



Instagram Kullanan ve Kullanmayan Ergenlerde Beden Algısı ve Öz-yeterliğin İncelenmesi

Zöhre Kaya*

Abdullah Dalkıç**

Öz

Teknolojinin ve internetin yaygınlaşmasıyla birlikte sosyal medya ağlarının da kullanımı giderek artmaya başlamıştır. Instagram, Facebook, Twitter gibi yaygın olarak kullanılan sosyal medya ağlarının gençlerin tutumları ve duygulanımları üzerinde önemli etkileri olduğu bilinmektedir. Bu çalışmada, Instagram kullanan ve kullanmayan ergenlerin beden algıları ve öz-yeterlik inançları arasında bazı değişkenlere göre anlamlı bir farklılık olup olmadığının araştırılması amaçlanmıştır. İlişkisel tarama modeline göre tasarlanan bu çalışmanın katılımcılarını %63,7'si kadın ve %36,3'ü erkek olmak üzere toplam 790 lise öğrencisi oluşturmuştur. Araştırmanın verileri; Beden Algısı Ölçeği, Genel Öz-yeterlik Ölçeği ve Kişisel Bilgi Formu aracılığıyla toplanmıştır. Analizlerde frekans dağılımı, aritmetik ortalama, bağımsız örneklem için t testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre; genel öz-yeterlik ve alt boyutlarının Instagram kullanma durumuna göre anlamlı farklılık göstermediği; ancak beden algısının anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır. Buna göre, Instagram kullanan ergenlerin beden algısı puanı daha yüksektir. Instagram kullanan ve kullanmayan ergenler kendi aralarında cinsiyete göre karşılaştırıldığında; her iki grupta da erkeklerin ortalamaları kadınlardan anlamlı olarak daha yüksek çıkmıştır. Facebook kullanma durumuna göre ise hem beden algısı puanının hem de genel öz-yeterlik alt boyut puanlarının anlamlı farklılıklar gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgular alanyazın eşliğinde tartışılmış ve önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Beden Algısı, Öz-yeterlik, Sosyal Medya, Instagram, Facebook, Ergenlik.

* Dr. Öğr. Üyesi. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Eğitim Bilimleri Bölümü, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık ABD, zohrekaya@yyu.edu.tr. Orcid: 0000-0001-9211-3632

** Uzm. Psk. Dan. İstanbul Milli Eğitim Müdürlüğü, abdullah1079@hotmail.com. Orcid: 0000-0002-0219-9549

Not: Bu çalışma, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri (BAP) tarafından desteklenen "Instagram Kullanan Ergenlerde Beden Algısı ve Öz-yeterliliğin İncelenmesi" başlıklı SYL-2018-7231 nolu projeden üretilmiştir.

Abstract

With the spread of technology and the Internet, the use of social media networks has started to increase. Widely used social media networks such as Instagram, Facebook, and Twitter are known to have significant effects on young people's attitudes and affections. This study sought to investigate whether there is a significant difference between body perceptions and self-efficacy beliefs of adolescents who do and do not use Instagram. This study was designed as a relational screening model. A total number of 790 high school students (63.7% female, 36.3% male) participated in the study. The Body Perception Scale, General Self-Efficacy Scale, and Personal Information Form were employed to collect data, which were then analyzed using frequency distributions, arithmetic means, Independent Samples t-tests, and a one-way analysis of variance (ANOVA). The findings revealed that although general self-efficacy and its sub-dimensions did not differ significantly by Instagram use, there was a significant difference in body perception. More specifically, adolescents who use Instagram have higher body perception scores. After including gender in the analyses, males were found to have significantly higher mean scores than females regardless of whether they did or did not use Instagram. With regard to Facebook use, both body perception and general self-efficacy scores showed significant differences. The findings were discussed in light of the literature and suggestions were made.

Keywords: Body Perception, Self-efficacy, Social Media, Instagram, Facebook, Adolescent.

Giriş

Teknolojinin ve internetin yaygınlaşmasıyla birlikte sosyal medya ağlarının da kullanımı giderek artmaya başlamıştır. Facebook, Instagram, Twitter gibi yaygın olarak kullanılan sosyal medya ağlarının bireylerin tutumları ve duygulanımları üzerinde yarattığı etkilere yönelik birtakım sorgulamalar mevcut olsa da bu yönde pek fazla bilimsel çalışma yapılmadığı görülmektedir. Yapılan çalışmaların genelde Facebook ile ilişkili olduğu, Instagram ile ilişkili çalışmaların ise çok az olduğu izlenmektedir. Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından 2010 yılının sonlarına doğru kurulan Instagram, eskinin Polaroid'i ile dijitalin etkilerini bir araya getiren, akıllı telefonlar için yapılmış olan bir sosyal ağıdır (Cılızoğlu ve Çetinkaya, 2016). Facebook ve Twitter ile karşılaştırıldığında daha yeni bir sosyal ağ platformu olarak göze çarpan Instagram, mobil cihaz kullananlar arasında fotoğraf çekmeyi, saklamayı ve paylaşmayı kolaylaştırmaya hizmet etmektedir. Instagram'ın kurucusu olan Kevin Systrom'a göre Instagram, fotoğraflarla uluslar arası bir dil yaratmakta ve insanlar bu gerçek zamanlı fotoğraflar sayesinde dünyada neler olduğunu öğrenmektedir (Koçak, 2017). Instagram uygulamasının kullanımı, Facebook ve

