaya başlar. Bireyin bulunduğu gelişim dönemine göre farklılaşır ve değişir (Salhaoğlu, 2022). Ergenlik döneminde bireyin vücudu değişmeye ve farklılaşmaya başlar. Bu değişim ergenin kendine olan bakışını etkiler. Ellerin ve ayakların büyümesi, yüzde akne çıkması, göğüslerin büyümesi vb. durumlardan kaynaklı birey vücudunu daha fazla incelemeye başlar (Oktan ve Şahin, 2010). Bedeni kabullenmeyen bireylerde düşük öz güven ve mutlusuzluk görülebilmektedir. Bireyin bedeni her gelişim döneminde farklılaşmaktadır (Salhaoğlu, 2022).

2.2.3.b. Cinsiyet

Kadın ve erkeklerin bedenlerine bakış açısı farklıdır. Kadınlar bedenlerine erkeklerden daha fazla önem verdiği düşünülmektedir. Kadınlar için olumlu beden algısı ince beden ve uzun boy olarak görülmektedir. Erkekler için olumlu beden algısı ise kaslı ve uzun boylu bedene sahip olmak olarak algılanmaktadır. Cinsiyete göre bedene bakış açısı farklılaşmaktadır. Bu farklılaşma toplumun bedene bakış açısından kaynaklı değişim gösterebilmektedir (Salhaoğlu, 2022). Kadınlar erkeklere göre bedenleri ile daha fazla ilgilenmektedir. Toplumun bedene olan bakış açısı da bireylerin sahip olmak istedikleri

beden düşüncesini etkilemektedir. Toplum kadının zayıf, erkeğin ise kaslı olma durumunu beklemektedir (Karagöz ve Karagün, 2015).

2.2.3.c.Sosyal Medya

Medyanın etkisi ile oluşan bedene bakış kadınları daha fazla etkilemektedir. Kadınlar medyada oluşturulan beden imajından kaynaklı bedenine daha fazla dikkat etmekte ve bedenini hayatının önemli bir noktasına yerleştirmektedir. Bedene bakış açısı kültür, sosyal medya ve teknoloji etkilemektedir. Erkek ve kadınlar için bedenin ideal olma kavramı birbirinden farklıdır. Bedene olan bakış açısı teknolojinin gelişmesi ile erkekleri de etkilemektedir. Erkekler için de ideal bir beden imajı teknoloji ile oluşturulmuştur. Sürekli ideal bedene sahip olmak isteyen bireylerde bazı riskli davranışlar görülebilmektedir. Yeme bozuklukları, estetik ameliyatlar, sürekli spor yapma ve sağlıksız diyetler bu riskli davranışlardandır (Karakaş Kaya, 2021).

2.2.3.d. Kişilik Özellikleri

Bireyin özellikleri bedene bakış açısını etkilemektedir. Birey kendine güvenen ve sosyalleşen kişilik özelliklerine sahip ise bedenine bakış açısı olumlu yönde gelişmektedir. Birey, kendine güvenmiyor ve içedönük kişilik özelliklerine sahip ise bedenine bakış açısı olumsuz yönde gelişmektedir. Bireyin kendi kişilik özellikleri bedenine olan bakış açısını etkilemekte ve değiştirmektedir (Salhaoğlu, 2022).

2.2.4. Beden İmajına İlişkin Tutumlar

Beden imajı bireyin kendine olan bakış açısıdır. Bireyin kendine olan bakışı aile, akranlar, toplum, cinsiyet, kişilik özellikleri ve medya etkilemektedir. Bedene olan bakış sadece bireyin bedeni ile alakalı değildir. Bireyin kişilik özelliklerini de etkilemektedir. Bedene bakış bireyin insanlarla olan ilişkisini de etkilemektedir. Toplum tarafından kabul gören ve onaylanan bireyler kendilerine karşı olumlu bir bakış açısına sahip olmaktadır (Yiğitcan, 2021).

2.2.5. Olumsuz Beden İmajı

Bireyin yaşamı içinde kendine bakışı sürekli olarak değişmektedir. Bu değişim yaşanan olay ve durumlara göre bireyin kendine bakışını etkilemektedir. Bedene olumsuz bakış açısı toplumun beklentileri, bireyin idealleştirdiği beden ile sahip olduğu beden arasındaki tutarsızlıklar gibi sebeplerden dolayı gelişmektedir. Bireyin yaşadığı toplumda bedenine karşı yapılan yorumlardan dolayı bakışı değişmektedir. Beden imajında bireyin yetiştiği aile ortamı önemlidir. Aile bireyi onaylamıyor ve kabullenmiyor ise bireyin kendine olan bakış açısı olumsuz yönde gelişmektedir. Aile içinde eleştirilen, yargılanan ve alay edilen bireylerin kendilerine olan bakışları olumsuz yöndedir (Yiğitcan, 2021). Olumsuz beden imajının gelişmesini sağlayan dört süreç bulunmaktadır. Genel sosyal baskılar, hastaya özgü baskılar, fiziksel ayırt edilme ve geçmişte kritik yaşantılar bireyin olumsuz beden imajı geliştirmesine sebep olan süreçler olarak isimlendirilmektedir (Kutlu, 2009).

2.3. Özgüven

2.3.1. Özgüven Kavramı

Özgüven kavramı için güven kavramının incelemelidir. Güven bireyin herhangi bir olay durum ya da kişiye karşı emin olma duygusudur. Güven duygusu bireyde kendine karşı geliştirdiği olumlu duygularla desteklenebilir. Bireyin kendine karşı olumlu konuşmaları güveni destekler (Özçelik, 2023). Özgüven, farklı disiplinler tarafından incelenmiş bir kavramdır. Özgüven bireyin kendini iyi hissetme durumunu ve kendine olan bakış açısını etkilemektedir. Özgüven bireyi oluşturan yapılardan bir tanesidir (Kaya ve Taştan, 2020). Birey yaşamının ilk yıllarında gereksinimlerinin karşılanma durumuna göre kendine bir değer belirler. Gereksinimleri karşılanmış birey kendine ve bakım verenlerine karşı güven duygusu geliştirir (Sarıçam ve Güven, 2012). Bireyin özgüvenini geliştiren beceriler vardır. Bireyin kendisini ve çevresi kabullenmesi, olumsuz yaşantılara rağmen kendine ve yaşanan duruma karşı sağlıklı düşünmeyi başarabilme ve bireyin sahip olduğu yeteneklere güven duyması bireyi geliştiren yeteneklerdendir. Özgüven bireyin yaşam içinde kendine ve yeteneklerine karşı olumlu duygulara sahip olma durumudur. Birey toplum ile var olur. Özgüven bireyin ve toplumun ortak bakış açısı ile değişmekte ve gelişmektedir. (Özçelik, 2023).

Özgüven sahibi olan birey olumlu duygularından dolayı yer aldığı toplumda iletişim kurabilir ve kendini ifade edebilir. Birey kendini istediği şekilde ifade edebildiği için sağlıklı ilişkiler kurabilir (Merey, 2010).

Bireyin olmak istediği kişilik yapısı ile bireyin şu an sahip olduğu kişilik yapısının birbirine yakın olması özgüvenin olumlu anlamda geliştiğini göstermektedir. Bireyin sahip olduğu kişilik yapısı ve olmak istediği kişilik yapısı arasında farkın fazla olması bireyin düşük özgüvene sahip olduğunu göstermektedir (Özçelik, 2023). Birey kendini fark eden, kendini kabul eden, ilgilerini ve yeteneklerine karşı olumlu bakış açısı geliştirmesi bireyin özgüvenine olumlu anlamda katkı sağlar. Özgüvenli birey kendini ve yer aldığı toplumsal grubu mutlu eden biridir. Kendilerine uygun hedef koyarlar ve bu hedefi gerçekleştirmeye çalışırlar. Kendi yeterliliklerinin farkındadır. Değişime ve gelişime açık bireydir (Kaya ve Taştan, 2020). Düşük özgüvenli bireylerin kendilerine karşı sahip oldukları bakış olumlu değildir. Birey kendine ve yeteneklerine şüpheli ve yetersiz bakmaktadır. Yaşamlarında karşılaştıkları problemleri ile baş edemeyeceklerine inanırlar. Kendi fikirlerini ifade etmek yerine başkalarının fikirlerini benimserler (İlhan, Göktepe ve Ergün, 2021). Bireyin çok yüksek özgüveni bireyin kendine ve çevresine olan bakış açısını olumsuz yönde etkilemektedir. Bireyin kendine bakış açısı her zaman mükemmel olma üzerine kuruludur. Bireyin başarısızlığı tahammülü yoktur. Birey kendinden daha başarılı birine karşı öfke duymaktadırlar. Kendinden daha başarılı birisini her zaman olası tehlike olarak görmektedirler. Birey zayıf yönlerini kabul etmemektedirler (Özçelik, 2023).

2.3.2. Özgüven Oluşumu ve Gelişimi

Bireyin gelişim dönemleri incelediğinde temel güvene karşı güvensizlik döneminde bebeğin kendine ve çevresine olan güvenin temelleri oluşmaktadır. Bakım veren ile bebek arasında gelişen olumlu duygular bireyin kendine olan güvenine katkı sağlamaktadır (Gökkaya, 2022). Bebek belirli bir kapasite ve yeteneklerle dünyaya gelir. Bebeğin olumlu ya da olumsuz deneyimleri özgüven gelişimini etkiler (Karademir, 2015). Bir bebeğin yaşamının ilk dönemlerinde bakım verenine ihtiyacı vardır. Bebeğin sağlıklı duygular geliştirebilmesi için bakım vereninden sevgi, güven ve ilgi alması gerekmektedir. Bebeğin ihtiyaçları bakım veren tarafından karşılanması bebeğin benlik gelişimini olumlu yönde etkiler. Bebeğin ihtiyaçları karşılanmaz ise bebek ile bakım veren arasında güvensizlik duygusu oluşur. Özgüven gelişimi bebeğin dünyaya gelmesi ile başlayan ve hayatının

sonuna kadar devam eden bir süreçtir (Gökkaya, 2022). Ailede başlayan özgüven gelişim süreci, eğitim-öğretim sürecine çocuğun dahil olmasıyla akranları ve öğretmenleri de etkili olmaya başlamaktadır. Ergenlik döneminde ise birey kendini keşfetme ve bulma sürecindedirler (Toktaş, 2017).

2.3.3. Özgüveni Etkileyen Faktörler

2.3.3.a Anne baba tutumları

Birey, dünyaya kalıtsal özellikleri ile gelir. Birey dünyaya gelmesi ile kalıtsal ve çevresel etkiler bireyin kişilik yapısının oluşmasında önemli bir rol oynar. Bakım veren bireyler bireyin kişilik yapısının oluşmasında önemli bir role sahiptir (Palaz, 2019). Bireyin, bakım verenler tarafından ilgi, sevgi ve güven ihtiyaçlarının karşılanması gerekmektedir. Bireyin yaşamının ilk yıllarında ailenin davranışları çerçevesinde özgüveninde oluşmaya başlar (Güenalp, 2007). Bakım verenler tarafında verilen olumlu tepkiler bireyin özgüvenine katkı sağlar ve özgüven gelişimini destekler. Eğitim öğretime başlamadan önce bakım veren tarafından olumlu anlamda destek alınması bireyin kişilik gelişimi için çok önemlidir (Palaz, 2019).

Aile içinde maruz kaldığı tutum ve davranışlar bireyin gelişimini etkilemektedir. Eleştiri, kıyaslama ve aşağılama gibi davranışların görülmesi bireyin özgüvenini olumsuz anlamda etkilemektedir. Bireyin sürekli eleştirilmesi, başkaları ile kıyaslanması ve aşağılanması sonucunda kendini değersiz hisseder. Aile içinde var olan otoriter yapı bireyin ailesine karşı olumsuz duygular geliştirmesine neden olabilmektedir (Palaz,2019).

2.3.3.b. Akademik Başarı

Başarı, bireyin karşılaşması gereken bir gereksinimdir. Birey başarının fark edilmesini ve takdir edilmeyi bekler. Bireyin başarı gereksinimi karşılandığı zaman birey olumlu duygular geliştirmeye başlar (Takkin, 2020). Kendini başarılı olma zorunluluğu içinde hisseden bireyler ruh sağlığını koruyabilmek için başarıyı hayatlarında ön planda tutarlar. Başarısızlık yaşadıklarında ise kendilerini değersiz hissederler. Herhangi bir olay ya da durumda başarıyı yakalayamayan birey kabul görmeyeceğini düşünür. Gelişim dönemlerinde başarıya karşı aşağılık duygusu çocuğun ilköğretim dönemine denk gelmektedir (Erpalabıyık, 2018). Okul yaşamında bireyin olumlu deneyimlerinin artması akademik

özgüven duygusunu destekler. Bireyin kendine karşı bakışı pozitif yönde değişir ve gelişir (Toktaş, 2017).

2.3.3.c. Kendini Değerlendirme ve Çevrenin Etkisi

Özgüven bireyin yaşadığı çevre bireyin kendini değerlendirme durumuna göre şekillenir. Bireyin kendinin ve çevresinin değerlendirmesi benzer ise bireyin özgüveni olumlu anlamda gelişir (Takkin, 2020). Bireyin yaşamında karşılaştığı herhangi bir sorunu çözüme ulaştırması bireyin kendine karşı olumlu duygular hissetmesini sağlar. Bireyin çözümü çevre tarafından olumsuz yorumlanabilir. Bu durumda birey kendini olumsuz olarak değerlendirebilir (Gökkaya, 2022).

2.3.3.d. Fiziksel Görünüm

Bireyin yaşamında olması gereken özelliklerden bir tanesi özgüvendir. Yaşamın her alanında özgüven bireyin kararlarını, tercihlerini, kendine bakış açısını ve çevrenin bireye olan bakışını etkiler. Bireyin sahip olduğu özgüven kendini kabul etmesini sağlar. Bu kabul kendini ve toplumu olumlu anlamda etkiler. Toplum tarafından bireyle ilgili fark edilen ilk şey dış görünüştür. Dış görünüş bireyin kendine olan güvenini etkilemektedir. Dış görünüş bireyin diğer insanlarla iletişimi de etkilemektedir. Bedene bakış tüm dünyada önemli bir durum haline gelmiştir. Teknolojik gelişmeler, sosyal medya kullanımını artması reklamlar toplumların bedene bakışı değiştirmede rol oynar. Dış görünüşü güzel olan bireylerin başarılı olduğu düşüncesi dünyada hakimdir. Toplumda kabul gören beden imajına sahip olmayan bireyler olumsuz anlamda etiketlenabilmektedir (Andreyeva, 2022).

2.3.3.e. Akran İlişkileri

Bebeğin dünyaya gelmesi ile sosyalleşmesi başlar. Çocuğun akranları ile iletişimi küçük yaşlarda başlar. Eğitim öğretime başlaması ile çocuğun yaşamında akranların önemi artmaktadır. Çocukluk döneminde aile akranlardan daha etkilidir. Ergenlik döneminde ise bu durum değişmektedir. Akranlar bireyin hayatında ergenlik döneminde daha etkin rol almaktadır. Özgüveni düşük bireyler akran gruplarının daha kolay etkisinde kalır. Birey akran gruplarının onayı ve desteğini beklemektedir. Özgüveni yüksek olan bireyler ise

kendilerini daha kolay ifade edebilir. Akran gruplarına karşı kendi duygu ve düşüncelerini ifade edebilir (Takkin, 2020).

