

The Turkish Adaptation of The Adolescents' Appearance-Related Social Media Consciousness Scale: The Validity And Reliability Study

Hacer Yıldırım-Kurtuluş¹ Tuba Kalay-Usta² Emin Kurtuluş³

To cite this article:

Yıldırım, Kurtuluş, H., Kalay-Usta, T. ve Kurtuluş, E. (2022). The Turkish adaptation of the adolescents' appearance-related social media consciousness scale: The validity and reliability study. *e-Kafkas Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 9, 545-563. doi:10.30900/kafkasegt.974005

Research article

Received:24.07.2021


Accepted:18.07.2022


Abstract

The aim of this study is to examine the psychometric properties of the Turkish form of Appearance-Related Social Media Consciousness Scale, which was developed to evaluate adolescents' perceptions of their appearance on social media. Appearance-Related Social Media Consciousness Scale was developed by Choukas-Bradley, Nesi, Widmand and Galla (2020). The scale adaptation study was conducted with the participation of 376 adolescents. Three separate study groups are involved in the study. Language equivalence study in the first study group includes 33 students that speak English and Turkish, 19 of whom are girls and 14 of whom are boys. The second study group consists of 280 students, 183 of whom were girls (65%) and 97 of whom were boys (35%), for item analysis, structure validity, confirmatory factor analysis and criterion-related validity studies. In addition, in the third study group, there were 63 students, 37 of whom were girls and 26 of whom were boys, for test-retest reliability of the scale. According to the confirmatory factor analysis conducted with LISREL 8.88 package program, it was determined that the model consisting of 13 items and one dimension had valid compliance criteria ($\chi^2/df=2.80$, $N=280$, $p=.001$; $RMSEA=.08$, $CFI=.98$; $GFI=.91$; $NFI=.96$; $NNFI=.97$; $IFI=.98$; $RFI=.95$; $AGFI=.87$; $SRMR=.04$). Factor loads of the scale are ranked between .38 and .73 Cronbach Alpha internal consistency reliability coefficient of the scale was found as .91 The test-retest reliability that's done for the scales reliability over time was found as .94 The data obtained showed that the adapted Appearance-Related Social Media Consciousness Scale is a valid and reliable measurement tool for evaluating the perceptions of adolescents in Turkey regarding their appearance on social media.

Keywords: Adolescent, social media, perception of appearance, scale adaptation

¹  Corresponding Author, Dr. Hacer Yıldırım-Kurtuluş, Ministry of Education.

²  Asst. Prof. Tuba Kalay-Usta, Biruni University, Guidance and Psychological Counseling.

³  Doctoral Student Emin Kurtuluş, Sakarya University, Guidance and Psychological Counseling.

Ergenlerde Sosyal Medyada Görünüş Algısı Ölçeği'nin Türkçeye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması

Hacer Yıldırım-Kurtuluş¹ Tuba Kalay-Usta² Emin Kurtuluş³

Atıf:

Yıldırım, Kurtuluş, H., Kalay-Usta, T. ve Kurtuluş, E. (2022). Ergenlerde sosyal medyada Görünüş Algısı Ölçeği'nin Türkçeye Uyarlanması: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *e- Kafkas Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 9, 545-563. doi:10.30900/kafkasegt.974005

Araştırma Makalesi


Geliş Tarihi:24.07.2021


Kabul Tarihi:18.07.2022


Öz

Bu araştırmada ergenlerin sosyal medyadaki görünüşlerine ilişkin algılarını değerlendirmek amacıyla geliştirilen Sosyal Medyada Görünüş Algısı Ölçeği'nin Türkçe forumunun psikometrik özelliklerini incelemek amaçlanmaktadır. Sosyal Medyada Görünüş Algısı Ölçeği, Choukas-Bradley, vd. (2020) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek uyarlama çalışması 376 ergenin katılım ile gerçekleşmiştir. Araştırmada üç ayrı çalışma grubu yer almaktadır. Birinci çalışma grubunda ölçeğin dilsel eşdeğerlik çalışması İngilizce ve Türkçe bilen 19'u kız 14'ü erkek olmak üzere 33 öğrenci yer almaktadır. İkinci çalışma grubu madde analizi, yapı geçerliği, doğrulayıcı faktör analizi ve ölçüt bağlantılı geçerlik çalışmaları için 183'ü kız (%65) ve 97'si erkek (%35) 280 öğrenciden oluşmaktadır. Bununla birlikte, üçüncü çalışma grubunda ise ölçeğin test tekrar test güvenirliliği için 37'si kız 26'i erkek olmak üzere 63 öğrenci bulunmaktadır. LISREL 8.88 paket programı ile yapılan doğrulayıcı faktör analizine göre 13 maddeden ve tek boyuttan oluşan modelin geçerli uyum ölçütlerine sahip olduğu değerlendirilmiştir ($\chi^2/df=2.80$, $N=280$, $p=.001$; $RMSEA=.08$, $CFI=.98$; $GFI=.91$; $NFI=.96$; $NNFI=.97$; $IFI=.98$; $RFI=.95$; $AGFI=.87$; $SRMR=.04$). Ölçeğin faktör yükleri .38 ile .73 arasında sıralanmaktadır. Ölçeğin Cronbach Alfa iç tutarlılık güvenirlik katsayısı .91 olarak bulunmuştur. Ölçeğin zaman içindeki güvenirliliği için yapılan test tekrar test güvenirliliğinin ise .94 olduğu görülmüştür. Elde edilen veriler, uyarlaması yapılan Sosyal Medyada Görünüş Algısı Ölçeği'nin Türkiye'deki ergenlerin sosyal medyadaki görünüşlerine ilişkin algılarının değerlendirilmesinde geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğunu göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Ergen, sosyal medya, görünüş algısı, ölçek uyarlama

¹  Sorumlu Yazar, Dr. Hacer Yıldırım-Kurtuluş, Millî Eğitim Bakanlığı, Okul Psikolojik Danışmanı.

²  Dr. Öğr. Üyesi Tuba Kalay-Usta, Biruni Üniversitesi, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık

³  Doktora Öğrencisi Emin Kurtuluş, Sakarya Üniversitesi, Eğitim Bilimleri.

Giriş

Ergenlik dönemi, insan yaşamında bilişsel, duygusal, sosyal, psikolojik ve fiziksel gelişim alanlarında hızlı ve ani değişikliklerin yaşandığı kritik bir dönemdir (Rapee vd., 2019). Bebeklik döneminden sonra büyük ve hızlı fiziksel değişikliklerin ilk defa yaşandığı bu dönemde, ergenlerin fiziksel görünüşleri ile daha fazla meşgul olmasına sebep olmaktadır (Bee ve Boyd, 2009). Dönemin gelişim özelliklerine bağlı olarak ergenlerden kendilerine kültürel bir kimlik inşa etmeleri ile bedeninde gerçekleşen fiziksel değişiklikleri de kabul etmeleri beklenmektedir (Havighurts, 1972). Gelişim görevleri gereği yeni bir kimlik oluşturma sürecinde, kişinin fiziksel görünüşünü kabul etmesi ergen kimlik gelişimi için önemli bir faktördür (Çetinkaya, Gülaçtı ve Çiftçi, 2019). Bu doğrultuda, ergenlik döneminde yer alan bireylerin fiziksel görünüşleri ile daha fazla ilgilendikleri ve fiziksel görünüşleri hakkında diğerlerinin ne düşündüğüne verilen önemin arttığı düşünülmektedir (Murphy, Dooley, Menton ve Dolphin, 2016).

Ergenlerin fiziksel görünüşüne verdikleri önem, vücut şeklini, boyutunu ve görünümünü içererek, fiziksel benliklerinden ne derece memnun olup olmadıkları ile ilişkilidir (Voelker, Reel ve Greenleaf, 2015). Ergenlerin kendilerine ilişkin algıları da büyük çoğunlukla bu fiziksel değişiklikler ve dış görünüş ile ilişkilidir (Adams, 1995; Şekercioğlu ve Güzeller, 2012). Fiziksel görünüş algısı, kişinin bedeni ile ilgili nasıl düşündüğü, hissettiği ve davrandığına ilişkin çok yönlü bir yapı olarak tanımlanmaktadır (Thompson, Heinberg, Altabe ve Tantleff-Dunn, 1999). Bununla birlikte fiziksel görünüş algısı, kişinin fiziksel görünüşü, kilosu ve vücut şekli ile ilgili öz değerlendirmelerini oluşturan benlik algısı olarak (Tiggemann, 2011) ve kişinin fiziksel çekiciliğine ve dışarıdan ne kadar iyi görüldüğüne ilişkin inanma derecesi (Marsh, Richards, Johnson, Roche ve Tremayne, 1994) olarak ele alınmaktadır. Ergenlerin dış görünüşlerindeki değişiklikler, artan içsel kapasite ve zihinsel kabiliyetleri ile zihinlerini sürekli meşgul etmekte, olaylara ve kendisine karşı bakış açısını da olumlu veya olumsuz yönde etki etmektedir. Bunun yanı sıra başka kişilerin de kendileri hakkındaki değerlendirmelerini önemsemektedirler (Rosenblum ve Lewis, 1999). Ergenlerin kadınlar için aşırı zayıf ve iyi görünme, erkekler için ise kaslı ve zayıf olma algıları bulunmaktadır (Presnell, Bearman ve Madeley, 2007; Tucci ve Peters, 2008). Ergenlerin fiziksel görünüşlerine ilişkin bu algılarının oluşmasında aile, ebeveyn ve akran etkisi ile kullanımı gittikçe artan sosyal medya platformlarının etkisi vurgulanmaktadır (Stice, 2001; McCabe ve Ricciardelli, 2003; Spurr, Berry ve Walker, 2013).

