

**ERGENLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIMI ODAĞINDA ÖZ-ŞEFKATİN
ROLÜNÜ ANLAMAK****Kadriye ÖZYAZICI*****Oğuz EMRE******Özet**

Bu araştırmada, ergenlerin öz-şefkat odağında sosyal medya kullanımına ilişkin görüşleri incelenmiştir. Araştırmanın çalışma grubunu 13-16 yaş arası 26 ergen oluşturmaktadır. Bu araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden olgu bilim (fenomenoloji) deseninden yararlanılmıştır. Araştırmanın verileri araştırmacılar tarafından geliştirilen yarı yapılandırılmış görüşme formu ile toplanmıştır. Elde edilen veriler içerik analizi yoluyla çözümlenmiştir. Araştırma bulgularına göre katılımcılar; Instagram, Youtube, Snapcat, Tiktok, Twiter uygulamalarını bir saat ile sekiz saat arasında aktif olarak kullanmaktadır. Ergenlerin sosyal medyayı en sık “ilgi alanlarına yönelik hesapları takip”, “akranların takibi”, “eğlence ve fenomenleri takip” amacı ile kullandıkları görülmüştür. Ergenlerin, sosyal medya takip ettikleri paylaşımlardan mutluluk duymanın yanı sıra paylaşımları gördüklerinde sıklıkla olumsuz hislere kapıldıkları sonucuna ulaşılmıştır. Ergenlerde, sosyal medya paylaşımlarının takibinin ardından dış görünüşünü yetersiz bulmak, arkadaşlarıyla birlikte o paylaşımda yer almayı istemek, özenme, mutsuz hissetme, yaşam şartları ve mali şartları yetersiz hissetmek, moralinin bozulması, kızgın hissetmek temalarının sıkça tekrar ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Ergenler bu paylaşımları takip ettiklerinde kendi bedenlerine yönelik eleştiri yaptıklarını ve kendilerini daha az başarılı bulduklarını ifade etmişlerdir. Ergenlerin bir kısmının paylaşım yapmayı sosyal medyada sadece izleyici olduğu ya da bir ‘private’ hesaptan paylaşım yaptığı bulgusuna ulaşılmıştır. Sosyal medya paylaşımları yüksek oranda beğeni ya da etkileşim almadığında kendilerini üzgün, utanmış, pişman hissettiklerini ve bir kısmı da böyle bir durum karşısında paylaşımı silebileceğini ifade etmiştir. Sosyal medya paylaşımlarına karşı alaycı bir tavırdaki etkileşim aldıklarında, katılımcıların bir kısmı bu durumu umursamayacağını ifade ederken bir kısmı da üzgün, öfkeli, tedirgin, kinlenmiş, özgüven eksikliği hissetmiş olduklarını ifade etmişlerdir. Ergenlerin bir kısmı fenomenlerin paylaşımlarını izlediğinde kendilerini onlarla kıyaslayabileceğini, bir kısmı ise paylaşımlardan olumsuz etkilenmediğini ifade etmiştir.

Anahtar Kelimeler: Ergen, sosyal medya kullanımı, öz-şefkat.

**UNDERSTANDING THE ROLE OF SELF-COMPASSION IN THE FOCUS OF
ADOLESCENTS' SOCIAL MEDIA USE****Abstract**

In this study, the views of adolescents on the use of social media in the focus of self-compassion were examined. The study group of the research consists of 26 adolescents between the ages of 13-16. In this study, phenomenology design, one of the qualitative research methods, was used. The data of the study were collected with a semi-structured interview form developed by the researchers. The obtained data were analyzed through content analysis. According to the research findings, the participants; He actively uses Instagram, Youtube, Snapcat, Tiktok, Twiter applications for an hour to eight hours. It has been observed that adolescents use social media most frequently to follow accounts related to their interests, to follow peers, to follow entertainment and phenomena. In addition to being happy with the shares they follow on social media, it has been concluded that adolescents often have negative feelings when they see the posts. After following the social media posts, it was concluded that the themes of finding his external view inadequate, wanting to take part in that post with his friends, feeling embarrassing or even feeling unhappy, feeling inadequate in living conditions and financially, depressed mood, feeling angry

* Öğr. Gör. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Yıldızeli MYO, kozyazici@cumhuriyet.edu.tr. ORCID ID - 0000-0003-2559-5816

** Doç. Dr. İnönü Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi, oguz.emre@inonu.edu.tr. 0000-0001-6810-3151

Araştırma Makalesi

Sayfa Sayısı: 875-898

Makale Geliş Tarihi:01.06.2022

Makale Kabul Tarihi: 18.07.2022

Makale Yayın Tarihi: 31.08.2022

frequently repeated. Adolescents stated that when they follow these posts, they criticize their own bodies and find themselves less successful. It has been found that some of the adolescents do not share and are only viewers on social media or share from a 'private' account. When social media posts do not receive a high rate of likes or interactions, they feel sad, embarrassed, and regretful, and some of them stated that they would delete the post in such a situation. While some of the participants stated that they would not care about their social media posts when they received interaction with a cynical attitude, some of them stated that they felt sad, angry, uneasy, resentful, and lack of self-confidence. Adolescents stated that when they watch the posts of phenomena, they can compare themselves with them, and some of them do not negatively affect their posts.

Keywords: Adolescent, social media use, self-compassion.

1. GİRİŞ

Adölesan dönem fizyolojik ve çevresel faktörlerin etkisinde fiziksel, bilişsel ve sosyo-duygusal gelişim için kritik bir evredir. Bu dönemde hızlı büyüme ve gelişime uyum sağlama çabasının yanı sıra duygusal ve sosyal değişimler yoğun olarak yaşanmaktadır (Donovan vd., 2016). Gelişim dönemi zorluklarının yanı sıra ebeveynlerle çatışmalar, ruh halindeki değişiklikler, akran ilişkileri en yaygın stresörler arasındadır (De Jong vd., 2012). Son yıllarda gelişim dönemi zorluklarının yanı sıra ergenlerin hayatlarında yeni etki faktörü sosyal medyadır. Sosyal medya uygulamalarının kullanımındaki artış ergenlerin davranışlarını ve yaşantılarını şekillendirmektedir (Nesi vd., 2018). Küresel bir eğilimle ergenler kimlik ve sosyo-duygusal gelişimlerini önemli oranda etkileyen sosyal medyayı sıklıkla eğlence ve iletişim aracı olarak kullanmaktadırlar (Gibbons ve Poelker, 2020). Sosyal çevrelerinin büyük bölümüne çevrimiçi olarak anında erişilebilmesi sosyal etkileşimin dinamiklerini kökten değiştirmektedir (Grieve vd., 2013). Sosyal medya platformlarının kolay ulaşılabilirliği akranlar arası sosyal etkileşimi ve paylaşımın yoğunluğunu artırmaktadır. Akranlarla iletişim kurmak ve sürdürmek için etkin bir araç olmanın yanı sıra bu platformlar takdir toplamak, kimlik kazanımı gibi önemli misyonları da yerine getirmektedir (Kietzmann vd., 2011). Sosyal ağ kullanım süresinin yanı sıra burada sürdürülen iletişimin kalitesi sosyal medya normlarını belirlemektedir. Bu iletişim türünde sosyal medya dünyasına uygun olan tarzlar beğeni ile ödüllendirilirken, özensiz bir paylaşım kullanıcının yerilmesine sebep olabilmektedir. Bu nedenle sosyal medya ki takipçiler ve beğeni sayısı oldukça göreceli, gerçekçi olmayan bir “uygunluğa” yönelmektedir (Feinstein vd., 2013). Kullanıcılar daha çok beğeni almak ve popülerliğini artırabilmek için profillerini olduğundan daha olumlu sunarak insanların algılarını etkileyen paylaşımlar oluşturmaktalar. Kullanıcıların kendileriyle ilgili izlenimlerini düzenleyebilmelerini sağlayan bu platformlar kullanıcılarda, postları takip ettiklerinde daha mutlu ve güzel hayatları olduğu gibi çarpık algı oluşturur. Bu inanış takipçilerin hayatın adil olmadığını düşünmelerine sebep olur (Chou ve Edge, 2012).

Yakın ya da uzak arkadaşları tarafından izleniyor olmak ergenlerin, kendini geliştirme ve doğrulama şeklini etkileyebilir (Zheng vd., 2020). Paylaşımlar gerçekçi olmayan bir beden idealini normalleştirirler. Kullanıcılar çeşitli filtreler ve düzenleme tekniklerini kullanarak fotoğraflarını manipüle ederek en iyi görüntüyü paylaşır, bunu sonucunda takipçilerin vücut imajı üzerinde olumsuz duygular gelişmesine neden olmaktadır (Keutler ve McHugh, 2022). Sosyal medyada gelişen güzellik anlayışı ergenlerin kendileri hakkındaki algılarıyla ilgili endişeleri artırmaktadır, kimlikleri ve özgüvenleri etkilenmektedir (Caspi, 2000). Sosyal medyanın yanlış kullanımı ile ruh sağlığı problemlerinde görülen artış arasında ilişki endişelerin artmasına neden olmaktadır (Luchman vd., 2014). Adölesan dönem kişisel ve sosyal kimlik gelişimi günümüzde sosyal medya ile yakından ilişkilidir. Sınırlı öz düzenleme kapasiteleri ve akran baskısına karşı savunmasızlıkları nedeniyle, ergenler sosyal medya kullanımının potansiyel olumsuz etkilerinden kaçamayabilirler (Neira ve Barber, 2014). Özellikle uzun süreli sosyal medya kullanımı çeşitli olumsuz psikolojik sonuçlara neden olabilmektedir (Choukas-Bradley vd., 2020; Watson vd., 2021).