Twitter gibi sosyal ağlardan farklıdır. Facebook, yeni arkadaşlar edinmenin yanı sıra var olan arkadaşlarla sosyal etkileşime izin veren bir sosyal ağıdır; Twitter ise metin tabanlı bir platformdur fakat Instagram, diğer sosyal medya ağlarından farklı olarak görsel tabanlı bir platformdur (Linascake, 2011). Instagram'daki farklılıkların en önemlisi özellikle fotoğraf ve video paylaşımına odaklanmış olmasıdır (Kırcaburun, 2017). Instagram kullanıcılarının daha çok ünlü kişilerin hesaplarını takip ettikleri ve ünlü kişilerin de özel hayatlarını ve toplumla ilişkili kampanyalarını daha çok Instagram aracılığıyla takipçileriyle paylaştıkları ifade edilmiştir (Cohen, 2016). Bu özelliğiyle Instagram, tüketime yönelik bir uygulama olarak da tanımlanmaktadır. Tüketime yönelik bu özelliği sebebiyle, Instagram kullanıcıları günlük hayatlarında karşılaştıkları kişilerden farklı kişilerle etkileşime girmektedirler. Ünlü kişiler genelde çevremizde bulunan kişilerden daha zengindirler ve bu yüzden sosyal karşılaştırma alanımız bu kişiler olduğunda kişisel olarak kendimizi kötü hissetmemiz daha olasıdır. Çünkü onların mükemmel olarak algılanan bedenleri bireylerin kendilerine yönelik tutumlarını olumsuz etkilemektedir (Dion, 2015). Instagram'ın yarattığı diğer bir etki ise kullanıcıların beğenilerini, yorumlarını, takipçi sayılarını karşılaştırarak onların yarışa girmelerine neden olabilecek bir ortam yaratmasıdır. Öyle ki kişiler artık paylaştıkları fotoğraflarla kendilerini ifade edip görünür kılmayı rutine dönüştürmüşlerdir (Ayan, 2016). Bu durum Instagram kullanan kişilerin önemli bir kısmını oluşturan ergenler üzerinde farklı etkiler yaratmaktadır.

Ergenlik dönemindeki bireylerden; cinsiyetine uygun toplumsal rolü gerçekleştirme, iki cinsiyetle de yakın ilişkiler kurabilme, ahlaki kimlik elde etme, duygusal bağımsızlığa erişme, mesleğe ve aile kurmaya hazırlanma, bedenlerini kabul etme misyonlarını başarmaları beklenir (Arslan, 2012). Ergenlerin içerisinde buldukları gelişim döneminin özellikleri değerlendirildiğinde, beden algısı kavramının önemi daha da artmaktadır (Arslangiray, 2013). Çünkü ergenlik döneminde bireyde birtakım hormonal değişiklikler neticesinde hızlı bir büyüme ve değişim yaşanır. Bu da kişinin bedeninde önemli değişikliklere neden olmaktadır. Bedeninde meydana gelen değişimlere adapte olmaya çalışan ergen, saatlerce ayna karşısında vakit geçirebilir ve bedeniyle ilgilenir. Kafası bedeniyle fazlasıyla meşguldür. Ayrıca bu dönemde fiziksel görünümün çekici olması arzusu ile toplumun beklentilerine uygun olmaya çalışma isteği vardır. Bunların getirisi olarak da ergenlikte beden algısında önemli değişiklikler oluşmaktadır (Collins ve Plahn, 1988; Akt., Arslan, İşigüzel, Hacıyakupoğlu ve Avcı, 1996). Bu değişikliklerin etkisi erkeklerin vücut geliştirme ile fazla ilgilenmeleri, kadınların ise narin ve zayıf gözükme için çaba sarf etmeleri şeklindeki davranışlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Karagöz ve Karagün, 2015). Bu yöndeki çabalar olumsuz sonuçlandığında etkileri de olumsuz olma eğilimindedir. Ergenlerde olumsuz beden algısı; depresyon, anksiyete ve beğenilmeme korkusuyla bağlantılı olabilmektedir. Ayrıca ergenlik döneminde kendisiyle alay edilmiş kişilerin yetişkinlikte de vücutlarını daha olumsuz algıladıkları bulgulanmıştır (Göksan, 2007).

Beden algısı; bireyin dış görünüşü, bedensel işlevleri ve diğer özellikleriyle ilişkili algısından oluşmaktadır. Bu algı şekillenirken bireyin içsel duyularından, deneyimlerinden, hayal dünyasından ve diğer kişilerden aldığı geri dönütlerden etkilenmektedir. Beden algısı, insanın kişiliğiyle de yakından ilişkilidir. Kendine güvensizliğin, depresif bir kişiliğe sahip olmanın ve mükemmeliyetçi kişilik yapısının beden algısına yönelik olumsuz tutumlarla ilişkili olduğu düşünülmektedir (Bektaş, 2004). Ancak kişilik durağan olmaktan ziyade genel olarak daha dinamik bir kavramdır. Kişilik, özellikle kişinin yaşamının ilk birkaç on yılında değişim halindedir ve hareketlidir (Canatan, 2011). Bu yılların önemli bir kısmı ise ergenliğe denk gelmektedir. Bu dönemde yaşanan en önemli değişimlerden birisi beden algısıyla ilgilidir. Ayrıca, akran grubu öne çıktığından ve akranlar arasında bedensel çekicilik önemli bir güç faktörü olduğundan bedendeki değişikliklere karşı oluşturulan olumlu bir algı, ergenin bu dönemi sağlıklı bir şekilde atlattığını sağlayacaktır (Çelen, 2008).