2004 yılından itibaren her an ve her yerde internete bağlanabilme imkânı ile sosyal medya platformlarının kullanımı hızla artmaktadır (Cataldo, Lepri, Neoh ve Esposito, 2021). Sosyal medya kullanan yaş grupları incelendiğinde, ergenlerin %90'ının sosyal medyayı aktif olarak kullanarak diğer yaş gruplarını geride bıraktıkları görülmektedir (Lenhart, 2015). Sosyal medya ergenler için iş, bilgi ve eğlence amacı dışında kişilerarası iletişim aracı olarak daha fazla kullanılmaktadır ve sosyal hayatın ayrılmaz bir parçasıdır (McCrae, Gettings ve Pursell, 2017). Sosyal medya platformlarında oluşturulan bir hesap ile gerçek hayattaki arkadaşlarla etkileşime geçmek, dünyanın her yerinden yeni insanlarla tanışmak, sevilen ünlülerle bağlantı kurmak ve hem çevrimiçi hem de çevrimdışı ilişkileri sürdürmek mümkündür (Twenge, 2019). Yapılan araştırmalar (Keles, McCare ve Grealish, 2020; Radovic, Gmelin, Stein ve Miller, 2017) sosyal medyanın kişinin kendini ifade etmesine izin verme ve bir arkadaş ağıyla temasını sürdürme konusunda oldukça geniş bir yelpaze sunması ile beraber olumsuz sonuçlarına ilişkin risklerini de vurgulamışlardır. Ergenlik gibi hassas bir dönemde sosyal ağlardaki kişilerden gelen beden odaklı geribildirimler, aşırı ve sorunlu kullanım ergenin benlik algısını ve yaşam kalitesini olumsuz etkilemektedir (Lloyd, 2014). Sosyal medyanın ruh sağlığı üzerindeki etkisini araştırmalarda da sosyal medya kullanımının akran baskısından büyük ölçüde etkilenen ergenler için zorlayıcı ve riskli bir ortam olduğu görülmüştür (Wu, Outley, Matarrita-Cascanti ve Murphrey, 2016). Bununla birlikte ergenlerin kullandıkları sosyal medya platformlarının türüne bağlı olarak, artan sosyal medya kullanımı ile yaşadıkları psikolojik sorunlar arasında ilişki olduğu da bilinmektedir (Wood, Bukowski ve Lis, 2016).

Ergenler Instagram, Snapchat ve Facebook gibi fotoğraf tabanlı sosyal medya platformlarını oldukça yaygın bir şekilde kullanmaktadırlar (Anderson ve Jiang, 2018; Gioia ve Boursier, 2019). Ergenler bu platformlar aracılığı ile günlük yaşamı daha fotoğrafik bir yaşama dönüştürmektedirler (Griffiths ve Kuss, 2017). Bununla birlikte, ergenlerin sosyal etkileşimlerine, boş zaman etkinliklerine ve varoluş biçimine karşılık gelen sosyal medya kullanımı özçekim paylaşımı, fotoğraf filtreleme,

gönderme, paylaşma, etiketleme, yorum yapma gibi faaliyetleri içermektedir (Griffiths ve Kuss, 2017; McLean, Jarman ve Rodgers, 2019). Yapılan araştırmalarda da, ergenlerin fotoğraf tabanlı sosyal medya platformlarında gerçekleştirdikleri bu faaliyetlerde fiziksel görünüşe odaklı oldukları ve fiziksel görünüşleri ile meşgul oldukları bilinmektedir (Siibak, 2009). Bu durumun sebeplerinden biri artan sosyal medya kullanımları ile kişilerin fotoğrafa dayalı sosyal medya hesaplarında idealize edilmiş fotoğraflara maruz kalmaları olabilir (Yau ve Reich, 2019). Ergenler bu sosyal medya hesaplarında paylaştıkları fotoğraflarda olumlu geribildirim ve görünüş onayı alacak şekilde kendilerini konumlandırmaktadırlar (Steinsbeek vd., 2021). Dolayısıyla, ergenler sosyal medya hesaplarında paylaştıkları fotoğrafları diğer insanlarla etkileşime geçerken kendini tanıtmının bir aracı olarak görecektir ve bu fotoğraflar ile daha fazla ilgileneceklerdir (Chua ve Chang, 2016). Bu durum ergenlerin benlik algısı üzerinde sosyal medyada yer alan fiziksel görünüşün önemini de arttırabilir.

Fotoğrafa dayalı sosyal medya platformları diğer insanlar ile güçlü etkileşimler sunması ve herkese açık bir şekilde fotoğraflara yorum yapılması sebebi ile ergenler sosyal medyada kendilerini paylaştıkları fotoğraflarla ilgili baskı hissetmektedirler (Perloff, 2014). Hissedilen bu baskı, sosyal bir performans sırasında başkaları tarafından olumsuz olarak yargılanmanın getirdiği fiziksel görünüşe odaklanma kaygısını ortaya çıkarmaktadır. Fiziksel görünüşü ile ilgili olumsuz bir geribildirim alma endişesi yeni bir kimlik ve benlik gelişiminin olduğu ergenlik döneminde daha fazla hissedilmektedir (Szwedo, Mikami ve Allen, 2011). Ergen bu endişesi ile hem sosyal medyada ilgi çekici ve beğenilen biri olarak tanınma istemekte hem de fiziksel görünüşü ile ilgili olumsuz yargılanmaktan ve alay edilmekten kaçmak istemektedir (Calancie, Ewing, Narducci, Horgan ve Khalid-Khan, 2017). Yapılan araştırma sonuçlarında, ergenlerin, kullandıkları sosyal medya hesaplarında güzel ve kusursuz görünme konusunda baskı hissettikleri ve sosyal medyada fotoğraf gönderisi paylaşırken, fotoğraflarını dikkatlice seçip güzel görünmek için üzerinde oynadıkları görülmektedir (Chua ve Chang, 2016). Yine, fiziksel görünüşün ve vücuduna ilişkin tercihlerinin ergenlerin psikolojik iyilik halini etkilediği, aşırı kilolu olma algısı ve zayıf olma arzusunun, depresif belirtilerini arttırdığı ve benlik saygısını azalttığına yönelik araştırma sonuçları bulunmaktadır (Markey, 2010; Monacis, Griffiths, Limone, Sinatra ve Servidio, 2020; Pesa, Syre ve Jones, 2000). Bununla birlikte ergenlerin sosyal medya hesaplarında paylaştıkları fotoğraflar ile beden imajı bozukluklarını arasındaki ilişkiyi (Meier ve Gray, 2014), ergenlerin sosyal medyada paylaştıkları fotoğrafları düzenlemeleri ve vücut memnuniyetsizliği arasındaki ilişkiyi (McLean, Paxton, Wertheim ve Masters, 2015), ergenlerin fotoğraf temelli sosyal medya kullanımından kaynaklanan yeme bozukluklarını (Lonergan vd., 2020), ergenlerin çektikleri fotoğraflarda yaptıkları düzenlemeleri (Gioia, McLean, Griffiths ve Boursier, 2021) ve ergenlerin sosyal medyada kendini sundukları fotoğrafların benlik algısı üzerindeki etkilerini (Chua ve Chang, 2016; Chang, Li, Loh ve Chua, 2019) inceleyen çalışmalar bulunmaktadır. Görüldüğü gibi, ergenlerin fiziksel görünüşlerine ilişkin algısı ergen iyilik hali üzerinde önemli bir yere sahiptir (Wertheim ve Paxton, 2011).

Türkiye’de yer alan alanyazın incelediğinde, ergenlerin sosyal görünüş kaygısını (Doğan, 2010), olumsuz değerlendirilme korkusunu (Çetin, Doğan ve Sapmaz, 2010), vücut algısını (Hovardaoğlu, 1992) değerlendiren ölçeklere rastlanmakla birlikte ergenlerin sosyal medyada görünüş algısını ele alan herhangi bir ölçeğe rastlanmamıştır. Bu çalışmada uyarlanan, Sosyal Medyada Görünüş Algısı Ölçeği (SMGAÖ), ergenlerin sosyal medyadaki görünüşlerine ilişkin algılarını değerlendirmeye yarayan bir ölçektir. Alanyazın incelediğinde fiziksel görünüşe ilişkin ölçeklerin yer aldığı görülmektedir (Doğan, 2010; Hovardaoğlu, 1992). Ancak bu ölçeklerin ergenler arasında kullanımı yaygın olan ve sosyalleşme için bir araç olarak kullanılan sosyal medyada yer alan deneyimleri ve davranışları yansıtmadığı görülmektedir. Bu çalışmada yer alan SMGAÖ ise ergenlerin günlük yaşamının ve kişilerarası ilişkilerinin ayrılmaz bir parçası olan fotoğraf tabanlı sosyal medyada yer alan fiziksel görünüşe ilişkin algılarını incelemesi açısından bu ölçeklerden ayrılmaktadır. Ergenlerin sağlıklı bir gelişim dönemi geçirmeleri için vücudunda gerçekleşen fiziksel değişikliklere uyum sağlamaları, fiziksel görünüşlerini ve yeni kimliklerini kabul etmeleri beklenmektedir (Pelosi, Zorzi ve Corsano, 2014). Bununla birlikte, bu dönemde ergenler benliğini bulma çabaları içerisinde bulurlar. Bu dönemde birey benlik arayışı içerisinde nasıl bir kişi olduğunu ve nasıl bir kişi olmak istediğini düşünerek kendisine bir kimlik aramaktadır (Yörükoğlu, 1989). Yapılan araştırmalarda ise ergenlerin fiziksel görünüş algıları ve benlik saygıları arasında karşılıklı bir ilişki olduğu bilinmektedir (Şirin, 2015). Olumsuz bir fiziksel görünüş ve olumsuz bir benlik algısına sahip olan ergenin akademik başarısının da olumsuz etkileneceği

düşünülmektedir (Kaya ve Oğurlu, 2015). Öğrenme çağındaki ergenlerin kendisinden beklenen akademik başarı, üst öğrenim kurumlarını tanıma ve seçme ve iş ve meslek seçme gibi gelişim görevlerini başarıyla yerine getirebilmesi için kendisini yeterli hissetmesi önemlidir (Koca ve Dadandı, 2019). Bu bağlamda, fotoğraf tabanlı sosyal medya platformlarının kullanım oranı ve etkileri düşünüldüğünde, ergenlerin bu sosyal medya platformlarındaki kendileri tarafından değiştirilmiş ve düzenlenmiş fotoğraflarda yer alan fiziksel görünüşlerine ilişkin algılarının incelenmesine yönelik bir ölçeğin Türk alanyazına kazandırılması ergen ruh sağlığına katkı sağlaması açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Yöntem

