

Sosyal Medya ve İnternet Kullanımının Pozitif Beden Algısı Üzerindeki Etkisi*

Bülent ÖNGÖREN**

Menekşe İNTİZAMOĞLU***

ÖZ

Bu çalışma, üniversite öğrencilerinde internet ve sosyal medya kullanımının olumlu beden imajı ile ilişkisini incelemektedir. İnternet ve sosyal medya kullanımının artışı, bireylerin beden imajı algıları değiştirmiştir. Sosyal medyada idealize beden imajlarıyla karşılaşan bireyler kendi bedenleriyle ilgili memnuniyetsizlik yaşayabilmektedir. Bu durumun, gençlerin psikolojik sağlığı üzerinde olumsuz etkiler yaratabilmektedir. Bu nedenle, internet ve sosyal medya kullanımının beden imajı üzerindeki etkilerinin araştırılması önemlidir. Araştırmada, tarama modeli kullanılmış ve 316 üniversite öğrencisi katılım sağlamıştır. Veri toplama araçları, tanımlayıcı bilgi formu, Bedeni Beğenme Ölçeği ve Sosyal Medya Kullanım Ölçeğidir. Veriler SPSS 22 programı ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda, sosyal medya kullanım süresi arttıkça, olumlu beden imajının azaldığı; sosyal medya kullanımının sürekliliği arttıkça, olumlu beden imajının da azaldığı ancak sosyal medya kullanım yeterliliği arttıkça, olumlu beden imajının da arttığı görülmüştür. Bununla birlikte beden kitle indeksi arttıkça ise, olumlu beden imajının azaldığı tespit edilmiştir. Çalışma, internet ve sosyal medya kullanımının üniversite öğrencilerinin beden imajı üzerinde önemli etkileri olduğunu göstermektedir. Sosyal medya kullanım süresi ve kullanım sürekli arttıkça, bireylerin beden imajı ile ilgili sorunları da artmaktadır. Sosyal medya kullanım yeterliliği yüksek olan bireyler ise, beden imajı ile ilgili daha az sorun yaşamaktadır. Bu nedenle, sosyal medyanın bilinçli ve kontrollü bir şekilde kullanılması, beden imajı üzerinde oluşabilecek olumsuz etkileri azaltmak için önemlidir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Beden İmajı, İnternet kullanımı, Üniversite Öğrencileri.

Başvuru / Kabul: 26 Nisan 2025 / 28 Ağustos 2025

Atıf: Öngören, B., İntizamoglu, M. (2025). Sosyal Medya ve İnternet Kullanımının Pozitif Beden Algısı Üzerindeki Etkisi, *İmgelem*, Yeni Medya Çalışmaları Özel Sayısı, 145-168.

The Impact of Social Media and Internet Use on Positive Body Image

ABSTRACT

This study examines the relationship between internet and social media use and positive body image among university students. The increasing use of internet and social media has altered individuals' perceptions of body

*Bu makale “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımlarının Beden İmajı ile İlişkisi” adlı 2209A Tubitak Projesinden yararlanılarak oluşturulmuştur. Bu çalışmanın verileri Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu’nun 30.05.2022 tarihli toplantısında alınan “60” numaralı karar izniyle elde edilmiştir. / The data of this study were obtained with the permission of the decision number “60” taken at the meeting of the Social and Human Sciences Research Ethics Committee of Muğla Sıtkı Koçman University dated 30.05.2022.

**Doç. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Seydikemer Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Sosyal Hizmet Bölümü, E-posta: bulentongoren@mu.edu.tr, ORCID Numarası: [0000-0003-1288-0765](https://orcid.org/0000-0003-1288-0765), ROR ID: <https://ror.org/05n2cz176>

***Sosyal Hizmet Uzmanı, E-posta: menekseintizamoglu00@gmail.com, ORCID Numarası: [0009-0004-7107-3351](https://orcid.org/0009-0004-7107-3351)



image. Individuals exposed to idealized body images on social media may experience dissatisfaction with their own bodies. This situation may have negative effects on the psychological health of young people. Therefore, it is important to investigate the effects of internet and social media use on body image. The survey model was used in the study and 316 university students participated. Data collection tools were descriptive information form, Body Appreciation Scale and Social Media Use Scale. Data were analyzed with SPSS 22 program. As a result of the study, it was observed that as the duration of social media use increased, positive body image decreased; as the continuity of social media use increased, positive body image also decreased; however, as the adequacy of social media use increased, positive body image also increased. Furthermore, it was determined that as body mass index (BMI) increases, positive body image decreases. The study shows that internet and social media use have significant effects on the body image of university students. As the duration and usage of social media continuously increases, individuals' problems with body image also increase. Conversely, individuals with higher social media use proficiency experience fewer body image issues. Therefore, using social media consciously and in a controlled manner is important to reduce the negative effects that may occur on body image.

Keywords: Social Media, Body Image, Internet Usage, University Students.

Received / Accepted: 26 April 2025 / 28 August 2025

Citation: Öngören, B., İntizamoğlu, M. (2025). The Impact of Social Media and Internet Use on Positive Body Image, *İmgelem*, New Media Studies Special Issue, 145-168.

GİRİŞ

Günümüzde hızla değişen ve gelişen, bilgi ve iletişim teknolojisi ile iletişim şekilleri ve alışkanlıkları değişime uğramıştır. Giderek artan teknolojik cihaz kullanımı ile insanların bu teknolojik cihazlarla bir bütün olarak yaşadığı görülmektedir. Bu değişen ve gelişen iletişim teknolojisinde sosyal medya platformları çevrimiçi ve çevrimdışı iletişim için küresel anlamda hayatın vazgeçilmez bir parçası olarak kullanılmaktadır. Gelişen iletişim araçlarının yaygınlaşması ve internet erişiminin mobil cihazlarla ucuzlayıp kolaylaşması, birçok sektörde önemli fırsatlar yaratmıştır (Tutgun-Ünal 2019). Gündelik yaşantımızın temel unsur haline gelen akıllı telefonlar, küçük ve ergonomik olması nedeniyle diğer taşınabilir akıllı cihazlara göre yaygın bir şekilde kullanıcı çekmektedir. Kullanıcılar genellikle bu cihazları sosyal ağ etkileşimleri, elektronik mesajlaşma, online içerik keşfi ve dijital oyun deneyimleri için kullanmaktadır (Özgür Güler ve Veysikarani 2019). Akıllı cihazların hızla gelişmesiyle sosyal ağ kullanımlarının neredeyse tamamının bu alanda yoğunlaşmasına neden olmuştur (Taştan Ünver 2020). Modern yaşamda internet, sunduğu erişim kolaylığı ve kullanıcı dostu arayüzleri nedeniyle giderek artan bir bağımlılık unsuru haline gelmiştir. Bu bağımlılık eğilimi her geçen gün daha da yaygınlaşmaktadır. Bir araştırmada internet ortamının metin, görsel, video, oyun ve grafik gibi çoklu iletişim formatlarını bir arada sunabilen (multimedya) bir platform olduğunu vurgulanmış; bu etkileşimli içeriklerin kullanıcılar üzerinde bağımlılık potansiyeli taşıdığı belirtilmiştir (Işık Topbaş 2015). Benzer şekilde başka çalışmada da günlük sosyal medya kullanım süresindeki artışın bağımlılık düzeyiyle doğru orantılı olduğunu ortaya koymuştur (Tutgun-Ünal 2019). Bununla birlikte dijital medyanın gelişimi, sadece teknolojinin gelişimi değil, aynı zamanda bireylerin de gelişimini sağlamıştır. Çünkü dijital medyanın

kullanıcılarıyla bütünleşmesi, gerçek şeylerin sanal ortama transferine ve sanal temsilinin yaratılmasına neden olmuştur (Çankaya 2022).