Sosyal medya paylaşımlarındaki görüntüler ile olumsuz sosyal karşılaştırmalardan tamamen kaçınmak çok da mümkün görünmemektedir (Kraye vd., 2008) ancak, sosyal karşılaştırmaya yol açan durumlarda kişinin kendine karşı nezaket ve anlayış göstermesi sağlanabilir (Gobin vd., 2022). Bireyleri sosyal stres faktörlerinden korumak, duygusal iyiliği artırmak için öz-şefkat önemli bir araç olabilmektedir. Öz-şefkat; sosyal medya kullanımına bağlı olarak ortaya çıkan depresyon, kaygı ve strese karşı önleyici rol üstlenmektedir (Keyte vd., 2021). Öz-şefkat, psikolojik sağlığın yordayıcısı olabilmektedir. Daha yüksek düzeyde öz-şefkat, daha düşük düzeyde depresyon, kaygı, mükemmeliyetçilik, başarısızlık korkusu ve benmerkezciliği yordamaktadır (Neff vd., 2005). Öz-şefkate sahip bireyler kişisel kusur ve hataları karşısında, olumsuz eleştirilerden kaçınarak daha kabullenici ve anlayışlı bir yaklaşım sergileyerek (Solomon ve Barden, 2016), sosyal stresörlerden kendilerini koruyabilmektedir (Bluth vd., 2016). Bu yaklaşım kusurlu olmanın, hata yapmanın ve yaşamdaki zorluklarla karşılaşmanın oldukça insani bir deneyiminin parçası olduğunu kabul etmeyi içermektedir. Öz-şefkat düzeyi düşük bireyler ise yetersizlik ya da başarısızlık hissi yaşadıklarında, kendilerini küçümsemek, azarlamak gibi eleştirel yaklaşımlara yönelmektedir (Werner vd., 2012). Öz-şefkat kişinin öz değerlendirmesini dışsal odaklı onay ihtiyacı yerine içsel referans odaklarına yönlendirmektedir. Kendini yargılama ve sosyal kaygılar için tampon görevi görebilmektedir (Gill vd., 2018; Werner vd., 2012).

Sosyal medya kullanım kalıplarının adölesan dönemde zaman içinde iyi oluş ve sosyal işlevsellik ile ilişkisi hakkında daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulmaktadır (Vannucci ve Ohannessian, 2019). Sosyal medyanın artan rolü, kullanım popülaritesi, sosyal medyanın nasıl kullandığını, sosyal ağ iletişimlerinin özellikle adölesan dönemdeki çocukların gelişimini nasıl etkilediği anlamak daha fazla önem kazanmaya başlamıştır. Ergenlerin sosyal medyanın hangi amaçlarla kullanıldığı, takip edilen paylaşımların ergenleri nasıl hissettirdiğine ilişkin algıları, başarısızlık ya da yetersizlik hislerinde kendilerine karşı nasıl yaklaştıklarını betimlemek bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Bu doğrultuda, bu araştırma ile ergenlerin öz-şefkat odağında sosyal medya kullanımına ilişkin görüşleri ve sosyal medya kullandıklarında nasıl hissettiklerinin incelenmesi amaçlanmıştır.

2. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın deseni, çalışma grubu, veri toplama aracı, verilerin toplanması ve verilerin analizi yer almaktadır.

2.1.Araştırmanın Deseni

Bu çalışma, nitel araştırma deseni çerçevesinde yapılandırılmıştır. Nitel çalışmalar araştırmacılara zengin, çok boyutlu ve büyük miktarda metni sistematik olarak organize ederek, özüne ulaşabilmeyi sağlamanın yanı sıra sonuçta anlamlı bir resim oluşturmak için kelimeler arasındaki kalıpları tanıma olanağı sağlamaktadır (Erlingsson ve Brysiewicz, 2017). Nitel çalışmalar ile insan duyguları ve öznelliğinin birbirinden ayrılmaz bağlantısı fenomenoloji olarak yorumlanabilmektedir (Leung, 2015). Bu nedenle araştırma; ergenlerin sosyal medya araçları kullanımları ve öz-şefkatlerine yönelik hislerini belirlemek ve derinlemesine bilgi edinmek amacıyla nitel araştırma yöntemlerinden olgu bilim (fenomenoloji) deseninde tasarlanmıştır.

2.2.Çalışma grubu

Bu çalışmada; amaçlı örnekleme yöntemlerinden tipik durum örnekleme kullanılmıştır. Tipik durum örnekleme ile araştırmanın problemi ile ilgili evrende sıklıkla var olabilecek normal ve ortalama durumlardan veri toplanmaktadır (Miles ve Huberman, 2019). Bu nedenle çalışmaya katılmaya gönüllü, normal gelişim gösteren, 13-16 yaş ergenler çalışmaya dâhil edilmiştir. Çalışma grubunda yer alan katılımcıların 20 (%76.92)'si kadın, 6 (% 23.07)'ü erkektir. Katılımcıların yaş dağılımları 9 (%34.61)'u 13 yaş, 9 (%34.61)'u 14 yaş, 3 (%11.53)'ü 15 yaş, 5 (%19.23)'ü 16 yaş aralığındadır.

2.3. Veri toplama araçları

Nitel bulgular, standartlaştırılmış bilgiler sunmaktan ziyade açık uçlu sorularla olguları anlamamıza olanak sağlar. Nitel araştırma soruları; önceden belirlenmiş soru kategorileri ile sınırlandırmak yerine insanların olgulara özgü gerçek bakış açılarını anlama olanağı sağlamaktadır (Patton, 2018, s.21). Çalışma verileri, katılımcıların sosyal medya araçları kullanımlarının ve öz-şefkatlerine ilişkin değerlendirmelerine yönelik açık uçlu sorulardan oluşan yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak elde edilmiştir. Görüşme formu geliştirilirken ilgili literatür taranarak sorular oluşturulmuştur. Araştırma için oluşturulan sorular çocuk gelişimi alanında çalışan dört akademisyenin görüşüne sunulmuştur. Uzman görüşleri sonucunda görüşme sorularına nihai şekli verilmiştir. Araştırmada demografik bilgi formu ve yapı bakımından standartlaştırılmış açık uçlu görüşme soruları kullanılmıştır. Demografik bilgi formu çalışma yapılacak grubun yaş, cinsiyet, takip ettikleri sosyal medya platformları, sosyal medya günlük kullanım süresi bilgilerini tespit etmek amacıyla oluşturulmuştur. Görüşme formunun, üzerinde çalışma yapılan grubun gelişim dönemine uygun olmasına dikkat edilmiştir.

2.3. İşlem

Bu çalışmada yeterli katılımcı sağlanması ve uygun veri toplama süreci ile iç geçerlik sağlanmaya çalışılmıştır. Nitel araştırmalarda örneklem büyüklüğünü belirleme yöntemlerinden biri veri doygunluğudur (Creswell, 2021, s.189 ; Malterud vd., 2016). Doygunluk, sorgulama süreci içinde toplanan verilerde tekrara dikkat ederek zengin verilerin elde edilmesi sağlamaktadır. Nitel çalışmalarda elde edilen veriler ile katılımcı sayısı doğru orantılı olmayabilir (Morse, 2015). Veri toplama sürecinde katılımcılar ile yapılan görüşmeler sonucunda tekrarlanan yanıtlar ile karşılaşıldığında ve yeni temaya rastlanmaması halinde veri doygunluğuna ulaşıldığı düşünülmüştür. Çalışma verilerinin tamamı yüz yüze toplanmıştır. Görüşmelerde katılımcıların verdikleri cevaplar görüşme sırasında not alınmış, görüşme bittikten sonra alınan notlar katılımcılara okutulmuş ve onayları alınmıştır.

Çalışmanın güvenilirliğini artırmak amacıyla kodlanan veriler ve tüm kodlama süreci ikinci bir araştırmacı tarafından gözden geçirilmiştir. Kodlama konusunda fikir ayrılığı yaşanan durumlarda kodlar üzerinde anlaşmaya varılana kadar tartışılmıştır. Sonuç olarak hem kodlayıcının kendi içindeki görüş birliği hem de kodlayıcılar arası görüş birliği sağlanmıştır.

2.4. Verilerin analizi

Çalışmada nitel analizlerde yansıtıcı bir süreç olarak (Erlingsson ve Brysiewicz, 2017) içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizi verilerdeki nicel tanımların ötesinde, katılımcıların görüşlerindeki desenleri ortaya çıkartarak fenomenler hakkında bilgi ve anlayış sağlamayı amaçlar (Weber, 1990). Veri analizi; kodlama, temaların oluşturulması, kod ve temaların düzenlenmesi ve bulguların tanımlanması (Şimşek ve Yıldırım, 2018) adımları izlenerek gerçekleştirilmiştir.

Çalışma verilerini okumaya başlamadan önce katılımcıların kimliklerini korumak amacı ile (Patton, 2018, s.411) katılımcı formlarına kodlar (A1, A2, A3....., A26) verilmiştir. Veri analizi başlarken katılımcıların deneyimlerine dair bütüncül bir anlayış ve genel bir izlenim edinmek amacı ile tüm veriler birkaç kez okunmuştur. Genel okumanın amacı verileri bütünsel olarak gözden geçirmek ve ana noktaların neler olduğuna dair fikir edinilmesidir (Creswell, 2021, s.185). Bu yolla kodlara ilişkin analiz ve yorumları denetleyerek “şişkin veri” yığının okunmasını kolaylaştırılmak amaçlanmıştır (Glesne, 2020, s.293-294). Veri analizinin sonraki basamağında kodları oluşturabilecek yoğun anlam birimleri tespit edilmiştir. Kodlama işlemi veriyi betimlemek amacıyla kullanılan özetleyici, yoğunlaştırıcı, özü yansıtan tanımlamalardır (Saldaña, 2019, s.4). Bu nedenle ham veriler üzerinde görüşme notları detaylı okunarak kodlanmaktadır. Araştırma kaynağı veriler okunurken ifadeler için öngörülen olası temalar ve kodlar not edilerek, kodlar yavaş yavaş verinin içinden çıkarılmıştır. Okuma işlemi sırasında her ana koda sayfa numaraları verilmiştir. Veriler üzerine ve çalışmacı günlüğüne kodlar ile ilgili kısa açıklayıcı notlar alınmıştır. Kodlara ilişkin sayfa numaraları, açıklamalar ve tasnifi ile “tanımsal kayma” önlenmeye çalışılmıştır (Glesne, 2020, s.270-273). Veri analizi sonucunda oluşturulan tüm kodlar gözden geçirilerek gerekli görülen yerlerde kod birleştirme ve ayırma işlemi yapılmıştır. Bu yöntemle araştırma sonunda elde edilen verilerin seçilmesi, özetlenip dönüştürülmesi amaçlanır (Saldaña, 2019, s.23-24). Bu yolla veri analizinde içeriden bakıldığında kategoriler kendi içinde tutarlı, dışardan bakıldığında anlamlı bir bütün oluşturacak biçimde düzenlenir (Patton, 2018, s.466).