Çalışma Grubu

Araştırmanın örneklemini İstanbul ilinde yer alan ortaöğretim kurumlarında öğrenim gören 376 lise öğrencisi oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme uygun örnekleme yöntemi belirlenmiştir. Araştırmada üç ayrı çalışma grubu yer almaktadır. Birinci çalışma grubunda ölçeğin dilsel eşdeğerlik çalışması İngilizce eğitim almış olan ve bulunduğu ortaöğretim kurumunda dil sınıfında eğitim öğretim gören 19'u kız (%57.6) 14'ü (%42.4) erkek olmak üzere 33 öğrenci yer almaktadır. Öğrencilerin yaşları 16-17 ($X=16.4$, $ss=1.05$) arasında değişmektedir. İkinci çalışma grubu madde analizi, yapı geçerliğini test eden doğrulayıcı faktör analizi ve ölçüt bağlantılı geçerlik çalışmalarının yapıldığı 183'ü kız (%65) ve 97'si erkek (%35) 280 öğrenciden oluşmaktadır. Öğrencilerin yaşları 14-18 ($X=15.68$, $ss=1.11$) arasında değişmektedir. Bununla birlikte, üçüncü çalışma grubunda ise ölçeğin test tekrar test güvenilirliği için 37'si kız (%58.7) 26'i erkek (%41.3) olmak üzere 63 öğrenci bulunmaktadır. Öğrencilerin yaşları 14-18 ($X=15.73$, $ss=1.18$) aralığındadır.

İşlem

Ölçek uyarlaması yapılan bu araştırmada Hambleton ve Patsula (1999) önerisi ile ITC (Uluslararası Test Komisyonu) tarafından hazırlanan ölçek uyarlama aşamalarına uygun olarak yapılmaya çalışılmıştır. Bu uyarlama aşamaları şöyledir.

1. Ölçeğin uyarlama yapılacağı dile uygunluğuna bakılması.
2. Orijinal ölçek sahibinden izin alınması
3. Ölçeği uyarlanacak dile iyi çevirmenlerle çalışılması ve uygunlanması
4. Ölçeğin hedef dilde pilot uygulama yapılması
5. Pilot uygulaması yapılan ölçeği büyük grupta uygulanması
6. Büyük grupta uygulanan ölçeğin istatistiksel analizlerin yapılması
7. Ölçeğin geçerlik çalışması yapılması
8. Ölçekle ilgili yapılan işlemlerin rapor edilmesi

Ölçek uyarlama işlemlerine geçmeden önce, alanyazın taraması yapılmıştır. Tarama sonucunda, Sosyal Medyada Görünüş Algısı Ölçeği'nin bir başka araştırmacı tarafından yapılan uyarlama çalışmasına rastlanmamıştır. Alanyazın incelemesi sonucunda, SMGAÖ Türkçe'ye uyarlama çalışmasının yapılmadığı görülmüş, ölçeği geliştiren yazarlar ile e-mail yoluyla iletişime geçilmiş ve gerekli izinler alınmıştır. Araştırmada yapılan geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları aşağıda açıklanmıştır.

Geçerlilik Çalışmaları

Dil Geçerliği: Ölçeğin Türkçeye çevrilme sürecinde, öncelikle ölçek Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık alanında doktora yeterliliği olan ve İngilizce eğitim görmüş beş alan uzmanı tarafından Türkçeye çevrilmiş ve çeviriler tartışılarak en uygun hale getirilmiştir. Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık alanında öğretim üyesi olarak çalışan iki akademisyen tarafından da incelenmiştir. Daha sonra elde edilen Türkçe formlar üzerinde araştırmacıların görüşleri doğrultusunda istenen değişiklikler gerçekleştirilmiş ve bir Türkçe form oluşturulmuştur. Elde edilen bu Türkçe forma son hali verilmiştir. Türkçe formun son hali tekrar İngilizceye çevrilmiş ve ilk hali ile uyumlu olduğu görülmüştür. İngilizce dil alanında eğitim gören 33 kişiye önce ölçeğin orijinal formu, 15 gün sonra ise Türkçeye uyarlanmış son hali uygulanmıştır. Ölçeğin Türkçe formu ve İngilizce formu arasındaki ilişkinin .94 olduğu görülmüştür. Elde edilen sonuçlara göre ölçeğin dilsel eşdeğerliğinin yeterli olduğu görülmektedir.

Yapı Geçerliği (Doğrulayıcı Faktör Analizi): Ölçeğin orijinal formundaki tek boyutlu yapısının farklı bir kültürden toplanan verilerle doğrulanıp doğrulanmadığını belirlemek üzere doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır.

Ölçüt Bağımlı Geçerlilik: Ölçüt bağımlı geçerlik için gerçekleştirilen alanyazın incelemesi sonucu, birbiriyle ilişkili olduğu düşünülen sosyal medyada görünüş algısı ile sosyal görünüş kaygısı değişkenleri arasındaki ilişki korelasyon analizi ile incelenmiştir. Bu sebeple Türkçe uyarlaması Doğan (2010) tarafından gerçekleştirilen Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) ile SMGAÖ arasındaki korelasyon incelenmiştir.

Madde Analizi ve Güvenirlik

Ergenlerde Sosyal Medyada Görünüş Algısı Ölçeği'nin maddelerinin ayırt etme gücünü belirlemek amacıyla madde analizi yapılmıştır. Ölçeğin güvenirliliği, Cronbach Alfa iç tutarlılık güvenirlilik katsayısı ve test tekrar test yöntemleriyle incelenmiştir.

Verilerin Toplanması

Araştırma sürecine başlamadan önce ilk olarak Yıldız Teknik Üniversitesi'nin Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulundan etik kurul izni alınmıştır (Toplantı No: 2021/02). Araştırmanın verilerini toplamak için bir Google Form hazırlanmıştır. Araştırmaya katılması için ulaşılan öğrenciler ve velileri araştırma hakkında bilgilendirilmiştir. Öğrencilerin ve velilerinin gönüllü isteği ile bilgilendirilmiş onamları ve çocuk rıza formu alındıktan sonra veriler toplanmıştır. Veriler Nisan-Haziran 2021 tarihleri arasında internet ortamında Google formlar aracılığıyla elde edilmiştir.

Verilerin Analizi

Ölçeğin dilsel eşdeğerliği ve ölçüt bağımlı geçerliği için korelasyon analizi, yapı geçerliği doğrulayıcı faktör analizi (DFA) uygulanmıştır. Ölçeğin güvenirliliği iç tutarlık ve test tekrar test yöntemiyle incelenmiştir. Madde analizi ise düzeltilmiş madde-toplam puan korelasyonları ve maddelerin alt ve üst %27'lik grupları ayırt edip etmediğini sınamak için bağımsız t-testi ile incelenmiştir. Geçerlik ve güvenirlilik analizleri için LISREL 8.88 ve SPSS 24.0 programları kullanılmıştır.

Veri Toplama Araçları

Sosyal Medyada Görünüş Algısı Ölçeği (SMGAÖ): Choukas-Bradley vd. (2020) tarafından ergenlerin sosyal medyadaki görünüşlerine ilişkin algılarını değerlendirmek amacıyla geliştirilmiştir. Ölçeğin geliştirilme sürecinde ilk olarak sosyal medya görünüş algısını yansıtan 18 maddelik bir form hazırlanmış ve ergenlerden oluşan odak gruplardan ve içerik uzmanlarından alınan geri bildirimlerle 18 maddelik form 13 maddelik ve 7'li Likert tipinde bir forma dönüştürülmüştür. İkinci olarak lisede öğrenim gören ve yaş ortalaması 15.72 olan 1227 kişiden oluşan bir ergen grubuna ölçme formu geçerlik çalışması kapsamında uygulanmıştır. Elde edilen veriler rastgele iki eşit parçaya bölünmüş ve 613 kişiden oluşan gruba açımlayıcı faktör analizi (AFA), 614 katılımcı ile doğrulayıcı faktör analizi (DFA) gerçekleştirilmiştir. AFA sonucunda, örneklem uygunluk katsayısı (KMO) .97 ve Barlett küresellik testi değeri $\chi^2(78) = 6662.11$, $p < .001$ olarak bulunmuştur. Elde edilen tek boyutlu modelin toplam varyansın %60.7 sini açıkladığı görülmüştür. Katılımcı grubun diğer yarısına elde edilen yapının doğrulanıp doğrulanmadığını test etmek amacıyla DFA uygulanmıştır. DFA sonucunda, 13 madde ve tek boyuttan oluşan yapının yeterli uyum gösterdiği görülmüştür ($\chi^2(65)=402.16$, $p < .001$; CFI = .948; TLI = .938; RMSEA = .092; SRMR = .033). Ölçeğin güvenirlilik çalışması kapsamında 226 kişiden oluşan farklı bir katılımcı grubuna SMGAÖ uygulanmış ve Cronbach Alpha iç tutarlık katsayısı .92 olarak hesaplanmıştır. 207 katılımcıdan bir hafta arayla elde edilen verilerle hesaplanan test tekrar test güvenirliliğinin ise $r = .83$ ($p < .001$) olduğu görülmüştür. Ölçeğin yakınsak geçerliği kapsamında çeşitli değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Bu incelemeler sonucunda, SMGAÖ'nin kendini nesneleştirme ile $r = .69$; beden gözetimi ile $r = .53$; beden utancı ile $r = .46$; beden karşılaştırma ile $r = .67$; düzensiz yeme ile $r = .49$ ve depresif semptomlar ile $r = .32$, ($p < .001$) anlamlı ilişkilere sahip olduğu bulunmuştur.