2.3.4. Özgüven Türleri

Özgüven ikiye ayrılmaktadır. Dış özgüven ve iç özgüven birbirini tamamlamaktadır (Özbek, Taşbilek Yoncalık ve Alıncak, 2017).

2.3.4.a İç Özgüven

Bireyin kendine karşı olumlu bakış açısına sahip olma durumuna iç özgüven denir. Bireyin kendini sevmesi, kendine saygı duyması, olumlu düşünmesi ve belirli amaçlar koyması iç özgüveni oluşturur (Özbek ve diğerleri, 2017). Kendini sevmek bireyin kendi istek ve ihtiyaçlarını önemseme durumudur. Birey kendi hedefleri için çalışır. Çalışmalarına karşı olumlu dönütler beklerler. Birey kendine saygı duyulmasını ister ve ilişkilerinde karşı tarafa saygı gösterirler. Toplum içinde kendi değerini bilir. Toplum tarafından karşılaştığı olumsuz tutum ve davranışlara karşı tepkilerini gösterirler. Kendini tanıma bireyin kendine yönelik farkındalık geliştirmesidir. Güçlü olan tarafları kendileri için olumlu anlamda kullanırlar. Güçsüz olan taraflarını desteklemeye çalışırlar. Birey olumlu ve yapıcı eleştirileri kendisini düzenlemek için kullanır. Birey kendine belirli amaçlar koyar. Amaçları için emek verirler. Birey amacı için belirli bir plan yapar ve bu planı uygular. Bireye amacına ulaşmak için kendini sorgular ve eksik yönlerini törpülemeye çalışır. Olumlu düşünme, bireyin şu an içinde bulunduğu yaşama ve geleceğe olumlu bakış açısına sahip olmasıdır. Geçmişte yaşadığı olumsuz olay ve durumları şu an ki yaşamlarında kullanırlar. Birey değişime ve gelişime açıktır. Karşılaştığı sorunlara yapıcı çözümler bulmayı tercih ederler (Çalikuşu, 2020).

2.3.4.b. Dış Özgüven

Dış özgüven bireyin yaşadığı ortama karşı kendini gösterme durumudur. Dış özgüvende bireyin kişiler arası iletişimi, kendini anlatma yeteneği ve duygu kontrolü önemlidir (Özbek ve diğerleri, 2017). Kişiler arası iletişim bireyin toplum içinde kendini ve karşısındaki bireyle saygılı bir iletişim gerçekleştirme durumudur. Vücut dilini etkili kullanırlar. Toplum içinde kendilerini rahat bir şekilde ifade edebilirler. Kendini anlatma

yeteneği, bireyin kendi istek ve ihtiyaçlarını dile getirme durumlarıdır. Birey kendinin ve karşısındaki bireyin kişisel sınırlarına dikkat ederler. Kendini ve çevresindekileri herhangi bir amaç için desteklerler. İstemedikleri olay ve durumlara karşı kendi duygu ve düşüncelerini ifade edebilirler. Duygu kontrolü bireyin yaşadığı olay ve durumlara optimal düzeyde tepkiler verme durumudur. Birey, duygularını sağlıklı bir şekilde ifade edebilir. Problem özme konusunda başarılıdırlar. Yaşamlarında olumsuz duygulardan çok olumlu duygulara yönelirler (alıkuşu, 2020).

2.3.5. Özgüvenin Gruplandırılması

Özgüven, bireylere ait olma durumlarına göre yüksek ve düşük olarak ikiye ayrılmaktadır (alıkuşu, 2020).

2.3.5.a. Düşük Özgüven

Özgüven, bireyin dünyaya gelmesi ile oluşmaya başlar. Özgüven bireyin hayatının her aşamasında etkilidir. Bu etki bireyi tek bir alanda etkilememektedir. Bireyin yaşamının her alanı özgüvenin gelişimine göre şekillenmektedir. Bireyin özgüveni tüm gelişim alanlarında etkin rol oynar. Özgüven sahibi olmayan bireyler kendi kararlarını kendileri veremezler. Problem özme konusunda yetenekleri yeterince gelişmemiş olabilir. Yeni bireylerle iletişim kurmak özgüveni düşük bireylerin tedirgin hissetmesine neden olabilir. Özgüveni düşük bireylerin kendini sevmeye ve kabul görme durumları düşüktür. Kendilerine karşı olumsuz bakış açısına sahiptirler. Hayatlarının genelinde yetersizlik duygusu hakimdir. Özgüveni düşük bireyler arkadaşlık tercihlerinde de kendilerine benzeyen bireylerle arkadaşlık kurmaya çalışırlar. Yüksek özgüvenli bireyler ile arkadaşlık kurmak ve devam ettirmek düşük özgüvenli bireyleri rahatsız eder. Düşük özgüvenli bireyler ilişkilerinde kendilerini ifade etmekten kaçınan, sınırlı iletişim kuran ve kendi isteklerini arka plana atan bireylerdir. Değişime ve gelişime kapalı olan bireyler belirli kurallar içinde kendilerini daha rahat hissetmektedirler. Düşük özgüvenli bireyler kendilerini ispatlama ve yetersizlik duygusunu yenebilmek için işlerine düşkün olabilirler (alıkuşu, 2020).

2.3.5.b. Yüksek Özgüven

Yüksek özgüvenli bireylerin problemlerle baş edebilme yetenekleri gelişmiştir. Karşılaştıkları problemleri çözmeye çalışırlar. Geçmişte yaptıkları hataları tecrübe olarak kullanmaya çalışırlar. Kullandıkları problem çözme yeteneği işe yaramaz ise farklı yollar deneyebilirler (Çalikuşu,2020). Kendine güvenen bireyler kendilerini kabul ederler ve yeteneklerinin neler olduğunu bilirler. Kendilerine uygun olan amaç belirler ve bu amaca ulaşmak için çalışma gerçekleştirirler (Sarıçam ve Güven, 2012). Yüksek özgüvenli bireyler kendi fikir ve düşüncelerini savunabilirler. Yüksek özgüvenli birey yaptığı hatalardan kendine tecrübeler edinir. Yaşadığı olay ve durumlarda kendi ile yüzleşebilir ve öz eleştiri yapabilir. Toplum içinde uyumlu ve işbirliğine açık bireylerdir. İlişkilerinde kendilerine ve diğer bireylere karşı olumlu tutum ve davranışlar gerçekleştirir (Çalikuşu, 2020). Fazla özgüvenli bireyler kendi yetenek ve sınırlarının farkında değildirler. Kendi kapasitelerinin çok üstünde olan işleri gerçekleştirmeye çalışırlar. Bu işi gerçekleştiremedikleri zaman hayal kırıklığına uğrarlar (Sarıçam ve Güven, 2012). Mükemmeliyetçi bir yapıya sahiptirler. Özgüveni fazla olan bireyler başkalarının duygu ve düşüncelerini önemsemezler. Fazla özgüven bireyin sosyal psikolojik sağlığını olumsuz anlamda etkileyebilmektedir (Çalikuşu, 2020).

2.4. Mutluluk

2.4.1. Mutluluk Tanımı

Mutluluk duygusal ve bilişsel yönlerinin denge içinde olma durumudur. Mutluluk, insanı iyi hissettiren duygu yoğunluğunun bulunma hali, hayatın anlamını keşfetme ve hayat doyumu ile ilişkilidir. İnsan toplumsal bir varlıktır. Bireyin toplum içinde yer alması, aktif katılımı ve toplum içinde onay ve kabul görmesi bireyin mutluluğunu olumlu yönde etkileyebilmektedir. Bireyin kendi gelişim alanını desteklediği aktiviteler, iş yaşamı, değerleri, davranışları ve motivasyonu bireyin mutluluğunda etkili olabilmektedir (İşçi,2021). Pozitif psikoloji yakın zamanda ruh sağlığı alanında dikkat çekmeye başlamıştır. Pozitif psikoloji bireyin olumlu ve geliştirilebilir yönlerine odaklanır. Bireyin gelişimini olumlu yönde destekleyerek bireyin kendini gerçekleştirmesine yardımcı olur. Pozitif psikoloji bireyin yaşamış olduğu problem yerine olumlu olabilecek özelliklere önem veren bir yaklaşımdır. Pozitif psikoloji bireyin aktif, sorumluluk sahibi ve kendi kendine yardım edebilecek kapasitede olduğu düşüncesine sahiptir. Mutluluk kavramı

pozitif psikoloji tarafından incelenen bir kavramdır. Mutluluk bireyin hayatında var olması ve kendini gerçekleştirme durumudur. Ruh sağlığı alanı mutluluk kavramı yerine olumsuz duygu ve düşünceler üzerine çalışmalar yapmıştır (Aydın, 2020).

Psikoloji 1980’li yıllara kadar bireyde oluşan olumsuz ruh haline odaklanmıştır. 1980 yılından sonra psikoloji bilimi bireyde iyi oluş, mutluluk ve yaşam memnuniyeti kavramları ile ilgilenmeye başlamıştır. Mutluluk, öznel iyi oluş ya da psikolojik iyi oluş olarak isimlendirilmiştir. Mutluluk bireyin yaşadığı an içinde kendini iyi hissetmesi olarak isimlendirilebilir (Aydın, 2020).

2.4.2. Mutluluğun Nitelikleri

2.4.2.a. Çevresel Yaşanabilirlik

Bireyin mutluluğu bulunduğu topluma göre değişebilmektedir. Yaşanılan doğanın olumlu etkileri ve bireyin yer aldığı toplumun özellikleri bireyin mutluluğunu olumlu ya da olumsuz anlamda etkileyebilmektedir (Balcı Şen, 2021).

2.4.2.b. Yaşam Becerisi

Her bireyin yaşamında olumsuz olay ve durumlar yaşanılmaktadır. Yaşanılan olumsuz olay ve duruma karşı her bireyin geliştirmiş olduğu baş etme becerisi vardır. Baş etme becerisi gelişen bireyler daha sağlıklı bir gelişim içinde yer alırlar. Bu gelişim bireyin mutluluğunu olumlu anlamda etkiler (Balcı Şen, 2021).

2.4.2.c. Yaşamsal Araçlar

Yaşamın iyi amaçlar peşinde olmasını ifade etmektedir. Yaşamı ve yaşamayı anlamlı kılmaktır. Bireysel tatmin ve mutluluk için bazen olumlu dış etkenlerin gerekebileceğini ifade etmektedir. İyi bir yaşamın ve yaşamın iyi amaçlar peşinde olmasının mutluluğa katkıda bulunur. Mutluluk bireyin yaşam kalitesini bir bütün olarak olumlu değerlendirmesidir (Balcı Şen, 2021).

2.4.2.d. Yaşamdan Doyum Alma

Bireyin yaşamında zevk alma durumudur. Bireyin yaşamında tecrübe olarak edindiği olay ve durumlara karşı olumlu bakış açısıdır (Balcı Şen, 2021).

2.4.3. Mutluluğu Etkileyen Etmenler

2.4.3.a. Kişilik

Mutluluk kavramı her toplum ve her kültürde farklı bakış açısı bulunmaktadır. Batı toplumlarında toplumsal yönü güçlü, dengeli ve kendilerine değer veren bireylerin mutlu olduğu fikri yaygındır. Birey kendi iç dengesine yöneldiğinde daha fazla mutluluk elde eder. Mutluluk; saygı, kişisel kontrol, iyimserlik ve dışadönüklük kişilik özellikleri ile ortaya çıkar. Bireyin kişilik özellikleri mutlu olmayı etkiler. Kendi iç kontrolünü sağlayan ve dış dünya ile bağı kuran bireyler daha mutlu olabilmektedir (Yeter, 2019).

2.4.3.b. Aile

Bireyin yer aldığı toplum içinde onay ve kabul görme durumu mutluluğunu etkilemektedir. İnsanın toplumsal yönü olan aile, arkadaş ve akraba bireyin sosyalleşmesini destekler. Yer aldığı toplumsal gruba karşı aidiyeti olan ve kabullenilen bireyler mutlu olabilirler. Bireyin ilk sosyalleştiği, kabul gördüğü ve değerli hissettiği aile kurumu bireyi olumlu anlamda desteklemesi bireyin kendini daha mutlu hissetmesine olanak tanır. Aile bireyin sevgi, güven ve bağlanma ihtiyaçlarını karşılaması durumunda birey kendini gerçekleştirir (Us, 2023).

2.4.3.c. Eğitim

Birey fizyolojik ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra bilme anlama ve kendini gerçekleştirme ihtiyaçlarını gidermek ister. Bu ihtiyaçlar sonucunda birey kendini ve çevresini keşfetmek ister. Bu keşif süreci bireyin mutlu olmasını sağlar (Us, 2023).

2.5. İlgili Araştırmalar

2.5.1. Sosyal Medya Kullanımı ile İlgili Yurtiçi Yapılan Çalışmalar

Sosyal medya kullanımı ile ilgili yurt içinde yapılan çalışmalardan aşağıda bahsedilmiştir.

Küçükaya, Özdemir ve Kahyaoğlu Süt (2022)'ün çalışmasına göre kadın öğrencilerin akademik başarılarının ve akademik öz yeterliliğinin daha fazla olduğu görülmüştür. Kadın öğrencilerin sosyal medyayı fazla kullananların akademik başarıları artarken akademik öz yeterliliğin azaldığı görülmüştür. Akademik öz yeterlilik puanları ile cinsiyet arasında anlamlı ilişki saptanmıştır. Sosyal ortamda gerçekleşen gelişmeleri kaçırma korkusu puanları ile cinsiyet, sosyal medya kullanımı, sosyal medyada zaman geçirme ve ders sırasında sosyal medya hesaplarını kontrol etme durumları arasında ilişki olduğu görülmüştür. Akademik ortalama ile akademik öz yeterlilik arasında negatif yönlü anlamlı ilişki vardır sosyal ortamda gerçekleşen gelişmeleri kaçırma korkusu ile anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Yapıcı (2023)'nın çalışması genç yetişkin bireylerin sosyal medya kullanımının siber zorbalığa ve saldırganlığa etkisini incelemiştir. Çalışmaya göre sosyal medya kullanımı, saldırganlık ve siber saldırganlık arasında anlamlı ilişki bulunmaktadır. Katılımcıların sosyal medya kullanımı arttıkça siber zorbalık ve saldırganlık düzeyleri artmaktadır. Çalışmaya göre sosyal medya kullanımı- siber zorbalık, sosyal medya kullanımı- saldırganlık ve saldırganlık-siber zorbalık puanları arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Çalışmaya göre erkek katılımcıların siber zorbalık ve saldırganlık düzeyleri kadın katılımcılara göre daha yüksek çıkmıştır. Sosyal medya kullanımı ile cinsiyet arasında herhangi bir ilişki bulunamamıştır.

Cürüp ve Serin (2023)'in çalışmasına göre sosyal medya kullanım süresinin azalması durumunda mutluluk puanlarının arttığı görülmektedir. Sosyal medya kullanımı konusunda katılımcıların yetkinliklerinin artması ile mutluluk puanlarının arttığı tespit edilmiştir.

Çintesun (2023)'un çalışması ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımı, fiziksel aktivite ve beslenme alışkanlıkları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre katılımcıların yoğun olarak Youtube kullandıkları tespit edilmiştir. Araştırmaya göre sosyal medya kullanımı ile beslenme alışkanlıkları arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmüştür. Araştırmaya göre Youtube kullanan bireylerin fiziksel aktiviteye daha çok

katılım sağladıkları görülmüştür. Fiziksel aktivite yapan öğrenciler sağlıklı beslenme konusunda daha ilgili olabilmektedir.