3. BULGULAR

Bu bölümde çalışmanın bulguları tablolar halinde sunulmuştur.

Tablo 1. Ergenlerin Takip Ettikleri Sosyal Medya Platformlarına İlişkin Bulgular

Sosyal medya platformu	f
Instagram	21
Youtube	15
Snapcat	10
Tiktok	10
Twiter	2

Tablo 1 incelendiğinde çalışmaya katılan ergenlerin 21'inin Instagram, 15'inin Youtube, 10'unun Snapcat, 10'unun Tiktok, 2'sinin ise Twiter kullanıcısı olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Ergenlerin Sosyal Medya Platformu Kullanım Sürelerine İlişkin Bulgular

Sosyal medya platformu kullanım süresi	f
1 saat ve daha az	5
2 saat	6
3 saat	4
4 saat	3
5 saat	1
6 saat	3
7 saat	2
8 saat	2

Tablo 2 incelendiğinde çalışmaya katılan ergenlerin normal bir gün içinde 5'i 1 saat veya daha az; 6'sı 2 saat; 4'ü 3 saat; 3'ü 4 saat; 1'i 5 saat; 3'ü 6 saat; 2'si 7 saat; 2'sinin ise 8 saat sosyal medya platformu kullanım süresi olduğu görülmektedir.

Tablo 2'de ergenlerin sosyal medya platformu kullanım sürelerine ilişkin katılımcı A7 "Bu sorunun cevabı dönemsel olarak değişiyor ancak üç saat civarı olduğunu söyleyebilirim şu an için." Şeklinde düşüncesini ifade ederken; A15 ise "Bir iki üç dört beş.... en fazla yedi sekiz saat felandır. Ortalama beş saat diyebiliriz." şeklinde görüşlerini ifade etmiştir.

Tablo 3. Ergenlerin Sosyal Medya Platformu Takip Etme Amaçlarına İlişkin Bulgular

Tema	Kod	Katılımcılar
İlgi alanı	Gündemi takip etmek	A1, A4, A6, A7, A8, A9, A10, A12, A13, A14, A17, A18, A20, A21, A23, A24, A26
	Modayı takip etmek	A2, A5, A7, A8, A9, A11, A13, A14, A15, A20, A21, A23
	Ders notlarını takip etmek	A1, A4, A6, A13, A16, A22, A26
	Spor ilgili takip	A9, A24
	Reels'i takip etmek	A5, A11, A21, A23
	Doğa videolarını takip etmek	A25
Akran takibi	Arkadaş paylaşımlarını takip etmek	A1, A2, A5, A7, A8, A9, A11, A12, A14, A15, A16, A18, A20, A21, A23, A25, A26
	Paylaşım yapmak	A3, A8, A9, A11, A12, A13, A20, A11, A8, A9, A14, A20, A21, A22, A26
	Sohbet etmek	A1, A4, A7, A11, A12, A18, A20, A21
Eğlence	Eğlenmek	A5, A9, A10, A11, A13, A15, A18, A23, A25, A26
	Zaman geçirmek	A3, A6, A10, A11, A13, A15, A18, A19, A20, A21, A22, A23, A26
	Oyun oynamak	A6
	Rahatlamak	A7
Fenomen takibi	Fenomen paylaşımlarını takip etmek	A2, A7, A8, A11, A13, A15, A18, A20, A21

Tablo 3 incelendiğinde, ergenlerin sosyal medya platformu takip etme amaçlarına ilişkin temaların, “bilgi edinmek, akran takibi, eğlence ve fenomen takip etmek temaları” altında toplandığı anlaşılmaktadır. İlgi alanı temasına ilişkin kodların; gündemi takip etmek, modayı takip etmek, ders notlarını takip etmek, sporu takip etmek, Reels'i takip etmek, doğa videolarını takip etmek olduğu görülmüştür. Ergenlerin sosyal medya platformu takip etme amaçlarında akran takibi temasında; arkadaş paylaşımlarını takip etmek, paylaşım yapmak, sohbet etmek kodları olduğu görülmektedir. Eğlence temasını eğlenmek, zaman geçirmek, oyun oynamak, rahatlamak kodları oluşturmaktadır. Son olarak fenomen takibi tema ve kodunun da fenomen paylaşımlarını takip etmek olduğu görülmüştür.

Tablo 3’te görüldüğü gibi ergenler sosyal medya platformunu en sık “gündemi takip etmek, arkadaş paylaşımlarını takip etmek, paylaşım yapmak, eğlenmek, sohbet etmek, zaman geçirmek, modayı takip etmek” amacıyla kullanmaktadır. Buna ek olarak fenomen paylaşımlarını takip etmek, ders notlarını takip etmek, sporla ilgili takip, Reels’ı takip etmek amacıyla da kullandıkları görülmüştür. Katılımcılardan A6’nin “Günlük haber akışını takip etmek, ilgi duyduğum alanlar ile ilgili olan içeriklerden yararlanmak sosyal medyayı başlıca kullanım amaçlarımdır.”, A18’in “Canım sıkıldığı için ve fenomenlerden haber almak için, eğlence için”, A26’in ise “Ders notları için kullanıyorum, eğlence amaçlı kullanıyorum. Dünyada ve arkadaşlarımda hayatında olanları görmek, paylaştığı fotoğrafları vs. görmek için ve tabii kendi yaşantımı paylaşmak için. Eğlenceli hesapları da takip ediyorum” şeklinde sosyal medya kullanım amaçları olduğu görülmüş ve anlaşılmıştır.

Tablo 4. Ergenlerin Sosyal Medyada Arkadaşlarının Paylaşımları İle İlgili Hislerine İlişkin Tema ve Kodlar

Tema	Kod	Katılımcılar
Arkadaş paylaşımlarının oluşturduğu olumlu hisler	Mutlu hissetmek	A2, A4, A6, A7, A8, A14, A18 A25, A26
	Umursamamak	A14, A16, A17
	Dış görüşünü yetersiz bulmak	A3, A5, A9, A10, A12, A14, A17, A20, A21, A23
	Başarı	A10, A13, A20,
	Birlikte vakit geçirmeyi istemek	A11, A12, A13
	Özenmek	A3, A8, A9, A11, A12, A13, A20
Arkadaş paylaşımlarının oluşturduğu olumsuz hisler	Mutsuz hissetmek	A11, A8, A9, A21, A22, A23
	Yaşam şartlarını yetersiz hissetmek	A3, A9, A11, A12, A16, A24
	Mali olarak yetersiz hissetmek	A3, A11, A12
	Başarısız hissetmek	A9, A10, A12, A13, A19, A20
	Morali bozulmak	A5, A10, A13
	Kızgın hissetmek	A11, A12, A24

Tablo 4’te görüldüğü gibi ergen görüşlerinin olumlu ve olumsuz olmak üzere ikiye ayrıldığı anlaşılmaktadır. Arkadaş paylaşımlarının oluşturduğu olumlu hisler temasında oluşan kodlar “mutlu hissetme ve umursamamak” olduğu görülmüştür. Arkadaş paylaşımlarının oluşturduğu olumsuz hisler; “dış görüşünü yetersiz bulmak, başarısız hissetmek, birlikte vakit geçirmeyi istemek, özenmek, mutsuz hissetmek, yaşam şartlarını yetersiz hissetmek, mali şartları yetersiz hissetmek, moralinin bozulduğunu hissetmek, kızgın hissetmek” kodları altında toplanmıştır. Ergenlerin sosyal medya paylaşımlarını takip ettiklerinde yoğun olarak olumsuz hisler yaşadığı görülmektedir.

Katılımcılardan A11 “Kendimi kötü hissediyorum bensiz gezdikleri için onların gezip ben gezmediğim için onları kıskanıyorum. Üzgün oluyorum ve aileme kızgın hissediyorum ben neden gidemiyorum diyorum içimden. İnsanlar aşırı zengin hayatlarını özgürce yaşıyorlar ve çok mutlular diyerek kendi hayatımla kıyaslıyorum.”, A2 “Hoşuma gider, sevdiğim insanların keyifli anlarını görmek doğal olarak onlar için mutlu olmama yol açıyor ama yanlarında olmak isterim.”, A9 “Mutsuz oluyorum. Çünkü, dışardaki yaşamla kendi yaşamımı kıyaslayıp, kendimi üzüyorum. Onların hayatında her şey çok, yani yolunda. Benim gezme imkânım çok olmadığı için kendimi mutsuz hissediyorum. Bazen onların eğlendiğini dışarıda bulduklarını gördüğümde canım sıkılıyor moralim bozuluyor.”, A16 “Hayır milletın hayatı beni ilgilendirmez” şeklinde görüşlerini ifade etmişlerdir.