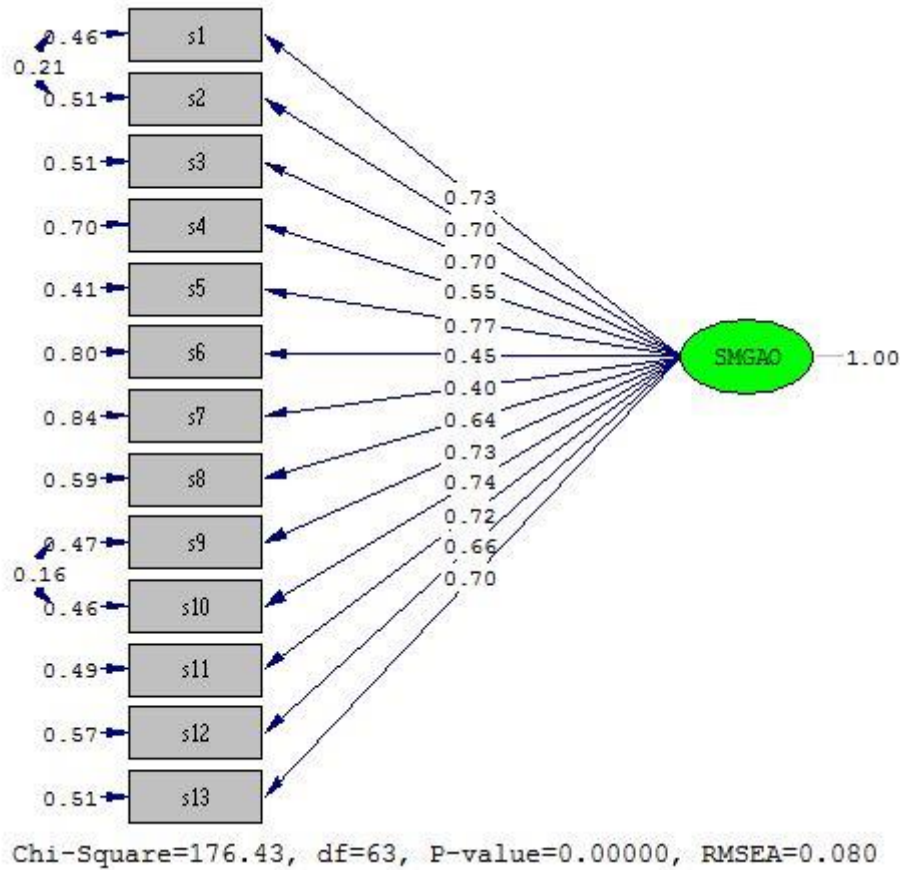
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ): Kişilerin sosyal ortamlardaki görüşlerine ilişkin kaygılarını değerlendiren bu ölçme aracı Hart vd. (2008), tarafından geliştirilmiştir. Ölçek tek boyutlu ve 16

maddeden oluşmaktadır. Bununla birlikte, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği 5'li Likert tipidir. Ölçekten alınan puanların yüksek oluşu katılımcıların sosyal görünüş kaygısı düzeylerinin de yüksek oluşuna işaret etmektedir. Ölçeğin ilk maddesi ters olarak kodlanmaktadır. Ölçeğin geçerlilik çalışması için 512 kişilik bir katılımcıdan toplanan verilere açımlayıcı faktör analizi (AFA), ortaya çıkan yapının doğrulanması için 863 kişiden oluşan gruptan toplanan verilere doğrulayıcı faktör analizi (DFA) uygulanmıştır. Açımlayıcı faktör analizi sonucu faktör yükü .75'den küçük olan bir madde çıkartılmıştır. AFA sonucunda DFA uygulanmış ve tek boyutlu yapının iyi uyuma ($\chi^2 = 381.21$, $p < .001$, $RMSEA = .056$; $CFI = .99$; $TLI = .99$.) sahip olduğu görülmüştür (Hart vd., 2008). Ölçeğin Türkçe formunun geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları Doğan (2010) tarafından gerçekleştirilmiştir. 340 katılımcıdan elde edilen verilerle gerçekleştirilen açımlayıcı faktör analizi sonucunda örneklem uygunluk katsayısı (KMO) .94 ve Barlett küresellik testi χ^2 değeri ise 2674,01, $p < .001$ olarak bulunmuştur. AFA sonucunda, Ölçeğin orijinal formuyla tutarlı 16 madde ve tek boyuttan oluşan, toplam varyansın % 53,4'ünü açıklayan bir yapı elde edilmiştir. Elde edilen bu yapıyla gerçekleştirilen DFA sonucunda, Ki-kare değerinin ($\chi^2 = 143.79$, $N = 254$, $p = 0.01$) ve uyum indeksi değerlerinin ($RMSEA = 0.051$, $NFI = 0.98$, $CFI = 0.99$, $IFI = 0.99$, $RFI = 0.98$, $GFI = 0.93$ ve $AGFI = 0.90$) anlamlı olduğu görülmüştür. Ölçeğin Cronbach Alfa iç tutarlık katsayısı .93, test tekrar-test güvenilirlik katsayısı .85 ve test yarılama yöntemiyle hesaplanan güvenilirlik katsayısı .88 olarak bulunmuştur (Doğan, 2010).

Bulgular

DFA ait Bulgular

Ölçeğin faktör yüklerine ilişkin bulgular Şekil 1'de verilmiştir.



Şekil 1. SMGAO'nun Path Diagramı ve Faktör Yükleri

Test edilen modelin doğrulanması için belirli uyum iyiliği değerlerinin karşılanması gerekmektedir. Tablo 1'de Hu ve Bentler (1999)'e göre karşılanması gereken uyum iyiliği değerleri ve test edilen modele sonucu elde edilen uyum iyiliği değerlerine yer verilmiştir.

Tablo 1.

Normal, Kabul Edilebilir ve SMGAÖ Uyum İyiliği Değerleri

Uyum İndeksi	Normal Değer	Kabul Edilebilir Değer	SMGAÖ'den Elde Edilen Değer	Sonuç
χ^2/df	0-2	2-3	2.80	Kabul Edilebilir Uyum
RMSEA	$\leq .05$	$\leq .08$	0.08	Kabul Edilebilir Uyum
CFI	$\geq .95$	$\geq .90$	0.98	Mükemmel Uyum
GFI	$\geq .90$	$\geq .85$	0.91	Mükemmel Uyum
NFI	$\geq .95$	$\geq .90$	0.96	Mükemmel Uyum
NNFI	$\geq .95$	$\geq .90$	0.97	Mükemmel Uyum
IFI	$\geq .95$	$\geq .90$	0.98	Mükemmel Uyum
RFI	$\geq .95$	$\geq .90$	0.95	Mükemmel Uyum
AGFI	$\geq .90$	$\geq .85$	0.87	Kabul Edilebilir Uyum
SRMR	$\leq .05$	$\leq .08$	0.04	Mükemmel Uyum

Doğrulamalı faktör analizi sonuçlarına göre SMGAÖ'nin Tablo 2'de verilen geçerli uyum iyiliği ölçütlerini ($\chi^2/df=2.80$, $N=280$, $p=.001$; $RMSEA=.08$, $CFI=.98$; $GFI=.91$; $NFI=.96$; $NNFI=.97$; $IFI=.98$; $RFI=.95$; $AGFI=.87$; $SRMR=.04$) karşıladığı ve test edilen modelin doğrulandığı görülmektedir.

Ölçüt Geçerliğine Ait Bulgular

Analiz sonucunda iki ölçek arasındaki korelasyon katsayısının anlamlı olduğu görülmüştür ($n=280$; $r=.45$; $p=.00$). İki ölçek arasındaki bu ilişkinin 0.30 ile 0.69 arasında bulunması ile orta düzeyde bir ilişki olduğu söylenebilir (Büyüköztürk, 2011).

Sosyal Medyada Görünüş Algısı Ölçeği'nin maddelerinin toplam puanı yordama gücünü ve ayırt ediciliğini belirlemek üzere yapılan madde analizi ve %27'lik alt-üst grup karşılaştırmalarına ilişkin sonuçlar Tablo 2'de yer almaktadır.

Güvenirlilik ve Madde Analizine Ait Bulgular

Tablo 2.

Madde Ait Madde-Toplam Korelasyonları ve %27'lik Alt-Üst Grup Karşılaştırma

Madde No	Madde Toplam Korelasyonları n (280)			%27'lik Alt ve Üst Grup Farkına İlişkin t Değerleri	
	\bar{X}	Ss	r_{jx}	T	P
1	4.34	2.08	.72	-20.51	.000
2	3.76	2.14	.69	-19.75	.000
3	2.57	1.85	.66	-16.57	.000
4	2.00	1.27	.51	-11.03	.000
5	2.94	1.86	.72	-18.71	.000
6	1.83	1.18	.42	-9.49	.000
7	4.08	2.06	.60	-7.83	.000
8	3.41	2.07	.71	-14.00	.000
9	3.01	2.00	.72	-18.64	.000
10	4.70	2.09	.68	-19.19	.000
11	3.24	2.04	.62	-17.15	.000
12	3.13	1.84	.66		
13					

**($p<0.001$)

Büyüköztürk (2011), madde ayırt ediciliği için madde toplam korelasyonlarının .30 veya üstünde olmasının yeterli olacağını ifade etmektedir. Ölçekteki maddelerin düzeltilmiş madde toplam korelasyonları .38 ile .73 arasında değiştiği görülmektedir. Bu sonuçlara göre SMGAÖ'nün maddelerinin ayırt ediciliğinin yeterli olduğu söylenebilir. Ölçekten alınan toplam puana göre alt ve üst %27'lik grupların, madde puanlarının ortalamalarının karşılaştırılması için yapılan bağımsız t-testi sonucuna göre t değerlerinin anlamlı ($p<.001$) olduğu görülmüştür.