Ergenlik döneminde üzerinde durulan önemli bir konu da öz-yeterlik inancıdır. Her gelişim dönemi, başa çıkmak için yeni zorluklar getirmektedir. Ergenler yetişkinliğe yaklaşırken ergenliğin getirdiği tüm sorumlulukları üstlenmeyi öğrenmeye çalışırlar. Bu durum, birçok yeni beceriye sahip olmayı gerektirir. Duygusal yakınlaşmalar ve arkadaşlık ilişkileriyle nasıl başa çıkabileceğini öğrenmek bu dönemde önemli bir konu haline gelir. Ergenler daha önce karşılaşmadıkları bu konularla nasıl başa çıkacaklarını öğrenmek için öz-yeterliklerini genişletir ve güçlendirirler. Esnek bir öz-yeterliğin gelişimi bazı zorlu tecrübeler ve sabırlı çabalar gerektirmektedir. Zorlukların üstesinden gelmek, kişide zorluklarla yüzleştğinde başarabileceğine yönelik güçlü bir inanç oluşturur. Çevrelerindeki bazı riskli davranışlarla baş etmeyi öğrenip sosyal çevreleriyle desteklendiklerinde ergenler öz-yeterliklerini güçlendirirler (Bandura, 1989). Sosyal öğrenme kuramının temel kavramlarından biri olan öz-yeterlik, kişinin öğrenmelerini ve davranışlarını istenilen aşamaya getirebilmek amacıyla kendi kapasitesine olan inancıdır.

Günümüzde sosyal medya uygulamaları, insanların birbirleriyle iletişim kurmalarını sağlamanın yanında bilgi edinme, herhangi bir konuda arama yapma gibi ihtiyaçlarını karşılayabilmektedir (Hazar, 2011). Sosyal medyada içerik denetimi tamamen kullanıcının kendi kontrolünde olup, bilgi ve veri akışı bu denetime uygun bir biçimde gerçekleşmektedir (Olgun, 2014). Kişilerin yeni arkadaşlıklar kurduğu, yeni çevreleri ve bilgileri öğrendikleri, benzer ilgi alanlarına göre gruplaşıp paylaşımda buldukları bir platform olarak sosyal ağ sitelerinin (Aşman Alıkcı, 2011), zaman ve mekan sınırını ortadan kaldıran bu çok yönlü iletişim ve paylaşım olanakları milyonlarca kullanıcıya ulaşmalarına neden olmuştur (Kırık ve Domaç, 2014). Bu yönüyle bakıldığında, yeni bir bilgi kaynağı olarak Instagram, günümüzde bireylere iletişim kurulabilecekleri yeni bir çevre oluşturmaktadır (Koçak, 2017). Kullanıcılar Instagram'da birçok kişinin görseline maruz kaldıklarından hem beden algıları hem de öz-yeterlik inançları bundan etkilenmektedir. Çünkü bu görseller kullanıcıları, kendilerini diğerlerinin bedenleriyle karşılaştırmaya itmekte ve bu durum da kişinin beden

algısını etkilemektedir. Ayrıca Instagram'da takip edilen kişilerin fotoğraflarındaki farklı başarılar, aktiviteler ve çevreler kişinin sosyal çevresini genişletmesine ve kendisinin de bunları yapıp yapamayacağına yönelik bir tutum içerisine girmesine neden olabilmektedir. Bu da kişinin öz yeterlik inancını etkileyebilir. Diğer yandan, 2018 yılı verilerine göre Instagram, Türkiye'de en çok ziyaret edilen sosyal medya platformları arasında 3. sıradadır. Türkiye nüfusunun %41'inin Instagram kullanıcısı olduğu, bunun da yaklaşık olarak 33 milyona karşılık geldiği (We are Social, 2018) göz önüne alındığında, bu konuda çalışmalar yapılmasının bir ihtiyaç olduğu görülmektedir. Ayrıca ulaşılabilir verilere göre, milyonlarca kullanıcısı olmasına rağmen bu uygulamanın etkilerinin bilimsel olarak incelendiği çalışma sayısının azlığı temel araştırma nedenlerinden birini oluşturmaktadır. Özellikle kimlik arayışı gibi önemli gelişimsel bir görevle karşı karşıya olan ergenlerin öz-yeterlik inançlarının ve beden algılarının Instagram kullanımından etkilenmesi olası bir durumdur. Her ne kadar görüntü odaklı bir sosyal medya ağı olarak Instagram, diğer sosyal medya ağlarına oranla bu özellikleri neticesinde bir adım öne çıksa da Instagram'ın özellikleri, etkileri ve kullanıcıları hakkında yeterli oranda bilgiye sahip olunduğu söylenemez (Koçak, 2017). Bu nedenle, Instagram kullanan ve kullanmayan ergenlerin beden algısı ile öz-yeterlik inançlarının bazı değişkenlere göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesinin araştırılmaya değer bir konu olduğu, elde edilen bulguların konuyla ilgili disiplinlere ve alan uzmanlarına katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Bu temel amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1. Ergenlerin genel öz-yeterlik ve beden algısı puanları Instagram kullanma durumuna göre anlamlı farklılık göstermekte midir?
2. Instagram kullanan ve kullanmayan ergenlerin genel öz-yeterlik ve beden algısı puanları cinsiyet, anne eğitim düzeyi, sosyo-ekonomik düzey ve Facebook kullanma durumuna göre anlamlı farklılık göstermekte midir?

Yöntem

Araştırmanın Modeli

Instagram kullanan ve kullanmayan ergenlerin beden algıları ve öz-yeterlik inançları arasında bazı değişkenlere göre anlamlı bir farklılık olup olmadığının belirlenmesinin amaçlandığı bu çalışma, ilişkisel tarama modeline dayalı olarak yürütülmüştür.