Tablo 5. Ergenlerin Sosyal Medyada Arkadaşlarının Beğenilen ya da Bir Başarı Hikâyesi İçeren Paylaşımlarına Yönelik Hislerine İlişkin Tema ve Kodlar

Tema	Kod	Katılımcılar
Başarı	Başarılı olmaya imrenmek	A2, A3, A10, A13, A14, A25
	Arkadaşının başarısı ile mutlu olmak	A4, A7, A8, A11, A12, A15, A19, A22
Yüksek öz şefkat	Kendini eleştirmemek	A1, A2, A4, A6, A7, A8, A14, A16, A25, A26
	Mutsuz hissetmek	A3, A5, A9, A10, A11, A12, A13, A15, A17, A18, A19, A20, A21, A22, A23, A24
Düşük öz şefkat	Bakımlı görünmek	A5, A9, A10, A14, A20, A21, A23
	Güzellik	A3, A9, A14, A20, A21, A23
	Kilo	A5, A9, A13, A17, A21
	Boy	A5, A10, A20
	Cilt	A12, A20, A21

Tablo 5 incelendiğinde ergenler, arkadaşlarının sosyal medyada yoğun beğeni alan ya da başarı içeren paylaşımlarını takip ettiklerinde “başarı, yüksek öz şefkat ve düşük öz şefkat” temalarının oluştuğu görülmüştür. Başarı temasında başarılı olmaya imrenmek ve arkadaşının başarısı ile mutlu olmak kodları oluşmaktadır. Ergenlerin kendi bedenlerine yönelik eleştiri yapmadıkları, yüksek öz şefkat gösterdikleri temada olumsuz duygu ve düşünce hissetmemek kodları oluşmuştur. Kendi bedenine yönelik eleştiri yaparak oluşturdukları düşük öz şefkat temasında ergenler “mutsuz hissetmek, bakımlı görünmek, güzellik, kilo, boy, ciltlerinde değişiklik yapmak” istediklerini belirterek bedenlerine yönelik eleştiri yaptıklarını ifade

etmişlerdir. Sosyal medya paylaşımlarının ergenlerin kendilerine yönelik başarı, beden algısı ve güzellik anlayışı açısından eleştirel yaklaşımlarına neden olabildiği görülmüştür.

Araştırmanın bulgularına göre katılımcıların yarısına yakını arkadaşlarının sosyal medya paylaşımlarını gördüklerinde kendilerini mutlu hissettiklerini ifade ederken, yarıdan fazla katılımcı ise bu tür paylaşımlarda kendilerini mutsuz hissettiklerini belirtmişlerdir. Katılımcılar başarı temasında arkadaşının başarısı ile mutlu olduklarını ve arkadaşlarının başarılarına imrendiklerini söylemişlerdir. Katılımcıların bu paylaşımları gördüklerinde yoğunluklu olarak bakımlı görünme, güzellik, kilo, boy, cilt ile ilgili kendi bedenine yönelik eleştiri yaptıkları ve başarı durumları ile ilgili kendilerini kötü hissettikleri bulgusuna ulaşılmıştır. Bedenlerine yönelik eleştirilerini A3 “*Onlar tarz kıyafet giyince benim de onlar gibi tarz giyinmek istiyorum. Başarı öykülerini paylaştığında bende onlar gibi başarılı olmak istiyorum.*”, A4 “*Eğer söz konusu başarı yeni bir şeyse heyecanlanırım onun dışında bir arkadaşımın göreceğim böyle bir paylaşım hoşuma gider içeriğine bağlı olarak günümü bir üst çıtaya taşıyacak kadar mutlu edebilir.*”, A9 “*Evet Onlar gibi güzel makyaj yapmak istiyorum. Bende tik tok fenomeni olmak isterdim çok para kazandıkları için. Ben de zayıf olsam daha güzel olurum diye düşünüyorum bazen. Onlara özendim. Şansım olsa estetik yaptırırım derim.*”, A10 “*Kötü, çünkü kötü hissederim. Başarı öyküsü paylaştıkları zaman bende onlar gibi başarılı olmak istiyorum çünkü onlardan bi farkım yok*”, A21 “*Evet. Mesela çok zayıf olan arkadaşlarımı gördüğümde bende onlar gibi olmak isterim ben kilolu bir insan değilim ama yine de onlar gibi olmak istediğim zamanlar olur. Yüzümdeki lekelerden de kurtulmak isterim, sosyal medyada filtrelerdeki gibi falan olsun yaaa*”, A20 “*Boyum daha uzun ve gözlerim mavi olsun isterdim ve daha az esmer. Özellikle estetik cerrahlarının sağladığı bazı şeyler olabilir, yani yaptırmak isterim*” şeklinde ifade etmişlerdir.

Tablo 6. Ergenlerin Sosyal Medya Paylaşımları Yüksek Oranda Beğeni ya da Etkileşim Almadığında Ortaya Çıkan Hislerine İlişkin Tema ve Kodlar

Tema	Kod	Katılımcılar
Paylaşımlara yönelik eleştirilere alternatif yaklaşım	Paylaşım yapmıyorum	A1, A6, A13, A19, A25, A26
	Private hesap kullanırım	A7, A12, A24, 26
Yüksek öz şefkat	Üzülmem	A1, A5, A9, A14, A15, A25, A26
	Nötr hissederim	A7, A8, A12, A14,
Düşük öz şefkat	Üzgün hissederim	A2, A3, A4, A7, A10, A12, A13, A15, A17, A19, A20, A21, A22, A23, A24

...	(akademik, hakemli, indexli, uluslararası dergi).....
Utlanmış hissederim	A10, A13, A23,
Pişman hissederim	A3, A10, A11, A17, A21, A23
Paylaşımı silerim	A10, A11, A17, A21, A23

Tablo 6’da katılımcıların paylaşımlara yönelik eleştirilere alternatif yaklaşım temasında “paylaşım yapmıyorum” ve “private” hesap kodları oluşmuştur. Ergenlerin, paylaşım yapmadıkları ya da sadece yakın arkadaşlarının yer aldığı özel-küçük grupların takipte olduğu, sahte isimle açtıkları hesaplarda paylaşım yaptıkları da ortaya çıkmıştır. Olumlu hislerin yer aldığı yüksek öz şefkat temasında ise “üzülmem”, “nötr hissederim” kodlarının oluştuğu görülmüştür. Olumsuz hislerin yer aldığı düşük öz-şefkat temasında “üzgün”, “utanmış”, “pişman”, “paylaşımı silerim” kodları oluşmuştur.

Ergenlerin sosyal medyada paylaşımları yüksek oranda beğeni ya da etkileşim almadığında büyük bir çoğunluğu paylaşım yapmayanlar da dâhil olmak üzere “üzülecekleri”, bir kısmının paylaşım yaptığı için “pişman olacağı ve paylaşımlarını sildikleri” bulgusuna ulaşılmıştır. Ergenlerin, sosyal medya paylaşımlarında aldıkları beğeni ya da etkileşimlerine yönelik olarak A12 “*Açıkçası bu durum sosyal medyayı kullanma şeklim dolayısıyla çok deneyimlediğim bir şey olmasa da tahmin edebiliyorum tatmin olma ihtiyacı hissedebilirdim bu hissin akli selim bir şekilde kontrol edilmesi ise bir genç için veya özgüven vb. problemleriyle baş etmeye çalışan birisi için zor olacaktır. Bu durumla ilgili gelen son güncellemelerden birisi olan beğenme sayısını gizleme kesinlikle çözüm olmasa da iyi bir adım bence.*”, A19 “*Paylaşım yapmıyorum ama eğer paylaşım yapsaydım; üzgün hissederim diğerleri fazla beğeni alıp ben neden fazla beğeni almadım diye düşünürüm kendimi kıyaslarım.*”, A23 “*Paylaşımı silerim ve utanırım. Keşke paylaşmasaydım diye düşünürüm. Keşke bir motosikletim olsa güzel şeyler paylaşırdım, popüler olurum.*”, A24 “*Tabiki de teknoloji çağında olduğumuz için insanların beğenmemesi beni üzer. Priv hesapta takılıyor. Çünkü daha özgür rahat yani. Aile ve gereksiz kişiler yok. Saçma şeyler yaptığında seni yargılayacak insanlar yok. Saçma challenge yaparsın, komik videolar paylaşırsın, takılmak için.*”, A17 “*Evet olur hani kendimi resmen sorguya çekerim neden hani, sonra kafayı yerim ben çirkiniyim ki falan derim ama sonra boş verip hayata devam ederim*” ifadelerini kullandıkları bulgusuna ulaşılmıştır.

Tablo 7. Ergenlerin Sosyal Medya Paylaşımlarına Alaycı Tavrıda Etkileşim Aldıklarında Ortaya Çıkan Hislerine İlişkin Tema ve Kodlar

Tema	Kod	Katılımcılar
Sosyal medya paylaşımlarına alaycı tavrıda etkileşim alma sonucunda kendine eleştirel yaklaşmama	Umurumda olmaz	A1, A2, A5, A9, A14, A6, A22, A25, A26
	Vizyonsuz olduklarını düşünme	A26
Sosyal medya paylaşımlarına karşı alaycı tavrıda etkileşim alma sonucunda kendine eleştirel yaklaşma	Üzgün hissetme	A3, A4, A6, A7, A8, A10, A11, A12, A13, A15, A17, A18, A19, A20, A21, A23, A24
	Öfkeli hissetme	A4, A12, A20, A23,
	Tedirgin hissetme	A6, A11, A17
	Kinlenmiş hissetme	A12, A20
	Özgüven eksikliği hissetme	A21, A25

Tablo 7’de görüldüğü gibi ergenlerin sosyal medyada yaptıkları paylaşımlarına karşı alaycı tavrıda etkileşim aldıklarında “umurumda olmaz”, “vizyonsuz olduklarını düşünme” şeklinde iki kod oluştuğu görülmüştür. Sosyal medya paylaşımlarına karşı alaycı tavrıda etkileşim aldıklarında kendine eleştirel yaklaşma temasında üzgün hissetme, öfke hissetme, tedirgin hissetme, kin hissetme, özgüven eksikliği hissetme kodları oluşmuştur. Ergenlerin sosyal medyada paylaşımlarına yönelik alaycı etkileşim aldıklarında bir kısmının bu durumda kendini eleştirmedeği, büyük bir kısmının ise kendilerini eleştirdikleri düşük öz şefkat gösterdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Ergenler sosyal medya takipçileri paylaşımlarına karşı alaycı tavır takındıklarında/takınırlarsa bir kısmının bunu umursamadığı ancak büyük bir çoğunluğunun üzüldüğü bulgusuna ulaşılmıştır. Ergenlerden A2 “Umursamam çünkü ben beğendiğim için paylaşım yapmıyorum başkasının tavrı beni ilgilendirmiyor.”, A22 “Yapılan her şeyi beğenen ve beğenmeyen insanlar her zaman olmuştur karşı tarafın üslubu ve yaptığı eleştirinin ne kadar yapıcı olduğu bu noktada onu ne kadar dikkate alacağımı belirler.”, A25 “Zaten bulunduğum kuşakta herkes herkesle dalga geçiyor aşağılıyor, böyle şeyler yaşayınca takılmıyorum.”, A17 “Bazen paylaşımlarım cringe bulununca üzülüyorum sonra uzun süre paylaşım yaparken tedirgin olurum. Attığım postun çok iyi ya da tarz olduğuna emin olmadan paylaşım yapmıyorum. Böyle olduğuna genelde takip ettiğim ünlü ya da çok takipçili hesaplardan, neyin tarz neyin öggg bulunabileceğini tahmin ediyorum.”, A21 “Belki biraz daha güzel olabilirdim diye düşünürüm her zaman kendimi arkadaşlarımın paylaşımları ile karşılaştırdığım da kendi biraz çirkin hissederim.” şeklinde düşüncelerini ifade etmişlerdir.