Sosyal Medya Görünüş Algısı Ölçeği'nin Cronbach Alfa iç tutarlılık güvenilirlik katsayısı .91 olarak hesaplanmıştır. SMGAÖ'nin güvenilirlik katsayısının .80 değerinden eşit ya da büyük olması ile ölçeğin güvenilirliğinin yüksek olduğu söylenebilir (Başol, 2016). SMGAÖ 2 hafta arayla 63 kişiden oluşan katılımcı gruba uygulanmış ve ölçeğin zaman içindeki güvenilirliği test edilmiştir. Gerçekleştirilen korelasyon analizi sonucunda, test tekrar test güvenilirliğinin .94 olduğu bulunmuştur. Kline (2000) test tekrar test güvenilirliği için ideal sınırın .80 olduğunu ifade etmektedir. Elde edilen sonuçlardan, uyarlanan SMGAÖ'nin güvenilir bir ölçme aracı olduğu anlaşılmaktadır.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Bu araştırmada, Choukas-Bradley vd. (2020) tarafından geliştirilen Sosyal Medyada Görünüş Algısı Ölçeği'nin Türkçe versiyonunun psikometrik özelliklerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla araştırmada, SMGAÖ'nin Türkçe'ye uyarlama sürecinde geçerlik ve güvenilirlik analizleri üç çalışma grubu üzerinden yürütülmüştür. Bu kapsamda öncelikle ilk çalışma grubu ile ölçeğin dilsel eşdeğerlik çalışmaları yürütülmüştür. Burada İngilizce'den Türkçe'ye İngilizce'den Türkçe'ye çift yönlü bir çeviri gerçekleştirilmiş ve çeviriler Türk kültürünün dil yapısına hâkim olan dil uzmanları tarafından değerlendirilmiştir. Borsa, Damásio ve Bandeira da (2012) psikolojik ölçme araçlarının uyarlama sürecinde ölçek maddelerinin kültürel olarak anlam değişimlerine, maddelerin hedef gruba uygun olup olmadığına ve ne kadar düzgün çeviri yapılmış olsa da maddelerin çevrildiği dilde aynı kavramları karşılayıp karşılamadığına bakılmasının önemli olduğunu belirtmişlerdir. İkinci çalışma grubunda madde analizi, yapı geçerliği ve ölçüt bağlantılı geçerlik analizleri yapılmıştır. Üçüncü çalışma grubunda ise ölçeğin zaman içindeki güvenilirliği test tekrar test güvenilirliği ile incelenmiştir. Araştırmada ölçeğin orijinal formundaki faktör yapısını doğrulamak için ise doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Kültürlerarası karşılaştırmalarda doğrulayıcı faktör analizinin kullanılması ölçek uyarlaması sırasında orijinal yapının korunup korunmadığının test edilmesinde oldukça önemlidir (Şahin, 1994). Bir ölçeğin başka bir dile uyarlanması sonucunda o ölçeğin faktör yapısında değişme olmaması beklenir (Büyüköztürk, 2011). Bu çalışmada da yapılan geçerlik ve güvenilirlik analizleri sonucunda, SMGAÖ'nin 13 maddeden ve tek boyuttan oluştuğu doğrulanmıştır. Bununla birlikte, SMGAÖ, 7'li Likert tipinde bir ölçektir. Ölçekte tersten kodlanan bir madde bulunmamaktadır. Ölçekten alınabilecek puanlar, 7-91 arasında değişmektedir. Ölçekten alınan yüksek puanlar ergenlerin sosyal medyada görünüş algısının yüksek olduğuna işaret etmektedir. Sosyal medyada görünüş algısının yüksek olması, ergenin sosyal medyada fiziksel görünüşüne, güzel ve çekici görünmeye önem verdiğini göstermektedir (Choukas-Bradley vd., 2020).

Ölçeğin Türkçeye çevrilme sürecinde, Türkçe form ve İngilizce form arasındaki ilişkinin korelasyon katsayısı .94 olarak hesaplanmıştır. Seçer (2015) dilsel eşdeğerlik için iki ölçek arasındaki ilişkinin .70'in üzerinde olması gerektiğini belirtmiştir. Elde edilen sonuçlara göre ölçeğin dilsel eşdeğerliğinin yeterli olduğu görülmektedir. Ölçeğin yapı geçerliği doğrulayıcı faktör analizleri ile incelenmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda ise ölçeğin tek boyutlu olarak iyi uyum verdiği ve kabul edilebilir bir uyum değerine sahip olduğu söylenebilir. SMGAÖ'nin geçerli uyum iyiliği ölçütlerini karşıladığı (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2016; Hu ve Bentler, 1999; Kline, 2011) ve test edilen modelin doğrulandığı görülmektedir. Ölçeğin madde analizi sonucunda, ölçek maddelerinin ayırt ediciliğinin ve ölçeği temsil gücünün yeterli olduğu söylenebilir. SMGAÖ'nin ölçüt bağlantılı geçerlik analizleri kapsamında "Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği" ile arasındaki ilişki incelenmiştir. Korelasyon analizi sonuçlarına göre, sosyal medyada görünüş algısı ile sosyal görünüş algısı arasında olumlu yönde orta düzeyde anlamlı ilişki olduğu görülmektedir. Ölçeğin güvenilirlik analizleri için yapılan iç tutarlık ve test tekrar test güvenilirlik analizleri sonucunda, yüksek düzeyde güvenilirliğe sahip olduğu görülmüştür. Alanyazında Cronbach-alfa iç tutarlık güvenilirlik katsayısı minimum değeri .70; düzeltilmiş madde toplam korelasyon değerlerinin .30 kriterinden büyük olması (Büyüköztürk, 2011; Erkuş, 2016) SMGAÖ'nin psikolojik ölçme aracı uyarlama kriterlerine uygun olduğunu göstermektedir. Alanyazında yapılan ölçek uyarlama çalışmaları incelediğinde (Gümüşten ve Irmak, 2020; Sarıçam ve Abdullah, 2020) çalışmamızla benzer süreçler ile ölçek uyarlama çalışmalarının yapıldığı görülmüştür.

Araştırmamızda ölçüt geçerliği için kullanılan sosyal görünüş kaygısı değişkeni ile ilgili alayazın incelendiğinde ise, sosyal görünüş kaygısı bireyin bedenine ilişkin algılarını içeren beden imajı ile açıklanmaktadır (Cash ve Fleming, 2002). Kişinin kendi dış görünüşü ile ilgili zihninde meydana

getirdiği resim, onun beden imajını ifade etmektedir (Moe, 1999). Beden imajı ergenin özgüven gelişiminde ve benlik saygısında etkili olan önemli faktörlerden biridir (Baybek ve Yavuz, 2005). Ergenlerde sağlıklı bir beden imajının oluşturulamaması sosyal görünüş kaygısına neden olmaktadır. Bireyin dış görünüşü ile alakalı hissettiği kaygı ile başka insanların onu değerlendirmesi ile ilgili yaşadığı kaygıların tümü sosyal görünüş kaygısı ile ifade edilmektedir. Bununla birlikte sosyal görünüş kaygısını olumsuz değerlendirilme korkusu (Levinson ve Rodebaugh, 2011), düşük benlik saygısı (Koçyiğit, 2021), aşırı sosyal medya kullanımı ile (Kocaman ve Kazan, 2021) açıklayan çalışmalar bulunmaktadır. Instagram gibi fotoğrafları beğenme ve yorum yapma, kendi paylaştığı fotoğraflarında beğenildiği ve yorum yapıldığı platformların kişilerin dış görünüşlerine ilişkin kaygılarında etkili olduğu bilinmektedir (Kırcaburun, 2017). Tüm bu bilgiler ışığında, SMGAÖ'nin uyarılma çalışmasının yapıldığı bu araştırmada ölçüt geçerliliği için sosyal görünüş kaygısı ölçeğinin kullanılmasının uygun olduğu düşünülebilir.