Araştırmanın Katılımcıları

Bu araştırma, 2017-2018 eğitim öğretim yılında Ağrı İli Doğubayazıt İlçesinde bulunan Anadolu, İmam Hatip ve Meslek Liselerinin 9, 10, 11 ve 12. sınıflarına devam eden toplam 790 öğrenci ile yürütülmüştür. Öğrencilerin 503'ü (% 63.7) kadın, 207'si (% 36.3) erkektir. Öğrencilerin 207'si (%26.2) 14-15 yaş, 402'si (% 50.9) 16-17 yaş, 181'i (% 22.9) 18 yaş ve üzeridir. Katılımcıların demografik özelliklerine göre dağılımı Tablo 1'de verilmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

Demografik Değişken	Gruplar	Instagram Kullanan	%	Instagram Kullanmayan	%	Toplam	%
Cinsiyet	Kadın	228	49.6	275	83.3	503	63.7
	Erkek	232	50.4	55	16.7	287	36.3
Yaş	14-15 yaş	106	23.0	101	30.6	207	26.2
	16-17 yaş	234	50.9	168	50.9	402	50.9
	18 yaş ve üzeri	120	26.1	61	18.5	181	22.9
Kardeş sayısı	2 kardeş	26	5.7	-	-	26	3.3
	3-4 kardeş	171	37.2	81	24.5	252	31.9
	5 ve daha fazla	263	57.2	248	75.5	512	64.8
Anne öğrenim düzeyi	Okur yazar değil	182	39.6	154	46.7	336	42.5
	Okur-yazar	50	10.9	49	14.8	99	12.5
	İlkokul	150	32.6	101	30.6	251	31.8
	Ortaokul	78	17.0	26	7.9	104	13.2
Baba öğrenim düzeyi	Okur yazar değil	36	7.8	38	11.5	74	9.4
	Okur-yazar	49	10.7	53	16.1	102	12.9
	İlkokul	194	42.2	152	46.1	346	43.8
	Ortaokul	99	21.5	56	17.0	155	19.6
	Ortaokul	82	17.8	31	9.4	113	14.3
Ailenin ekonomik durumu	Düşük	49	10.7	47	14.2	96	12.2
	Orta	385	83.7	268	81.2	653	82.7
	Yüksek	26	5.7	15	4.5	41	5.2

Dönem ders başarı algısı	Çok başarısız	14	3.0	11	3.3	24	3.1
	Başarısız	74	16.1	25	7.6	99	12.5
	Orta	244	53.0	173	52.4	417	52.8
	Başarılı	106	23.0	93	28.2	199	25.2
	Çok başarılı	22	4.8	28	8.5	50	6.3
Facebook kullanımı	Evet	239	52.0	32	9.7	271	34.3
	Hayır	221	48.0	298	90.3	519	65.7

Veri Toplama Araçları

Beden Algısı Ölçeği: Secord ve Jourard (1953) tarafından geliştirilen ve Hovardaoğlu (1993) tarafından Türkçe'ye uyarlanıp güvenilirlik-geçerlik çalışmaları yapılan bu ölçek beşli likert tipinde (1: hiç beğenmiyorum, 5: çok beğeniyorum) tek boyutlu 40 maddelik bir ölçektir. Ölçek puanı maddelere verilen puanların toplamıyla elde edilmekte olup yüksek puan (>135) kişinin bedenine ilişkin memnuniyet düzeyinin yüksekliğini ifade etmektedir. Ölçeğin revize çalışması Hovardaoğlu'nun danışmanlığında Anbar (2013) tarafından yapılmıştır. Cronbach Alpha değerlerine bakıldığında ölçeğin iki yarısına ait iç tutarlık katsayılarının, sırasıyla .79 ve .87 olduğu bulunmuştur. Ölçeğin tümünün iç tutarlık katsayısı .95 olarak tespit edilmiştir. Bu çalışmada yapılan açımlayıcı faktör analizinde, ölçeğin 40 madde ve tek boyuttan oluşan yapısının uygun olduğu; elde edilen faktörün toplam varyansın % 45.09 düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Maddelerin ait oldukları faktörlerdeki yük değerleri .52 ile .78 arasında değişmektedir. Yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarına göre, 40 madde ve tek boyutun en iyi uyumu verdiği görülmüştür ($\chi^2/sd=2.88$, RMSEA=.05; GFI=.88, CFI=.93, NFI=.90, SRMR=.04). Faktör yüklerinin .49 ile .79 aralığında ve t değerlerinin .01 düzeyinde anlamlı olduğu görülmüştür. Ölçeğin geneline ait Cronbach Alpha katsayısı .97 olarak hesaplanmıştır. Madde toplam korelasyonları ise .50 ile .76 aralığında olup yeterli düzeydedir.

Genel Öz Yeterlik Ölçeği: Sherer, Maddux, Mercandante, Prentice-Dunn, Jacobs ve Rogers (1982) tarafından hazırlanıp Sherer ve Adams (1983) tarafından güncellenen ve Yıldırım ve İlhan (2010) tarafından Türkçeye uyarlanıp güvenilirlik-geçerlik çalışmaları

yapılmış olan bir ölçektir. Ölçek “sizi ne kadar tanımlıyor?” sorusuna beşli likert tipinde (1: hiç, 5: çok iyi) cevap seçenekleri sunan 17 maddelik 3 boyuttan (başlama, yılmama, sürdürme çabası/ısrarı) oluşmaktadır. Ölçeğin 11 maddesi (2, 4, 5, 6, 7, 10, 11,12, 14, 16 ve 17) ters kodlanmaktadır. Ölçeğin madde sayısı Türkçe uyarlamada azaldığından ölçek ve alt boyut puanları madde toplam puanlarının boyut ve ölçekteki madde sayısına bölünmesi ile elde edilmektedir. Ölçekte yüksek puan öz yeterlik inancının; alt boyutlarda başlama, yılmama ve sürdürme çabalarının yüksekliğini ifade etmektedir. Tüm ölçeğin iç tutarlılık katsayısı (Cronbach Alfa) .80 bulunmuştur. İki yarım güvenilirlik analizine göre, Guttman Split-half katsayısı .77’dir. Ayrıca yine ölçeğin her bir maddesi için madde bırakma tekniği ile madde toplam korelasyonları ve Cronbach Alfa katsayılarının .78 ile .81 arasında değiştiği saptanmıştır. Bu çalışmada yapılan açımlayıcı faktör analizinde, elde edilen faktörün toplam varyansı % 49.29 düzeyinde olduğu, alt boyutların varyansa katkıları sırasıyla % 20.25 - % 16.98 - % 12.07 olarak tespit edilmiştir. Maddelerin ait oldukları faktörlerdeki yük değerleri .47 ile .81 arasında değişmektedir. Yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucuna göre, 17 madde ve 3 boyutun en iyi uyumu verdiği görülmüştür ($\chi^2/sd=2.93$, RMSEA=.05; GFI=.95, CFI=.94, NFI=.91, SRMR=.05). Faktör yüklerinin .42 ile .74 aralığında ve t değerlerinin .01 düzeyinde anlamlı olduğu görülmüştür. Ölçeğin geneline ait Cronbach Alpha katsayısı .85;alt boyutların alpha katsayıları sırasıyla .79 – .81 ve .71 olarak tespit edilmiştir. Madde toplam korelasyonları ise .31 ile .61 aralığında olup yeterli düzeydedir.