Tablo 8. Ergenlerin Sosyal Medya Fenomenlerinin Paylaşımlarını İzlediğinde Ortaya Çıkan Hislerine İlişkin Tema ve Kodlar

Tema	Katılımcılar
Fenomenlerinin paylaşımlarını izlediğinde kendimi kötü hissetmem	A2, A4, A5, A6, A7, A10, A12, A15, A16, A19, A21, A22, A24, A25, A26
Fenomenlerinin paylaşımlarını izlediğinde kendimi kötü hissederim	A1, A8, A9, A11, A13, A14, A17, A18
Fenomenlerinin paylaşımlarını izlediğinde kendimi bazen kötü hissederim	A3, A20, A23

Tablo 8’de görüldüğü gibi ergenler sosyal medya fenomenlerinin paylaşımlarını izlediğinde “kendimi kötü hissetmem, kendimi kötü hissederim, kendimi bazen kötü hissederim” temaları oluşmuştur.

Ergenlerin sosyal medya fenomenlerinin paylaşımlarını izlediğinde neler hissettiklerine ilişkin soruya yönelik olarak A22 “Hayır çünkü onların bu başarıları bir anda değil yavaş yavaş zamanla kazandıklarını biliyorum bu yüzden ne paylaşırlarsa paylaşınlar onları görünce kendimi başarısız hissetmem.”, A1 “Evet oldu örneğin benle aynı yaştaki bir kızın paylaşımını gördüm takipçi ve beğenisi çoktu benim de paylaşımlarımın yüksek olmasını beğenimin çok olmasını istiyorum âmâ onun yaşamı kadar imkânımın olamaz, yok.”, A2 “Hayır çünkü saçma sapan çekilen videolardan dolayı kendimi onlarla kıyaslamıyorum. Bütün hayatlarını sosyal medyada apaçık ortaya döküyorlar.”, A8 “O çok güzel ve ben onun kadar güzel değilim deyip kendimi üzüyorum. Keşke benim de cildim bu kadar temiz olsa veya keşke ben de hep gezsem bu kadar param olsa vs.”, A9 “Evet sadece benle aynı yaştaki insanları kıyaslıyorum benden büyük yaşta olanları kıyaslamıyorum çünkü ben daha 13yasındayım önceliğim okulum ama tiktok fenomeni olmak isterdim.”, A21 “Onları kendimle bir tutmuyorum, her insanın kendi başarısı ve hayatta geldiği nokta farklıdır.”, A23 “Hayır ama bazen benzerini yapmaya çalışıyorum ama olmuyor. Reynmen gibi bir sesim olsun isterdim.”, şeklinde görüş belirttikleri anlaşılmıştır.

4.TARTIŞMA VE SONUÇ

Araştırmaya katılan ergenlerin yoğunluklu olarak Instagram, Youtube, Snapcat, Tiktok ve Twiter kullanıcısı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde benzer sonuçlarla popüler uygulamaların; Facebook, Twitter, Instagram (Radovic vd., 2017); Myspace (Huang vd., 2014); Tumblr (Barry vd., 2017); Pinterest, Vine (Burnette vd., 2017) gibi görsel tabanlı sosyal medya platformları olduğu görülmüştür. Günümüzde ergenlerin %89'unun en az bir sosyal ağ sitesine üyeliği olduğu raporlara da yansımıştır (Lenhart, 2015).

Araştırmaya katılan ergenlerin normal bir gün içinde yoğunluklu olarak 2-3 saat sosyal medyada zaman geçirdiği ancak bazı ergenlerin 7-8 saate kadar kullanım süresi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Gençlik çağında olan bireyler, diğer tüm yaş gruplarına oranla daha fazla sosyal medya kullanım oranlarına sahiptir (Third vd., 2017). Ergenlerin %81'inin sosyal medya kullandığı, %67'sinin de sosyal medyayı günde en az bir kez kontrol ettikleri görülmektedir (Madden vd., 2013). Burnette ve arkadaşlarının yaptığı çalışma örnekleminin yaklaşık yarısının günde 3.25 saat, üçte birinin ise günde üç saatten fazla sosyal medya kullandığı görülmüştür (Burnette vd., 2017). ABD'li gençlerin %24'ü “neredeyse sürekli” sosyal medya uygulamalarında zaman geçirmektedir (Pew Research Center, 2015).

Araştırmanın bir diğer bulgusuna göre katılımcı ergenlerin sıklıkla gündemi takip etmek, arkadaş paylaşımlarını takip etmek, paylaşım yapmak, eğlenmek, sohbet etmek, zaman geçirmek, modayı takip etmek, fenomen paylaşımlarını takip etmek ders notlarını takip etmek, sporla ilgili takip, Reels'ı takip etmek, doğa videolarını takip etmek, oyun oynamak, rahatlamak amacı ile sosyal medya platformlarını kullandıkları görülmüştür. Literatüre bakıldığında da benzer şekilde gençlerin; daha çok doyum, eğlence, sevgi, moda, paylaşım yapmak, sosyal bilgi (Quan-Haase ve Young, 2010), arkadaşlar ve aile ile bağlantıda kalmak, yeni arkadaşlar edinmek, fotoğraf paylaşmak, fikir alışverişinde bulunmak (O'Keeffe ve Clarke-Pearson 2011), ödev ve grup projelerinde birbirleriyle bağlantı kurmak (Boyd, 2008), stresi azaltmak (Lenhart vd., 2010), spor bilgisi aramak (Billings vd., 2017), anlık mesaj göndermek (Lenhart vd., 2011), kimin çevrimiçi olduğunu kontrol etmek, takip ettikleri sayfaların haber akışını okumak, fotoğraf galerilerine göz atmak, arkadaşların durum güncellemeleri hakkında yorum yapmak (Blease, 2015) gibi çeşitli amaçlar ile çevrimiçi oldukları görülmüştür.

Araştırma bulgularında ergenlerin bir kısmının arkadaşlarının sosyal medya paylaşımlarını gördüklerinde mutlu hissettikleri ve birlikte vakit geçirmeyi istedikleri görülmüştür. Ancak araştırmaya katılan ergenlerin büyük bir kısmı akranlarının sosyal medya paylaşımlarını gördüklerinde sıklıkla kendilerini eleştirdikleri ve düşük öz şefkat gösterdikleri görülmüştür. Bu doğrultuda katılımcı ergenler dış görüşlerini yetersiz buldukları, paylaşımları kıskandıkları, özendikleri, mutsuz, kızgın, başarısız hissettikleri, morallerinin bozulduğu, yaşam şartlarını yetersiz, maddi imkânlar açısından kendilerini yetersiz hissettikleri görülmüştür. Bunun yanı sıra katılımcıların küçük bir bölümünün ise bu durumu umursamadığı anlaşılmıştır. Çalışma sonucunda ergenlerin sosyal medyadaki paylaşımları gördüklerinde kendilerine karşı nazik, şefkatli, bilinçli farkındalık gerektiren kodların oluşmasının yanı sıra, kendilerine yönelik çeşitli karşılaştırmalar yaparak, eleştirel yaklaşımda buldukları sonuçlarına ulaşılmıştır. Ergenlerin takip ettiği sosyal medya paylaşımlarından

kendilerine eleştirel yaklaşımda bulduklarına yönelik kodlar incelendiğinde öz şefkatlerinin düşük olduğu söylenebilir. Literatürde benzer bulgulara rastlanmaktadır. Verduyn ve arkadaşlarının çalışma sonuçlarına göre ergenlerin küçük bir oranının arkadaşlarının sosyal medya paylaşımlarını gördüklerinde mutlu hissettiği bulgusuna ulaşmışken (Verduyn vd., 2020), Vandenbosch ve arkadaşlarının çalışmasında kitle iletişim araçlarının gençlere neredeyse ulaşılamaz bir görünüm standardı oluşturduğu ve bu durumun kendileri ile kıyas yapmalarına neden olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Vandenbosch ve Eggermont, 2016). Özellikle genç kızlar; parlak gözler, kusursuz cilt ve incelik gibi fiziksel özellikleri vurgulayan akran güzellik normlarıyla karşı karşıya kalmaktadır. Sosyal medyada yüksek güzellik standartları, gençlerin kendini daha iyi sunmak amacıyla düzenlenmiş paylaşımlar yapmalarına neden olmaktadır. Fiziksel güzelliklerini içeren paylaşımlar yaparak, beğeni ve takipçi sayısını artırmayı amaçlanmaktadır (Chua ve Chang, 2016). Özellikle Instagramın uzun süreli kullanımı, olumsuz psikolojik sonuçlar ortaya koymaktadır. Öz şefkat, bireyleri sosyal medyada yer alan stres faktörlerine karşı koruyucu rolü olduğu bilinmektedir (Chen ve Zhu, 2021; Keyte vd., 2021; Liu vd., 2020). Öz şefkat olumsuz beden imajı oluşturmak ve kendi kusurlarını gizlemek yerine kendini kabul etmeyi içerir (Klinge ve Van Vliet, 2019) ve daha düşük depresyon, kaygı, stres düzeyi ile ilişkilidir (Keyte vd., 2021).