Ergen yaş grubunun gelişim özellikleri de dikkate alındığında, hızlı fiziksel değişimler ile beraber ergenlerin fiziksel görünüşlerine daha fazla odaklandıkları düşünülmektedir. Ergenlerin fiziksel görünüşüne ilişkin algılarının ruh sağlıkları üzerindeki etkilerine yönelik çok sayıda araştırmaya rastlanmaktadır (Aslan ve Zihni, 2018; Davison ve McCabe, 2006; Kılıçarslan ve Sanberk, 2016; Lindner ve Tantleff-Dunn, 2017; McCabe ve Ricciardelli, 2003; Taş, Ünlü, Öztürk-Çopur, Tüzün ve Özcebe, 2017; Yılmaz, 2017). Günümüzde teknolojik gelişmeler ve yaşanan pandemi koşullarında sosyal ilişkilerin sosyal medya üzerinden yürütülmesi de ergenlerin sosyal medyada yer alan görünüş algısına verdikleri önemi gündeme getirmektedir. Bununla birlikte, ergenin kendisine ilişkin algılarının akademik başarılarını da önemli ölçüde etkilemesi, okul ortamında kurulan arkadaş ilişkilerinde fiziksel görünüşün ön plana alınması ve fiziksel görünüş algısına önem veren ergenlerin okulda diğer arkadaşlarına zorbalık yapması açısından bu ölçeğin okulda kullanılmasının önemli olduğu düşünülebilir. Yurtdışı alan yazında ergenlerin sosyal medyada yer alan görünüşlerine ilişkin algılarını değerlendiren bir ölçeğe rastlanmakla (Choukas-Bradley vd., 2020) birlikte, Türkiye'de böyle bir ölçeğe rastlanmamıştır. Instagram, Snapchat ve Facebook gibi fotoğraf tabanlı sosyal medya platformlarının kullanımının artması ile (Anderson ve Jiang, 2018) ergenlerin sıklıkla bu sosyal medya hesaplarında yer alan çevrimiçi kitleyi düşünmesinin ve bu kitleye fiziksel olarak güzel ve çekici görünme isteğinin arttığı düşünülmektedir (Zheng, Ni ve Luo, 2019). Böylelikle ergenlerin sosyal medyada görünüşlerinin daha güzel ve çekici olmasını sağlamak için fotoğrafları ile oynamaları ile gerçeklik algısının ve benlik algısının olumsuz etkileneceği söylenebilir (Clay, Vignoles ve Dittmar, 2005). Fiziksel görünüşe ilişkin algıların ergenlik sürecini etkileyeceği düşünüldüğünden, bu ölçeğin ergen ruh sağlığına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte, fotoğraf tabanlı sosyal medya platformlarında yer alan fazla sayıda çevrimiçi kitleye sahip olan hesapların fiziksel çekiciliği ve güzelliği vurgulayan paylaşımlarda bulunmasının ergenlerin fiziksel görünüşüne ilişkin duygu ve düşüncelerini olumsuz etkilemesine, ergenlerin yaşamlarını fiziksel görünüş odaklı yürütmelerine, baskın olan güzellik standartlarının gelişmesine ve toplumda bir vücut memnuniyetsizliğinin gelişmesine sebep olabilir. Bu bağlamda, ergenlerin sosyal medyada görünüş algısının ölçülmesinin toplum ruh sağlığına da katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Sosyal Medyada Görünüş Algısı Ölçeği'nin (SMGAÖ) Türkçe'ye uyarlandığı bu çalışmadaki bulgular, SMGAÖ'nin Türkçe formunun istenilen psikometrik özelliklere sahip geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğunu ve göstermektedir. Bununla birlikte, araştırmanın verileri 2020-2021 eğitim öğretim yılı içerisinde İstanbul ilinde lise eğitimine devam eden öğrenciler ile sınırlıdır. Bu doğrultuda, araştırmacılara farklı şehirlerde ve farklı eğitim kademelerinde yer alan ergenler üzerinden SMGAÖ'nin uygulanması önerilebilir. Bununla birlikte ergenlerin sosyal medyada görünüş algısını etkileyen faktörlerin nicel ve nitel yöntemler ile incelenmesi önerilebilir. Okullarda çalışan psikolojik danışmanlara ise sosyal medyada görünüş algısı yüksek olan, sosyal medyada fiziksel görünümüne odaklı olan ergenler ile benlik algısı konusunda çalışmalar yapılması önerilebilir. Ölçeğin, bu öğrencilerin tespitinde de önemli bir yere sahip olduğu düşünülmektedir.

Lisans Bilgileri

e-Kafkas Eğitim Araştırmaları Dergisi'nde yayınlanan eserler Creative Commons Atıf-GayriTicari-Türetilmez 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

Copyrights

The works published in e-Kafkas Journal of Educational Research are licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.

Yazar Katkı Oranları

Araştırmada yer alan her yazar çalışmanın her aşamasında eşit katkı sağlamıştır.

Etik Beyannamesi

Bu alışmada ‘‘Yükseköęretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etięi Yönergesi’’ kapsamında belirtilen kurallara uyulduğunu ve ‘‘Bilimsel Araştırma ve Yayın Etięine Aykırı Eylemler’’ başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbirini gerekleştirmediğimizi beyan ederiz. Aynı zamanda yazarlar arasında çıkar çatışmasının olmadığını, tüm yazarların çalışmaya katkı sağladığını ve her türlü etik ihlalinde sorumluluğun makale yazarlarına ait olduğunu bildiririz.

Etik Kurul İzin Bilgileri

Etik kurul adı: Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu

Etik kurul karar tarihi: 29.04.2021

Etik kurul belgesi sayı numarası: 2021/02

Kaynakça

- Adams, J. F. (1995). *Ergenliği anlama*. Ankara: İmge Yay.
- Anderson, M. ve Jiang, J. (2018). Teens, social media & technology 2018. *Pew Research Center*, 31, 1673-1689.
- Aslan, H. ve Zihni, K. (2018). Ortaokul öğrencilerinin beden imajı ve sosyal kaygı düzeyleri. *Eğitim Kuram ve Uygulama Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 65-77.
- Başol, G. (2016). *Eğitimde ölçme ve değerlendirme*. Ankara: Pegem Akademi.
- Baybek, H. ve Yavuz, S. (2005). Muğla Üniversitesi öğrencilerinin benlik saygılarının incelenmesi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14, 73-95.
- Bee, H. ve Boyd, D. (2009). *Çocuk gelişim psikolojisi*. İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Borsa, J. C., Damásio, B. F. ve Bandeira, D. R. (2012). Cross cultural adaptation and validation of psychological instruments: Some considerations. *Paidéia*, 22(53), 423-432. <https://dx.doi.org/10.1590/S0103-863X2012000300014>
- Büyüköztürk, Ş. (2011). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem Akademi.
- Calancie, O., Ewing, L., Narducci, L. D., Horgan, S. ve Khalid-Khan, S. (2017). Exploring how social networking sites impact youth with anxiety: a qualitative study of Facebook stressors among adolescents with an anxiety disorder diagnosis. *Cyberpsychology*, 11(4), 1-20. <https://dx.doi.org/10.5817/CP2017-4-2>
- Cash, T. F. ve Fleming E. C. (2002). The impact of body image experiences: Development of the body image quality of life inventory. *Journal of Eating Disorder*, 31, 455-460. <https://dx.doi.org/10.1002/eat.10033>
- Cataldo, I., Lepri, B., Neoh, M. J. Y. ve Esposito, G. (2021). Social media usage and development of psychiatric disorders in childhood and adolescence: A review. *Frontiers in Psychiatry*, 11, 1332-1347. <https://dx.doi.org/10.3389/fpsy.2020.508595>
- Chang, L., Li, P., Loh, R. S. M. ve Chua, T. H. H. (2019). A study of Singapore adolescent girls' selfie practices, peer appearance comparisons, and body esteem on Instagram. *Body Image*, 29, 90-99. <https://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.03.005>
- Choukas-Bradley, S., Nesi, J., Widman, L. ve Galla, B. M. (2020). The appearance-related social media consciousness scale: development and validation with adolescents. *Body Image*, 33, 164-174. <https://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.02.017>
- Chua, T. H. H. ve Chang, L. (2016). Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls' engagement in self-presentation and peer comparison on social media. *Computers in Human Behavior*, 55, 190-197. <https://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.011>
- Clay, D., Vignoles, V. L. ve Dittmar, H. (2005). Body image and self-esteem among adolescent girls: Testing the influence of sociocultural factors. *Journal of Research on Adolescence*, 15(4), 451-477. <https://dx.doi.org/10.1111/j.1532-7795.2005.00107.x>
- Çetin, B., Doğan, T. ve Sapmaz, F. (2010). Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Ölçeği Kısa Formu'nun Türkçe uyarlaması: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Eğitim ve Bilim*, 35(156), 205-216.
- Çetinkaya, B., Gülaçtı, F. ve Çiftci, Z. (2019). Lise öğrencilerinin sosyal görünüş kaygı düzeylerinin bazı değişkenlere göre incelenmesi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 10(17), 904-922. <https://dx.doi.org/10.26466/opus.523444>
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, S. (2016). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: Spss ve Lisrel uygulamalar*. Ankara: Pegem Akademi.
- Davison, T. E. ve McCabe, M. P. (2006). Adolescent body image and psychosocial functioning. *The Journal of Social Psychology*, 146(1), 15-30. <https://dx.doi.org/10.3200/SOCP.146.1.15-30>
- Doğan, T. (2010). Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nin (SGKÖ) Türkçe uyarlaması: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 39(39), 151-159.
- Erkuş, A. (2016). *Psikolojide ölçme ve ölçek geliştirme-1. Temel kavramlar ve işlemler*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Gioia, F., McLean, S., Griffiths, M. D. ve Boursier, V. (2021). Adolescents' selfie-taking and selfie-editing: A revision of the photo manipulation scale and a moderated mediation model. *Current Psychology*, 5, 1-17. <https://dx.doi.org/10.1007/s12144-021-01702-x>