Günümüzde internet erişiminin yaygınlaşması ve kullanımının artması, sosyal medya platformlarının daha fazla tercih edilmesine ve kullanıcı sayısının hızla büyümesine yol açmıştır. Sosyal medya, kullanıcılarına zaman tasarrufu sağlaması, bilgiye daha kolay ve hızlı erişim imkânı tanınması, güvenilir bilgi kaynakları sunması, bilgi edinme maliyetlerini düşürmesi, işletmelerin müşteri ilişkilerini geliştirmesi ve rekabet nedeniyle daha uygun fiyatlı ürün/hizmet seçenekleri sunması gibi çeşitli avantajlar sunmaktadır (Kerimoğlu 2023). Sosyal medya, Web 2.0'ın teknolojik altyapısı ve etkileşim odaklı felsefesi doğrultusunda şekillenen, kullanıcıların içerik üretmesine ve düzenlemesine olanak tanıyan dijital platformlar bütünüdür (Aslan 2020). Bu platformlar, bireylerin kişisel profiller oluşturarak birbirleriyle bağlantı kurmalarını, ortak ilgi alanları doğrultusunda içerik paylaşımlarını ve dinamik bir etkileşim ağı geliştirmelerini mümkün kılmaktadır. Sosyal medya ağlarının bilgilendirici, rehberlik edici, öğretici bir pedagojik tarafları da bulunmaktadır (Kaya ve Dalıç 2020). Geleneksel iletişim modellerinden farklı olarak sosyal medya, bireylere tek yönlü bilgi alışverişi yerine eşzamanlı ve karşılıklı etkileşim (hem içerik tüketicisi hem de üreticisi) olanağı sunmaktadır (Küçükali 2016). Sosyal medyanın yaşamımızdaki yaygınlığı, toplumsal hayatın hemen her alanında köklü değişimlere yol açmıştır. Öğrenme-öğretme süreçleri, pazarlama ve reklam stratejileri, iş yapma süreçleri, sağlık hizmetleri sunumu, spor endüstrisi ve iletişimi gibi alanlarda geleneksel uygulamalar dönüşüme uğramış, bireylerin iletişim kurma biçimleri ve günlük pratikleri yeniden şekillenmiştir (Tutgun-Ünal 2019). Bourdieu sosyal medyanın bu gücünü, habitusun yeniden üretildiği bir alan olarak, bireylerin beden algılarını ve tüketim pratiklerini belirleyen sembolik şiddet mekanizmalarını güçlendirmesine bağlamaktadır (Bourdieu 2021).

Meltwater ve We Are Social iş birliğiyle sunulan 2023 Dijital Türkiye Raporuna göre ülkemizde internet kullanıcısı sürekli artmakta olup, nüfusumuzun %83.4'ü interneti kullanmakta, yine nüfusun %73'ü sosyal medya kullanmakta ve günün 7 saatten fazlasını online olarak zamanını geçirmektedir. Online süre içerisinde ise en fazla devlet kurumları, alışveriş siteleri ve sosyal medya platformları ziyaret edilmektedir (Kemp 2025). Sosyal medya, kullanıcıların görsel ve metinsel içeriği diğer kullanıcılarla oluşturmaya ve paylaşmaya olanak sağlayan Facebook, Instagram ve X gibi çevrimiçi platformları ifade etmektedir (Öngören vd. 2021). Sosyal medya kullanımı özellikle genç insanlarda geleneksel medya kanallarından daha fazla zaman harcanan bir günlük aktivite halini almıştır (Lee ve Lee 2021). Sosyal medya kullanımının, özellikle son yıllarda internet kullanımının artışı, kullanıcı

sayısında da artışa neden olmaktadır. Artan bu kullanıcı sayısı daha çok gençleri kapsamaktadır. Günümüz gençliğinin vazgeçilmezi haline gelen internet teknolojilerinden etkin şekilde yararlanmalarını sağlamak amacıyla üniversiteler, öğrencilerine çeşitli olanaklar sunmaktadır (Balcı Arslan Gölcü ve Öcalan 2013). Gençler internet kullanımıyla aynı zamanda farklı mekân deneyimi sağlarken; Dijital dünyanın sunduğu anonimlik imkanı, kullanıcıların kimliklerini açıklamadan farklı platformlarda özgürce dolaşabilmesine olanak tanımakta ve bu durum sosyal medyayı daha çekici kılmaktadır. Sanal dünya olarak adlandırılan bu ortam, bireylere günlük yaşamın stresinden uzaklaşarak kendi tercihleri doğrultusunda kişisel alanlar oluşturma fırsatı sunmaktadır (Balcı, Arslan Gölcü ve Öcalan 2013). Yapılan araştırmalar, üniversite öğrencilerinin sosyal medyada önemli ölçüde zaman harcadığını ortaya koymaktadır. Çavuş'un (2022) çalışmasına göre, üniversite gençliğinin büyük çoğunluğu sosyal ağları aktif olarak kullanmakta ve profillerini sürekli güncellemektedir. Öngören ve arkadaşlarının (2021) bulguları, üniversite öğrencilerinin %95'inden fazlasının sosyal medya kullanıcısı olduğunu göstermektedir. Kullanım süreleri incelendiğinde, gençlerin %90'ının günde en az bir saat, %72'sinin ise üç saatten fazla sosyal medyada vakit geçirdiği görülmektedir. Gençler internet ve sosyal medya platformlarını serbest zaman değerlendirmesi, görsel ve yazılı içerik ve bilgi paylaşımı amacıyla kullanmaktadır (Çavuş 2022). Bu platformlar, kullanıcıların hem yardım alabileceği hem de başkalarına destek olabileceği bir ortam sağladığından informal eğitim aracı olarak kabul edilmektedir (Özkoyuncu 2010). Özellikle uzaktan eğitimin yaygınlaştığı günümüzde, sosyal ağlar eğitim sürecinin vazgeçilmez bir parçası haline gelmesi (Taşhan ve Ünver 2020) hem sosyal medya kullanımının yaygınlaşmasına hem de eğitim olanaklarının artmasına katkı sağlamaktadır. Ancak literatürdeki bazı çalışmalar, aşırı sosyal medya kullanımının problemli internet kullanımına ve sosyal kaygı bozukluklarına yol açabileceğine dikkat çekmektedir (Aktan 2018).

Sosyal medya, kişilerin iç dünyalarını evrensel düzeyde yansıtabildikleri bir araç olmanın yanı sıra, toplumsal yaşamın dijital ortama taşındığı bir paylaşım alanıdır. Bu platformlar, bireylere görüşlerini serbestçe aktarma, yenilikçi yaklaşımlar ortaya koyma ve bu yaklaşımları tartışma olanağı sunmaktadır (Çavuş 2022). Kerimoğlu'nun sosyal medya kullanım nedenleriyle ilgili çalışmada araştırmaya katılan 199 kişiden %68 'inin sosyal medya hesaplarını iletişim için kullandıklarını belirtmiştir (Kerimoğlu 2023). Günümüzde sosyal medya platformları genel olarak bloglar, içerik paylaşım siteleri, sosyal ağlar ve sanal oyun platformları olarak sınıflandırılmaktadır (Çavuş 2022). Bu platformlar iletişimin yanı sıra vakit geçirmek, fotoğraf, video veya bilgi yüklemek, yeni insanlarla tanışmak gibi nedenlerle de

kullanılmaktadır. Şu anda en büyük sosyal medya platformları arasında Facebook, Instagram, X, YouTube ve Tik Tok bulunmaktadır (Kerimoğlu 2023).

Sosyal medya platformlarında çeşitli video ve fotoğraflar da paylaşıldığından bireyler hem içerik üreticisi hem de tüketici olarak konumlanmaktadır. Toplumun büyük bir kesiminin yeni medya araçlarını aktif bir şekilde kullanması dijital platformlarda içerik oluşturulmasını ve dağıtılmasını daha önemli hale getirmektedir. Geleneksel medyada içerik oluşturmak hem maliyetli hem de sınırlı ulaşım imkânına sahipken, dijital platformlarda içerik oluşturmak düşük maliyetli ve sınırsız ulaşım sahiptir (Çankaya 2022). Böylece kültürün aktarılması, değişimi kadar bireylerin düşüncelerinin, tutumlarının ve yaşamlarının değişiminde de sosyal medya ciddi bir öneme sahiptir.

Günümüzün iletişim çağı ile gelişen sosyal medya platformları düşüncelerimizle birlikte topluma dair beklentileri, imajları, tutumları ve bedenleri etkilemektedir. Toplum tarafından iletilen mesajlar, fiziksel görünüme dair ideal standartları ve bu standartların sosyal anlamlarını belirlemektedir (Ünüvar 2023). Zaman içinde toplumsal değer yargıları dönüşüm geçirerek çağın gerekliliklerine uyum sağlamaktadır (Eroğlu ve Gündoğdu 2021). Sosyal ilişkilerde en belirgin algı unsuru olan bedenimiz sürekli bir inceleme nesnesi olduğundan başkalarının yargılarına maruz kalmaktadır (Daldan 2013).