Kişisel Bilgi Formu: Katılımcıların cinsiyet, yaş, kardeş sayısı, anne ve baba öğrenim düzeyi, anne ve baba mesleği, ekonomik durum, ders başarısı algısı, Facebook ve Instagram kullanım durumları bilgilerinden oluşan demografik bir bilgi formudur.

Verilerin Analizi

Ölçek ve alt boyut puanlarının normallik sınavasında Çarpıklık (Skewness) katsayısı kullanılmıştır. Ölçek ve alt boyut puanları normalden önemli bir sapma göstermediğinden demografik değişkenlere göre karşılaştırmalarda bağımsız iki örneklem t testi ve ANOVA testinden yararlanılmıştır. ANOVA testinde anlamlı farklılık görüldüğünde farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla LSD post hoc testinden yararlanılmıştır. Analizlerde anlamlılık düzeyi .05 olarak belirlenmiştir.

Bulgular

Ergenlerin genel öz-yeterlik ve beden algısı puanlarının Instagram kullanma durumuna göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız örneklem t-testi sonuçları Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Ölçek Puanlarının Instagram Kullanıcısı Olma Durumuna Göre t Testi Sonuçları

Ölçek ve Alt Boyutlar	Instagram Kullanma Durumu	n	\bar{X}	SS	t	p
Başlama	Evet	460	3.45	.80	-.33	.741
	Hayır	330	3.47	.79		
Yılmama	Evet	460	3.51	.98	1.42	.156
	Hayır	330	3.41	1.01		
Sürdürme Çabası	Evet	460	3.36	1.00	-.20	.841
	Hayır	330	3.38	1.01		
Genel Öz-yeterlik toplam puan	Evet	460	3.44	.71	.44	.662
	Hayır	330	3.42	.74		
Beden Algısı	Evet	460	3.52	.83	2.74	.006
	Hayır	330	3.35	.94		

Tablo 2 incelendiğinde; ergenlerin genel öz-yeterlik toplam puan ($t_{(788)}=-.44; p>.05$), başlama ($t_{(788)}=-.33; p>.05$), yılmama ($t_{(788)}=1.42; p>.05$) ve sürdürme çabası ($t_{(788)}=-.20; p>.05$) alt boyut puanlarının Instagram kullanma durumuna göre anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Beden algısı puanlarının ise, Instagram kullanma durumuna göre anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır ($t_{(788)}=2,74; p<.05$). Buna göre, Instagram kullanan ergenlerin beden algısı puanı ($\bar{X}=3.52$), Instagram kullanmayan ergenlere göre ($\bar{X}=3.35$) anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Instagram kullanan ve kullanmayan ergenlerin genel öz-yeterlik ve beden algısı puanlarının cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız örneklem t-testi sonuçları Tablo 3'de verilmiştir.

Tablo 3. Instagram Kullanan ve Kullanmayan Ergenlerin Genel Öz-yeterlik ve Beden Algısı Puanlarının Cinsiyete Göre t Testi Sonuçları

Ölçek ve Alt Boyutlar	Cinsiyet	n	\bar{X}	SS	t	p
Instagram Kullanan						
Başlama	Kadın	228	3.51	.77	1.58	.115
	Erkek	232	3.39	.83		
Yılmama	Kadın	228	3.50	1.01	-.17	.862
	Erkek	232	3.52	.95		
Sürdürme Çabası	Kadın	228	3.34	.98	-.36	.718
	Erkek	232	3.38	1.01		
Genel Öz-yeterlik toplam puan	Kadın	228	3.45	.72	.34	.731
	Erkek	232	3.43	.70		
Beden Algısı	Kadın	228	3.36	.81	-4.37	.000
	Erkek	232	3.69	.82		
Instagram Kullanmayan						
Başlama	Kadın	275	3.45	.77	-.90	.375
	Erkek	55	3.56	.88		
Yılmama	Kadın	275	3.37	1.03	-1.42	.157
	Erkek	55	3.58	.87		
Sürdürme Çabası	Kadın	275	3.32	1.02	-2.16	.032
	Erkek	55	3.64	.88		
Genel Öz-yeterlik toplam puan	Kadın	275	3.38	.75	-1.95	.052
	Erkek	55	3.59	.65		
Beden Algısı	Kadın	275	3.29	.93	-2.75	.006
	Erkek	55	3.66	.94		