- Gioia, F. ve Boursier, V. (2019). Treatment of internet addiction and internet gaming disorder in adolescence: a systematic review. *Multifaceted Approach To Digital Addiction And Its Treatment*, 1, 157-176. <https://dx.doi.org/10.4018/978-1-5225-8449-0.ch008>
- Griffiths, M. D. ve Kuss, D. (2017). Adolescent social media addiction (revisited). *Education and Health*, 35(3), 49-52.
- Gümüştan, D. ve Irmak, T. Y. (2020). Mahremiyet İhlali Ölçeği'nin uyarılama çalışması. *Nesne*, 8(17), 202-213. <https://dx.doi.org/10.7816/nesne-08-17-04>
- Hambleton, R. ve Patsula, L. (1999). Increasing the validity of Adapted Tests: Myths to be avoided and guidelines for improving test adaptation practices. *Journal of Applied Testing Technology*, 1(1), 1-16.
- Hart, T. A., Flora, D. B., Palyo, S. A., Fresco, D. M., Holle, C. ve Heimberg, R. C. (2008). Development and Examination of the Social Appearance Anxiety Scale. *Assessment*, 15, 48-59. <https://dx.doi.org/10.1177/1073191107306673>
- Havighurts, R. J. (1972). *Developmental tasks and education*. New York: McKay.
- Hovardaoğlu, S. (1992). Vücut Algısı Ölçeği. *Psikiyatri, Psikoloji, Psikofarmakoloji Dergisi*, 1(1), 26-27.
- Hu, L. T. ve Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55. <https://dx.doi.org/10.1080/10705519909540118>
- Kaya, F. ve Oğurlu, Ü. (2015). The relationship among self-esteem, intelligence, and academic achievement. *Journal of Human Sciences*, 12(1), 951-965. <https://dx.doi.org/10.14687/ijhs.v12i1.3089>
- Keles, B., McCrae, N. ve Grealish A. (2020). A systematic review: the influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents. *Int J Adolesc Youth*, 25, 79-93. <https://dx.doi.org/10.1080/02673843.2019.1590851>
- Kılıçarslan, S. ve Sanberk, İ. (2016). The study of the relationship between the self esteem, body mass index and life quality of adolescents. *Journal of Human Sciences*, 13(2), 3211-3220. <https://dx.doi.org/10.14687/jhs.v13i2.3850>
- Kırcaburun, K. (2017). *Üniversite öğrencilerinde instagram bağımlılığı, kişilik özellikleri ve kendini sevme arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling: Issues and practical considerations*. New York: The Guildford Press.
- Kline, P. (2000). *Handbook of psychological testing*. London: Routledge.
- Koca, F. ve Dadandı, İ. (2019). Akademik öz-yeterlik ile akademik başarı arasındaki ilişkide sınav kaygısı ve akademik motivasyonun aracı rolü. *İlköğretim Online*, 18(1), 241-252. <https://dx.doi.org/10.17051/ilkonline.2019.527207>
- Kocaman, G. ve Kazan, H. (2011). Lise düzeyinde öğrenim gören öğrencilerin instagram bağımlılıkları ve sosyal görünüş kaygıları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 18(40), 2638-2664. <https://dx.doi.org/10.26466/opus.877656>
- Koçyiğit, A. (2021). *Lise öğrencilerinin mükemmeliyetçi öz sunum düzeyleri ile sosyal görünüş kaygıları ve benlik saygıları arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Lenhart, A. (2015). Teens, social media and technology overview 2015. <http://www.pewinternet.org/2015/04/09/teens-social-media-technology-2015/>
- Levinson, C. A. ve Rodebaugh, T. L. (2011). Validation of the Social Appearance Anxiety Scale: Factor, convergent, and divergent validity. *Assessment*, 18(3), 350-356. <https://dx.doi.org/10.1177/1073191111404808>
- Lindner, D. ve Tantleff-Dunn, S. (2017). The development and psychometric evaluation of the Self-Objectification Beliefs and Behaviors Scale. *Psychology of Women Quarterly*, 41(2), 254-272. <https://dx.doi.org/10.1177/0361684317692109>
- Lonergan, A. R., Bussey, K., Fardouly, J., Griffiths, S., Murray, S. B., Hay, P. ve Mitchison, D. (2020). Protect me from my selfie: Examining the association between photo-based social media behaviors and self-reported eating disorders in adolescence. *International Journal of Eating Disorders*, 53(5), 755-766. <https://dx.doi.org/10.1002/eat.23256>

- Lloyd, A. (2014). Social media, help or hindrance: What role does social media play in young people's mental health. *Psychiatr Danub*, 26(1), 340–346.
- Markey, C. N. (2010). Invited commentary: Why body image is important to adolescent development. *J Youth Adolescence*, 39, 1387–1391. <https://dx.doi.org/10.1007/s10964-010-9510-0>
- Marsh, H. W., Richards, G. E., Johnson, S., Roche, L. ve Tremayne, P. (1994). Physical Self Description Questionnaire: Psychometric properties and a multitrait-multimethod analysis of relations to existing instruments. *Journal of Sport and Exercise psychology*, 16(3), 270-305. <https://dx.doi.org/10.1123/jsep.16.3.270>
- McCabe, M. P. ve Ricciardelli, L. A. (2003). Sociocultural influences on body image and body changes among adolescent boys and girls. *The Journal of Social Psychology*, 143(1), 5-26. <https://dx.doi.org/10.1080/00224540309598428>
- McCrae, N., Gettings, S. ve Pursell, E. (2017). Social media and depressive symptoms in childhood and adolescence: A systematic review. *Adolescent Research Review*, 2(4), 315-330. <https://dx.doi.org/10.1007/s40894-017-0053-4>
- McLean, S. A., Jarman, H. K. ve Rodgers, R. F. (2019). How do “selfies” impact adolescents' well-being and body confidence? A narrative review. *Psychology research and behavior management*, 12, 513-526. <https://dx.doi.org/10.2147/PRBM.S177834>
- McLean, S. A., Paxton, S. J., Wertheim, E. H. ve Masters, J. (2015). Photoshopping the selfie: Self photo editing and photo investment are associated with body dissatisfaction in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 48(8), 1132-1140. <https://dx.doi.org/10.1002/eat.22449>
- Moe, B. (1999). *Understanding the causes of a negative body image*. New York: The Rozen Publishing Group.
- Monacis, L., Griffiths, M. D., Limone, P., Sinatra, M. ve Servidio, R. (2020). Selfitis behavior: Assessing the Italian version of the Selfitis Behavior Scale and its mediating role in the relationship of dark traits with social media addiction. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(16), 5738-5745. <https://dx.doi.org/10.3390/ijerph17165738>
- Meier, E. P. ve Gray, J. (2014). Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17(4), 199-206. <https://dx.doi.org/10.1089/cyber.2013.0305>
- Murphy, E., Dooley, B., Menton, A. ve Dolphin, L. (2016). What factors mediate the relationship between global self-worth and weight and shape concerns?. *Eating Behaviors*, 21, 142-149. <https://dx.doi.org/10.1016/j.eatbeh.2016.01.004>
- Pelosi, A., Zorzi, G. ve Corsano, P. (2014). The "Body Image Control in Photos Questionnaire"(BICP). *BPA-Applied Psychology Bulletin (Bollettino di Psicologia Applicata)*, 62(269), 42-52. <https://dx.doi.org/10.1037/t35916-000>
- Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*, 71(11), 1–15. <https://dx.doi.org/10.1007/s11199-014-0384-6>
- Pesa, J. A., Syre, T. R. ve Jones, E. (2000). Psychosocial differences associated with body weight among girl adolescents: The importance of body image. *Journal of Adolescent Health*, 26, 330–337. [https://dx.doi.org/10.1016/S1054-139X\(99\)00118-4](https://dx.doi.org/10.1016/S1054-139X(99)00118-4)
- Presnell, K., Bearman, S. K. ve Madeley, M. C. (2007). Body dissatisfaction in adolescent females and males: Risk and resilience. *Prevention Researcher*, 14(3), 3-6.
- Radovic, A., Gmelin, T., Stein, B. D. ve Miller, E. (2017). Depressed adolescents' positive and negative use of social media. *J Adolesc*, 55, 5–15. <https://dx.doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.12.002>
- Rapee, R. M., Oar, E. L., Johnco, C. J., Forbes, M. K., Fardouly, J., Magson, N. R. ve Richardson, C. E. (2019). Adolescent development and risk for the onset of social-emotional disorders: A review and conceptual model. *Behaviour Research and Therapy*, 123, 1-14. <https://dx.doi.org/10.1016/j.brat.2019.103501>
- Rosenblum, G. D. ve Lewis, M. (1999). The relations among body image, physical attractiveness, and body mass in adolescence. *Child Development*, 70(1), 50-64. <https://dx.doi.org/10.1111/1467-8624.00005>

- Sarıçam, H. ve Abdullah, M. (2020). Düşünce Kontrol Yeteneği Ölçeğinin Türkçe versiyonu: Bir ölçek uyarlama çalışması. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(2), 254-270. <https://dx.doi.org/10.17860/mersinefd.619831>
- Seçer, İ. (2015). *Psikolojik test geliştirme ve uyarlama süreci*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Siibak, A. (2009). Constructing the self through the photo selection-visual impression management on social networking websites. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 3(1), 1-9.
- Spurr, S., Berry, L. ve Walker, K. (2013). Exploring adolescent views of body image: the influence of media. *Issues in Comprehensive Pediatric Nursing*, 36(12), 17-36. <https://dx.doi.org/10.3109/01460862.2013.776145>
- Steinsbekk, S., Wichstrøm, L., Stenseng, F., Nesi, J., Hygen, B. W. ve Skalická, V. (2021). The impact of social media use on appearance self-esteem from childhood to adolescence—A 3-wave community study. *Computers in Human Behavior*, 114, 1-7. <https://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2020.106528>
- Stice, E. (2001). A prospective test of the dual-pathway model of bulimic pathology: Mediating effects of dieting and negative affect. *J Abnorm Psychol*, 110(1), 124-135. <https://dx.doi.org/10.1037/0021-843X.110.1.124>
- Szwedo, D. E., Mikami, A. Y. ve Allen, J. P. (2011). Qualities of peer relations on social networking websites: predictions from negative mother-teen interactions. *J Res Adolesc*, 21, 595-607. <https://dx.doi.org/10.1111/j.1532-7795.2010.00692.x>
- Şahin, N. (1994). Psikoloji araştırmalarında ölçek kullanımı. *Türk Psikoloji Dergisi*, 9(33), 19-26.
- Şekercioğlu, G. ve Güzeller, C. O. (2012). Ergenler için benlik algısı profili'nin faktör yapısının yeniden değerlendirilmesi. *Bilig Dergisi*, 60, 215-236.
- Şirin, E. (2015). *Ergenlerin vücut kitle indeksi ile sosyal görünüş kaygı düzeyi ve benlik saygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Haliç Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Taş, D., Ünlü, H., Öztürk-Çopur, E., Tüzün, Z. ve Özcebe, L. H. (2017). Ergenlerde beden algısının yaşam kalitesi ve öz yeterlilik ile ilişkisi. *Dr. Behçet Uz Çocuk Hastanesi Dergisi*, 7(2), 133-140.
- Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M. ve Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. Washington, DC, US: American Psychological Association.
- Tiggemann, M. (2011). Sociocultural perspectives on human appearance and body image. T. F. Cash ve L. Smolak (Eds.), *Body image: A handbook of science, practice, and prevention* (ss. 12-19). New York: The Guilford Press.
- Tucci, S. ve Peters, J. (2008). Media influences on body satisfaction in female students. *Psicothema*, 20(4), 521-524.
- Twenge, J. M. (2019). More time on technology, less happiness? Associations between digital-media use and psychological well-being. *Curr Dir Psychol Sci*, 28, 372-379. <https://dx.doi.org/10.1177/0963721419838244>
- Voelker, D. K., Reel, J. J. ve Greenleaf, C. (2015). Weight status and body image perceptions in adolescents: Current perspectives. *Adolescent Health, Medicine and Therapeutics*, 6, 149-158. <https://dx.doi.org/10.2147/AHMT.S68344>
- Wertheim, E. H. ve Paxton, S. J. (2011). Body image development in adolescent girls. T. F. Cash ve L. Smolak (Eds.), *Body image: A handbook of science, practice, and prevention* (ss. 76-84). The Guilford Press.
- Wood, M. A., Bukowski, W. M. ve Lis, E. (2016). The digital self: how social media serves as a setting that shapes youth's emotional experiences. *Adolescent Research Review*, 1, 163-173. <https://dx.doi.org/10.1007/s40894-015-0014-8>
- Wu, Y. J., Outley, C., Matarrita-Cascanti, D. ve Murphrey, T. P. (2016). A systematic review of recent research on adolescent social connectedness and mental health with internet technology use. *Adolescent Research Review*, 1, 153-162. <https://dx.doi.org/10.1007/s40894-015-0013-9>
- Yau, J. C. ve Reich, S. M. (2019). "It's just a lot of work": Adolescents' self-presentation norms and practices on Facebook and Instagram. *Journal of Research on Adolescence*, 29(1), 196-209. <https://dx.doi.org/10.1111/jora.12376>