Günümüzde sosyal medya uygulamalarının artmasıyla etkileşimlerin çoğalması beden imajının sosyal medya tarafından etkilenmesine neden olmuştur (Sönmez ve Özgen 2022). Beden imajı, bireyin fiziksel görünümü ile ilgili algılarını, inançlarını, duygularını, düşüncelerini ve davranışlarını kapsayan kendilik algısı ve beden tutumlarıdır (Aklıman 2015). Beden imajı, ayna yansıması da dahil olmak üzere kişinin beden temsiline tasviridir ve bir toplumun kültürüne ve normlarına bağlı olan sosyal yapıları yansıtır (Jiotsa vd. 2021). Dolayısıyla beden imajı, sübjektif olup toplumun bireyi algılamasıyla onu bireyin algılaması arasında sıkı olmayan değişen bir yapıya sahiptir (Aklıman 2015). Bu sebeple kişinin bedenine ilişkin sahip olduğu imaj, çoğunlukla sosyal deneyimler tarafından şekillendiğinden, insan davranışının anlaşılmasında önemli bir yere sahiptir. Beden imajı bireylerin duygu, düşünce ve davranışlarını etkileyerek günlük yaşamlarını ve dolayısıyla yaşam kalitelerini etkilemektedir (Daldan 2013). Bireyin kendi bedeniyle ilgili tanımlamaları içeren, beden imajı yalnızca fiziksel görünüşle ilgili olmayıp kendilerinin ne şekilde gördükleriyle ilgili kişisel bir resimdir (Ceren, Seda ve Nazmi 2020).

Genel olarak çok yönlü bir yapıya işaret eden beden imajı, algısal (nasıl görüldüğümüz), duygusal (nasıl hissettiğimiz), tutumsal (bedenimizi nasıl değerlendirdiğimiz) ve davranışsal (bedenimize yönelik eylemlerimiz) katmanların bileşenleridir (Jung, Barron ve Swami 2022). Katmanlar içsel ve dışsal unsurlardan oluşmakta olup dışsal unsurlarla birlikte sosyal medya beden imajını etkilemektedir (Hacıoğlu 2017). Bireylerin sergilediği ve idealleştirilen beden imajları kültürden kültüre değişmektedir. Her kültürde sosyo-kültürel kanallar (medya, aile, akranlar) yoluyla yayılan ideal beden imajı; bireylerin içselleştirdiği bedenleriyle ilgili olumlu ya da olumsuz beden imajına sahip olmasına sebep olmaktadır (Ceren, Seda ve Nazmi 2020). Sosyal medya idealize edilmiş görüntülerin izlenmesi, kişinin kendi görünümünü başkalarınıninkine (idealize edilmiş görüntüleriyle) karşılaştırması için fırsatlar sunmaktadır (Jung, Barron ve Swami 2022).

Günümüz modern toplumlarında ideal beden formları televizyon programları, magazinler, dergiler reklamlar ve sosyal medya aracılığıyla yayılmakta ve bireylere yoğun olarak bu ideal beden formları dayatılmaktadır. Bireyin fiziksel özelliklerine yüklediği anlamlar; özgüven, benlik saygısı, kimlik oluşumu ve kişilik gelişimi gibi temel psikolojik süreçlerle doğrudan bağlantılıdır. Toplumun dayattığı ideal beden standartlarını benimsemek ve bu ideallere ulaşma çabası, bireylerde, beden memnuniyetsizliği, özgüven eksikliği, sağlıksız davranış kalıpları gibi olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir (Hacıoğlu 2017). Bedenlerin algılama biçimleri sadece bireylerin yapısal ve görünümsel ideallerinden etkilememekte olup, toplumsal süreçlerde sergilediği performanstan da etkilenir (Gülten 2003). Bu süreçte biyolojik bedenlerimiz, toplumsal etkileşimlerin şekillendirdiği sosyokültürel varlıklara dönüşmekte ve böylece toplumsal yapının temel bileşenlerinden birini oluşturmaktadır (Bingöl 2017).

Fiziksel görünüme verilen değer sosyal medya aracılığıyla topluma ve bireylere sosyal bir norm olarak sunulur. Dolayısıyla insanoğlu bu tür yönlendirmeler karşısında arayışa giren ve kendisini bir şey yapmaya mecbur hisseden bireylerin kendi beden imajı ile sosyal medya aracılığı ile sunulan beden imajı arasında boşluklar oluşmaktadır. Bu durum ise bireyi sanal bir görünüş kaygısına sokarak olumsuz beden imajını tetiklemektedir. Kaygıyı azaltmak için bireyler diğer kişilere bireysel imajını aktararak kurtulmaya çalışmaktadır (Yorulmaz ve Barutçu 2019). Bu nedenle sosyal medya platformları aracılığı ile insanlar mevcut bedensel dış görünüşlerini paylaşmaktadır.

Sosyal insan, yaşamının tüm sürecinde ve alanlarında diğerleri üzerindeki görünümünü merak ettiğinden daha güzel görünme ve iyi izlenim sağlama hedefindedirler. Bu izlenimler, sosyal medya tabanlı kalıplaşmış algılara göre şekillenebilmektedir (Yorulmaz ve Barutçu

2019). Hatta sosyal medya araçlarının kullanımı arttıkça aile ve yakın arkadaşlar kadar beden imajı üzerinde sosyal medya platformlarının etkisi çok daha fazla önem arz etmektedir (Öngören vd. 2021).

Sosyal medyada görünümle ilgili fotoğraf etkinliği, içselleştirme ve görünüm karşılaştırmaları beden memnuniyeti ile ilgili olduğu bunun yanı sıra fotoğraf düzenleme davranışının ise beden imajı ile ilgili olduğu söylenebilir. Sosyal medyada kendini sunma davranışı, en iyi fotoğrafı seçme ve bu fotoğrafı düzenleyerek gerçekleştirebilmektedir (Lee ve Lee 2021). Sosyal medyayı kullanan bireyler sadece fotoğraf seçme ve düzenleme ile yetinmeyip video gibi içerik paylaşımlarında da bulunmakta, diğer bireylerin paylaşımlarını görebilmekte ve onlara kolaylıkla erişebilmektedir. Hızla artan sosyal medya kullanımıyla bireylerin paylaşımlarında da artış görülmektedir. Bireyler kendi paylaşımlarını yaparken diğer paylaşımlarla karşılaştırmaktadır. Bireyler, özellikle genç kesim paylaşımlarını yaparken güncel olaylar, paylaşımların beğeni sayısı, izlenme sayısı gibi etkenleri dikkate alarak içerik paylaşmaktadırlar. Sosyal medyaya yüklenen görüntüler muhtemelen en iyi fiziksel özelliklerini sunmak için tipik çekici beden olarak gözükebilirler. Fiziksel görünüş, gençlerde kendine güvenin merkezi haline de gelebilmektedir (Bakır ve Kalkan 2019).

Günümüzde medya tarafından üretilen ve görüntülerle oynayarak fotoğraflarda yapay olarak yaratılan, mükemmel, gerçek dışı, güzellik imajları bireylere evrensel güzellik ölçütleri olarak sunulmakta ve böylece bireylerin güzellik hakkındaki algılarını değiştirmektedir (Çankaya 2022). Foucault'un beden siyaseti kavramında belirttiği gibi toplum bireyin bedeni üzerinden disipline edilerek kurumlar ve söylemler aracılığıyla denetlenir ve biçimlendirilir hale gelmiştir (Foucault 1992). Aynı zamanda geç modernite idealleşme baskısı yaratarak bireylerin gerçekte olduklarından çok, olmayı hayal ettikleri kişi gibi görünmek için çaba harcamalarına neden olmaktadır. Sosyal medyada bu idealleştirilmiş benliklerini sergileyerek hem kendilerini ifade etmekte hem de dış dünyanın kabulünü aramaktadırlar (Öngören vd. 2021). İnsanların hayallerindeki ideal benden imajlarıyla kendi beden imajları arasında olabilecek farklılıklar mutsuzluk ve endişe yaratmakta (Atık ve Örtten 2008) olup bu durum tüm gençlerde ve ergen kızların beden algı ve imajı üzerinde etkisini yaygın bir biçimde göstermektedir (Özgür ve Uçar 2020). Her yaşam döneminin beden ve güzellik algısı değişim gösterse de sürekli değişen toplumsal güzellik algısı ideal bedeni yeniden tanımlayarak güzel ve estetik olma konseptinin toplumun geneline yaygınlaşması bireyi buna uymaya zorlamaktadır (Türk ve Bayrakçı 2020). Dijital medyanın popüler hale gelmesi ile görsel içeriklerin sayısının artması, sosyal medya platformlarının moda ikonlarının yaşam

biçimlerinin yakından takip edilebilmesine olanak sağlaması gibi nedenlerle, güzellik normları da büyük oranda yaygınlaşmış ve bedenin yeni görünümüne tanık olunmuştur (Çankaya 2022).