Tablo 3'e bakıldığında; ergenlerin genel öz-yeterlik toplam puanlarının ($t_{(788)} = -.34; p > .05$) ve genel öz-yeterliğin alt boyutları olan başlama ($t_{(788)} = 1.58; p > .05$), yılmama ($t_{(788)} = -.17; p > .05$) ve sürdürme çabası ($t_{(788)} = -.36; p > .05$) puanlarının cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Instagram kullanan ergenlerin beden algısı puanlarının ise, cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterdiği saptanmıştır ($t_{(788)} = -4.37; p < .05$). Buna göre, Instagram kullanan erkeklerin beden algısı puanı ($\bar{X}=3.69$), Instagram kullanan kadınlara göre ($\bar{X}=3.36$) anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Tablo 3 incelendiğinde; Instagram kullanmayan ergenlerin genel öz-yeterlik toplam puanının ($t_{(328)} = -1.95; p > .05$) ve başlama ($t_{(328)} = -.90; p > .05$), yılmama ($t_{(328)} = -1.42; p > .05$) alt boyut puanlarının cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermediği; sürdürme çabası ($t_{(328)} = -2.16; p < .05$) alt boyut puanlarının ise cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Buna göre, Instagram kullanmayan erkeklerin sürdürme çabası ($\bar{X}=3.64$) puanı, Instagram kullanmayan kadınların sürdürme çabası ($\bar{X}=3.32$) puanına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir. Beden algısı açısından bakıldığında tabloda görüleceği üzere, Instagram kullanmayan ergenlerin beden algısı puanları cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir ($t_{(328)} = -2.75; p < .05$). Instagram kullanmayan erkeklerin beden algısı ($\bar{X} = 3.66$) puanı, Instagram kullanmayan kadınların beden algısı ($\bar{X}=3.29$) puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Instagram kullanan ergenlerin genel öz-yeterlik ve beden algısı puanlarının anne öğrenim düzeyine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan varyans analizi sonuçları Tablo 4'de verilmiştir.

Tablo 4. Instagram Kullanan Ergenlerin Genel Öz-yeterlik ve Beden Algısı Puanlarının Anne Öğrenim Düzeyine Göre ANOVA Testi Sonuçları

Ölçek ve Alt Boyutlar	Anne Öğrenim Düzeyi	n	\bar{X}	SS	F	p
Başlama	Okur-yazar değil	182	3.47	.73	.62	.600
	Okur-yazar	50	3.35	.73		
	İlkokul	150	3.43	.82		
	Ortaokul	78	3.53	.95		
Yılmama	Okur-yazar değil	182	3.49	.97	.22	.883
	Okur-yazar	50	3.47	.97		
	İlkokul	150	3.56	.94		
	Ortaokul	78	3.47	1.10		

Sürdürme çabası	Okur-yazar değil	182	3.41	1.03	1.99	.115
	Okur-yazar	50	3.08	.95		
	İlkokul	150	3.44	.93		
	Ortaokul	78	3.28	1.06		
Genel Öz-yeterlik toplam puan	Okur-yazar değil	182	3.46	.67	.80	.493
	Okur-yazar	50	3.30	.68		
	İlkokul	150	3.47	.69		
	Ortaokul	78	3.43	.85		
Beden Algısı	Okur-yazar değil	182	3.49	.85	.34	.793
	Okur-yazar	50	3.52	.81		
	İlkokul	150	3.58	.81		
	Ortaokul	78	3.50	.84		

Tablo 4 incelendiğinde; Instagram kullanan ergenlerin genel öz-yeterlik puanları [$F_{(3,459)} = .80$; $p > .05$] ve genel öz-yeterliğin alt boyutları olan başlama [$F_{(3,459)} = .62$; $p > .05$], yılmama [$F_{(3,459)} = .22$; $p > .05$] ve sürdürme çabası puanlarının [$F_{(3,459)} = .199$; $p > .05$] anne öğrenim düzeyine göre anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Aynı zamanda Instagram kullanan ergenlerin beden algısı puanlarının da anne öğrenim düzeyine göre anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir [$F_{(3,459)} = .34$; $p > .05$].

Instagram kullanmayan ergenlerin genel öz-yeterlik ve beden algısı puanlarının anne öğrenim düzeyine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız örneklemler t-testi sonuçları Tablo 5'de verilmiştir.

Tablo 5. Instagram Kullanmayan Ergenlerin Genel Öz-Yeterlik ve Beden Algısı Puanlarının Anne Öğrenim Düzeyine Göre t Testi Sonuçları

Ölçek ve Alt Boyutlar	Anne Öğrenim Düzeyi	n	\bar{X}	SS	F	p
Başlama	Okuryazar değil	203	3.43	.80	-1.28	.203
	İlköğretim	127	3.54	.78		
Yılmama	Okuryazar değil	203	3.42	.96	.21	.833
	İlköğretim	127	3.39	1.08		
Sürdürme Çabası	Okuryazar değil	203	3.28	1.00	-2.17	.031
	İlköğretim	127	3.53	.99		
Genel Öz-yeterlik toplam puan	Okuryazar değil	203	3.37	.73	-1.34	.182
	İlköğretim	127	3.49	.76		
Beden Algısı	Okuryazar değil	203	3.29	.89	-1.37	.171
	İlköğretim	127	3.44	1.01		

Tablo 5'e göre; Instagram kullanmayan ergenlerin genel öz-yeterlik toplam puanlarının ($t_{(328)} = -1.34$; $p > .05$) ve genel öz-yeterliğin alt boyutlarından olan başlama ($t_{(328)} = -1.28$; $p > .05$), yılmama ($t_{(328)} = .21$; $p > .05$) puanlarının anne öğrenim düzeyine göre anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Instagram kullanmayan ergenlerin genel öz-yeterliğin alt boyutlarından olan sürdürme çabası ($t_{(328)} = -2.17$; $p < .05$) alt boyut puanlarının ise anne öğrenim düzeyine göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Buna göre, annesi ilköğretim düzeyinde öğrenim gören ergenlerin sürdürme çabası ($\bar{X} = 3.53$) puanları, annesi okuryazar olmayan ergenlerin sürdürme çabası ($\bar{X} = 3.28$) puanlarından anlamlı düzeyde daha yüksektir. Beden algısı puanlarına bakıldığında, anne öğrenim düzeyine göre anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir ($t_{(328)} = -1.37$; $p > .05$).