Özer (2023)'in çalışması tıp fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanımlarının sosyal görünüş kaygısı ve depresyon düzeyi arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Çalışmaya göre sosyal görünüş kaygısı kadınlarda erkeklere göre anlamlı düzeyde yüksek çıkmıştır. Araştırma sonuçlarına göre kadınlarda sosyal görünüş kaygısı ile depresyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Kadın katılımcılar sosyal medya üzerinden gelen olumlu ya da olumsuz tepkilerden etkilenmektedir. Sosyal medya üzerinden kendi görünüşü diğer bireylerle karşılaştıran, etkileşim sayısı az olan bireylerin depresyon düzeyleri arasında anlamlı ilişki tespit edilmiştir.

Çalık (2024)'in çalışması ergenlerde sosyal medya kullanımının mutluluk ve yaşam doyumuna etkisini incelemiştir. Ergenlik döneminde olan bireylerin en fazla kullandığı sosyal medya platformunun Instagram olduğu görülmüştür. Çalışmaya katılan bireylerin mutluluk düzeyleri cinsiyete göre farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Ebeveynlerin eğitim düzeyleri katılımcıların yaşam doyumunu ve mutluluk düzeylerini etkilememektedir. Sosyal medya kullanımı azaldıkça katılımcıların mutluluk ve yaşam doyumunu artmaktadır. Bunun yanında sosyal medya kullanımı artması sonucunda bireyin akademik başarı düzeyi düşmektedir. Katılımcıların yaşları ve sosyal medya kullanımı, yaşam doyumunu ve mutluluk düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Çalışma sonucunda sosyal medya ile mutluluk düzeyleri arasında pozitif düşük yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Sosyal medya kullanımı ile özgüven ve beden imajı arasında pozitif yönlü düşük düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Bu çalışma sonucuna göre kadın ve erkeklerde sosyal medya kullanım düzeylerinin farklılaşmadığı görülmüştür. Sosyal medya kullanımının toplum içinde yaygınlaşma durumundan dolayı sonuçlar bu yönde çıktığı düşünülmektedir. Sosyal medya kullanımı ile öğrenim düzeyleri arasında anlamlı bir farklılaşma olmadığı tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanımının üniversite öğrencileri arasında yaygın bir şekilde kullanılmasından dolayı farklılaşmadığı düşünülmektedir.

2.5.2. Beden İmajı ile İlgili Yurtiçi Yapılan Çalışmalar

Haspolat ve Kağan (2017) 'ın sosyal fobinin yordayıcısı olarak beden imajı ve benlik saygısı konusu üzerine yapılan bir çalışmadır. Çalışma sonucuna göre beden imajı ve benlik saygısının sosyal fobi ile anlamlı ilişkilerinin olduğu ortaya çıkmıştır. Beden imajı ve benlik saygısı arasında ilişki bulunmaktadır. Bu iki kavram ile sosyal fobi arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu görülmüştür. Sonuç olarak beden imajı ve benlik saygısı düzeylerinin azaldıkça sosyal fobi artmaktadır. Üniversite öğrencilerinin sosyal fobi ile baş etmek için benlik saygısı ve beden imajı çalışmaları yapılabileceği ortaya çıkarmıştır.

Eşiyok Sözmez ve Özgen (2017)'in çalışması Türkiye ve İngiltere ülkelerinin medya kullanımı ve beden imajı üzerine bir çalışmadır. Türkiye ve İngiltere'de eğitim alan üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım sıklıkları ve tercihleri arasında anlamlı düzeyde farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanım süresi ve sıklığı Türkiye'de yer alan katılımcıların yüksek çıkmıştır. Moda ve güzellik gibi alanlarda takip etme durumu ise İngiltere'de ki katılımcılarda daha yüksek çıkmıştır. Sosyal medyanın beden üzerine etkisi, Sosyal medyada yer alan bireylerle kendi bedenini karşılaştırma durumlarında İngiltere'den olan katılımcıların puanları yüksek çıkmıştır. Sonuç olarak katılımcıların sosyal medya kullanım sıklığı ve sürelerinden çok takip edilen içeriklerin bireylerin kendilerine olan bakışı etkilediği ortaya çıkmıştır.

Talu (2020)'nın çalışmasına göre ergenlerde beden imajı algısı kadın ve erkek katılımcılara göre farklılaşmadığı görülmüştür. Çalışmada katılımcıların yaş ile beden imajı arasında düşük düzeyde de olsa anlamlı ilişki bulunmuştur. Katılımcı bireylerin yaşları arttıkça beden imajı puanlarının olumlu yönde olduğu tespit edilmiştir. Bunun sebebi katılımcıların biliş düzeylerinin artması ve beden gelişimi tamamlanmaya yakın olması olduğu düşünülmektedir. Bedene karşı olumlu bakış lise 2. sınıftan itibaren artmaktadır.

Özgür ve Uçar (2020)'in çalışmasına göre normal bedene sahip kız öğrencilerin bedenlerine bakış açılarının olumlu olmadığı ve orta düzeyde sosyal medya bağımlılığı olduğu ortaya çıkmıştır. Sosyal medya üzerinden idealleştirilen güzellik anlayışı kız öğrencilerde bedene karşı olumsuz bakış açısı geliştirilmesine neden olduğu saptanmıştır.

Kılıç, Mammaadov, Koçhan ve Aypay (2020)'in çalışmasına göre erkek üniversite öğrencilerinin kadın üniversite öğrencilerine göre genel öz yeterlilik inancı, beden imajı ve

psikolojik sağamlık düzeylerinin daha yüksek seviyede olduğu görölmüştür. Öğrencilerin kendilerine olan olumlu bakışları ve genel öz yeterlilik puanlarının artması psikolojik sağamlık düzeylerinin de artmasını sağlar. Bireylerin yaşadıkları olumsuz olay ve durumlara karşı geliştirdikleri çözümler ve bedenlerine karşı olumlu bakış açısına sahip olmaları psikolojik sağamlığı olumlu anlamda etkilemektedir.

Köroğlu, Çelik ve Tüt (2023)'ün çalışmasına göre spor merkezinde egzersiz yapan bireylerin beden imajı ve özgüven düzeyleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Yaş değişkenine göre beden imajı ve özgüven arasında anlamlı ilişki bulunamamıştır. Eğitim düzeyleri açısından incelendiğinde lise grubunun lisans grubuna göre beden imajı puanları yüksek; özgüven düzeyleri ise düşük çıkmıştır. Beden imajı puanları eğitim düzeyi açısından en yüksek lisansüstü katılımcılarda; en düşük ise ön lisans katılımcılardadır.

Çalışma sonucunda beden imajı ve mutluluk arasında pozitif yönlü orta düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu görölmektedir. Sosyal medya ile beden imajı arasında pozitif düşük düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu görölmektedir. Kadın ve erkek katılımcıların beden imajı puanları arasında anlamlı bir fark olmadığı görölmüştür. Öğrenim düzeyleri ile beden imajı puanları arasında ise anlamlı bir farklılaşma olduğu görölmektedir. Yüksek lisans öğrenim düzeyinde bulunan bireylerin beden imajı puanlarının daha yüksek olduğu görölmüştür. Yüksek lisans düzeyinde yer alan bireylerin bedenlerine karşı daha olumlu bakış açısına sahip olduğu söylenebilir. Lisans düzeyinde yer alan katılımcıların beden imajı puanları ön-lisans düzeyinde yer alan katılımcıların beden imajı puanlarından daha yüksek olduğu görölmüştür. Eğitim düzeyi yüksek olan bireylerin kendilerine olan bakışın daha olumlu yönde olduğu görölmüştür. Bunun sebebi eğitim düzeyi bireylerin farkındalık düzeylerinde artış olmasından kaynaklı olduğu düşünülmektedir.

2.5.3. Özgüven ile İlgili Yurtiçi Yapılan Çalışmalar

Çalikuşu ve Sürücü (2020)'nün çalışması ergenlerde olumsuz otomatik düşüncelerin özgüvene etkisini incelemiştir. Çalışmaya göre olumsuz otomatik düşünceler arttıkça özgüven düzeylerinin azaldığı bulunmuştur. Ergenlik döneminde özgüven düzeyi arttıkça kendilerine karşı bakış açıları olumlu yönde olduğu tespit edilmiştir. İç özgüven alt boyutu ile bireyin kendisine yönelik negatif duygu ve düşünceleri ve ümitsizlik alt boyutlarında orta düzeyde negatif ilişki tespit edilmiştir.

Yeşidal ve Ertaş (2020)'ın çalışmasına göre erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre özgüven düzeyleri daha yüksektir. Sanal ortam ölçeği ve alt boyutları ile özgüven arasında negatif yönlü ilişki bulunmuştur. Sanal ortam kullanma düzeyi arttıkça özgüven düzeyi düşmektedir. Dış özgüven ile sanal ortam yalnızlık ölçeği birbiri ile ilişkili olduğu ortaya çıkmıştır. Sanal ortam yalnızlığı ve özgüven düzeyi cinsiyete göre farklılaşmaktadır.

Özcan ve Fırat (2020)'ın çalışmasına göre ergenlerde olumsuz değerlendirilme korkusu yüksek düzeyde çıkmıştır. Çalışma sonucuna göre özgüven puanları ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmüştür. Erkek katılımcıların özgüven düzeyleri kız katılımcılara göre daha yüksek çıkmasıyla beraber anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Anne- babanın eğitim düzeyi ile ergenlerin özgüven düzeyleri arasında anlamlı ilişki görülmemiştir. Ergenlerin iç özgüven, dış özgüven, toplam özgüven ve olumsuz değerlendirilme korkusu puanları ile mutluluk düzeyleri arasında anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Özgüven düzeyi arttıkça bireylerin mutluluk düzeylerinin arttığı söylenebilir.

Ünüvar (2022)'ın çalışmasına göre özgüven düzeyi ve flört şiddeti arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Özgüveni yüksek olan üniversite öğrencileri flört şiddetine karşı oldukları görülmüştür. Özellikle üniversite son sınıf öğrencilerinin flört şiddetini daha az destekledikleri görülmüştür. Özgüven sahibi bireylerin yetiştirilme tarzı, ana- baba tutumları ve çevresel faktörlerin etkili olduğu görülmüştür.

Serdar (2023)'ın çalışmasına göre vücut algısı ile depresif duygular arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bireyin kendini beğenme düzeyi arttıkça depresif duygularda azalma olduğu tespit edilmiştir. Bireyin kendi vücuduna karşı negatif hislerinin olması yeme bozukluklarının yaşanma olasılığını arttırmaktadır. Vücuda karşı bireylerin söylemleri kadın katılımcıları daha fazla etkilediği ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin yeme bozuklukları ile özgüven- beden algısı ile özgüven düzeyleri arasında anlamlı ilişki çıkmıştır. Katılımcıların vücutlarına karşı olumlu duyguları attıkça özgüvenlerinin arttığı görülmüştür.

Çalışma sonucunda özgüven ile mutluluk ve beden imajı ile mutluluk arasında pozitif orta düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Özgüvenli bireylerin mutluluk düzeylerinin daha yüksek ve bedene olan bakış açılarının daha olumlu yönde olduğu tespit edilmiştir. Kadın ve erkek katılımcıların özgüven düzeylerinde anlamlı bir fark olmadığı görülmüştür. Toplum içinde kadın ve erkek üzerine yapılan toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmalarının bu konuda etkili olduğu düşünülmektedir. Ebevev

tutumlarının cinsiyet açısından farklılaşma olmama durumunu etkilediği düşünülmektedir. Özgüven düzeyi ile öğrenim düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı çalışma sonucunda saptanmıştır.

2.5.4. Mutluluk ile İlgili Yurtiçi Yapılan Çalışmalar

Nedim Bal ve Gülcan (2014)'ın çalışmasına göre iyimserlik, mutluluk ve yaşam doyumu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Olumlu bakış açısına sahip bireyler daha olumlu duygular hissetmektedir. İyimser bireylerin mutluluk oranları da kötümser bireylere göre daha yüksektir. İyimserlik ve mutluluk düzeyleri ile üniversite türleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı saptanmıştır. Maddi durum iyimserlik ve mutluluk düzeylerini olumlu ya da olumsuz anlamda etkilemediği ortaya çıkmıştır.

Demir ve Murat (2017)'ın çalışmasına göre cinsiyete göre öğretmen adaylarının iyimserlik, mutluluk ve yaşam anlamı düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı ortaya çıkmıştır. Kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre yaşam doyumları daha yüksek düzeyde çıkmıştır. Çalışmaya göre ebeveyn tutumları bireylerin mutluluklarını etkilediği tespit edilmiştir. Demokratik ebeveyn tutumu ile yetişmiş bireyler otoriter ve ilgisiz ebeveyn tutumu ile yetişmiş bireylerden daha mutlu oldukları ortaya çıkmıştır.

Başar (2018)'ın çalışmasına göre düzenli spor yapan bireyler ve yapmayan bireyler arasında depresyon, mutluluk ve psikolojik iyi oluş arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Düzenli spor yapan bireylerin düşük depresyon, yüksek mutluluk ve daha yüksek psikolojik iyi oluş düzeyine sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Sonuca göre düzenli sporun ruh sağlığını olumlu yönde etkilediği ortaya çıkmıştır.

Battal (2022)'ın çalışmasına mutluluk cinsiyet ve gelir durumuna göre anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır. Erkek katılımcılar kadın katılımcılara göre daha mutlu oldukları görülmüştür. Yüksek geliri olan katılımcıların orta ve düşük düzeyde geliri olan katılımcılara göre mutluluk düzeylerinin yüksek olduğu görülmüştür. Kardeş sayısı, ilişki durumu ve aile yapısı gibi farklı demografik değişkenler ile mutluluk düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Çalışmanın sonucuna göre mutluluk düzeyleri ve öz-şefkat; duygu düzenleme becerileri ve mutluluk düzeyleri arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki ortaya çıkmıştır. Sonuç olarak kendine karşı olumlu duyguları olan bireyler kendilerini daha mutlu hissetmektedir.

Çalışma sonucuna göre sosyal medya kullanımı alt boyutlarından düşkünlük, eğlence ve paylaşım, ilgi çekme ve eğitim düzeyleri ile mutluluk arasında pozitif düşük düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Kadın ve erkek katılımcılar ile mutluluk puanları arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmüştür. Öğrenim düzeyi ile mutluluk puanları arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmüştür.

2.5.5. Sosyal medya kullanımı, beden imajı, özgüven ve mutluluk arasındaki ilişkiyi belirlemek için yapılan çalışmalar

Kıloğlu (2021)'nin çalışması sosyal medya kullanan genç yetişkinlerde beden algısı ve özgüven konusunu incelemiştir. Çalışmaya göre sosyal medya kullanan genç yetişkinlerin beden imajı ve özgüven düzeyleri arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Sosyal medya kullanan katılımcıların kendi bedenlerine karşı olumlu bakış açısı arttıkça özgüven düzeyleri de artmaktadır. Sosyal medya genç yetişkin bireylerin kendi bedenlerine karşı olumlu bakış açısı geliştirmelerini sağlamaktadır ve kendilerine olan güven düzeyinin olumlu yönde etkilemektedir. Katılımcıların olumsuz beden algısına sahip olması bireyde özgüven düşüklüğü olarak görülebilmektedir.