Beden imajı, vücudumuzla ilgili zihinsel bir resimdir. Bu zihinsel resim kişilerin sosyal çevrelerinin kendileri ile ilgili düşünce ve tutumlarıyla şekillenmektedir. Bu şekillendirmeyi aktaran sosyal medya platformları ise ideal beden formlarının oluşmasına neden olmaktadır. Oluşan bu ideal beden formlarının içselleştirilmesi ve onlara ulaşmaya çalışmak, bireylerin sağlıksız davranışlar geliştirmesine, bireylerde beden imajı hoşnutsuzluklarına, kendine güvenin azalmasına, neden olmaktadır (Güney 2018). Bu nedenle Günümüzde sosyal medya, kültürel normların ve toplumsal beklentilerin yayılmasında en etkili iletişim kanalı konumuna gelmiştir. Bu platformlar özellikle; ideal fiziksel görünüm standartları, estetik değer yargıları, bedensel mükemmeliyetçilik anlayışı, konularında toplum üzerinde derin etkiler oluşturmaktadır. Sağlıklı beden algısı artık yalnızca medya figürleri veya seçkinler tarafından değil, toplumun tüm katmanlarındaki bireylerce benimsenen bir olgu haline gelmiştir (Öngören vd. 2021). Yaygın şekilde kabul edilmiş güzellik algısına bireyler medya aracılığıyla sürekli maruz kalmaktadır (Ünüvar 2023). Günümüzde sosyal medyanın en çok gençler tarafından kullanılması ve medyanın sosyokültürel faktörler üzerinde güçlü bir etkisi bulunması nedeniyle beden algısı hızlı değişimler geçirmektedir. Bu değişimle birlikte gençler toplumda tanımlanmış beden algısında farklılıklar yaratmaya başlamışlardır.

Üniversite öğrencilerinin ailelerinden ayrı yaşaması, yeni bir sosyal çevre edinme çabaları ve pandeminin getirdiği sosyal kısıtlamalar, artan yalnızlık ve endişe hisleriyle birleşerek sosyal medya kullanım sürelerinin uzamasına zemin hazırlamaktadır (Hamurcu 2022). Genç yetişkinlik dönemindeki bireylerde beden imajını etkileyen unsurların belirlenmesi, bu kritik gelişim evresinde sağlıklı bir beden algısının oluşmasına yönelik çalışmaların verimliliğini artırabilir. Pozitif beden imajı, üniversite gençliğinin, yaşam standartları, ruhsal ve bedensel sağlığı, sosyal etkileşim kalitesi açısından büyük önem taşımakta olup, aynı zamanda; öz-değer duygusunun gelişimi, yaşamdan alınan tatmin düzeyi, kendine şefkatli yaklaşım gibi psikolojik iyi oluş bileşenlerini de olumlu yönde desteklemektedir (Ceren, Seda ve Nazmi 2020). Bu çalışma, internet ve sosyal medya kullanımının pozitif beden imajı üzerindeki etkisini incelerken yalnızca olumsuz sonuçlara değil, olumlu beden algısını destekleyen dijital etkileşim biçimlerine de odaklanarak literatürdeki önemli bir boşluğu doldurmaktadır. Özellikle üniversite gençliğinde sosyal medyanın ve psikolojik iyi oluş ile olan ilişkisini ele alarak, beden imajı konusuna çok boyutlu

ve umut verici bir perspektif sunmaktadır. Bu yönüyle çalışma, dijital ortamların yalnızca risk değil, aynı zamanda psikososyal gelişim için bir fırsat alanı olabileceğini göstermesi bakımından literatüre önemli bir katkı sağlamaktadır.

Çalışmanın iki temel hipotezi bulunmaktadır.

İnternet ve sosyal medya kullanımı üniversite öğrencileri arasında yaygındır.

İnternet ve sosyal medya kullanımı üniversite öğrencilerinin beden imajı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

YÖNTEM

Çalışma ilişkisel tarama modeliyle tasarlanmış olup survey tekniği kullanılmış ve araştırmada anket ve ölçekler veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Araştırmanın evreni Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi öğrencileri olup örneklem olarak Seydikemer Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Edebiyat Fakültesi ve Sağlık Bilimleri Fakültesinden evreni bilinen örneklem alma tekniği ile 360 öğrenci dahil edilmiş ancak eksik anketlerin çıkarılmasıyla 316 anket değerlendirilmiştir. Örneklem kampüs, taşra ve farklı alanları dikkate alarak ve okulların öğrenci yoğunluğuna göre belirlenmiştir. Anket yüz yüze uygulanmıştır.

Veri Toplama Araçları

Tanımlayıcı Bilgi Formu; Bu form, bireylerin yaş, cinsiyet, sınıf, gelir durumu, boy, vücut ağırlığı, beden kütle indeksi (BKİ), internet ve sosyal medya kullanım süresi ve türü hakkında ayrıntılar gibi özelliklerini kaydetmek için kullanılmıştır.

Bedeni Beğenme Ölçeği; Tylka ve Wood-Barcalow tarafından 2015 yılında geliştirilen ve aynı yıl Anlı ve arkadaşları tarafından Türkçe geçerlik ve güvenirliği gösterilen 10 maddeden oluşan 5’li likert tipinde bir ölçektir (Anlı vd. 2015). Ölçek, Türkiye Ölçme Araçları Dizininde yer almaktadır ve erişime açıktır. Yapılan madde analizi sonucunda ölçeğin iç tutarlılık güvenirlik katsayısı 0,88 olarak bulunmuştur. Ölçekte yer alan tüm maddelere ait puanlar toplanarak toplam bir bedeni beğenme puanı elde edilmektedir. Ölçekte ters kodlanan madde bulunmamakta ve 10 ile 50 arasında bir puan elde edilmektedir. Ölçekten yüksek puan almak, bedeni beğenme düzeyinin yüksek olduğuna işaret etmektedir (Tylka ve Wood-Barcalow 2015). Çalışmamızda Cronbach alfa iç tutarlılık güvenirlik kat sayısı .93 bulunmuştur.

Sosyal Medya Kullanım Ölçeği; Ölçek Levent Deniz ve Aylin Tutgun Ünal tarafından 2019 yılında geliştirilmiş olup 5’li likert tipindedir. Ölçekte ters madde bulunmamakta olup, 1,2,3,4. Maddeler Süreklilik ve 5,6,7,8. Maddeler Yetkinlik adını alan iki alt ölçeğe sahiptir.

Cronbach alfa iç tutarlılık güvenirlik kat sayıları süreklilik alt ölçeği için .72; yetkinlik alt ölçeği için .73, ölçeğin bütünü için .82 olarak bulunmuştur (Deniz ve Tutgun-Ünal 2019). Çalışmamızda Cronbach alfa iç tutarlılık güvenirlik kat sayıları süreklilik alt ölçeği için .79; yetkinlik alt ölçeği için .75, ölçeğin bütünü için .84 olarak bulunmuştur

Veriler Sosyal Bilimler için İstatistik Paketi (SPSS) Sürüm 25 kullanılarak analiz edildi. Normal dağılıma uygunluğu belirlemek için Kolmogorov-Smirnov testi kullanılmış ayrıca çarpıklık basıklık değerlerine bakılmıştır. Veriler normal dağılıma sahip olması nedeniyle katılımcıların puanlarını açıklamak için Pearson korelasyon analizi kullanıldı. Analiz sonuçları ortalama±standart sapma ve frekans (yüzde) olarak ifade edildi. $p<0,05$ olasılık değeri istatistiksel olarak anlamlı kabul edildi.

Etik Değerlendirme: Çalışmaya başlamadan önce Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler 3. Etik Kurulundan onay alındı (30.05.2022, No: 60). Ayrıca Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi ilgili birimlerinden çalışmayı yürütmek için çalışma izni alındı. Bu çalışma Helsinki Deklarasyonu ilkelerine uygun olarak yürütüldü.