Instagram kullanan ve kullanmayan ergenlerin genel öz-yeterlik ve beden algısı puanlarının ailenin ekonomik düzeyine göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan varyans analizi sonuçları Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. Instagram Kullanan ve Kullanmayan Ergenlerin Genel Öz-Yeterlik ve Beden Algısı Puanlarının Ailenin Ekonomik Düzeyine Göre ANOVA Testi Sonuçları

Ölçek ve Alt Boyutlar	Ailenin Ekonomik Düzeyi	n	\bar{X}	SS	t	p	Anamlı fark
Instagram Kullanan							
Başlama	Düşük	49	3.41	.74	.07	.930	
	Orta	385	3.45	.80			
	Yüksek	26	3.48	.89			
Yılmama	Düşük	49	3.27	.94	1.72	.180	
	Orta	385	3.53	.99			
	Yüksek	26	3.64	.92			
Sürdürme çabası	Düşük	49	3.26	1.07	.29	.748	
	Orta	385	3.37	1.01			
	Yüksek	26	3.35	.65			
Genel Öz-yeterlik toplam puan	Düşük	49	3.32	.66	.89	.413	
	Orta	385	3.45	.72			
	Yüksek	26	3.49	.56			
Beden Algısı	A-Düşük	49	3.22	1.00	4.25	.015	B,C>A
	B-Orta	385	3.55	.81			
	C-Yüksek	26	3.71	.69			

Instagram Kullanmayan							
Başlama	Düşük	47	3.24	.79	3.67	.027	B>A,C
	Orta	268	3.53	.78			
	Yüksek	15	3.20	.84			
Yılmama	Düşük	47	3.43	.96	.76	.466	
	Orta	268	3.42	1.00			
	Yüksek	15	3.09	1.31			
Sürdürme çabası	Düşük	47	3.41	.96	.76	.469	
	Orta	268	3.35	1.01			
	Yüksek	15	3.68	.98			
Genel Öz-yeterlik toplam puan	Düşük	47	3.36	.73	.33	.723	
	Orta	268	3.43	.74			
	Yüksek	15	3.32	.77			
Beden Algısı	Düşük	47	3.30	1.06	.10	.906	
	Orta	268	3.35	.90			
	Yüksek	15	3.42	1.26			

Tablo 6'ya bakıldığında; Instagram kullanan ergenlerin genel öz-yeterlik [$F_{(2,459)} = .89; p > .05$] ve genel öz yeterliğin alt boyutları olan başlama [$F_{(2,459)} = .07; p > .05$], yılmama [$F_{(2,459)} = 1.72; p > .05$] ve sürdürme çabası puanlarının [$F_{(2,459)} = .29; p > .05$] ailenin ekonomik düzeyine göre anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

Tablo 6 incelendiğinde; Instagram kullanıcısı ergenlerin beden algısı puanlarının [$F_{(2,459)} = 4.25; p > .05$] ailenin ekonomik düzeyine göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Farkın hangi gruplar arasında olduğuna ilişkin yapılan LSD post hoc testi sonuçlarına göre ailesinin ekonomik düzeyini orta ve yüksek olarak algılayan ergenlerin beden algısı puanı, ailesinin ekonomik düzeyini düşük olarak algılayan ergenlere göre anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Tablo 6'da görüldüğü gibi; Instagram kullanmayan ergenlerin genel öz-yeterliğin alt boyutlarından olan başlama puanlarının [$F_{(2,329)} = 3.67; p > .05$] ailenin ekonomik düzeyine göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Farkın hangi gruplar arasında olduğuna ilişkin yapılan LSD post hoc testi sonuçlarına göre ailesinin ekonomik düzeyini orta olarak

algılayan ergenlerin başlama puanı, ailesinin ekonomik düzeyini düşük ve yüksek algılayan ergenlere göre anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Tablo 6'a göre; Instagram kullanmayan ergenlerin genel öz-yeterlik puanları [$F_{(2,329)} = .33$; $p > .05$] ve genel öz yeterliğin alt boyutları olan yılmama [$F_{(2,329)} = .76$; $p > .05$], sürdürme çabası puanları [$F_{(2,329)} = .76$; $p > .05$] ile ergenlerin beden algısı puanlarının [$F_{(2,329)} = .10$; $p > .05$] ailenin ekonomik durumuna göre anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

Instagram kullanan ve kullanmayan ergenlerin genel öz yeterlik ve beden algısı puanlarının Facebook kullanıcısı olma durumuna göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız örneklemler t-testi sonuçları Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7. Instagram Kullanan ve Kullanmayan Ergenlerin Genel Öz-Yeterlik ve Beden Algısı Puanlarının Facebook Kullanıcısı Olma Durumuna Göre t Testi Sonuçları

Ölçek ve Alt Boyutlar	Facebook Kullanma Durumu	n	\bar{X}	SS	t	p
Instagram Kullanan						
Başlama	Evet	239	3.37	.85	-2.28	.023
	Hayır	221	3.54	.74		
Yılmama	Evet	239	3.47	.97	-.93	.354
	Hayır	221	3.55	.99		
Sürdürme çabası	Evet	239	3.45	.96	2.07	.039
	Hayır	221	3.26	1.02		
Genel Öz-yeterlik toplam puan	Evet	239	3.43	.69	-.32	.753
	Hayır	221	3.45	.73		
Beden Algısı	Evet	239	3.62	.82	2.51	.013
	Hayır	221	3.42	.83		

Instagram Kullanmayan

Başlama	Evet	32	3.70	.73	1.76	.079
	Hayır	298	3.45	.80		
Yılmama	Evet	32	3.25	1.03	-.92	.357
	Hayır	298	3.42	1.01		
Sürdürme çabası	Evet	32	3.40	1.11	.17	.868
	Hayır	298	3.37	1.00		
Genel Öz-yeterlik toplam puan	Evet	32	3.45	.74	.28	.779
	Hayır	298	3.41	.74		
Beden Algısı	Evet	32	3.68	.94	2.10	.037
	Hayır	298	3.31	.94		