Altun (2021)'un çalışmasına göre sosyal medya kullanım sürelerinin depresyon ve özgüven ile ilişkisi incelenmiştir. Katılımcıların kullandıkları sosyal medya aracına göre özgüven düzeyleri farklılaşmaktadır. Twitter kullanan bireylerin diğer sosyal medya ağlarını kullanan bireylere göre özgüven düzeylerinin daha düşük olduğu görülmüştür. Çalışmanın sonucuna göre özgüven düzeyi azaldıkça sosyal medya kullanım süresi artmaktadır.

Çelik (2022)'in çalışması üniversite öğrenimi gören bireylerin sosyal medya kullanımının ve nomofobinin beden imajı ve benlik saygısı ile olan ilişkisini incelemektedir. Çalışmaya göre nomofobi ile sosyal medya kullanımı arasında anlamlı ilişki bulunmaktadır. Üniversite öğrencilerinin beden imajı- sosyal medya kullanımı; beden imajı- nomofobi arasında anlamlı ilişki bulunmamaktadır. Demografik değişkenlerden zayıf olan bireylerin beden imajı puanlarının daha yüksek olduğu bulunmuştur.

Acıdemir (2023)'in çalışması üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ile özgüven ve depresif belirtiler arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışma sonucuna göre özgüven düzeyi kadın katılımcılarda daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bedenlerinden memnun olan katılımcıların bedenlerinden memnun olmayan katılımcılara göre özgüven düzeyleri

daha yüksektir. Katılımcıların yaşları ile özgüven düzeylerinin arttığı görülmüştür. Sosyal medya kullanımı 3-5 saat arası olan katılımcıların özgüven düzeylerinin yüksek olduğu görülmüştür.

Serdar (2023)'ın çalışmasına göre bireyin bedenine bakış açısı ve depresif duygular arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bireyin bedenini karşı olumlu bakış açısının olmaması depresif duyguların artmasına neden olduğu görülmektedir. Bireyin bedenine karşı olumsuz hislerin artma durumunda yeme bozukluklarının arttığı görülmektedir. Beden ile ilgili söylemlerde kadın katılımcılar erkek katılımcılara göre daha duyarlı oldukları ortaya çıkmıştır. Üniversite öğrencilerinin bedenlerine karşı olumlu bakış açısına sahip olmaları özgüven düzeylerini de arttırmaktadır.

Çalık (2024)'ın çalışması ergenlerde sosyal medya kullanımının mutluluk ve yaşam doyumu ile ilgili bir araştırmadır. Ergenlerde mutluluk ve yaşam doyumu arttıkça sosyal medya bağımlılığı azalmaktadır. Mutluluk düzeyleri cinsiyete göre farklılaşmıştır. Kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre mutluluk düzeyleri daha düşüktür. Sınıf düzeyi ve ebeveynlerin eğitim düzeyleri ile mutluluk düzeyleri arasında anlamlı ilişki bulunamamıştır. Yaş ve kardeş sayısı katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeyleri, yaşam doyum düzeyleri ve mutluluk düzeyleri ile anlamlı ilişki tespit edilememiştir.

Kongur (2024)'un çalışmasına göre beden imajı ve kendilik algısı beliren yetişkinlikte ve genç yetişkinlikte mutluluk düzeyi ile anlamlı düzeyde ilişkisi olduğu görülmüştür. Beden imajı ve mutluluk düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Bedene karşı bireyin olumlu bakış açısı var ise bireyin mutluluk düzeyi artmaktadır. Katılımcıların sosyal görünüş kaygısı azaldıkça mutluluk düzeylerinde artış olduğu görülmektedir. Katılımcıların sosyal görünüş kaygısı ile beden imajı ve kendilik algısı arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Bu çalışmada mutluluk ile beden imajı ve özgüven arasında orta düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Sosyal medya ile beden imajı, özgüven ve mutluluk arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Sosyal medya kullanımı konusunda birey ve toplum bazında yapılan bilinçlendirme çalışmalarının olumlu etkileri olduğu düşünülmektedir. Bireyler sosyal medya kullanımını ihtiyaçları çerçevesinde kullandıkları düşünülmektedir.

BÖLÜM III

YÖNTEM

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın modeline, çalışma grubu, veri toplama aracına, veri toplama sürecine ve verilerin analizine ilişkin bilgiler verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada ilişkisel tarama modeli ve betimsel yöntem kullanılmıştır. Betimsel tarama modeli genellikle eğitim alanında yapılan çalışmalarda kullanılır. Araştırmacı bireyin, yer alınan toplum ya da mekanın özelliklerini açıklar. İlişkisel tarama modeli eğitim alanında yapılan çalışmalarda kullanılan diğer yöntemdir. İlişkisel tarama yönteminde belirlenen değişkenler arasında ilişki ve nedensellik faktörlerini incelemektedir (Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2020). Bu bağlamda katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ile sosyal medya kullanımı, beden imajı, özgüven ve mutluluk düzeyleri arasındaki ilişki ortaya konulmaya çalışılmıştır.

3.2. Araştırmanın Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubu üniversitede okuyan ön-lisans, lisans ve yüksek-lisans öğrencilerinden oluşmaktadır. Çalışma grubunu üniversite eğitimi alan 340 kişi oluşturmaktadır. Araştırmaya katılanların 98'i ön-lisans, 199'u lisans ve 43'ü yüksek-lisans öğrencilerinden oluşmaktadır. Araştırmaya katılanların 228 (%67)'i kadınlardan ve 112 (%33)'si erkeklerden oluşmaktadır. Katılımda gönüllülük esas alınmıştır.

3.3. Veri Toplama Araçları ve Veri Toplama Süreçleri

Bu araştırmada 'Kişisel Bilgi Formu', 'Sosyal Medya Tutum Ölçeği', 'Beden İmajı Ölçeği' 'Özgüven Ölçeği' ve 'EPOCH Ölçeği' kullanılmıştır.

3.3.1. Kişisel Bilgi Formu

Araştırmacı tarafından belirlenmiş ve katılımcıların cinsiyet, öğrenim düzeyi ve sosyal medya kullanım sıklığı gibi demografik bilgilerin yer aldığı formdur.

3.3.2. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Üniversite Formu

Otrar ve Argın (2016) tarafından geliştirilen Sosyal Medya Tutum Ölçeği Üniversite Formu çalışmada kullanılmıştır. Ölçek formu beşli likert olarak derecelendirilmiştir (Hiçbir zaman-1, Nadiren-2, Bazen-3, Çoğunlukla-4, Her zaman-5). Son dönemde gençlerin sosyal medya kullanım sıklığından dolayı sosyal medya tutumlarının ne düzeyde olduğunu belirlenmesi amacıyla bu ölçek geliştirilmiştir. Ölçek 35 madde ve 6 alt boyuttan oluşmaktadır. Düşkünlük, eğlence ve paylaşım, ilgi çekme, sosyal etkileşim, açık iletişim ve eğitim alt boyutları bulunmaktadır. Düşkünlük boyutunda bulunan 13 madde ters maddelerdir. Ölçeğin tümü cronbach α değeri ,921 alt boyutları için cronbach α katsayılarının ,661 ile ,916 olması ölçeğin tutarlı olduğunu göstermektedir.

3.3.3. Beden İmajı Ölçeği

Secord ve Jourard (1953) tarafından geliştirilen beden imajı ölçeği, bireylerin bedenlerinde bulunan uzuvlarından hoşnut olma derecelerini ölçmeyi amaçlar. Ölçeğin ülkemize uyarlanma işini Hovardaoğlu (1992) gerçekleştirmiştir. Ölçek 40 maddeden oluşmaktadır ve 5'li likert olarak derecelendirilmiştir. Derecelendirme 1= Çok beğeniyorum, 2= Oldukça beğeniyorum, 3= Kararsızım, 4= Pek beğenmiyorum, 5= Hiç beğenmiyorum şeklinde gerçekleşmektedir. En olumlu ifade 1 ve en olumsuz ifade 5 olacak şekilde değerlendirilmektedir. Ölçekten alınacak en düşük puan 40, en yüksek puan 200 olmaktadır. Ölçekten yüksek puan alması kişinin beden imajına olumsuz bir bakış açısı olduğunu göstermektedir. Ölçekten düşük puan almak ise kişinin bedenine bakış açısının olumlu yönde olduğunu göstermektedir (Khaligova, 2019). Ölçeğin iç tutarlılık katsayısı ,91 ve Cronbach alfa katsayısı ,94 olarak belirlenmiştir (Salhaoğlu, 2022).

3.3.4. Özgüven Ölçeği

Alacapınar (2022) tarafından geliştirilen bireylerin özgüven seviyelerini belirlemek amacıyla Özgüven Ölçeği geliştirilmiştir. Özgüven ölçeği 12 maddeden oluşmaktadır. Özgüven ölçeğinin derecelendirme sistemi 7'li likert tipi ölçektir. Ölçekten alınacak en yüksek puan 84, en düşük puan 12'dir. Uygulanan ölçek Cronbach Alpha ile analiz edilmiştir.

3.3.5. EPOCH Ölçeği

Demirci ve Ekşi (2015) tarafından bireylerin iyi oluş hallerinin belirlemek amacıyla geliştirilmiştir. Ölçek 20 maddeden oluşmaktadır. Ölçekte 5'li likert kullanılmıştır. 1=Hiçbir zaman, 2=Bazen, 3=Sıklıkla, 4=Çoğu zaman, 5=Her zaman anlamına gelmektedir. Ölçekte 5 alt boyut bulunmaktadır. Bağlılık, Kararlılık, İyimserlik, İlişkililik ve Mutluluk alt boyutlarıdır. Ölçekte ters madde bulunmamaktadır. Ölçeğin her alt boyutundan alınan yüksek puanlar kişinin değerlendirilen alt boyuta sahip olduğunu göstermektedir. Ölçek toplam mutluluk puanını verir. Ölçek puanlanırken alt boyutlar ve toplam puanın ortalaması alınır.

3.4. Verilerin Analizi

Normallik varsayımının değerlendirilmesinde ve analiz sürecinin yürütülmesinde Jamovi (2023) programından faydalanılmıştır. Ölçek puanları, cinsiyet ve öğrenim düzeyine ilişkin betimsel istatistikler tablolar halinde sunulmuş ve yorumlanmıştır.

Tablo 1 Ölçek Puanlarına İlişkin Betimsel İstatistikler

	Sosyal Medya Kullanım Puanı	Beden İmajı Puanı	Özgüven Puanı	Mutluluk Puanı
Katılımcı Sayısı	340	340	340	340
Ortalama	121	128	53.0	76.0
Medyan	120	133	53.0	77.0

Minimum	71.0	40.0	21.0	29.0
Maksimum	165	200	84.0	100
Çarpıklık	0.416	-0.166	0.246	-0.515
Basıklık	1.62	-0.759	1.52	0.0339
Shapiro-Wilk W	0.963	0.981	0.976	0.979
Shapiro-Wilk p	< .001	< .001	< .001	< .001

Puanların normalliğini değerlendirmek amacıyla katılımcı puanlarının merkezi eğilim ölçüleri incelenmiş görece birbirine yakın olduğu görülmüştür. Çarpıklık ve basıklık değerlerinin -1 ve +1 aralığında olması dağılımın normale yakın olduğunu göstermektedir (George ve Mallery, 2020). Çarpıklık katsayıları incelendiğinde tüm puanların tolerans değerleri arasında olduğu görülmüştür. Basıklık değerleri incelendiğinde sosyal medya kullanım puanları ile özgüven puanlarının tolerans değerlerinin dışında olduğu görülmüştür. Ek olarak puanların normal dağılım sergileyip sergilemediklerini incelemek amacıyla Shapiro-Wilk testi yapılmış ve normallik incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda puanlarda normalliğin sağlanmadığı görülmüştür, $p < 0.050$. Bu nedenle analiz süreci Spearman Brown Korelasyon Katsayısı hesaplanarak yürütülmüştür.

Tablo 2 Sosyal Medya Kullanım Ölçeğinin Alt Boyut Puanlarına İlişkin Betimsel İstatistikler

	Düşkünlük	Eğlence ve Paylaşım	İlgi Çekme	Sosyal Etkileşim	Açık İletişim	Eğitim
Katılımcı Sayısı	340	340	340	340	340	340
Ortalama	49.6	29.8	15.9	8.30	9.26	8.56
Medyan	51.0	30.0	16.0	8.00	9.00	8.00
Minimum	13.0	12.0	5.00	3.00	3.00	3.00
Maksimum	65.0	40.0	25.0	15.0	15.0	15.0

Çarpıklık	-0.949	-0.497	0.0178	0.274	-0.0660	0.164
Basıklık	0.774	0.568	-0.341	-0.719	-0.325	-0.306
Shapiro-Wilk W	0.934	0.973	0.988	0.964	0.973	0.976
Shapiro-Wilk p	< .001	< .001	0.005	< .001	< .001	< .001

Puanların normalliğini değerlendirmek amacıyla katılımcı puanlarının merkezi eğilim ölçüleri incelenmiş görece birbirine yakın olduğu görülmüştür. Çarpıklık ve basıklık katsayıları incelendiğinde tüm puanların tolerans değerleri arasında olduğu görülmüştür. Ek olarak puanların normal dağılım sergileyip sergilemediklerini incelemek amacıyla Shapiro-Wilk testi yapılmış ve normallik incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda puanlarda normalliğin sağlanmadığı görülmüştür, $p < 0.050$. Bu nedenle analiz süreci Spearman Brown Korelasyon Katsayısı hesaplanarak yürütülmüştür.

Tablo 3 Cinsiyet Değişkenine İlişkin Betimsel İstatistikler

	Cinsiyet	Sosyal Medya Kullanım Puanı	Beden İmajı Puanı	Özgüven Puanı	Mutluluk Puanı
Katılımcı Sayısı	Erkek	112	112	112	112
	Kadın	228	228	228	228
Ortalama	Erkek	120	125	53.7	74.5
	Kadın	122	130	52.6	76.7
Medyan	Erkek	119	127	54.0	76.0
	Kadın	121	133	52.0	77.0
Minimum	Erkek	71.0	40.0	23.0	29.0
	Kadın	92.0	40.0	21.0	40.0
Maksimum	Erkek	164	200	84.0	100

	Kadın	165	197	84.0	100
Çarpıklık	Erkek	-0.155	-0.0785	0.498	-0.542
	Kadın	0.822	-0.189	0.0971	-0.416
Basıklık	Erkek	2.28	-0.924	2.09	-0.0690
	Kadın	0.974	-0.673	1.18	-0.146
Shapiro-Wilk W	Erkek	0.961	0.970	0.954	0.973
	Kadın	0.953	0.984	0.985	0.982
Shapiro-Wilk p	Erkek	0.002	0.012	< .001	0.024
	Kadın	< .001	0.010	0.014	0.006

Puanların cinsiyete göre normalliğini değerlendirmek amacıyla tüm grupların merkezi eğilim ölçüleri incelenmiş görece birbirine yakın olduğu görülmüştür. Kadınlar için çarpıklık ve basıklık katsayıları incelendiğinde özgüven puanının basıklık değeri hariç tüm puanların tolerans değerleri arasında olduğu görülmüştür. Ek olarak puanların normal dağılım sergileyip sergilemediklerini incelemek amacıyla Shapiro-Wilk testi yapılmış ve normallik incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda kadınlar için tüm puanlarda normalliğin sağlanmadığı görülmüştür, $p < 0.050$. Erkekler için çarpıklık ve basıklık katsayıları incelendiğinde sosyal medya ve özgüven puanının basıklık katsayıları hariç tüm puanların tolerans aralığında olduğu görülmüştür. Normalliğin değerlendirilmesi amacıyla yapılan Shapiro Wilk testinde tüm puanlarda normalliğin sağlanmadığı görülmüştür, $p < 0.05$. Normalliğin sağlanamaması nedeniyle kadın ve erkeklerin puanları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek amacıyla bağımsız örneklem t testinin nonparametrik alternatifi olan Mann-Whitney U testi yapılmıştır.