BULGULAR

Çalışmaya katılan katılımcıların demografik ve sosyal özellikleri Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo: 1. Katılımcıların Sosyodemografik Özellikleri

		Sayı	%			Sayı	%
Cinsiyet	Kadın	219	69,1	Kardeş Sayısı	Tek Çocuk	18	5,7
	Erkek	97	30,9		1 Kardeş	84	26,5
Yaş	17-18	36	11,4		2-3 Kardeş	141	44,8
	19-21	201	63,7		4 ve fazla Kardeş	73	23,0
	22 ve üzeri	79	24,9	Ebeveynlerin Birliktelik Durumu	Birlikte	275	87,1
Okul	S.kemer Uyg.Bil. Y.O.	38	12,3		Boşanmış	24	7,6
	Edebiyat Fakültesi	134	42,3		Vefat	17	5,4
	Sağlık Bil. Fakültesi	144	45,4	İkamet yeri	Yurt/Apart	210	66,6
Sınıf	1. Sınıf	119	37,5		Arkadaşlarla Evde	56	17,7
	2.Sınıf	80	25,2		Yalnız	22	6,9
	3.sınıf	75	24,0		Ailemle	28	8,8
	4. Sınıf	42	13,2	Gelir Durumu	Asgari Ücret	102	32,2
Toplam		316	100		Asgari Ücretin 2 katına kadar	98	30,9
					Asgari Ücretin 4 katına kadar	90	28,7
					Asgari Ücretin 4 katından fazla	26	8,2
				Toplam		316	100

Demografik bilgilerle ilgili tablo incelendiğinde çalışmamıza katılanların çoğunluğu (%69,1) kadın, çoğunluğu (%63,7) üniversite çağı olan 18-21 yaş grubunda olduğu, fakültelerin

öğrenci ağırlıklarına göre katılım gösterdikleri ve en fazla 1.sınıfların (%37,5) araştırmaya destek olduğu ifade edilebilir.

Diğer taraftan araştırmaya katılanların; yarıya yakını (44,8) 2-3 kardeş olduğu, büyük çoğunluğunun (%87,1) ebeveynlerinin evli veya birlikte yaşadığı, yarıdan fazlasının (%66,6) yurt ya da apartta kaldığı, aile gelirinin asgari ücretin 4 katından fazla olanların sadece %8,2 olduğu tespit edilmiştir.

Tablo: 2. Beden Kitle İndeks Değerleri

	Sayı	Minimum	Maksimum	Ortalama
Boyunuz	316	150	195	168
Kilonuz	316	40	110	62
Beden Kitle İndeksi (BKİ)	316	15,06	35,92	21,8

Çalışmanın boy, kilo değerleri ve BKİ oranları Tablo 2’de verilmiştir. Buna göre katılımcıların boy ortalamasının 168 cm, kilo ortalamasının 62 kg ve BKİ ortalaması ise 21.8’dir. Çalışmamızda katılımcıların “normal” kilolu olduğu tespit edilmiştir.

Tablo: 3. Sosyal Medya ve İnternet Kullanımı

	Sayı	Minimum	Maksimum	Ortalama
İnternet kullanım süresi (gün/saat)	316	4	17	7,36
Sosyal medyada kullanım süresi (gün/saat)	316	1	16	5,38

Araştırmaya katılan öğrenciler bir günde ortalama 7 saat 36 dakika internet kullanmaktadır (Tablo 3). Toplam internet kullanımının da %73’ünü sosyal medyada geçirmektedirler. Katılımcıların Instagram, X, Facebook, Youtube, Tiktok, Snapchat, Whatsup, Telegram, Tinder sosyal medya uygulamalarını kullandığı tespit edilmiştir. Sadece dört katılımcı bir adet sosyal medya uygulaması kullandığını belirtmiştir. Katılımcıların %76’sı 3 ile 5 adet uygulamayı aynı anda kullanmakta, 10 katılımcı yukarıda belirtilen tüm uygulamaları kullandığını ifade etmektedir.

Çalışmamızda sosyal medya uygulamalarından hangilerini daha sıklıkla kullandığı incelenmiş ve Instagram ve Whatsup 298’ar, Youtube 278, X 186, Snapchat 148, Tiktok 71, Facebook 49, Telegram 45 ve Tinder 20 katılımcı tarafından kullanıldığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla hem internet kullanım süresinin 5 saate yaklaşması hem de tüm katılımcıların bir uygulama kullanması hatta katılımcıların büyük çoğunluğunun (76,3’ü) 3 ile 5 sosyal medya uygulaması kullanımının olması, gençler arasında sosyal medyanın yaygın olarak kullanıldığını göstermektedir.

Tablo: 4. İnternet ve Sosyal Kullanım Analizi

	Beden Kütle İndeksi	İnternet Kullanım Süresi	Sosyal Medya Kullanım Süresi	Sosyal Medya Kullanım Sürekliliği	Sosyal Medya Kullanım Yeterliliği	Olumlu Beden İmajı
Beden Kütle İndeksi	1 316					
İnternet Kullanım Süresi	,032 ,574 316	1 316				
Sosyal Medya Kullanım Süresi	,009 ,877 316	,934** ,000 316	1 316			
Sosyal Medya Kullanım Sürekliliği	,008 ,885 316	,256** ,000 316	,285** ,000 316	1 316		
Sosyal Medya Kullanım Yeterliliği	,016 ,784 315	,192** ,001 315	,226** ,000 315	,576** ,000 315	1 315	
Olumlu Beden İmajı	-,159** ,005 312	,036 ,527 312	-,027 ,632 312	-,159** ,005 312	-,089 ,115 311	1 312

** . P< 0.01

Çalışmada Beden Kütle İndeksi (BKİ), İnternet Kullanım Süresi, Sosyal Medya Kullanım Süresi, Sosyal Medya Kullanım Sürekliliği, Sosyal Medya Kullanım Yeterliliği ve Olumlu Beden İmajı değişkenleri arasında Pearson korelasyon analizi yapılmıştır (Tablo 4). Bu analize göre Beden Kütle İndeksi (BKİ) arttıkça olumlu beden imajı algısı düştüğünden ($r = -0,159$) bireylerin BKİ seviyeleri yükseldikçe bedenleri hakkında daha olumsuz düşünmektedirler.

İnternet kullanım süresi ile sosyal medya kullanım süresi arasında çok güçlü bir ilişki ($r=0,934$) olup katılımcıların internet kullanımının büyük ölçüde sosyal medya ile ilişkili olduğunu göstermektedir. Sosyal medya kullanım sürekliliği arttıkça sosyal medyayı yeterli bir şekilde kullanabilmektedir ($r = 0,576$). Sosyal medya kullanım sürekliliği arttıkça, olumlu beden imajı azalmakta ($r = -0,159$) olup sürekli sosyal medya kullanımı olan bireylerin beden algılarını olumsuz etkilenmektedir.

Çalışmamızda BKİ ve sosyal medya kullanım sürekliliği, olumsuz beden imajına neden olduğu gözlenmektedir. Ancak sosyal medya kullanım yeterliliğinin, beden imajı üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olmaması, bilinçli kullanıldığında sosyal medyanın bireyi olumsuz

etkilemediğini düşündürmektedir. Diğer taraftan internet kullanımının artması sosyal medya kullanımını arttırdığından, bireylerin sosyal medyadan etkilerinden uzaklaşabilmesi için internet kullanımlarını sınırlamaları gerektiği varsayılmıştır.

TARTIŞMA

Bu çalışma, internet ve sosyal medya kullanımının üniversite öğrencilerinin olumlu beden imajı üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlamıştır. Araştırmanın bulguları, internet ve sosyal medya kullanımının özellikle gençler arasında yaygın olduğunu ve bu kullanımın beden imajı üzerinde önemli etkiler yarattığını ortaya koymaktadır. Bu bölümde, elde edilen bulgular literatürdeki diğer çalışmalarla karşılaştırılarak daha detaylı bir şekilde tartışılacaktır.

Araştırmamızda, katılımcıların internet ve sosyal medya kullanımının yaygınlığını tespit edebilmek için kullanım sürelerine bakılmış ve günde ortalama 7 saat 36 dakika internet kullandıkları ve bu sürenin %73'ünün sosyal medya platformlarında geçirildiği tespit edilmiştir. Çeşitli araştırmalarda gençlerin ve üniversite öğrencilerinin internet kullanımının büyük bir kısmını sosyal medyada geçirdiklerini belirtilmiştir (Balcı, Arslan Gölcü ve Öcalan 2013; Alkan 2023; Selçuk 2022). Ayrıca, Çavuş (2022) tarafından yapılan çalışmada, üniversite öğrencilerinin %95'inden fazlasının sosyal medya kullandığı ve profillerini düzenli olarak güncellediği ifade edilmiştir. Bu durum, gençlerin sosyal medyayı sadece iletişim aracı olarak değil, aynı zamanda kimliklerini ifade etme ve sosyal etkileşimlerini sürdürme aracı olarak kullandıklarını göstermektedir.