Araştırma bulgularında arkadaşlarının sosyal medya paylaşımlarını gördüklerinde ergenlerin bir kısmının kendi bedenine yönelik olumsuz duygu ve düşünce hissetmediği, ancak bazı katılımcıların kendi bedenlerine yönelik olumsuz duygu ve düşünce hissettiği sonucuna ulaşılmıştır. Ergenlerin büyük çoğunluğunun mutsuz hissettiğini, bir bölümünün ise bakımlı görünme, güzellik, kilo, boy, ciltlerinde değişiklik yapmak istediklerine yönelik beden memnuniyetsizliklerini ifade etmişlerdir. Ergenlerin bir kısmının ise sosyal medya paylaşımını takip ettiklerinde kendilerine eleştirel yaklaşmadığı görülmektedir, ancak büyük bir kısmının kendine eleştirel yaklaşan ergenlerin olduğunu görülmektedir. Ergenlerin sıklıkla mutsuz hissetmek cevabını verdiği, bakımlı görünmek, güzellik, kilo, boy, cilt görünümüne yönelik kendilerini oldukça sıklıkla eleştirdikleri sonucuna ulaşılmaktadır. Ergenlerin büyük bir bölümünün kendilerine yönelik başarı algısı, beden algısı ve güzellik anlayışı açısından eleştirel olabildiği ve düşük öz şefkat göstermelerine neden olduğu görülmüştür.

Başkaları tarafından nasıl algılandıkları ergenlerin yaşamında önemli bir faktördür. Özellikle başkaları tarafından iyi algılanmak amacı için kendilerini iyi sunma çabası kişinin benliklerini etkileyebilmektedir (Klinge ve Van Vliet, 2019). Günlük yaşamda arkadaşlarımızın başarılarına, başarısızlıklarına, mutlu olduğu ya da zorluk çektiği, talihsizlik yaşadığı anlarına şahitlik ettiğimiz zamanlar yaşayabiliriz. Ancak sosyal medyada, insanların

kendilerini idealize ettikleri (Vogel vd., 2014), dikkatlice seçilerek düzenlenmiş görüntülerini sundukları (Chua ve Chang, 2016) neredeyse hayatlarının her zaman keyifli, mutlu ve başarılı görüldüğü bir gerçekliği takip ederiz. Sosyal medyada yaşamların neredeyse mükemmel görünmesi takip eden bireylerin hayal kırıklıkları, başarısızlıklar ve sorunlar yaşadıkları gerçek yaşamlarıyla uyuşmamaktadır. Sosyal medyada oluşan bu algı kendi yaşamlarımızda utanç, kıskançlık, düşük benlik saygısı gibi psikolojik sağlığımızı olumsuz etkileyen duyguları tetiklemektedir (Fox ve Moreland, 2015). Sosyal medya kullanımı ergenlerde başkalarının yargılarıyla ilgilenmenin yanı sıra hayranlık ve kıskançlığa da yol açmaktadır (Chou ve Edge, 2012; Weinstein, 2018). Sosyal medyaya maruz kalma, ergenlerde beden imajı endişeleri ve memnuniyetsizliği ile pozitif ilişkilidir (Burnette vd., 2017; De Vries ve Vossen, 2019; Kleemans vd., 2018). Ergenlerin memnuniyetsizliği yüz, saç, cilt karşılaştırmalarında yoğunlaşmaktadır (Fardouly vd., 2015). Algılanan yetersizlik hissi ve kusurlu olduğunu düşünme durumlarında bireyin kendisiyle nazik ilişki kurması (Neff, 2011); bedenlerini olduğu gibi kabul etmelerine, beden utancı gibi değerlendirmeler yapmalarına neden olmaktadır. Öz şefkat düzeyi yüksek bireyler kendisine karşı yargılayıcı olmayan, dengeli bir bakış açısı geliştirebilmektedirler (Turk vd., 2021).

Katılımcıların; sosyal medya paylaşımları yüksek oranda beğeni ya da etkileşim almadığında bir kısmı bu duruma üzülmeceğini ya da bu durum karşısında nötr hissedeceğini ifade etmiştir. Ergenlerin bir kısmı ise üzüleceğini, pişman olacağını ve bir kısmı da utanmış hissedeceğini, paylaşımını sileceğini ifade etmiştir. Paylaşım yapmayan katılımcılar, paylaşım yapmış olsalar ve sosyal medya paylaşımları yüksek oranda beğeni ya da etkileşim almasa üzülebileceklerini ifade etmiştir. Günümüz ergenleri, sosyal medya odağında bir ortamda yaşamaktadır ve sadece beş ya da on yıl önce var olandan çok farklı bir tarihsel dönem geçirmektedir (Marwick ve Boyd, 2011). Ergenlik döneminde görülen hayali izleyici kavramı, günümüzün sosyal medya dünyasında bir nevi oyuncu ve seyirci ilişkisi olarak ortaya çıkmaktadır (Litt, 2012). Herhangi bir gönderinin beğeni ve yorum sayısı, kullanıcıların gönderilerinin popüleritesini veya yoğunluğunu gözlemleyebilmeleri için halka açık bir derecelendirme aracına dönüşmektedir (Blease, 2015). Ergenler, zorlayıcı yaşam koşullarıyla yıkıcı bir şekilde değil yapıcı bir şekilde başa çıkabilmeleri önemlidir. Olumsuz duygu ve düşüncelere kapılmak yerine kendine şefkatle yaklaşması ergenin davranışında değişiklik yapmasını sağlayabilmektedir (Klinge ve Van Vliet, 2019).

Araştırma bulgularından bir diğeri sosyal medya takipçilerinin paylaşımlarına karşı alaycı tavır takındıklarında/takınırlarsa hissettiklerine yöneliktir. Ergenlerin bir kısmı böyle bir durumu umursamayacağını ifade ederken, bir kısmı ise bu duruma üzüleceğini, öfkeli olacağını,

tedirgin olacağını, kinleneceğini, kendine olan güvenin azalacağını ifade etmişlerdir. Sosyal medyanın ergenler üzerindeki olumsuz etkileri literatürde oldukça geniş bir biçimde yer almaktadır. Sosyal medyanın, ergenlerin beden memnuniyetsizliği (Fardouly vd., 2017); bilişsel bozulma, zorbalık ve sosyal izolasyon (Frith, 2017); uyku sorunları, kaygı, düşük benlik saygısı (Ehrenreich ve Underwood, 2016); duygu durum bozukluğu (Rosen vd., 2013); zayıf zihinsel sağlık (Sampasa-Kanyinga ve Lewis, 2015); zayıf psikolojik iyi oluş (Shakya ve Christakis, 2017), depresif belirtiler ve intiharla ilgili sonuçlarla pozitif ilişkili olabildiği görülmektedir (Twenge vd., 2018). Ergenler, sosyal medyada arkadaşları ile yüksek düzeyde sosyal karşılaştırma yapmakta, kendileri ile ilgili onay içeren değerlendirmelere ihtiyaç duymaktadır (Butzer ve Kuiper 2006), Instagramda gezinme zamanı ile depresif ruh hali arasında pozitif yönlü korelasyon mevcuttur (Frison ve Eggermont, 2017). Takipçilerin onayını almak amacıyla sosyal medyaya yüklenen paylaşımlara yapılan olumsuz yorumlar üzücü olabilir (Staksrud vd., 2013). Buna ek olarak, genç kızlar genellikle yeterli beğeni alamadığında, paylaştıkları öz çekim amacına ulaşmadığında paylaşımı silmektedirler (Qiu vd., 2015). Geri bildirim almak, sosyal ağların önemli bir yönüdür. Akran geribildirimi, ergenin esenliğini etkilemesinin yanı sıra algılanan stres (Beyens vd., 2016), olumsuz ruh hali, genel yaşam tatmini seviyesi ile ilişkili olabilmektedir (Przybylski vd., 2013). Akran mağduriyeti öz-şefkat ile pozitif olarak yönetilebilir (Liu, Yang vd., 2020). Öz-şefkati yüksek bireyler, kişisel üzüntü ya da yetersizliklere maruz kaldıklarında kendilerine karşı nazik ve şefkatli olmaktadır. Olumsuz deneyimlerle ya da olaylar ile karşılaştıklarında olumlu başa çıkma becerileri gösterebilirler. Ergenlerde sıklıkla karşılaşılabilen akran mağduriyetinin oluşturduğu olumsuz hisler öz şefkat düzeyini azaltabilir (Chu vd., 2018).

Araştırma bulgularına göre ergenlerin bir bölümü sosyal medya fenomenlerinin paylaşımlarını izlediğinde bu paylaşımlar karşısında üzülmediği, bir bölümünün kendini kötü hissettiği, bazılarının ise bazen kendini kötü hissettiği bulgusuna ulaşılmıştır. Ergenlerin sosyal medya arkadaşlarının arasında yabancıların olması, şahsen tanınmayan kişilerin dahi takip edilmesi yaygın bir durum olabilmektedir (Moreno ve Kolb, 2012). Ergenler ve yetişkinler takip ettikleri sosyal medya paylaşımlarında sosyal nitelikler ve beden imajı açısından fenomenlerden ziyade kendilerini yaşlılarıyla karşılaştırmaktalar (Strahan vd., 2006). Ünlü takibi, insanların beden imajı tutumlarını etkileyebilmektedir (Aran-Ramspott vd., 2018).