Tablo 4 Öğrenim Düzeyi Değişkenine İlişkin Betimsel İstatistikler

Öğrenim Düzeyi	Sosyal Medya Kullanım Puanı	Beden İmajı Puanı	Özgüven Puanı	Mutluluk Puanı
----------------	-----------------------------	-------------------	---------------	----------------

Katılımcı Sayısı	Önlisans	98	98	98	98
	Lisans	199	199	199	199
	Yüksek Lisans	43	43	43	43
Lisanslama	Önlisans	121	104	53.9	74.4
	Lisans	121	136	52.2	75.9
	Yüksek Lisans	124	148	54.7	80.0
Medyan	Önlisans	121	88.0	53.0	76.0
	Lisans	119	137	52.0	77.0
	Yüksek Lisans	121	150	54.0	81.0
Minimum	Önlisans	71.0	40.0	30.0	29.0
	Lisans	84.0	56.0	21.0	38.0
	Yüksek Lisans	106	75.0	39.0	48.0
Maksimum	Önlisans	152	197	84.0	100
	Lisans	165	200	83.0	100
	Yüksek Lisans	162	195	67.0	100
Çarpıklık	Önlisans	-0.473	0.830	0.742	-0.374
	Lisans	0.854	-0.179	-0.182	-0.537
	Yüksek Lisans	1.22	-0.666	-0.215	-0.772
Basıklık	Önlisans	1.26	-0.229	1.00	0.297
	Lisans	1.71	-0.342	1.39	-0.118
	Yüksek Lisans	1.50	1.16	-0.329	0.603
Shapiro-Wilk W	Önlisans	0.974	0.905	0.953	0.980

	Lisans	0.944	0.990	0.983	0.971
	Yüksek Lisans	0.893	0.964	0.977	0.942
Shapiro-Wilk p	Önlisans	0.046	< .001	0.001	0.141
	Lisans	< .001	0.162	0.014	< .001
	Yüksek Lisans	< .001	0.199	0.551	0.030

Puanların öğrenim düzeyine göre normalliğini değerlendirmek amacıyla tüm grupların merkezi eğilim ölçüleri incelenmiş görece birbirine yakın olduğu görülmüştür. Çarpıklık katsayıları incelendiğinde sosyal medya kullanım puanlarında yüksek lisans grubunun tolerans değerleri dışında olduğu basıklık değerleri incelendiğinde ise tüm gruplarda sosyal medya kullanım puanlarına ve lisans grubunun özgüven puanlarına dair katsayıların tolerans değerleri dışında kaldığı görülmüştür. Ek olarak puanların normal dağılım sergileyip sergilemediklerini incelemek amacıyla Shapiro-Wilk testi yapılmış ve normallik incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda lisans ve yüksek lisans grubunda beden imajı puanları ve yüksek lisans grubunda özgüven puanları hariç normalliğin sağlanmadığı görülmüştür, $p < 0.050$. Ölçek puanlarının öğrenme düzeyi gruplarının tüm puanlarda normallik varsayımının sağlanmaması nedeniyle gruplar arasında fark olup olmadığını belirlemek amacıyla tek faktörlü ANOVA'nın non-parametrik alternatifi olan Kruskal-Wallis H Testi ile analiz süreci yürütülmüştür. Yapılan analiz sonrasında etki büyüklüğü hesaplanmış ve Cohen'e (2013) göre yorumlanmıştır.

BÖLÜM IV

BULGULAR

Bu bölümde yapılan analizlere dair bulgular tablolaştırılarak verilmiştir.

4.1. Ölçek Puanları Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Ait Bulgular

4.1.1.Sosyal Medya Kullanım Ölçeği Toplam Puanı ile Mutluluk, Özgüven ve Beden İmajı Puanları Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Ait Bulgular

Tablo 5 Sosyal Medya Kullanım Ölçeği Toplam Puanı ile Mutluluk, Özgüven ve Beden İmajı Puanlarına Ait Spearman Brown Testi

N=340	Mutluluk Puanı	Sosyal Medya Puanı	Özgüven Puanı
Sosyal Medya Puanı	.277**		
Özgüven Puanı	.314**	.154**	
Beden İmajı Puanı	.453**	.176**	.222**

**p<0.01

Sosyal medya, mutluluk, özgüven ve beden imajı puanları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla Spearman Brown katsayısı hesaplanmıştır. Yapılan analiz sonucunda özgüven ile mutluluk ve beden imajı ile mutluluk arasında pozitif orta düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Sosyal medya ile mutluluk, sosyal medya ile özgüven ve beden imajı ile özgüven arasında ise pozitif düşük düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir.

4.1.2.Sosyal Medya Kullanım Ölçeği Alt Boyut Puanları ile Mutluluk, Özgüven ve Beden İmajı Puanları Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Ait Bulgular

Tablo 6 Sosyal Medya Kullanım Ölçeği Alt Boyut Puanları ile Mutluluk, Özgüven ve Beden İmajı Puanlarına Ait Spearman Brown Testi

N=340	Mutluluk Puanı	Özgüven Puanı	Beden İmajı Puanı
Düşkünlük Puanı	.233**	.013	.247**
Eğlence ve Paylaşım Puanı	.127*	.154**	.038
İlgi Çekme Puanı	.118*	.168**	.016
Sosyal Etkileşim Puanı	.030	.103	-.083
Açık İletişim Puanı	.056	.094	-.070
Eğitim Puanı	.107*	.064	-.033

*p<0.05, **p<0.01

Sosyal medya ölçeğinin alt boyutlarının mutluluk, özgüven ve beden imajıyla arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı belirlemek amacıyla Spearman Brown katsayısı hesaplanmıştır. Yapılan analiz sonucunda düşkünlük ile mutluluk ve beden imajı arasında pozitif düşük düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu; eğlence ve paylaşım ile mutluluk ve özgüven arasında pozitif düşük düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu; ilgi çekme ile mutluluk ve özgüven arasında pozitif düşük düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu; eğitim ile mutluluk arasında pozitif düşük düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir.

4.2. Cinsiyet Değişkenine Göre Ölçek Puanlarına Ait Bulgular

4.2.1.Cinsiyet Değişkenine Göre Sosyal Medya Puanına Ait Bulgular

Tablo 7 Cinsiyet Değişkenine Göre Sosyal Medya Puanına İlişkin Mann-Whitney U Testi

	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	z	P
Erkek	112	163.32	18291.50	-.945	.345
Kadın	228	174.03	39678.50		
Toplam	340				

Tablo incelendiğinde sosyal medya puanları arasında cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir, $z=-.945$ $p>.05$.

4.2.2.Cinsiyet Değişkenine Göre Beden İmajı Puanına Ait Bulgular

Tablo 8 Cinsiyet Değişkenine Göre Beden İmajı Puanına İlişkin Mann-Whitney U Testi

	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	z	P
Erkek	112	162.57	18207.50	-1.043	.297
Kadın	228	174.40	39762.50		
Toplam	340				

Tablo incelendiğinde beden imajı puanları arasında cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir, $z=-1.043$ $p>.05$.

4.2.3.Cinsiyet Değişkenine Göre Özgüven Puanına Ait Bulgular

Tablo 9 Cinsiyet Değişkenine Göre Özgüven Puanına İlişkin Mann-Whitney U Testi

	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	z	P
Erkek	112	177.51	19881.50	-.923	.356
Kadın	228	167.05	38088.50		
Toplam	340				

Tablo incelendiğinde özgüven puanları arasında cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir, $z=-.923$ $p>.05$.

4.2.4.Cinsiyet Değişkenine Göre Mutluluk Puanına Ait Bulgular

Tablo 10 Cinsiyet Değişkenine Göre Mutluluk Puanına İlişkin Mann-Whitney U Testi

	N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	z	P
Erkek	112	163.27	18286.00	-.951	.342
Kadın	228	174.05	39684.00		
Toplam	340				

Tablo incelendiğinde mutluluk puanları arasında cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir, $z=-.951$ $p>.05$.

4.3.Öğrenim Düzeyi Değişkenine Göre Ölçek Puanlarına Ait Bulgular

4.3.1.Öğrenim Düzeyi Değişkenine Göre Sosyal Medya Puanına Ait Bulgular

Tablo 11 Öğrenim Düzeyi Değişkenine Göre Sosyal Medya Puanına İlişkin Kruskal-Wallis H Testi

Öğrenim Düzeyi	N	Sıra Ortalaması	Sd	X^2	p	Anlamlı Fark
Ön Lisans	98	173.82	2	.959	.619	-
Lisans	199	166.53				
Yüksek Lisans	43	181.33				
Toplam	340					

Tablo incelendiğinde üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım ölçeğinden aldıkları puanların öğrenim düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaşmadığı görülmektedir, $X^2(2)=.959, p>.05$.

4.3.2.Öğrenim Düzeyi Değişkenine Göre Beden İmajı Puanına Ait Bulgular

Tablo 12 Öğrenim Düzeyi Değişkenine Göre Beden İmajı Puanına İlişkin Kruskal-Wallis H Testi

Öğrenim Düzeyi	N	Sıra Ortalaması	Sd	X^2	p	ε^2	Anlamlı Fark
Ön Lisans	98	108.33	2	59.774	.001	0.176	L>ÖL(z=-6.893)
Lisans	199	189.32					YL>ÖL(z=-8.807)
Yüksek Lisans	43	225.08					YL>L(z=-2.524)
Toplam	340						

ÖL: Ön Lisans, L:Lisans, YL: Yüksek Lisans

Tablo incelendiğinde üniversite öğrencilerinin beden imajı ölçeğinden aldıkları puanların öğrenim düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaştığı görülmektedir, $X^2(2) = 59.774$, $p < .05$. Epsilon kare değerlendirildiğinde etki büyüklüğünün geniş olduğu söylenebilir. Gruplar arasında gözlenen farkın hangi gruplar arasında olduğunu bulmak amacıyla yapılan Mann-Whitney U testi sonucunda bütün gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmüştür, $p < .016$.

4.3.3.Öğrenim Düzeyi Değişkenine Göre Özgüven Puanına Ait Bulgular

Tablo 13 Öğrenim Düzeyi Değişkenine Göre Özgüven Puanına İlişkin Kruskal-Wallis H Testi

Öğrenim Düzeyi	N	Sıra Ortalaması	sd	X^2	p	Anlamlı Fark
Ön Lisans	98	173.80	2	3.644	.162	-
Lisans	199	163.68				
Yüksek Lisans	43	194.53				
Toplam	340					

Tablo incelendiğinde üniversite öğrencilerinin özgüven ölçeğinden aldıkları puanların öğrenim düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaşmadığı görülmektedir, $X^2(2) = 3.644$, $p > .05$.

4.3.4.Öğrenim Düzeyi Değişkenine Göre Mutluluk Puanına Ait Bulgular

Tablo 14 Öğrenim Düzeyi Değişkenine Göre Mutluluk Puanına İlişkin Kruskal-Wallis H Testi

Öğrenim Düzeyi	N	Sıra Ortalaması	sd	X^2	p	Anlamlı Fark
Ön Lisans	98	158.13	2	5.724	.057	-
Lisans	199	169.98				
Yüksek Lisans	43	201.08				
Toplam	340					

Tablo incelendiğinde üniversite öğrencilerinin mutluluk ölçeğinden aldıkları puanların öğrenim düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaşmadığı görülmektedir, $X^2(2)=5.724, p>.05$.

BÖLÜM V

SONUÇ TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Çalışmanın bu kısmında sosyal medya kullanımının beden imajı, özgüven ve mutluluk ile ilişkisini incelemek amacıyla üniversite öğrencisi olan 340 bireye uygulama yapılmıştır. Uygulamada Kişisel Bilgi Formu, Sosyal Medya Tutum Ölçeği Üniversite Formu, Beden İmajı Ölçeği, Özgüven Ölçeği ve EPOCH Ölçeği kullanılmıştır. Çalışma sonucunda elde edilen analiz verileri ile alanyazında var olan çalışmalar karşılaştırılmıştır. Araştırma sonuçları ve araştırma sonuçlarına ilişkin açıklamalar aşağıda açıklanmıştır.

5.1. Sonuç ve Tartışma

5.1.1. Sosyal Medya Kullanım Ölçeği Toplam Puanı ile Mutluluk, Özgüven ve Beden İmajı Puanları Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Ait Bulguların Tartışılması

Araştırmanın çalışma grubunu oluşturan üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım ölçeğinden aldıkları en düşük puan 71, en yüksek puan 165 ve ölçeğin puan ortalaması 121'dir. Yapılan analiz sonucunda özgüven ile mutluluk ve beden imajı ile mutluluk arasında pozitif orta düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Sosyal medya ile mutluluk, sosyal medya ile özgüven ve beden imajı ile özgüven arasında ise pozitif düşük düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Özgüven, mutluluk ve beden imajı kavramları birbiri ile yakından ilişkilidir. Bundan dolayı bireylerin özgüven düzeyleri arttıkça bedene karşı olumlu bakış açısı gelişmektedir. Ailelerin özgüven ve ebeveyn tutumları konusunda ailelerin bilinçlendirilmesi sonucunda bireylerin kendilerine bakış açıları ve mutluluk düzeylerinde olumlu yönde değişim gerçekleştiği düşünülmektedir. Yardımcı (2023)'nın çalışmasına göre sosyal medya kullanım düzeyleri cinsiyete göre farklılaşmamaktadır. Yapılan çalışma sonucunda sosyal medya kullanımı ile cinsiyet arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. Sosyal medyanın toplum içinde bulunan herkes tarafından farklı amaçlar için kullanılmasından kaynaklı farklılaşma olmadığı düşünülmektedir. Sosyal medya kullanım düzeyleri beden imajı düzeylerini ve depresif ruh hali düzeyleri arasında anlamlı ilişki olduğunu ortaya çıkarmıştır. Kılıoğlu (2021)'nin çalışmasına göre katılımcıların sosyal medya kullanım düzeyleri ile beden

algısı düzeyleri ve depresyon düzeyleri arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki olduğu ortaya çıkmıştır. Çelik (2022)'in çalışmasına göre üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ile beden imajı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmektedir. Üniversite öğrencilerinin bedensel engel durumuna göre bireylerde bedene bakış ve benlik saygısı düzeyinde düşmeler olduğu görülmüştür. Kongur (2024)'un çalışmasına göre yetişkin ve genç yetişkin bireylerde beden imajı puanları arttıkça bireylerin mutluluk düzeylerinde de artış olduğu görülmüştür. Bireylerin kendi bedenlerine olumlu bakış açısı geliştirmeleri ve sevmeleri bireylerin mutluluk düzeylerine olumlu katkı sağladığı görülmüştür. Bireylerin kendilerini sevme ve kabullenme durumu bu ilişkide etkilidir. Köroğlu, Çelik ve Tüt (2023)'ün çalışmasına göre kilo, spor yapma süreleri, ilgilenilen spor alanı vb. değişkenler ile beden imajı ve özgüven arasında anlamlı ilişki bulunamamıştır. Yapılan çalışmada eğitim düzeyi ile beden imajı ve özgüven arasında anlamlı ilişki vardır. Bireylerin eğitim düzeylerine göre kendi bedenlerine bakış açısı ve kendilerine güven düzeyleri değişmektedir. Eğitim düzeyi bireyin kendine güven konusunda desteklediği düşünülmektedir. Birey toplum içinde eğitim ile statü kazanır. Kazanmış olduğu statü bireyin kendini toplum içinde ifade etmesi ve özgüven konusunda desteklediği düşünülmektedir. Mesleki alanda eğitim alanında yetkinlik kazanan birey kendini başarılı hisseder. Başarılı hisseden birey kendisi ve çevresi ile daha olumlu ilişkiler geliştirebilir. Özgür ve Uçar (2020)'in çalışmasına göre beden ile ilgili bireylerin bilgi düzeylerinin normal düzeyde olmasına rağmen bedenlerine karşı bakış açısının olumsuz yönde olduğu ve orta düzeyde sosyal medya kullanımı olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların sosyal medya kanalı ile belirlenen güzel kadın figürü katılımcıların bedenlerine karşı olumsuz bakış açısı geliştirdikleri görülmüştür. Dalkıç (2020)'in çalışmasına göre Instagram kullanmayan ergenlerin bedene olan bakışları kullananlara göre daha olumlu olduğu ortaya çıkmıştır. Ergen bireylerin sosyal medya kanalı ile belirlenen ideal beden imajından etkilendiği düşünülmektedir.