Sosyal medya kullanımının bu kadar yaygın olması, bireylerin günlük yaşamlarında bu platformlara bağımlı hale gelmelerine neden olmaktadır. Tutgun-Ünal ve Deniz (2016) tarafından yapılan bir çalışmada, günlük sosyal medya kullanım süresindeki artışın sosyal medya bağımlılığına işaret ettiği belirtilmiştir. Bu bağımlılık, bireylerin sosyal medyada geçirdikleri sürenin artmasına ve bu platformlarda kendilerini sürekli olarak karşılaştırmalarına neden olmaktadır. Bu durum, özellikle gençler arasında beden imajı üzerinde olumsuz etkiler yaratabilmektedir.

Araştırmamızda, sosyal medya kullanım sürekliliği arttıkça olumlu beden imajının azaldığı tespit edilmiştir. Bu bulgu, Jung, Barron ve Swami (2022) tarafından yapılan çalışma ile paralellik göstermektedir. Onlar, sosyal medya kullanımının özellikle genç kadınlar üzerinde beden algısını olumsuz etkilediğini ve bu etkinin, içselleştirilmiş güzellik standartları ve sosyal karşılaştırmalar yoluyla gerçekleştiğini belirtmişlerdir. Benzer şekilde, Lee ve Lee (2021)

sosyal medyada fotoğraf düzenleme davranışının beden imajı üzerinde olumsuz etkiler yarattığını ve bu durumun özellikle gençler arasında yaygın olduğunu ifade etmişlerdir.

Sosyal medya platformlarında paylaşılan idealize edilmiş görüntüler, bireylerin kendi bedenleriyle ilgili olumsuz düşünceler geliştirmesine neden olmaktadır. Jiotsa ve arkadaşları (2021) tarafından yapılan bir çalışmada, sosyal medyada takip edilen kişilerin fiziksel görünüşleri ile kendi görünüşlerini karşılaştırmanın beden memnuniyetsizliğini artırdığı ve zayıflık arzusunu tetiklediği belirtilmiştir. Bu durum, sosyal medyanın ideal beden imajlarını yaygınlaştırarak bireylerin kendi bedenleriyle ilgili olumsuz düşünceler geliştirmesine neden olduğunu göstermektedir. Üstelik sosyal medya, bireylerin gerçek dünyadan koparak sanal ilişkilere yönelmesine ve yalnızlaşmasına yol açarken, aynı zamanda benlik saygısı düşük olan kişilerde zaman yönetimi sorunlarına ve mahremiyet ihlallerine de neden olmaktadır. Özellikle toplumsallaşma sürecini sağlıklı tamamlayamayan bireyler, sosyal medyadaki idealize edilmiş görüntülerle kendilerini kıyaslayarak hem psikolojik hem de sosyal açıdan olumsuz etkilenmektedir (Beyaz Özbey 2022).

Ayrıca, sosyal medya kullanımının beden imajı üzerindeki etkileri sadece fiziksel görünümle sınırlı değildir. Sosyal medya, bireylerin kendilerini sunma biçimlerini de etkilemektedir. Özellikle gençler, sosyal medyada kendilerini en iyi şekilde göstermek için fotoğraflarını düzenlemekte ve bu durum, gerçekçi olmayan bir beden imajı algısı yaratmaktadır. Lee ve Lee (2021) tarafından yapılan çalışmada, sosyal medyada fotoğraf düzenleme davranışının beden memnuniyetsizliğini artırdığı ve bu durumun özellikle genç kadınlar arasında yaygın olduğu belirtilmiştir.

Araştırmamızda, Beden Kütle İndeksi (BKİ) arttıkça olumlu beden imajı algısının azaldığı tespit edilmiştir. Bu bulgu, Daldan (2013) tarafından yapılan çalışma ile uyumludur. Daldan, üniversite öğrencilerinde BKİ'nin beden imajı üzerinde önemli bir etkisi olduğunu ve BKİ'si yüksek olan bireylerin bedenleriyle ilgili daha olumsuz düşüncelere sahip olduklarını belirtmiştir. Ayrıca, Hacıoğlu (2017) tarafından yapılan çalışmada, BKİ'si yüksek olan bireylerin beden imajı hoşnutsuzluğu yaşama olasılıklarının daha yüksek olduğu ifade edilmiştir.

BKİ'nin beden imajı üzerindeki etkisi, sadece fiziksel sağlıkla ilgili değildir. Aynı zamanda, bireylerin kendilerini nasıl algıladıkları ve toplumun onlara nasıl baktığıyla da ilişkilidir. Özellikle sosyal medyada ideal beden imajlarının sürekli olarak vurgulanması, BKİ'si yüksek olan bireylerin kendilerini daha fazla eleştirmelerine ve bedenleriyle ilgili olumsuz

düşünceler geliştirmelerine neden olmaktadır. Bu durum, bireylerin yaşam kalitesini düşürmekte ve psikolojik sorunlara yol açabilmektedir. Sosyal medyanın beden imajı üzerindeki olumsuz etkileri, özellikle gençler arasında yaygın olarak görülmekte olup, sosyal medya kullanımının bireylerde sanal bir görünüş kaygısı yaratarak beden imajını olumsuz etkilediği (Yorulmaz ve Barutçu 2019), idealize edilmeye çalışılan görüntülere ulaşma kaygısının özellikle kadınlarda beden imajını olumsuz etkilediği (Lee ve Lee 2021) ifade edilmektedir.

SONUÇ

Sosyal medyanın yaygın kullanımı, bireylerin beden imajını önemli ölçüde etkilemektedir. Araştırma bulguları, özellikle üniversite öğrencileri arasında internet ve sosyal medya kullanım süresinin artmasının, idealize edilmiş beden imgeleriyle yapılan karşılaştırmaları artırdığını ve olumsuz benlik algısına yol açtığını göstermektedir. Beden Kütle İndeksi (BKİ) yüksek olan bireylerin, sosyal medyada sıkça karşılaştıkları mükemmeliyetçi standartlar nedeniyle bedenlerinden daha az memnun oldukları belirlenmiştir. Bu memnuniyetsizlik, psikolojik iyi oluşu olumsuz yönde etkileyebilmekte ve sosyal kaygı bozuklukları gibi çeşitli sorunları tetikleyebilmektedir.

Sosyal medya platformlarında paylaşılan düzenlenmiş ve çoğu zaman gerçekçi olmayan görüntüler, bireylerin kendilerini sürekli başkalarıyla kıyaslamasına ve ulaşılabilir beklentiler geliştirmesine neden olmaktadır. Özellikle genç yetişkinlerde bu durum, beden memnuniyetsizliği, düşük özsaygı ve sağlıksız davranış kalıplarıyla sonuçlanabilmektedir. Bununla birlikte, sosyal medyanın bilinçli ve dengeli bir şekilde kullanılması, bu olumsuz etkileri azaltma potansiyeline sahiptir. Bu nedenle bireylerin dijital okuryazarlık becerilerinin geliştirilmesi ve sosyal medyayı eleştirel bir bakış açısıyla kullanabilmeleri büyük önem taşımaktadır.

Araştırma bulguları, sosyal medyanın beden imajı üzerindeki etkilerinin çok boyutlu bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Sosyal medya, bir yandan bireylerin kendilerini ifade etme ve sosyal bağlar kurma aracı olurken, diğer yandan gerçekçi olmayan standartlar dayatarak olumsuz psikolojik sonuçlara neden olabilmektedir. Bu ikili etki, sosyal medya kullanımının bireysel ve toplumsal düzeyde daha derinlemesine incelenmesi gerektiğini göstermektedir. Özellikle gençlerin dijital ortamda sağlıklı bir benlik algısı geliştirebilmeleri için destekleyici mekanizmaların oluşturulması büyük önem taşımaktadır.

Bu çalışma, internet ve sosyal medya kullanımının üniversite öğrencilerinin beden imajı üzerinde önemli etkiler yarattığını ortaya koymuştur. Özellikle sosyal medya kullanım sürekliliği arttıkça, bireylerin beden imajı algılarının olumsuz yönde etkilendiği tespit edilmiştir. Bu bulgular, literatürdeki diğer çalışmalarla uyumludur ve sosyal medyanın beden imajı üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmak için bireylerin sağlıklı beden algısını geliştirmeleri önerilmektedir. Ayrıca, medya okuryazarlığı becerilerinin geliştirilmesi, bireylerin sosyal medyada gördükleri içerikleri daha eleştirel bir şekilde değerlendirmelerine yardımcı olabilir.