- Yılmaz, B. (2017). *Bir grup lise öğrencisinin internet kullanımlarının beden algıları ve yeme tutumları ile ilişkisi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Işık Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yörükoğlu, A. (1989). *Çocuk ruh sağlığı*. İstanbul: Acar Matbaacılık Tesisleri.
- Zheng, D., Ni, X. L. ve Luo, Y. J. (2019). Selfie posting on social networking sites and female adolescents' self-objectification: The moderating role of imaginary audience ideation. *Sex Roles*, 80(5), 325-331. <https://dx.doi.org/10.1007/s11199-018-0937-1>

Extended Summary

Introduction

Adolescents are known to use photo-based social media platforms such as Instagram, Snapchat and Facebook rather widely (Anderson and Jiang, 2018; Gioia and Boursier, 2019). It is observed that sharing selfies, filtering, sending, sharing, tagging photos, and commenting are also included in the adolescents' social interactions, free time activities and their way of existence in addition to turning their daily life into a more photographic lifestyle through these platforms (Griffiths and Kuss, 2017; McLean et al., 2019). It is known that adolescents are physical appearance focused and concerned with their physical appearances in these activities they do on photo-based social media platforms (Siibak, 2009).

Since photo-based social media platforms offer strong interactions with other people and public comments on photos, adolescents feel pressure about the photos of themselves they share on social media (Perloff, 2014). In research, adolescents also report that they experienced pressure to "look perfect" on the social media accounts they use, and to do so, they carefully select their posts and edit their photos (Chua and Chang 2016). Adolescents' perception of their physical appearance has an important place on adolescent's mental health (Wertheim and Paxton, 2011). When the literature in Turkey is examined, there are scales that evaluate the social appearance anxiety of adolescents (Doğan, 2010), the fear of negative evaluation (Cetin, Doğan and Sapmaz, 2010), body perception (Hovardaoglu, 1992), but there are no scales that address appearance-related social media consciousness. In order to have a healthy developmental period, adolescents are expected to adapt to the physical changes that occur in their bodies and embrace their physical appearance and new identity (Pelosi et al., 2014). In this context, considering the usage rate and the effects of the photo-based social media platforms, it is important to bring a scale concerned with adolescents' perception of their physical appearance in photographs on social media platforms that are modified and edited by themselves into Turkish literature, especially in terms of its contribution and adolescent mental health.

Method

The study group consists of 376 high school students studying in different types of high schools in Istanbul. Three separate study groups are involved in the study. Language equivalence study in the first study group includes 33 students that speak English and Turkish, 19 of whom are girls (57.6%) and 14 of whom are boys (42.4%). Students' ages range from 16 to 17 ($X=16.4$, $ss=1.05$) The second study group consists of 280 students, 183 of whom were girls (65%) and 97 of whom were boys (35%), for item analysis, structure validity, confirmatory factor analysis and criterion-related validity studies. Students' ages range from 14 to 18 ($X=15.68$, $ss=1.11$). In addition, in the third study group, there were 63 students, 37 of whom were girls and 26 of whom were boys, for test-retest reliability of the scale. Students' ages range from 14 to 18 ($X=15.73$, $ss=1.18$).

Prior to the adaptation of the scale, whether the scale had been adapted before, and similar studies were researched. When it was found that the scale was not adapted to Turkish, Sophia Choukas-Bradley, the lead author of the original scale, was contacted by email and the necessary permission was obtained to adapt the scale. Then, an ethics Committee permission was obtained from the Social and Humanities Ethics Committee of a State University (Meeting No: 2021/02). Due to the pandemic conditions, the data were collected via Google Forms on the internet.

In the analysis of the data, correlation analysis was applied for linguistic equivalence and criterion-related validity of the scale, and explanatory factor analysis (EFA) and confirmatory factor analysis (CFA) were applied for structure validity. The reliability of the scale was analyzed by internal consistency and test-retest method. Item analysis was done by Independent t-test to test adjusted item-total score correlations and whether items distinguish the lower and upper 27% groups. LISREL 8.88 and SPSS 24.0 programs were used for validity and reliability analysis. Appearance-Related Social Media Consciousness Scale (ASMC) and Social Appearance Anxiety Scale (SAAS) were used as data collection tools in the research.

Findings

In the linguistic validity studies of the scale, it was translated to Turkish with professional help and after that, the translated Turkish version was translated back into English and it was revealed that

the translation was compatible with the original. Turkish form was applied to 33 people who are competent in English, with 15-day intervals. The correlation coefficient between Turkish and English forms was calculated as .94. According to the results obtained, the linguistic equivalence of the scale is sufficient.

In order to determine the predictive power and distinctiveness of the total score of the items of the scale, item analysis, and lower-upper group comparisons of 27% were performed. According to the analysis results, the adjusted item total score correlation of the items on the scale vary between .38 and .73. According to these results, it can be said that the distinctiveness of the items of ASMC is sufficient. According to the independent *t*-test result, which was conducted to compare the average value of the item scores of the lower and upper 27% groups according to the total score taken from the scale, the *t* values were significant ($p < .001$).

According to the results of the confirmatory factor analysis conducted for the structure validity of the scale, it is seen that the ASMC meets the valid criteria for goodness of fit given in Table 2 ($\chi^2/df=2.80$, $N=280$, $p=.001$; $RMSEA=.08$, $CFI=.98$; $GFI=.91$; $NFI=0.96$; $NNFI=0.97$; $IFI=.98$; $RFI=.95$; $AGFI=.87$; $SRMR=.04$), and the model tested has been verified.

For criterion-related validity, the correlation between perception of appearance in social media and variables of social appearance anxiety were analyzed. Correlation coefficient obtained as a result of the analysis was found as .45. It can be said that this relationship between the two scales is a moderate relationship with the fact that it is between 0.30 and 0.69 (Büyüköztürk, 2011).

Cronbach Alpha internal consistency reliability coefficients that are made for reliability analyses of Appearance-Related Social Media Consciousness scale, for the entire scale, were calculated as .91. ASMC was applied to a group of 63 participants with 2-week intervals and the reliability of the scale over time was tested. As a result of the correlation analysis performed, the test retests the reliability of the test was found as .94.

Discussion, Conclusion and Recommendations

In this study, validity and reliability analyses were carried out in the process of adapting ASMC to Turkish through three study groups. As a result of the validity and reliability analyses, it was confirmed that ASMC consists of 13 items and one dimension. ASMC is a 7-point Likert scale. There are no reverse coded items on the scale. Scores that can be obtained from the scale range from 7 to 91. High scores on the scale indicate a high perception of appearance on social media. A high perception of appearance on social media indicates that an adolescent cares about their physical appearance, looking beautiful and attractive on social media (Choukas-Bradley, et al., 2020).

During the scale's translation process into Turkish, the correlation coefficient between Turkish and English forms was calculated as .94. Seçer (2015) stated that for linguistic equivalence, the relationship between two scales should be over 70. According to the results obtained, the linguistic equivalence of the scale is sufficient. The structural validity of the scale was analyzed by explanatory and confirmatory factor analyses. According to the analysis results, it is seen that the ASMC meets the valid criteria for goodness of fit (Çokluk et al., 2016; Hu and Bentler, 1999; Kline, 2011) and the model tested has been verified. As a result of the substance analysis of the scale, it can be said that the distinctiveness of the substances of the scale and the power to represent the scale are sufficient. ASMC's relationship with the "Social Appearance Anxiety Scale" was examined within the scope of the criteria-related validity analyses. According to the results of the correlation analysis, a positive moderately significant relationship between the perception of appearance in social media and perception of social appearance was observed. As a result of internal consistency and test-retest reliability analyses conducted for scale reliability analyses, it was found that the scale had a high level of reliability.

As a result, the findings obtained from the study show that the Turkish form of ASMC is a valid and reliable measurement tool with the desired psychometric characteristics. However, the data of the study are limited to students who pursue their high school education in Istanbul province during the 2020-2021 academic year. Due to this, researchers may be advised to apply PAISMS to adolescents in different cities and different levels of education. However, it may be recommended to examine the factors affecting the perception of adolescents' appearance in social media using quantitative and

qualitative methods. Psychological counselors working in schools may be recommended to conduct studies on self-perception with adolescents who have high perception of appearance on social media and who are focused on their physical appearance on social media. The scale is also thought to have an important place in detecting these students.