Çalık (2023)'in ergenlerle yapılan çalışmasına göre sosyal medya kullanım düzeyleri azaldıkça mutluluk ve yaşam doyum düzeyleri artmaktadır. Altun (2021)'un çalışmasına göre sosyal medya kullanım süresi atması ile beraber bireylerin özgüven düzeyleri düşmektedir. Erturan Türk (2023)'ün çalışmasına göre genç katılımcılar sosyal medya bağımlılığına yetişkin katılımcılara göre daha yatkın olduğu belirtilmiştir. Yetişkin bireyler genç yetişkinlere göre daha mutlu oldukları görülmüştür. Araştırma sonucuna göre genç yetişkinlerde sosyal medya bağımlılığı arttıkça mutluluk düzeyi azalmaktadır. Sigeze

(2020)'nin çalışmasına göre sosyal medya kullanım sürelerinin yaşam memnuniyeti üzerine etkisi incelenmiştir. Sosyal medya kullanmanın katılımcıların mutluluk düzeylerini ve yaşam memnuniyetlerini pozitif ve düşük düzeyde ilişki bulunmuştur. Bu çalışmada niversite ğrencilerinin sosyal medya kullanımı alt boyut puanları ile beden imajı, zgven ve mutluluk ile ilişkisi incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda düşkünlük ile mutluluk ve beden imajı arasında pozitif düşük düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu; eğence ve paylaşım ile mutluluk ve zgven arasında pozitif düşük düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu; ilgi çekme ile mutluluk ve zgven arasında pozitif düşük düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu; eğitim ile mutluluk arasında pozitif düşük düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Yapılan araştırma sonucunda bireyler paylaşım yapma durumunda zgven ve mutluluk düzeylerinde olumlu düzeyde değişim olduğu grlmştir. Birey paylaşım yaparak kendini ifade eder, toplum içinde dikkat çeker ve beğenilir. Birey paylaşım yaparak kendini daha iyi hisseder ve toplum içinde sosyal medya paylaşımı ile kabul gördüğü düşünülmektedir. Yapılan alışma sonucunda sosyal medya kullanımının alt boyutu olan ilgi çekme ve mutluluk ile zgven arasındaki ilişki yukarıda açıklanan durumu destekler nitelikte olduğu düşünülmektedir. Bireyin beğenilme duygusunu sosyal medya kullanımı olumlu yönde etkilediği düşünülmektedir. Eğitim alt boyutu ile mutluluk düzeyleri arasında pozitif düşük ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Eğitim olanaklarının Web2 araçları ile gerçekleşmesi bireylerin zaman ve mekandan bağımsız bir şekilde eğitim almalarına olanak sağlamıştır. Eğitim alanında bireyleri hem ekonomik anlamda hemde zaman anlamında olumlu anlamda etkilediği düşünülmektedir. Bireyler sosyal medya sayesinde eğitim olanaklarından haberdar olma durumları da olumlu etkilerinden biri olarak ifade edilebilir. Eğitim alanında farklı kişileri takip etme ve çalışan bireylerin alanları ile ilişkisini de canlı tutmalarını sağlaması açısından sosyal medya kullanımının önemli olduğu düşünülmektedir.

5.1.2. Üniversite ğrencilerinin sosyal medya kullanım puanlarının demografik değişkenlere yönelik bulguların tartışılması

Yapılan araştırmada niversite ğrencilerinin sosyal medya kullanım puanları cinsiyete göre istatiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. Akyürek, Kars ve Bumin (2020)'in çalışmasına göre katılımcıların hepsinin sosyal medya hesapları bulunmaktadır. Cinsiyete göre kadın katılımcıların sosyal medya kullanım süreleri erkeklere göre daha fazladır. Sosyal medya kullanım amacı kadınlarda sosyal medya üzerinden iletişim ve

eğitim olduğu görülmektedir. Kadınlar erkeklere göre sosyal medya kullanımında daha aktiflerdir. Çömlekçi ve Başol (2019)'un çalışmasına göre üniversite öğrencilerinin cinsiyete göre sosyal medya kullanım süresi farklılaşmaktadır. Kadın katılımcıların sosyal medya kullanım süresi erkek katılımcılara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Sosyal medya bağımlılığı da sosyal medya kullanım süresi ile doğru orantılıdır. Sonuç olarak sosyal medya bağımlılığı kadın katılımcılarda daha fazla olmaktadır. Genç (2023)'in çalışmasına göre kadın üniversite öğrencilerinin problemli sosyal medya kullanımları erkek üniversite öğrencilerinin problemli sosyal medya kullanımlarından daha yüksek çıkmıştır. İnce ve Koçak (2017)'in çalışmasına göre sosyal medyaya güven düzeyi kadın katılımcılarda erkek katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Sosyal medya kullanım düzeyleri literatüre göre farklı çıkmasının nedeni katılımcıların teknoloji kullanımı konusunda son yıllarda bilinçlendirilme çalışmaları olabileceği düşünülmektedir. Toplum içinde sosyal medya kullanımının yaygınlaşması ve erişilebilir olması bu durumu etkilediği düşünülebilir. Kullanım amacı kadın ve erkek katılımcılarda farklı olabilir ancak iki grupta da kullanım düzeyleri benzer olabilir.

Yapılan araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım ölçeğinden aldıkları puanların öğrenim düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaşmadığı görülmektedir. Has (2022)'in çalışmasına göre eğitim düzeyleri ile sosyal medya kullanım düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Gülen Mankan (2021)'in çalışmasına göre ergenlerde sosyal medya kullanımı arttıkça depresif belirtiler artmakta; benlik saygısı azalmaktadır. Ergenlerde yaş arttıkça fiziksel değişim tamamlanmaktadır. Bireyin kendini olumlu değerlendirme düzeyi artmaktadır. Bireylerin olgunlaşma düzeyi arttıkça kendilerine bakış açısı olumlu yönde değişme göstereceği düşünülmektedir. Kaplan (2021)'in çalışmasına göre sosyal medya kullanımı yaş ve okul türüne göre farklılaşmadığı görülmektedir. Yapılan literatür incelemesinde öğrenim düzeyleri açısından yapılan çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Yapılan çalışmalar bireylerin öğrenim düzeyleri ve okul türlerine göre sosyal medya kullanımının farklılaşmadığını göstermektedir. Bunun nedeni sosyal medyanın her birey tarafından erişilebilir bir iletişim aracı olmasından kaynaklı olduğu düşünülmektedir.

5.1.3. Üniversite öğrencilerinin beden imajı puanlarının demografik değişkenlere yönelik bulguların tartışılması

Yapılan araştırmaya göre üniversite öğrencilerinin beden imajı puanları arasında cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. Bayköse ve Esin (2019)'ın çalışmasına göre sosyal medya kullanımı arttıkça bedene olan bakış açısı değişmektedir. Kadınlar üzerinde sosyal medya aracılığıyla idealleştirilen beden algısının etkisi daha fazladır. Kadınlar sosyal medya ve çevrelerinde bulunan bireylerin söylemlerinden daha fazla etkilenmektedir. Özbey ve Gültekin (2020)'in çalışmasına göre ergen kızların bedenlerine karşı daha olumsuz bakış açısının olduğu görülmüştür. Aslan ve Koç (2018)'un çalışmasına göre ortaokul öğrencilerinde beden imajı cinsiyete göre farklılaşmaktadır. Bedene bakış puanları erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre daha yüksektir. Erkek ortaokul öğrencileri bedenleri ile daha mutlu oldukları görülmüştür. Bayar (2019)'ın çalışmasına göre beden imajı ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılaşma olduğu ortaya çıkmıştır. Kadın katılımcıların bedene bakışının olumsuz olduğu görülmektedir. Literatür incelendiğinde kadın katılımcıların bedene karşı olumsuz bakış açısına sahip oldukları ve bedenleri ile daha fazla ilgilendikleri görülmektedir. Çalışmada üniversite öğrencilerinin beden imajı cinsiyete göre farklılaşmamaktadır. Bu sonucun nedeni bireylerin son yıllarda idealleştirilen beden imajının sosyal medya, dizi, film vb. kaynaklar tarafından reddedilmesinden kaynaklı olabileceği düşünülmektedir.

Yapılan araştırmaya göre üniversite öğrencilerinin beden imajı ölçeğinden aldıkları puanların öğrenim düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaştığı görülmektedir. Beden imajı düzeyi en yüksek ve en düşük bireylerin sırasıyla yüksek lisans ve ön-lisans öğrencileri olduğu görülmüştür. Araştırma sonucuna göre eğitim düzeyi arttıkça bireylerin bedene bakış açısı olumlu yönde değişmektedir. Bunun nedeni bireylerin bilinç düzeylerinin artmasından kaynaklı olduğu düşünülmektedir. Has (2022)'ın çalışmasına göre üniversite öğrencilerinin öğrenim düzeylerine göre bedenlerine bakış açısı farklılaşmaktadır. Karagöz ve Karagün (2015)'ün çalışmasına göre anlamlı bir farklılaşma bulunmamaktadır. İlköğretim mezunu sporcuların beden imajı puanları lise mezunlarına göre daha yüksek çıkmıştır. Talu (2020)'nin çalışmasına göre ergenlerde beden imajının sınıf düzeyine göre düşük düzeyde anlamlı fark olduğunu göstermektedir. Bireylerin sınıf düzeyleri arttıkça bedene olan bakış açısının olumlu yönde geliştiği söylenebilir. Literatürde farklı sonuçlar bulunmasına rağmen bireylerin yaşları arttıkça bedene karşı olumlu bakış açısı geliştirdiği düşünülmektedir. Bunun nedeni bireylerin

gerçekçi bakış açısı geliştirmeleri ve bilişsel anlamda olgunlaşmalarından kaynaklı olabileceği düşünülmektedir.

5.1.4. Üniversite öğrencilerinin özgüven puanlarının demografik değişkenlere yönelik bulguların tartışılması

Yapılan araştırmaya göre üniversite öğrencilerinin özgüven puanları arasında cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. Merey (2010)'ın çalışmasına göre yetişkinlerde cinsiyete göre özgüven düzeyi kadınlarda erkeklere göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Öztürk (2017)'ün çalışmasına göre üniversite öğrencilerinin özgüven düzeyi ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmüştür. Noyan Yalman ve Özkaynar (2018)'in çalışmasına göre katılımcıların özgüven düzeyleri cinsiyete göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır. Erkek katılımcıların özgüven düzeyleri kadın katılımcıların özgüven düzeyine göre daha yüksek bulunmuştur. Araştırma sonucuna göre kadın ve erkek katılımcıların özgüven düzeyleri arasında anlamlı bir farklılaşma bulunmadığı görülmektedir. Bunun nedeni son yıllarda kız çocuklarının olumlu anlamda desteklenmesi ve ailelerin demokratik ebeveyn tutumu benimsemesinden kaynaklı olabileceği düşünülmektedir.

Yapılan araştırmaya göre üniversite öğrencilerinin özgüven ölçeğinden aldıkları puanların öğrenim düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaşmadığı görülmektedir. Çalıklı (2020)'nin çalışmasına göre ergen katılımcıların yaşlarının artmasıyla beraber özgüven düzeylerinde olumlu anlamda değişim olduğu görülmektedir. Çiçek (2019)'in çalışmasına göre ergenlerde sınıfa göre özgüven düzeylerinde anlamlı bir farklılaşma olmadığı tespit edilmiştir. Ergenlerde yapılan bu iki çalışmada farklı sonuçların elde edilmesinin sebebi çalışma grubunun farklı olmasından kaynaklı olduğu düşünülmektedir. Merey (2010)'in çalışmasına göre eğitim düzeyi ve özgüven arasında anlamlı bir ilişki vardır. Eğitim düzeyi arttıkça bireylerin kendine güven düzeyleri artmaktadır. Araştırma sonucuna göre eğitim düzeyi ile özgüven arasında anlamlı ilişki bulunamamıştır. Bunun nedeni bireylerin teknoloji aracılığı ile kendi gelişimlerini desteklemelerinden kaynaklı olabileceği düşünülmektedir.

5.1.5. Üniversite öğrencilerinin mutluluk puanlarının demografik değişkenlere yönelik bulguların tartışılması

Yapılan araştırmaya göre üniversite öğrencilerinin mutluluk puanları arasında cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. Mermer (2023)'in çalışmasına göre ergenlik dönemindeki bireylerin mutluluk düzeyleri ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmüştür. Erkek öğretmenler daha mutludur. Cihangir Çankaya ve Meydan (2018)'in çalışmasına göre ergenlerde mutluluk düzeyleri ve cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Serdar, Demirel, Harmandar Demirel ve Donuk (2018)'un çalışmasına göre üniversite öğrencilerinin mutluluk düzeyleri ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Ulukan (2020)'in çalışmasına göre öğretmen katılımcıların mutluluk düzeyleri puanları ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmüştür. Araştırma sonucuna göre erkek öğretmenlerin mutluluk düzeyleri kadın öğretmenlere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Gökbulut ve Kılıç (2022)'in çalışmasına göre cinsiyet ile mutluluk düzeyleri arasında anlamlı bir farklılaşma olduğu görülmüştür. Erkek katılımcıların kadın katılımcılardan daha mutlu olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonucuna göre mutluluk düzeyleri ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Bunun nedeni bireylerin yaşlarının birbirlerine yakın olmasından kaynaklı olabileceği düşünülmektedir. Literatürde bu konu ile ilgili çalışmalardan farklı sonuçlar elde edilmiştir. Farklı sonuçlar elde edilmesinin sebebi çalışmanın yapıldığı yıl ve uygulama yapılan gruplardan kaynaklı olabileceği düşünülmektedir. Yapılan çalışmalarda erkek katılımcıların kadın katılımcılardan mutluluk düzeyinin yüksek çıkması kadının toplumsal cinsiyet rollerinden kaynaklı olabileceği düşünülmektedir.