Çalışmanın bulguları doğrultusunda, sosyal medyanın beden imajı üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmaya yönelik çeşitli öneriler sunulabilir. Öncelikle, dijital okuryazarlık eğitimleri yaygınlaştırılarak bireylerin sosyal medyadaki içerikleri eleştirel bir gözle değerlendirmeleri sağlanabilir. Okullarda ve üniversitelerde beden çeşitliliğini vurgulayan ve özgüveni destekleyen programlar geliştirilebilir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda, sosyal medyanın olumlu beden imajını destekleyecek şekilde nasıl kullanılabileceğine dair modeller geliştirilmesi bireylerin dijital dünyada daha sağlıklı bir benlik algısı geliştirmelerine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

The rapid development of information and communication technologies has led to the widespread adoption of social media platforms, making them an integral part of individuals' daily lives. With the proliferation of smartphones, social media has transcended its role as a mere communication tool, now significantly impacting individuals' body image and overall psychological well-being. This study aims to examine the effects of social media use on the body image of university students.

In modern life, the internet, with its easy access and user-friendly interfaces, has become an increasingly addictive element. This phenomenon is particularly prevalent among younger generations. Research indicates that an increase in daily social media use is directly proportional to the level of addiction. The evolution of digital media is not solely a technological advancement but also a process that shapes personal development through the integration of individuals into the virtual environment. While social media offers advantages such as saving time, providing quick access to information, and facilitating social interaction, it also carries inherent risks.

Social media, shaped by the interactive philosophy of Web 2.0 technology, comprises a collection of digital platforms that enable users to create and share content. These platforms allow individuals to build personal profiles and connect with others who share similar interests. Unlike traditional media channels, social media facilitates synchronous and reciprocal interaction rather than a one-way flow of information. This widespread use has caused profound changes in almost every aspect of social life, from learning processes to marketing strategies. According to the 2023 Digital Türkiye Report by Meltwater and We Are Social, 73% of the Turkish population uses social media and spends more than 7 hours online daily.

The use of social media, especially among young people, has become an activity to which they devote more time than traditional media channels. Universities support this usage by providing students with various internet access opportunities. The anonymity offered by the digital world makes social media more appealing by allowing young people to navigate different platforms freely without revealing their identities. However, some studies in the literature suggest that excessive social media use can lead to problematic internet use and social anxiety disorders. Social media also serves as a sharing space where individuals can reflect their inner worlds and bring social life into the digital sphere, offering them a platform to express their opinions and discuss innovative ideas.

In contemporary society, idealized body forms are widely disseminated and imposed on individuals through media. This directly influences the meanings individuals attach to their physical appearance, their self-esteem, and their identity formation. By constantly presenting idealized images, social media creates a fertile ground for individuals to compare their own appearance with these curated portrayals. These comparisons can lead to negative outcomes such as body dissatisfaction, low self-esteem, and unhealthy behavioral patterns. Individuals often find themselves in a quest to bridge the gap between their own body image and the idealized images presented on social media, which in turn triggers virtual appearance anxiety.

Body image is a multifaceted construct that includes an individual's perceptions, beliefs, and feelings about their physical appearance. This construct is shaped by social and cultural norms, and social media has become one of the most effective channels for the dissemination of these norms. Social media platforms, which are heavily used by young people, have a profound impact on societal views regarding aesthetic values and perfectionism of the body. Identifying the factors that influence body image in young adults like university students is crucial for fostering a healthy body perception. This study aims to fill a gap in the literature by

focusing not only on the negative effects of social media but also on its potential to support a positive body image.

The research employed a descriptive survey model and involved 316 university students. The data collection tools included a descriptive information form, the Body Appreciation Scale, and the Social Media Use Scale. Data were analyzed using SPSS 22. The relationships between Body Mass Index (BMI), internet use duration, social media use duration, social media use continuity, social media use competency, and positive body image were examined using Pearson correlation analysis.

Findings

The study, which included 316 students, found that the majority of participants were female and between the ages of 19 and 21. Findings indicate that students use the internet for an average of 7 hours and 36 minutes per day, with approximately 5 hours of this time spent on social media. Additionally, a significant portion of the participants (76%) use 3 to 5 different social media applications simultaneously. The study also determined that the average BMI of the students was 21.8, placing them in the "normal" weight category.

- A negative correlation was found between BMI and positive body image ($r=-0.159$). This suggests that individuals with a higher BMI tend to have a more negative perception of their bodies.
- A very strong correlation was found between internet use duration and social media use duration ($r=0.934$), indicating that participants' internet use is largely focused on social media.
- As the continuity of social media use increases, positive body image decreases ($r=-0.159$), suggesting that constant social media use negatively affects individuals' body perception.
- No direct negative effect on body image was observed in individuals who use social media with a sense of competency, which implies that conscious and controlled use may mitigate negative effects.

Discussion

The study reveals that increased social media use duration leads to addictive behaviors and causes individuals to compare themselves with idealized images (Tutgun-Ünal & Deniz, 2016). Edited and unrealistic images shared on social media exacerbate body dissatisfaction and

contribute to a negative self-perception, particularly among young women (Lee & Lee, 2021; Jiotsa et al., 2021). A high BMI can lead to low self-esteem and psychological issues due to comparisons with idealized body images found on social media (Daldan, 2013; Hacıoğlu, 2017).

Conclusion and Recommendations

This study confirms that social media use has significant negative effects on the body image of university students. In particular, continuous and unconscious use leads individuals to compare themselves with unrealistic standards, causing psychological distress. To mitigate these effects, digital literacy programs should be expanded in schools and universities to help individuals critically evaluate social media content. Conscious regulation of internet and social media use should be encouraged. Media and educational institutions should produce content that supports realistic and diverse body images to prevent negative comparisons. Furthermore, models should be developed to demonstrate how social media can be used in a way that promotes a positive body image. This study aims to contribute to individuals' ability to develop a healthier self-perception in the digital world by highlighting the multidimensional effects of social media on body image.

KAYNAKÇA

- Aklıman, Ç. K. (2015). Pozitif Psikoloji Ve Pozitif Psikoterapi Bağlamında Ergenlerde Olumlu Beden İmajını Geliştirme Grupla Psikolojik Danışma Programının Etkililiğinin İncelenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ufuk Üniversitesi- Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aktan, E. (2018). Sosyal Medya ve Sosyal Kaygı: Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma, *Selçuk İletişim Dergisi*, 35-53. Doi: <https://doi.org/10.18094/josc.397272>
- Alkan, F. (2023). A Research on The Relationship Between Loneliness and Social Media Addiction of University Students: The Case of Muş Alparslan University, *İmgelem*, 7 (13), 693-710. Doi: <https://doi.org/10.53791-imgelem.1387420-3522875>
- Anlı, G., Akın, A., Eker, H. vd. (2015). Bedeni Beğenme Ölçeği: Geçerlik ve güvenirlik çalışması, *The Journal of Academic Social Science Studies*, 505-511. Doi: <https://doi.org/10.9761/JASSS2906>
- Aslan, T. (2020). Üniveriste Öğrencilerinin Sosyal Medya Kaygılarının Sosyal Medya Bağımlılıklarını Yordayıcı Rolünün İncelenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çağ Üniversitesi- Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Atık, D., Örtten, T. (2008). İdeal beden imgesini oluşturan sosyal ve kurumsal faktörler ve bu idealin bireyler üzerindeki etkileri, *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi (HÜEFD)*, 25(1), 17-35.
- Bakır, A., Kalkan, M. (2019). Siber Flört İstismarı, Beden İmgesi ve Benlik Saygısı, *Aile Psikolojik Danışmanlığı Dergisi*, 21-51.
- Balcı, Ş., Arslan Gölçü, A. ve Öcalan, M. E. (2013). Üniversite Öğrencilerini Arasına İnternet Kullanım Örüntüleri, *Selçuk İletim Dergisi*, 5-22.
- Beyaz Özbey, İ. (2022). Dijitalleşme, Sosyal Medya ve Risk Toplumu, *İmgelem*, 6(10), 141-158. Doi: <https://doi.org/10.53791/imgelem.1053815>
- Bingöl, O. (2017). Bedenin Sosyolojisi: Nasıl? Niçin, *Mavi Atlas*, 5(1), 86-96. Doi: <https://doi.org/10.18795/gumusmaviatlas.305898>
- Bourdieu, P. (2021). *Ayrım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi*, Ankara: Nika Yayınevi.
- Ceren, Y., Seda, K. ve Nazmi, B. (2020). Görünüme Yönelik Sosyokültürel İnançların Benlik Saygısı, Psikolojik Sağlık ve Fiziksel Aktivite Düzeyini Belirleyici Rolü, *Akdeniz Spor Bilimleri Dergisi*, 356-372. Doi: <https://doi.org/10.38021/asbid.835041>
- Çankaya, K. (2022). *Medya ve Tüketim*, İstanbul: Eğitim Yayınevi.
- Çavuş, S. (2022). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Bir Alan Araştırması, *İNİF e-Dergi*, 9-25. Doi: <https://doi.org/10.47107/inifedergi.1076570>
- Daldan, D. (2013). Üniversite Öğrencilerinde Beden İmajı ve İlişkili Değişkenlerin Üçlü Etki Modeli Kapsamında İncelenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi- Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Deniz, L., Tutgun-Ünal, A. (2019). Sosyal Medya Çağında Kuşakların Sosyal Medya Kullanımı ve Değerlerine Yönelik Bir Dizi Ölçek Geliştirme Çalışması, *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 1025-1057. Doi: <https://doi.org/10.26466/opus.557240>