Sosyal medya, çeşitli formatlarda bilgi paylaşımına izin vermektedir. Kullanıcılar etkileyici bir şekilde üretilmiş dünyalarda sanal olarak yaşayabilmekte ve uzak konumlardaki diğer kullanıcılarla etkileşime girebilmektedir (Kaplan ve Haenlein, 2010). Günümüz ergenlerinin akran deneyimlerinin gelişimsel etkilerini tam olarak anlamak için sosyal

medyanın merkezi rolünün önemsenmesi gerektiği açıktır. Bu nedenle, gençlerin olumlu başa çıkma duygu ve davranışları geliştirmesi sağlanarak, öz şefkat becerilerini güçlendirilmelidir. Öz şefkatin, sosyal medyanın olumsuz sonuçları ve ergenler arasında tampon işlev gördüğü bilinmektedir. Bu nedenle anne babalar ve öğretmenler sosyal medya kullanımına yönelik etkin beceriler geliştirmelidir. Sosyal medya kullanımı, paylaşımlarının içeriği, takip edilen kişi, site, grupların kontrol edilebilmesi amacı ile okul, aile ve çocuk iş birliği sağlanmalıdır. Ergenlerin sosyal medya kullanımları ve öz şefkat düzeylerine yönelik nitel, nicel çalışmalar aracılığıyla, farklı disiplinlerle ortak çalışmalar tasarlanarak literatüre katkı sağlanabilir.

KAYNAKÇA

- Aran-Aran-Ramspott, S., Fedele, M., & Tarragó, A. (2018). YouTubers' social functions and their influence on pre-adolescence. *Comunicar Media Education Research Journal*, 26(2). <https://doi.org/10.3916/C57-2018-07>
- Barry, C. T., Sidoti, C. L., Briggs, S. M., Reiter, S. R., & Lindsey, R. A. (2017). Adolescent social media use and mental health from adolescent and parent perspectives. *Journal of Adolescence*, 61, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2017.08.005>
- Beyens, I., Frison, E., & Eggermont, S. (2016). "I don't want to miss a thing": Adolescents' fear of missing out and its relationship to adolescents' social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Computers in Human Behavior*, 64, 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.083>
- Billings, A. C., Qiao, F., Conlin, L., & Nie, T. (2017). Permanently desiring the temporary? Snapchat, social media, and the shifting motivations of sports fans. *Communication & Sport*, 5(1), 10-26. <https://doi.org/10.1177/2167479515588760>
- Blease, C. R. (2015). Too many 'friends,' too few 'likes'? Evolutionary psychology and 'Facebook depression'. *Review of General Psychology*, 19(1), 1-13. <https://doi.org/10.1037/gpr0000030>
- Bluth, K., Roberson, P. N. E., Gaylord, S. A., Fautot, K. R., Grewen, K. M., & Arzon, S. (2016). Does self-compassion protect adolescents from stress? *Journal of Child and Family Studies*, 25, 1098-1109. <https://doi.org/10.1007/s10826-015-0307-3>
- Boyd, D. M. (2008). *Taken out of context: American teen sociality in networked publics*. University of California, Berkeley.
- Burnette, C. B., Kwitowski, M. A., & Mazzeo, S. E. (2017). "I don't need people to tell me I'm pretty on social media:" A qualitative study of social media and body image in early adolescent girls. *Body Image*, 23, 114-125. [/doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.09.001](https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.09.001)
- Butzer, B., & Kuiper, N. A. (2006). Relationships between the frequency of social comparisons and self-concept clarity, intolerance of uncertainty, anxiety, and depression. *Personality and Individual Differences*, 41(1), 167-176. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2005.12.017>
- Caspi, A. (2000). The child is father of the man: personality continuities from childhood to adulthood. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78 (1), pp. 158-172 <https://doi.org/10.1037/0022-3514.78.1.158>
- Chassoakos, Y. R., Radesky, J., Christakis, D., Moreno, M. A., Cross, C., & Council on Communications and Media (2016). Children and adolescents and digital media. *Pediatrics*, 138(5), e20162593. <https://doi.org/10.1542/peds.2016-2593>

- Chen, Q., & Zhu, Y. (2021). Cyberbullying victimisation among adolescents in China: Coping strategies and the role of self-compassion. *Health & Social Care in the Community*. <https://doi.org/10.1111/hsc.13438>
- Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012). "They are happier and having better lives than I am": The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117-121. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>
- Choukas-Bradley, S., Nesi, J., Widman, L., & Galla, B. M. (2020). The appearance-related social media consciousness scale: development and validation with adolescents. *Body Image*, 33, 164-174. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.02.017>
- Chu, X. W., Fan, C. Y., Liu, Q. Q., & Zhou, Z. K. (2018). Cyberbullying victimization and symptoms of depression and anxiety among Chinese adolescents: Examining hopelessness as a mediator and self-compassion as a moderator. *Computers in Human Behavior*, 86, 377-386. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.04.039>
- Chua, T. H. H., & 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://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.011>
- Creswell, J. W. (2021). *Nitel araştırma yöntemleri: Beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni*. (Çev. Ed. Demir, S.B., Bütün, M.) Siyasal Kitabevi. 185-189
- De Jong, P. J., Sportel, B. E., De Hullu, E., & Nauta, M. H. (2012). Co-occurrence of social anxiety and depression symptoms in adolescence: differential links with implicit and explicit self-esteem? *Psychological Medicine*, 42(3), 475-484. <https://doi.org/10.1017/S0033291711001358>
- De Vries, D. A., & Vossen, H. G. (2019). Social media and body dissatisfaction: investigating the attenuating role of positive parent-adolescent relationships. *Journal of Youth and Adolescence*, 48(3), 527-536. <https://doi.org/10.1007/s10964-018-0956-9>
- Donovan, E., Rodgers, R. F., Cousineau, T. M., McGowan, K. M., Luk, S., Yates, K., & Franko, D. L. (2016). Brief report: Feasibility of a mindfulness and self-compassion based mobile intervention for adolescents. *Journal of Adolescence*, 53, 217-221. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.09.009>
- Ehrenreich, S. E., Underwood, M. K., (2016). Adolescents' internalizing symptoms as predictors of the content of their Facebook communication and responses received from peers. *Translational Issues in Psychological Science*, 2, pp. 227-237 <https://doi.org/10.1037/tps0000077>
- Erlingsson, C., & Brysiewicz, P. (2017). A hands-on guide to doing content analysis. *African Journal of Emergency Medicine*, 7(3), 93-99. <https://doi.org/10.1016/j.afjem.2017.08.001>
- Fardouly, J., Pinkus, R. T., & Vartanian, L. R. (2017). The impact of appearance comparisons made through social media, traditional media, and in person in women's everyday lives. *Body Image*, 20, 31-39. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.11.002>
- Feinstein, B. A., Hershenberg, R., Bhatia, V., Latack, J. A., Meuwly, N., & Davila, J. (2013). Negative social comparison on Facebook and depressive symptoms: rumination as a mechanism. *Psychology of Popular Media Culture*, 2, 161-170. <https://doi.org/10.1037/a0033111>
- Fox, J., & Moreland, J. J. (2015). The dark side of social networking sites: An exploration of the relational and psychological stressors associated with Facebook use and affordances. *Computers in Human Behavior*, 45, 168-176. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.083>
- Frison, E., & Eggermont, S. (2017). Browsing, posting, and liking on Instagram: The reciprocal relationships between different types of Instagram use and adolescents' depressed mood. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(10), 603-609. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0156>

- Frith, E. (2017). Social media and children's mental health: A review of the evidence. Retrieved from https://epi.org.uk/wp-content/uploads/2017/06/Social-Media_Mental-Health_EPI-Report.pdf.
- Gibbons, J. L., & Poelker, K. E. (2020). *Technology and the Global Adolescent*. Cambridge University Press.
- Gill, C., Watson, L., Williams, C., & Chan, S. W. (2018). Social anxiety and self-compassion in adolescents. *Journal of Adolescence*, 69, 163-174. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2018.10.004>
- Glesne, C. (2020). *Nitel araştırmaya giriş*. (Ersoy, A., Yalçınoğlu, P.) (6. Basım) Anı Yayıncılık. s.270-294
- Gobin, K. C., McComb, S. E., & Mills, J. S. (2022). Testing a self-compassion micro-intervention before appearance-based social media use: Implications for Body Image. *Body Image*, 40, 200-206. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.12.011>
- Grieve, R., Indian, M., Witteveen, K., Tolan, G.A., & Marrington, J. (2013). Face-to-face or Facebook: Can social connectedness be derived online? *Computers in Human Behaviour*, 29, 604-609. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.11.017>
- Huang, G. C., Unger, J. B., Soto, D., Fujimoto, K., Pentz, M. A., Jordan-Marsh, M., & Valente, T. W. (2014). Peer influences: the impact of online and offline friendship networks on adolescent smoking and alcohol use. *Journal of Adolescent Health*, 54(5), 508-514. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2013.07.001>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Keutler, M., & McHugh, L. (2022). Self-compassion buffers the effects of perfectionistic self-presentation on social media on wellbeing. *Journal of Contextual Behavioral Science*, 23, 53-58. <https://doi.org/10.1016/j.jcbs.2021.11.006>
- Keyte, R., Mullis, L., Egan, H., Hussain, M., Cook, A., & Mantzios, M. (2021). Self-compassion and instagram use is explained by the relation to anxiety, depression, and stress. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 6(2), 436-441. <https://doi.org/10.1007/s41347-020-00186-z>
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241-251. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>
- Klemans, M., Daalmans, S., Carbaat, I., & Anschütz, D. (2018). Picture perfect: the direct effect of manipulated Instagram photos on body image in adolescent girls. *Media Psychology*, 21(1), 93-110. <https://doi.org/10.1080/15213269.2016.1257392>
- Klinge, K. E., & Van Vliet, K. J. (2019). Self-compassion from the adolescent perspective: A qualitative study. *Journal of Adolescent Research*, 34(3), 323-346. <https://doi.org/10.1177/0743558417722768>
- Krayer, A., Ingledew, D. K., & Iphofen, R. (2008). Social comparison and body image in adolescence: A grounded theory approach. *Health Education Research*, 23(5), 892-903. <https://doi.org/10.1093/her/cym076>
- Lenhart, A. (2015). Teens, Social Media & Technology Overview 2015. Pew Research Center: Internet. *Science & Tech*. <https://www.pewresearch.org/internet/2015/04/09/teens-social-media-technology-2015/>
- Lenhart, A., Madden, M., Smith, A., Purcell, K., Zickuhr, K., & Rainie, L. (2011). Teens, Kindness and Cruelty on Social Network Sites: How American Teens Navigate the New World of "Digital Citizenship". *Pew Internet & American Life Project*.
- Lenhart, A., Purcell, K., Smith, A., & Zickuhr, K. (2010). Social Media & Mobile Internet Use among Teens and Young Adults. Millennials. *Pew internet & American life project*.