Yapılan araştırmaya göre üniversite öğrencilerinin mutluluk ölçeğinden aldıkları puanların öğrenim düzeyine göre istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaşmadığı görülmektedir. Mermer (2023)'in çalışmasına göre ergenlik dönemindeki bireylerin yaşlarının artması ile mutluluk düzeylerinde düşme gerçekleştiği görülmüştür. Yaşın artması ile mutluluk düzeyinin azalmasının sebebi bireylerin yaşamları içinde var olan sorumluluklarının artması ve gelecek kaygısını daha yoğun bir şekilde yaşamalarından kaynaklı olabileceği düşünülmektedir. Nedim Bal ve Gülcan (2014)'in çalışmasına göre genç yetişkinlik dönemindeki bireylerin yaş düştükçe mutluluk düzeylerinde artma olduğu görülmüştür. Gökbulut ve Kılıç (2022)'in çalışmasına göre lise öğrencisi katılımcıların mutluluk düzeyi ile yaşları arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Yapılan literatür incelemesinde

öğrenim düzeyleri açısından yapılan çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Araştırma sonucuna göre üniversite öğrencilerinin mutluluk ölçeğinden aldıkları puanlar ile öğrenim düzeyleri arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Bunun sebebi bireylerin yaşadıkları kültür içinde mutluluğa olan bakış açısından kaynaklı olabileceği düşünülmektedir.

5.2. Öneriler

5.2.1. Araştırma Sonuçlarına Dayalı Öneriler

Yapılan araştırma sonucunda elde edilen bulgular sonucunda aşağıda belirtilmiştir:

- Sosyal medya kullanım puanları kadın katılımcılarda daha yüksek çıkmıştır. Kadınların sosyal medyayı kullanma sebepleri araştırılabilir. Kadın katılımcıların sosyal medya kullanımının yaşamlarını etkileme düzeyleri konusunda araştırmalar yapılabilir.
- Beden imajı puanları kadın katılımcılarda daha düşük düzeyde çıkmıştır. Kadın katılımcıların bedenlerine karşı daha olumsuz bakış açısına sahip olduğu saptanmıştır. Kadınlar için özgüven, kendini sevmek, özşefkat ve olumlu beden imajı konuları ile ilgili çalışmalar yapılabilir. Toplum içinde idealleştirilen beden algısı ile ilgili çalışmalar yapılabilir. Kadının aile ve toplum içinde konumu kendine olan bakışını etkilemektedir. Toplum ve aile çalışmaları ile kadınların bedenlerine karşı olumsuz bakış açısının değişmesi sağlanabilir. Bu çalışmalar okulda, sosyal medya ve kitle iletişim araçları ile gerçekleştirilebilir.
- Özgüven düzeyi kadın katılımcılarda daha düşük düzeyde olduğu saptanmıştır. Kadın katılımcılar ile özgüven, özsaygı ve kendilik değeri üzerine çalışmalar yapılabilir.
- Mutluluk düzeyi erkek katılımcılarda daha düşük düzeyde olduğu görülmüştür. Erkek katılımcıların üniversite öğrencisi olmalarından kaynaklı gelecek kaygısı ve mesleğe başlama durumları olabilir. Bu durum erkeklerin mutluluk düzeylerini olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Erkekler gelecek kaygısı, mesleki yönlendirme ve yaşam düzeni oluşturma konularında desteklenebilirler.
- Beden imajı düzeyi ön-lisans öğrencilerinde en düşük puan ortalamalarına sahip olduğu görülmektedir. Ön-lisans öğrencilerinin beden imajı düzeylerinin düşük çıkma sebepleri araştırılabilir. Ön-lisans öğrencilerinin farkındalık düzeylerinin gelişmesi yönünde çalışmalar yapılabilir.

- Özgüven düzeyi lisans öğrencilerinde en düşük puan ortalamalarına sahip olduğu görülmektedir. Özgüven konusunda lisans öğrencileri desteklenebilir. Üniversitelerin Rehberlik ve Psikolojik Danışma merkezlerinden öğrenciler desteklenebilir. Lisans öğrencilerinin ilgi ve yetenekleri çerçevesinde sportif ve sanatsal aktivitelere yönlendirme yapılabilir.
- Mutluluk düzeyi ön-lisans öğrencilerinde en düşük puan ortalamalarına sahip olduğu görülmektedir. Ön-lisans öğrencileri mutluluk düzeylerinin düşük olma sebepleri araştırılabilir.
- Sosyal medya kullanımı konusunda önleyici çalışmalar yapılabilir.

5.2.2. Gelecek Araştırmalara Yönelik Öneriler

Gelecekte yapılabilecek araştırmalar için şu önerilerde bulunulabilir:

- Araştırma ergenlik döneminde bulunan bireylere uygulanabilir.
- Sosyal medya kullanımı kadın katılımcılarda yüksek düzeyde olduğu görülmüştür. Sosyal medya kullanımının sebepleri araştırılabilir.
- Uygulama farklı çalışma gruplarına uygulanabilir.
- Çalışma farklı demografik değişkenlere göre tekrar incelenebilir.
- Sosyal medya kullanımı, beden imajı, özgüven ve mutluluğu etkileyen farklı faktörler incelenebilir.

KAYNAKLAR

- Acıdemir, E. N. (2023). *Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ile özgüven ve depresif belirti düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi*(Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 809914).
- Alacapınar, F.G. (2022). Reliability and validity study of the self-confidence scale, *International Journal of Quality in Education*, 6(2), 66-84. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ijqe/issue/70157/1125503>
- Altun, S. (2021). *Yetişkinlerde sosyal medya kullanım süresinin özgüven ve depresyon düzeyiyle ilişkisinin incelenmesi*(Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 696572).
- Andreyeva, M. (2022). *Türkiye’de öğrenim gören Türkmenistanlı öğrencilerin üniversite ortamındaki özgüven düzeylerinin incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 748812).
- Akbulut, S. (2018). *Erişkinlerde sosyal medya bağımlılığı, beden imajı, sosyal anksiyete ve benlik saygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 532608).
- Akyürek, G., Kars, S., ve Bumin, G. (2020). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları: ergoterapi bölümü örneği. *Hacettepe University Faculty of Health Sciences Journal*, 7(2), 108-122. <https://doi.org/10.21020/husbfd.691835>
- Aslan, H., ve Koç, Z. (2018). Ortaokul öğrencilerinin beden imajı ve sosyal kaygı düzeyleri. *Eğitim Kuram Ve Uygulama Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 65-77. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/ekuat/issue/41379/500208>
- Aydın, M. (2020). *Lise öğrencilerinin mutluluk ve sosyal görünüş kaygı düzeyleri ile sosyal medya tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 642959).
- Balcı Şen, M. (2022). *Üniversite öğrencilerinin öznel iyi oluş ve mutluluk düzeylerinin rekreatif aktivitelere katılma durumlarına göre incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 713533).

- Barutcu, O. (2022). *Okul müdürlerinin duygusal zekâ düzeyleri ile öğretmenlerin okuldaki mutlulukları arasındaki ilişkinin analizi* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 742012).
- Başar, S. (2018). Düzenli egzersizin depresyon, mutluluk ve psikolojik iyi oluş üzerine etkisi. *İnönü Üniversitesi Beden Eğitimi Ve Spor Bilimleri Dergisi*, 5(3), 25-34. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/inubesyo/issue/42725/442445>
- Battal, H. (2022). *Genç yetişkin üniversite öğrencilerinde duygu düzenleme becerilerinin ve öz şefkat düzeyinin mutluluk ile ilişkisi*(Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 750332).
- Bayar, Ö. (2019). Üniversite öğrencilerinde beden imajı, öz-şefkat, depresif duygulanım ve cinsiyet. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 46(46), 175-190. <https://doi.org/10.9779/pauefd.451180>
- Bayköse, N., ve Esin, İ. (2019). Sporda beden imajı ve sosyal medya etkisi: sosyal karşılaştırma kuramı çerçevesinde Facebook kullanımının beden imajına etkileri üzerine bir derleme. *Akdeniz Spor Bilimleri Dergisi*, 2(1), 67-80. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/asbid/issue/48686/612116>
- Bilen Mankan, G. (2021). *Ergenlerde sosyal medya kullanımı, depresif belirti düzeyi ve benlik algısı arasındaki ilişkinin incelenmesi*(Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 742767).
- Budak, H. (2018). Sosyal medya iletişimde mahremiyetin serüveni, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 146-170. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/itobiad/issue/34318/350161>
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş. Ve Demirel, F. (2020). *Eğitimde bilimsel araştırma yöntemleri*. (29). Ankara: Pegem Akademi.
- Calban, İ. E. (2023). *Sosyal medya kullanımı ve yeme davranışları arasındaki ilişkide kendini nesneleştirme ve beden farkındalığının aracı rolü* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 794132).
- Çalık, Z. (2024). *Ergenlerde sosyal medya kullanımının mutluluk ve yaşam doyumuna etkisi*(Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 851065).

- Cihangir Çankaya, Z., ve Meydan, B. (2018). Ergenlik döneminde mutluluk ve umut. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(65), 207-222. <https://doi.org/10.17755/esosder.316977>
- Çintesan,T. (2023). *Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımının fiziksel aktivite ve beslenme alışkanlıklarına etkilerinin incelenmesi (Kars ili örneği)*(Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 801150).
- Cohen, J. (2013). Statistical power analysis for the behavioral sciences. Routledge.
- Cürüp, H. ve Serin, E. (2023). Rekreatif amaçlı fitness egzersizi yapan bireylerin sosyal medya kullanımları ile mutluluk düzeyleri arasındaki ilişki, *International Journal of Eurasia Social Sciences (IJOESS)*, 14(54), 1683-1699. <http://dx.doi.org/10.35826/ijoess.3387>
- Çakmak, S. (2023). *Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ve depresyon ilişkisinde akademik erteleme aracı rolü* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 838149).
- Çalığışu, H. (2020). *Ergenlerde özgüven ile olumsuz otomatik düşünceler arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 623725).
- Çalığışu, H., ve Sürücü, A. (2020). Ergenlerde özgüven ile olumsuz otomatik düşünceler arasındaki ilişkinin incelenmesi. *EKEV Akademi Dergisi*, (83), 491-508. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/sosekev/issue/71902/1156503>
- Çalık, Z. (2024). *Ergenlerde sosyal medya kullanımının mutluluk ve yaşam doyumuna etkisi* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 851065).
- Çalışkan, M. ve Mencik, Y. (2015). Değişen dünyanın yeni yüzü: sosyal medya, *Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, (50), 254-274. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/abuhbsd/issue/32944/366052>
- Çelik, A. G.(2022). *Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımının ve nomofobinin beden imajı ve benlik saygısı ile ilişkisi*(Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 748792).

- Çiçek, E. (2019). *Ergenlerde sosyal medya kullanım sıklığı ve özgüven düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 666122).
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4), 417-434. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/mjss/issue/43010/520789>
- Çömlekçi, M. F. ve Başol, O. (2019). Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 173-188. <https://doi.org/10.18026/cbayarsos.525652>
- Demir, C. (2023). *Türkiye milli olimpiyat komitesinin Diyarbakır'da gerçekleştirdiği 10-14 yaş arası kız çocuklarının spor yoluyla güçlendirme projesinde özgüven ve benlik saygısı değerlerinin incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 818728).
- Demir, R. ve Murat, M. (2017). Öğretmen adaylarının mutluluk, iyimserlik, yaşam anlamı ve yaşam doyumlarının incelenmesi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 7(13), 347-378. <https://doi.org/10.26466/opus.347656>
- Demir, Y. ve Ayhan, B. (2020). Sosyal medyanın gündem belirleyicileri: Twitter'da gündem belirleme süreci üzerine bir sosyal ağ analizi. *İletişim ve Kuram Dergisi*, 2020(51), 1-19. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/ikad/issue/57520/775120>
- Demirci, İ. ve Ekşi, F. (2015). Ergenler için beş boyutlu iyi oluş modeli: EPOCH Ölçeği'nin Türkçe formunun geçerliği ve güvenilirliği. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 9-30. Erişim Adresi: <https://tr-scales.arabpsychology.com/wp-content/uploads/pdf/epoch-olcegi-toad.pdf>
- Demirel, M. (2023). *Covid-19 pandemi sürecinde artan sosyal medya kullanımının aile içi iletişime* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 786968).
- Ekinci, N. (2022). *Üniversite öğrencilerinde ilişki doyumu ile sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 708070).

- Eser, A. (2023). *Geç Ergenlerde sosyal medya kullanımı sosyal karşılaştırma ve sosyal görünüş kaygısı arasında ilişkinin incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 791627).
- Eşiyok Sönmez, E., ve Özgen, Ö. (2017). Medya kullanımı ve beden imajı: Türkiye ve İngiltere örneği. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (27), 78-95. <https://doi.org/10.31123/akil.436747>
- Erpalabıyık, B. (2018). *Üniversite öğrencilerinin gençlik liderlik özellikleri ile benlik saygısı ve özgüven algıları arasındaki ilişkilerin incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 510868).
- Genç, M. N. (2023). *Psikolojik sağlamlık ve iyi oluş: problemli sosyal medya kullanımı ve ikincil travmatik stresin aracılık rolünün değerlendirilmesi* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 832524).
- Gökbulut, B., ve Kılıç, F. (2022). Lise öğrencilerinin teknoloji kullanım, mutluluk ve mobil öğrenme hazır bulunuşluk düzeylerinin incelenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(83), 1225-1243. <https://doi.org/10.17755/esosder.1073448>
- Gökkaya, H. (2022). *Ebeveynlerin sosyotelizm düzeyinin adölesanların özgüvenine etkisinin değerlendirilmesi* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 765472).
- Güler,K. (2015). *Beden imajının üniversite öğrencilerinde yaşam doyumu ve umutsuzluk üzerine etkisi* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 765472).
- Güenalp, A. (2007). *Farklı anne baba tutumlarının okul öncesi eğitim çağındaki çocukların özgüven duygusunun gelişimine etkisi (Aksaray ili örneği)*(Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 217372).
- Haspolat, N. K. (2016). *Üniversite öğrencilerinde beden imajı benlik saygısı ve sosyal fobinin incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 450014).
- Haspolat, N. K., ve Kağan, M. (2017). Sosyal fobinin yordayıcıları olarak beden imajı ve benlik saygısı. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 19(2), 139-152. <https://doi.org/10.17556/erziefd.322327>