- Eroğlu, M., Gündoğdu, M. (2021). Beliren Yetişkinlik Dönemindeki Bireylerin Kişilik Özelliklerinin İncelenmesi, *Uluslararası Sosyal Bilgilerde Yeni Yaklaşımlar Dergisi*, 278-293. Doi: <https://doi.org/10.38015/sbyy.946518>
- Foucault, M. (1992). *Hapishanin Doğuşu*, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Gülten, Ö. (2003). Beden İmgesi Değişimine Yaklaşımlar, *İstanbul Üniversitesi Florence Nightingale Hemşirelik Yüksekokulu Hemşirelik Dergisi*, 13(51), 4-14.
- Güney, C. (2018). 15-18 Yaş Arası Ergenlerde Beden İmgesi İle Sosyal Anksiyete Arasındaki İlişkide Kişilik Özelliklerinin Aracı Etkisinin İncelenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Işık Üniversitesi- Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Hacıoğlu, M. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Beden İmgesi Hoşnutluluğu ve İletişim Becerilerinin İncelenmesi, *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 1-16.
- Hamurcu, P. (2022). Yeme Davranışı, Yeme Bozukluğu ve Ortoreksiya Nevroza Yordayıcı Olarak Sosyal Medya Bağımlılığı ve Kullanım Amaçları: Genç Yetişkinler Üzerine Bir Çalışma, *Bağımlılık Dergisi*, 133-145. Doi: <https://doi.org/10.51982/bagimli.1139475>
- Işık, U., Topbaş, H. (2015). Facebook Ve Bağımlılık: Medya Bağımlılığı Araştırması, *The Journal of Academic Social Science Studies*, 319-336. Doi: <http://dx.doi.org/10.9761/JASSS2930>
- Jiotsa, B., Naccache, B., Duval, M. et al. (2021). Social Media Use and Body Image Disorders: Association between Frequency of Comparing One's Own Physical Appearance to That of People Being Followed on Social Media and Body Dissatisfaction and Drive for Thinness. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 2-14. Doi: <https://doi.org/10.3390/ijerph18062880>
- Jung, J., Barron, D. & Swami, Y.-A. L. (2022). Social media usage and body image: Examining the mediating roles of internalization of appearance ideals and social comparisons in young women, *Computers in Human Behavior*, 1-8. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107357>
- Kaya, Z., Dalıç, A. (2020). İnstagram Kullanan ve kullanmayan Ergenlerde Beden Algısı ve Öz-yeterlilik İncelemesi, *Gençlik Araştırma Dergisi*, 48-74.
- Kemp, S. (2025). <https://wearesocial.com/>. We Are Social S.L.: <https://wearesocial.com/es/blog/2025/02/digital-2025-la-guia-esencial-del-estado-global-de-lo-digital/> E.T. 20.06.2025
- Kerimoğlu, K. (2023). Investigating The Social Media Motivation Of Social Media Consumers, *Abdullah Gul University Faculty Of Managerial Sciences Department Of Business Administration Capstone Project*, 1-15.
- Küçükali, A. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı: Atatürk Üniversitesi Örneği, *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 531-546.
- Lee, M., Lee, H.-H. (2021). Social media photo activity, internalization, appearance comparison, and body satisfaction: The moderating role of photo-editing behavior, *Computers in Human Behavior*, 1-9. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106579>
- Öngören, B., Durdu, Z., Dongaz, Ö. İ. vd. (2021). Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeğinin Türkçe Uyarlaması: Geçerlik Ve Güvenirlik Çalışması, *Karya Journal Of Health Science*, 33-38. Doi: <https://doi.org/10.52831/kjhs.901294>

- Özgür Güler, E., Veysikarani, D. (2019). Nomofobi Üzerine Bir Araştırma: Üniversite Öğrencileri Örneği, *Beykoz Akademi Dergisi*, 75-88. Doi: <https://doi.org/10.14514/BYK.m.26515393.2019.7/1.75-88>
- Özgür, M., Uçar, A. (2020). Üniversitede eğitim gören kız öğrencilerde sosyal medya bağımlılığı ve beden algısı ile beslenme bilgi düzeylerinin karşılaştırılması, *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi (ASBD)*, 9(2), 46-54.
- Özkoyuncu, F. (2010). *Sosyal Medya*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Eğitim Fakültesi.
- Selçuk, O. (2022). Yeni Medya ve Sosyal Hizmet Sosyal Medyanın Sosyal Hizmet Alanındaki Yeri, *İmgelem*, 6(11), 413-434. Doi: <https://doi.org/10.53791-imgelem.1104481-2378253>
- Sönmez, E. E., Özgen, Ö. (2022). Medya Kullanımı ve Beden İmajı: Türkiye ve İngiltere Örneği, *Akdeniz İletişim Dergisi*, 78-95. Doi: <https://doi.org/10.31123/akil.436747>
- Taşhan, A., Ünver, Z. (2020). Sosyal Medya Kullanımın Akıllı Telefon Yoksunluğu Korkusu(Nomofobi) ile İlişkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 41-63. Doi: <https://doi.org/10.48146/odusobiad.727647>
- Tutgun-Ünal, A. (2019). İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının İncelenmesi: Üsküdar Üniversitesi Örneği, *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, 48-80.
- Türk, G. D., Bayrakçı, S. (2020). Sosyal Medya ve Toplumda Değişen Estetik İşlem Yaptırma Algısı, *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 10(39), 155-180. Doi: <https://doi.org/10.5824/ajit-e.2019.04.005>
- Tylka, T. L., Wood-Barcalow, N. L. (2015). The body appreciation scale-2: Item refinement and psychometric evaluation, *Body Image*, 12(1), 53-67. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.09.006>
- Ünüvar, S. (2023). Algılanan Ebeveyn Tutumları İle Beden İmgesi Baş Etme Stratejilerinde Öz Şefkatin Aracı Rolü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi-Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Yorulmaz, M., Barutçu, Ş. (2019). Vücut Algısı Ve Sosyal Görünüş Kaygısı İlişkisinin İncelenmesi, *Avrasya Sosyal ve Eknomi Araştırma Dergisi (ASEAD)*, 195-208.

Makale Bilgisi/Article Information

Etik Beyan:	Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan edilir.	Ethical Statement:	It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited.
Çıkar Çatışması:	Çalışmada kişiler veya kurumlar arası çıkar çatışması bulunmamaktadır.	Conflict of Interest:	The authors declare that declare no conflict of interest.
Yazar Katkı Beyanı:	Birinci yazarın makaleye katkısı %60, ikinci yazarın makaleye katkısı %40'dır.	Author Contribution Declaration:	The contribution of the first author to the article is 60% and the contribution of the second author to the article is 40%.
Mali Destek:	Çalışma için herhangi bir kurum veya projeden mali destek alınmamıştır.	Financial Support:	The study received no financial support from any institution or project.
Yapay Zekâ Kullanımı:	Bu çalışmada herhangi bir yapay zekâ tabanlı araç veya uygulama kullanılmamıştır.	Use of Artificial Intelligence:	This study did not utilize any artificial intelligence-based tools or applications.
İntihal:	Bu makalede intihal taraması yapılmış ve intihal içermediği teyit edilmiştir. – İntihal.Net	Plagiarism:	This article has been scanned for plagiarism and it has been confirmed that it does not contain plagiarism. – İntihal.Net