- Leung, L. (2015). Validity, reliability, and generalizability in qualitative research. *Journal of Family Medicine and Primary Care*, 4(3), <https://doi.org/324>. 10.4103/2249-4863.161306
- Litt, E. (2012). Knock, knock. Who's there? The imagined audience. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56(3), 330-345. <https://doi.org/10.1080/08838151.2012.705195>
- Liu, Q. Q., Yang, X. J., Hu, Y. T., & Zhang, C. Y. (2020). Peer victimization, self-compassion, gender and adolescent mobile phone addiction: Unique and interactive effects. *Children and Youth Services Review*, 118, 105397. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2020.105397>
- Luchman, J., Bergstrom, J., & Krulikowski, C. (2014). A motives framework of social media website use: A survey of young Americans. *Computers in Human Behavior*, 38, 136-141. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.05.016>
- Madden M, Lenhart A, Cortesi S, Gasser U, Duggan M, Smith A, et al. (2013). Pew Research Center; Teens, social media and privacy URL: <http://www.pewinternet.org/2013/05/21/teens-social-media-and-privacy/>
- Malterud, K., Siersma, V. D., & Guassora, A. D. (2016). Sample size in qualitative interview studies: guided by information power. *Qualitative Health Research*, 26(13), 1753-1760. <https://doi.org/10.1177/1049732315617444>
- Marwick, A. E., & Boyd, d. (2011). I tweet honestly, I tweet passionately: Twitter users, context collapse, and the imagined audience. *New Media and Society*, 13(1), 114-133. <https://doi.org/10.1177/1461444810365313>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2019). *Nitel veri analizi*. Çev. Ed Sadegül Akbaba Altun ve Ali Ersoy). Pegem Akademi. (3. Baskı)
- Moreno, M. A., & Kolb, J. (2012). Social networking sites and adolescent health. *Pediatric Clinics*, 59(3), 601-612. <https://doi.org/10.1016/j.pcl.2012.03.023>
- Morse, J. M. (2015). Data were saturated. *Qualitative Health Research*, 25(5), 587-588. <https://doi.org/10.1177/1049732315576699>
- Neff, K. D. (2003). Self-compassion: an alternative conceptualization of a healthy attitude toward oneself. *Self and Identity*, 2(2), 85-101. <https://doi.org/10.1080/15298860309032>
- Neff, K. D. (2011). Self-compassion, self-esteem, and well-being. *Social and Personality Psychology Compass*, 5(1), 1-12. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9004.2010.00330.x>
- Neff, K. D., Hsieh, Y. P., & DeJitterat, K. (2005). Self-compassion, achievement goals, and coping with academic failure. *Self and Identity*, 4(3), 263-287. <https://doi.org/10.1080/13576500444000317>
- Neira, B. C. J., & Barber, B. L. (2014). Social networking site use: Linked to adolescents' social self-concept, self-esteem, and depressed mood. *Australian Journal of Psychology*, 66(1), 56-64. <https://doi.org/10.1111/ajpy.12034>
- Nesi, J., Choukas-Bradley, S., & Prinstein, M. J. (2018). Transformation of adolescent peer relations in the social media context: Part 1—A theoretical framework and application to dyadic peer relationships. *Clinical Child and Family Psychology Review*, 21(3), 267-294. <https://doi.org/10.1007/s10567-018-0261-x>
- O'Keeffe, G. S., Clarke-Pearson, K. (2011). The impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*, 127(4), 800-804. <https://doi.org/10.1542/peds.2011-0054>
- Patton, M. Q. (2018). *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri* (Çev Ed. Bütün, M. ve Demir, S. B). Pegem Akademi Yayınları. 3. Baskı, 407-466
- Pew Research Center, (2015). Teen, Social Media and Technology Overview. URL: <http://www.pewinternet.org/2015/04/09/teens-social-media-technology-2015>

- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers In Human Behavior*, 29(4), 1841-1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Qiu, L., Lu, J., Yang, S., Qu, W., & Zhu, T. (2015). What does your selfie say about you? *Computers in Human Behavior*, 52, 443-449. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.06.032>
- Quan-Haase, A., & Young, A. L. (2010). Uses and gratifications of social media: A comparison of Facebook and instant messaging. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(5), 350-361. <https://doi.org/10.1177/0270467610380009>
- Radovic, A., Gmelin, T., Stein, B. D., & Miller, E. (2017). Depressed adolescents' positive and negative use of social media. *Journal of Adolescence*, 55, 5-15. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.12.002>
- Rosen, L. D., Whaling, K., Rab, S., Carrier, L. M., & Cheever, N. A. (2013). Is Facebook creating "iDisorders"? The link between clinical symptoms of psychiatric disorders and technology use, attitudes and anxiety. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 1243-1254. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.11.012>
- Saldaña, J. (2019). *Nitel Araştırmacılar İçin Kodlama El Kitabı*. (Çev. Ed. Tüfekçi, A., Akcan, S., Şad, N.) İstanbul: Pegem Akademi. (1.Basım) 4-24
- Sampasa-Kanyinga, H., & Lewis, R. F. (2015). Frequent use of social networking sites is associated with poor psychological functioning among children and adolescents. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 18(7), 380-385. <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0055>
- Shakya, H. B., Christakis, N. A. (2017). Association of Facebook use with compromised well-being: A longitudinal study. *American Journal of Epidemiology*, 185(3), 203-211. <https://doi.org/10.1093/aje/kww189>
- Solomon, C., & Barden, S. M. (2016). Self-compassion: A mentorship framework for counselor educator mothers. *Counselor Education and Supervision*, 55(2), 137-149. <https://doi.org/10.1002/ceas.12038>
- Staksrud, E., Olafsson, K., & Livingstone, S. (2013). Does the use of social networking sites increase children's risk of harm? *Computers in Human Behavior*, 29, 40-50. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.05.026>
- Strahan, E. J., Wilson, A. E., Cressman, K. E., & Buote, V. M. (2006). Comparing to perfection: How cultural norms for appearance affect social comparisons and self-image. *Body Image*, 3(3), 211-227. doi:10.1016/j.bodyim.2006.07.004
- Third, A., Bellerose, D., Oliveira, J. D. D., Lala, G., & Theakstone, G. (2017). *Young and online: Children's perspectives on life in the digital age*. Sydney: Western Sydney University.
- Turk, F., Kellett, S., & Waller, G. (2021). Determining the potential link of self-compassion with eating pathology and body image among women: a longitudinal mediational study. *Eating and Weight Disorders-Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 1-9. <https://doi.org/10.1007/s40519-021-01144-1>
- Twenge, J.M., Joiner, T.E., Rogers, M.L., & Martin, G.N., (2018). Increases in Depressive Symptoms, Suicide-Related Outcomes, and Suicide Rates Among U.S. Adolescents After 2010 and Links to Increased New Media Screen Time. *Clinical Psychological Science*, 6(1):3-17. doi:10.1177/2167702617723376
- Vandenbosch, L., & Eggermont, S. (2016). The interrelated roles of mass media and social media in adolescents' development of an objectified self-concept: A longitudinal study. *Communication Research*, 43(8), 1116-1140. <https://doi.org/10.1177/0093650215600488>

- Vannucci, A., & Ohannessian, C. M. (2019). Social media use subgroups differentially predict psychosocial well-being during early adolescence. *Journal of Youth and Adolescence*, 48(8), 1469-1493. <https://doi.org/10.1007/s10964-019-01060-9>
- Verduyn, P., Gugushvili, N., Massar, K., Täht, K., & Kross, E. (2020). Social comparison on social networking sites. *Current Opinion in Psychology*, 36, 32-37. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.04.002>
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of popular media culture*, 3(4), 206.
- Watson, J. C., Prosek, E. A., & Giordano, A. L. (2021). Distress among adolescents: An exploration of mattering, social media addiction, and school connectedness. *Journal of Psychoeducational Assessment*. <https://doi.org/10.1177/07342829211050536>
- Weber, R. P. (1990). *Basic content analysis* (No. 49). Sage.
- Weinstein, E. (2018). The social media see-saw: Positive and negative influences on adolescents' affective well-being. *New Media & Society*, 20(10), 3597-3623. <https://doi.org/10.1177/1461444818755634>
- Werner, K. H., Jazaieri, H., Goldin, P. R., Ziv, M., Heimberg, R. G., & Gross, J. J. (2012). Self-compassion and social anxiety disorder. *Anxiety, Stress & Coping*, 25(5), 543-558. <https://doi.org/10.1080/10615806.2011.608842>
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2018). *Nitel araştırma yöntemi* (11.Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zheng, A., Duff, B. R., Vargas, P., & Yao, M. Z. (2020). Self-presentation on social media: When self-enhancement confronts self-verification. *Journal of Interactive Advertising*, 20(3), 289-302. <https://doi.org/10.1080/15252019.2020.1841048>

Çatışma Beyanı: Bu çalışma ile ilgili taraf olabilecek herhangi bir kişi ya da finansal ilişki bulunmamakta, dolayısıyla herhangi bir çıkar çatışması olmamaktadır.

Destek ve Teşekkür: Çalışmada herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek alınmamıştır.

Etik Kurul Kararı: Araştırmanın etik kurul onayı, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Etik Kurulu'nda 02.12.2021 tarihli ve 102771 sayılı karar ile alınmıştır.

Katkı Oranı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı da bulunmuştur.