- Hovardaoğlu, S. (1993). Vücut algısı ölçeği. *Psikiyatri, Psikoloji, Psikofarmakoloji (3P) Dergisi*, 1(1), 26.
- İlhan, A., Göktepe, B., ve Ergün, K. (2021). Tenisçilerin spor karakterleri ve özgüven duygularının incelenmesi. *Uluslararası Egzersiz Psikolojisi Dergisi*, 3(2), 79-84. <https://doi.org/10.51538/intjourexerpsyc.1033766>
- İlhan, E. ve Aydoğdu Görgülü, A. (2019). Youtube kullanıcılarının kullanım motivasyonlarının incelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(2), 1130-1153. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.570677>
- İnce, M. ve Koçak, M. C. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2), 736-749. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/joiss/issue/32387/360236>
- İşçi, M. (2021). *Üniversiteli Öğrencilerin Akademik Başarıları ile Düzenli Fiziksel Aktivite Alışkanlığı, Algıladıkları Vücut Kompozisyonu, Sağlık ve Mutluluk Düzeyleri Arasındaki İlişki*(Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 685923).
- George, D., ve Mallery, P. (2020). Descriptive Statistics. In IBM SPSS Statistics 26 Step by Step: A Simple Guide and Reference (Sixteenth ed., pp. 112-120). New York: Routledge.
- Kanılmaz, A. (2021). Kriz dönemlerinde liderlerin Twitter kullanımı: koronavirüs (covid-19) pandemisi Türkiye örneği. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 8(1), 3-27. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iled/issue/63332/892522>
- Kaplan, Y. (2021). *Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımı ile Uyku Kalitesi ve Öz Yeterlilik Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*(Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 686504).
- Karademir, N. (2015). Fen edebiyat fakültesi coğrafya bölümü öğrencilerinin özgüven algıları. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1), 53-77. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ksusbd/issue/10292/126245>
- Karagöz, N., ve Karagün, E. (2015). Profesyonel sporcuların beden imajı üzerine betimsel bir çalışma. *Sport Sciences*, 10(4), 34-43. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/nwsaspor/issue/20159/213894>

- Karakaş Kaya, G. (2021). *18-30 Yaş Arasındaki Bireylerde Beden İmajının Sosyal Medya Kullanımı, Sosyal Görünüş Kaygısı ve Yeme Tutumuna Etkisinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi*(Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 684256).
- Kaya, N., ve Taştan, N. (2020). Öz güven üzerine bir derleme. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*,10(2), 297-312. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/kusbd/issue/56190/728746>
- Kaya, Z. ve Dalkıç, A. (2020). Instagram kullanan ve kullanmayan ergenlerde beden algısı ve öz-yeterliliğin incelenmesi. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 8(Özel Sayı), 48-74. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/genclikarastirmalari/issue/59468/667422>
- Kesim, B. (2022). *Okul kültürü çerçevesinde bir iletişim aracı olarak okullarda sosyal medya kullanımı*(Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 757212).
- Keskin, B. (2021). *Ergenlerde sosyal medya kullanımı ile benlik saygısı ve psikolojik iyi oluş arasındaki ilişki* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 668707).
- Keven Aklıman, Ç. (2021). *Olumlu beden imajını geliştirme çevrim içi psikoeğitim programının çocukların (9-10 yaş) beden imajı memnuniyeti ve öz saygı düzeylerine etkisi* (Doktora Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 671116).
- Khaligova, F. (2019). *Üniversite öğrencilerinde çocukluk çağı travmaları, beden imajı ve benlik saygısı arasındaki ilişki*(Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 607748).
- Kılıç, N., Mammadov, M., Koçhan, K., ve Aypay, A. (2020). Üniversite öğrencilerinde genel öz yeterlik inancı ve beden imajının psikolojik sağlamlık düzeyini yordama gücü. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 35(4), 904-914. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/hunefd/issue/57647/818959>
- Kıloğlu, N. T. (2021). *Sosyal medya kullanan genç yetişkinlerde beden algısı ve özgüven arasındaki ilişki* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 684596).

- Kongur, B. (2024). *Beden imajı ve kendilik algısı ile mutluluk arasındaki ilişkide sosyal görünüş kaygısının aracı, bilinçli farkındalığın düzenleyici rolü*(Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 853118).
- Köroğlu, M., Çelik, S., ve Tüt, E. (2023). Spor merkezlerinde egzersiz yapan bireylerin beden imajı ve özgüven düzeylerinin incelenmesi. *Yalova Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 2(3), 137-160.
- Kutlu, B. (2009). *Beden İmajının Gelişimi Ve Sağlıklı Beden Ağırlığının Korunmasında Yemeyle İlgili Tutumlar, Temel İnançlar Ve Ebeveyne Bağlanmanın Rolü*(Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 241322).
- Küçükaya, B., Özdemir, B., ve Kahyaoğlu Süt, H. (2022). Hemşirelik öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ile akademik başarı ve akademik özyeterlik arasındaki ilişki. *Sağlık Akademisyenleri Dergisi*, 9(1), 31-41. <https://doi.org/10.52880/sagakaderg.945297>
- Mendi, B. ve Oğuz, G. (2018). Üniversite öğrencilerinin iletişim becerilerinin sosyal medyayı kullanım özellikleri bağlamında incelenmesi: bir vakıf üniversitesindeki sağlık bilimleri öğrencileri üzerinde değerlendirme. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(1), 666-690. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.337976>
- Merey, B. (2010). *Yetişkinlerde özgüven duygusu ile anksiyete düzeyi arasındaki ilişkinin karşılaştırılması ve kültürlerarası bir yaklaşım* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 822557).
- Mermer, E. (2023). *Lise öğrencilerinde bilişsel esneklik ve algılanan sosyal desteğin mutlulukla ilişkisinin incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 250399).
- Nedim Bal, P., ve Gülcan, A. (2014). Genç yetişkinlerde iyimserliğin mutluluk ve yaşam doyumu üzerindeki etkisinin incelenmesi. *Asya Öğretim Dergisi*, 2(1(ÖZEL)), 41-52. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/aji/issue/1538/18847>
- Noyan Yalman, İ. ve Özkaynar, K. (2018). Öğrencilerin özgüven seviyeleri ile mesleki başarı düzeyleri arasındaki ilişki: cumhuriyet üniversitesi meslek yüksekokullarında uygulama. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(1), 223-233. Erişim Adresi: <http://esjournal.cumhuriyet.edu.tr/en/download/article-file/481465>

- Oktan, V. ve Şahin, M. (2010). Kız ergenlerde beden imajı ile benlik saygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 7(2), 543-556. Erişim Adresi: <http://www.insanbilimleri.com>
- Otrar, M. ve Arın, F. S. (2016, Haziran). *Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Tutum Ölçeğinin Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması*. 3. International Eurasian Educational Research Congress. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla.
- Önder, Ö. K. (2022). *Covid-19 pandemi sürecinde üniversite öğrencilerinde serbest zaman doyumunun mutluluk ve umutsuzlukla ilişkisinin incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 747193).
- Özbek, S., Taşbilek Yoncalık, M., ve Alıncak, F. (2017). Sporcu ve sedanter lise öğrencilerinin özgüven düzeylerinin karşılaştırılması (Kırşehir ili örneği). *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 2(3), 46-56. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/gaunjss/issue/31075/327650>
- Özbey, H., ve Gültekin, M. (2021). Lise öğrencilerinde beden algısı ve benlik saygısı arasındaki ilişkinin medya ve farklı değişkenler açısından incelenmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(2), 429-441. <https://doi.org/10.32709/akusosbil.746383>
- Özcan, M., ve Fırat, M. (2020). Ergenlerde olumsuz değerlendirilme korkusunun özgüven üzerine etkisinin incelenmesi. *Van Sağlık Bilimleri Dergisi*, 13(3), 1-9. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/vansaglik/issue/58993/644389>
- Özçelik, E. Ü. (2023). *Kişilerarası iletişimde mükemmeliyetçilik, özgüven ve olumsuz değerlendirilme korkusu* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 819014).
- Özdemir, Z. (2019). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *Beykoz Akademi Dergisi*, 7(2), 91-105. <https://doi.org/10.14514/byk.m.26515393.2019.7/2.91-105>
- Özer, A. (2023). *Tıp fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ile sosyal görünüş kaygısı ve depresyon düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Tıpta Uzmanlık Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 803861).
- Özgür, M. ve Uçar, A. (2020). Üniversitede eğitim gören kız öğrencilerde sosyal medya bağımlılığı ve beden algısı ile beslenme bilgi düzeylerinin karşılaştırılması. *Ankara*

Sağlık Bilimleri Dergisi, 9(2), 46-54. Erişim Adresi:
<https://dergipark.org.tr/tr/pub/ausbid/issue/59001/778304>

Öztürk, N. (2017). Üniversite öğrencilerinin algıladıkları aile iklimi ve anne-babaya bağlanma biçimleri ile özgüven düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *The Journal of International Lingual Social and Educational Sciences*, 3(1), 9-22. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/jilses/issue/30313/317906>

Palaz, D. (2019). *Üniversite öğrencilerinin fiziksel aktiviteye katılımları ve özgüvenleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 576986).

R Core Team (2022). *R: A Language and environment for statistical computing*. (Version 4.1) [Computer software]. Retrieved from <https://cran.r-project.org>. (R packages retrieved from CRAN snapshot 2023-04-07).

Salhaoğlu, C. (2022). *Egzersiz bağımlılığı ile beden imajı ve benlik saygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 733452).

Sarıçam, H. ve Güven M. (2012). Özgüven ve dini tutum. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 5(7), 573-586. Erişim Adresi: https://www.researchgate.net/publication/274047616_OZGUVEN_VE_DINI_TUTUM_SELF-CONFIDENCE_AND_RELIGIOUS_ATTITUDE

Secord, P. F., ve Jourard, S. M. (1953). The appraisal of body-cathexis: body-cathexis and the self. *Journal of Consulting Psychology*, 17(5), 343. Erişim Adresi: <https://psycnet.apa.org/doiLanding?doi=10.1037%2Fh0060689>

Serdar, E., Demirel, M., Harmandar Demirel, D. ve Donuk, B. (2018). Üniversite öğrencilerinin serbest zaman doyum düzeyleri ile mutluluk düzeyleri arasındaki ilişki. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(28), 429-438. <http://dx.doi.org/10.16990/SOBIDER.4412>

Serdar, Z. D. (2023). *Üniversite öğrencilerinde beden algısı ile yeme bozuklukları ve özgüven arasındaki ilişkinin incelenmesi*(Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 806790).

- Sigeze, Ç. (2020). Adana ilindeki üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ve yaşam memnuniyeti ilişkisi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2020(52), 136-149. <https://doi.org/10.47998/ikad.818365>
- Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z. ve Demir, M. (2013). İnternet ve sosyal medya kullanımı üzerine bir uygulama. *Selçuk İletişim*, 7(4), 23-32. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/josc/issue/19027/200546>
- Sünbül, Z. (2022). *Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımının sosyal beğenirlik ve benlik saygısı ilişkisi* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 781744).
- Ulukan, M. (2020). Öğretmenlerin mutluluk ile psikolojik sağlamlık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(73), 620-631. Erişim Adresi: https://www.researchgate.net/profile/Mehmet-Ulukan-3/publication/346450482_OGRETMENLERIN_MUTLULUK_ILE_PSIKOLOJIK_SAGLAMLIK_DUZEYLERI_ARASINDAKI_ILISKININ_INCELENMESI/links/609d4a7392851cfd32f01de/OeGRETMENLERIN-MUTLULUK-ILE-PSIKOLOJIK-SAGLAMLIK-DUZEYLERI-ARASINDAKI-ILISKININ-INCELENMESI.pdf
- Us, G. (2023). *Üniversite öğrencilerinin fiziksel aktivite durumuna göre psikolojik sağlamlık ve mutluluk düzeylerinin incelenmesi (Tokat ili örneği)* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 787875).
- Uyar, P. (2022). *Hemşirelik öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ve aile iletişiminin sosyotelist olma ve sosyotelizme maruz kalma durumlarına etkisi* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 735382).
- Ünüvar, M. C. (2022). *Genç yetişkinlerin flört şiddetinde cinsel mitler, özgüven ve yaşam doyumunun yordayıcı rolü* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 708101).
- Takkin, T. (2020). *Üniversite öğrencilerinin toplumsal cinsiyet tutumlarının özgüven, kişilik özellikleri ve sosyo- demografik değişkenler ile ilişkisinin incelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 616235).

- Talu, E. (2020). Ergenlerde beden imajı algısının kimlik gelişimi sürecine etkisi. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 21(2), 1116-1135. <https://doi.org/10.17679/inuefd.766776>
- The jamovi project (2023). *jamovi*. (Version 2.4) [Computer Software]. Retrieved from <https://www.jamovi.org>.
- Toprak, Y., Kalkan, A., ve Güven, A. (2022). Facebook kullanımının ve mental iyi oluş arasındaki ilişki. *Uluslararası Karamanoğlu Mehmetbey Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 25-32. <https://doi.org/10.47770/ukmead.956733>
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (21.03.2024). <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Cocuklarda-Bilisim-Teknolojileri-Kullanim-Arastirmasi-2021-41132>
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (05.05.2024). [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2023-49407](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2023-49407)
- Tunçer, N. (2023). *Sosyal medya kullanımının 18-25 yaş arası genç yetişkinlerin yeme davranışları ve beden algıları üzerine etkisi: niteliksel bir çalışma* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 790415).
- Tutgun-Ünal, A. ve Deniz, L. (2020). Sosyal medya kuşaklarının sosyal medya kullanım seviyeleri ve tercihleri 1. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(22),1289-1319. <https://doi.org/10.26466/opus.626283>
- Yapıcı, Z. R. (2023). *Sosyal medya kullanımının siber zorbalığa ve saldırganlığa etkisi* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 822874).
- Yeşildal, M., ve Ertaş, H. (2020). Sanal ortam yalnızlığı ve özgüven üzerine bir araştırma. *Sinop Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2), 513-526. <https://doi.org/10.30561/sinopusd.741893>
- Yeter, S. İ. (2019). *Üniversite öğrencilerinin mutluluk düzeylerinin aile aidiyeti ve manevi yönelimlerine göre yordanması* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 549448).

Yiğitcan, A. (2021). *İnternet bağımlılığı, beden imajı ve yeme bozukluğu arasındaki ilişki* (Yüksek Lisans Tezi). YÖK Tez Merkezi veri tabanından erişildi (Tez No: 693666).



EKLER

SOSYO-DEMOGRAFİK FORM

- 1) Cinsiyetiniz: () Kadın () Erkek
- 2) Öğrenim Durumunuz: () Ön lisans () Lisans () Yüksek lisans
- 3) Günde kaç saat sosyal medyada zaman geçiriyorsunuz)
() 1 saat ve daha az () 2-4 saat () 4-6 saat () 6 saat ve daha fazla
- 4) Sosyal medya uygulamalarından en fazla zaman geçirdiğiniz uygulamaları işaretleyiniz. (Birden fazla işaretleyebilirsiniz.)
() Instagram () Twitter () Youtube () Whatsapp () Snapchat () Spotify
() Oyun Siteleri () Alış-veriş siteleri () Facebook () Tiktok () Haber Blogları
() Film Siteleri (Blu tv, Netflix, Disney Plus vb.) () Diğer.....

ETİK KURUL İZİNİ



T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Etik Kurulu



Sayı : E-61923333-050.99-255110
Konu : 20/02 Emine ALTAY BARAK

15.06.2023

Sayın Emine ALTAY BARAK

İlgi : 30.05.2023 tarihli ve E--000-0 sayılı yazınız.

Üniversitemiz Eğitim Araştırmaları ve Yayın Etik Kurulu'nun 14.06.2023 tarihli ve 20 sayılı toplantısında alınan "02" nolu karar ile Emine ALTAY BARAK'ın başvurusu **uygun** görülmüş ve karar örneği ekte sunulmuştur.

Bilgilerinizi rica ederim.