Tablo 7 incelendiğinde; Instagram kullanan ergenlerin başlama puanlarının ($t_{(458)}=-2.28$; $p<.05$) Facebook kullanıcısı olma durumuna göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Facebook kullanmayan Instagram kullanıcısı ergenlerin başlama puanı ($\bar{X}=3.54$), Facebook kullanan Instagram kullanıcısı ergenlerin başlama puanlarına ($\bar{X}=3.37$) göre anlamlı düzeyde daha yüksektir. Yine Tablo 7’de görüleceği üzere, Instagram kullanan ergenlerin sürdürme çabası puanlarının ($t_{(458)}=2.07$; $p<.05$) Facebook kullanıcısı olma durumuna göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Facebook kullanan Instagram kullanıcısı ergenlerin sürdürme çabası puanı ($\bar{X}=3.45$), Facebook kullanmayan Instagram kullanıcısı ergenlerin sürdürme çabası puanlarına ($\bar{X}=3.26$) göre anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Tablo 7 incelendiğinde; Instagram kullanan ergenlerin yılmama alt boyut puanlarının ($t_{(458)}=-.93$; $p>.05$) ve genel öz-yeterlik puanlarının ($t_{(458)}=-.32$; $p>.05$) Facebook kullanıcısı olma durumuna göre anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

Tablo 7’de görüldüğü gibi; Instagram kullanmayan ergenlerin genel öz-yeterlik toplam puan ($t_{(328)}=.28$; $p>.05$), başlama ($t_{(328)}=1.76$; $p>.05$), yılmama ($t_{(328)}=-.92$; $p>.05$), sürdürme çabası ($t_{(328)}=.17$; $p>.05$) puanlarının Facebook kullanıcısı olma durumuna göre anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

Tablo 7'e bakıldığında; Instagram kullanmayan ergenlerin beden algısı ($t_{(328)}=2.10$; $p<.05$) puanlarının Facebook kullanıcısı olma durumuna göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Facebook kullanan Instagram kullanıcısı olmayan ergenlerin beden algısı ($\bar{X}=3.68$) puanları, Facebook ve Instagram kullanıcısı olmayan ergenlerin beden algısı ($\bar{X}=3.31$) puanlarından anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada, Instagram kullanan ve kullanmayan ergenlerin beden algıları ile öz-yeterlik inançlarının bazı demografik değişkenlere göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği araştırılmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre, ergenlerin genel öz-yeterlik inancı ve alt boyutlarının Instagram kullanma durumuna göre anlamlı farklılık göstermediği bulunmuştur. Bu konuyla ilgili alanyazında yapılmış herhangi bir çalışmaya rastlanılmamakla birlikte, Huang (2016) tarafından medya kullanımı, çevreye ilişkin inançlar ve öz-yeterliğin incelendiği çalışmada, bireylerin küresel ısınma hakkında bilgi edinmek için medyaya (TV, gazete ve internet) güvendiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca çevresel inançların ve öz-yeterliğin, medya kullanımı yoluyla dolaylı olarak etkilenip değiştiği belirtilmiştir. Hu, Liu ve Gu (2018) tarafından sosyal medya kullanımının kültürel zekaya etkisinde öz-yeterliğin nasıl bir rol oynadığının incelendiği çalışmada; başka bir ülkede ikamet eden göçmenlerin, o ülkenin vatandaşlarının sosyal medyada neler yaptıklarını gözlemlemesinin göçmenlere birer sosyal model sağladığını ve bu sayede göçmenlerin öz-yeterliklerini arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Yani, sosyal medya bilgilendirme ve sosyalleşme amacıyla kullanıldığında göçmenlerin öz-yeterlikleri ve kültürel zekaları artmıştır. Bu açıdan bakıldığında bu çalışmanın sonucu; Huang (2016) ve Hu, Liu ve Gu'nun (2018) tarafından yapılan çalışmaların sonuçları ile farklılık göstermektedir. Bunun nedeni olarak, ergenlerin ve göçmenlerin uyum sağlamaya çalıştıkları konuların farklı olmasının etkisi olabilir. Göçmenler kültürel ve sosyal özelliklere uyum sağlamaya çalışırken ergenler sadece sosyal değil birçok farklı yeniliğe uyum sağlamaya çalışmaktadırlar. Bu yüzden ergenlerin uyum sağlama çabaları ve bunun getirisi olan öz-yeterlik gelişimleri sadece sosyal medya ağlarıyla sınırlandırılmayacak kadar kompleks bir kavram olabilir. Bundan dolayı ergenlerin genel öz-yeterlik inançları, sosyal ağ sitelerinden biri olan Instagram'dan etkilenmemiş olabilir.

Beden algısı açısından bakıldığında, Instagram kullanan ergenlerin beden algılarının daha olumlu olduğu görülmüştür. Bu çalışmanın kırsal bir bölgede yapılması, gençlerin sosyal ortamlarının sınırlı olması, sosyal medya, internet kullanma imkanlarına bağlı olarak instagram kullanımı kendini ifade etme ve dışarıya açılmanın bir yolu olarak görülebilir. Alanyazın incelendiğinde, Instagram'ın beden algısı üzerindeki etkisini araştıran çok az çalışmaya rastlanmıştır. Instagram kullanımının beden memnuniyeti üzerindeki etkisinin araştırıldığı bir çalışmada (Ahadzadeh, Sahrif ve Ong, 2017), Instagram'ın beden

memnuniyetini olumsuz etkilediği sonucuna varılmıştır. Güvenen (2017) ise, sosyal medya ve kitle iletişim araçlarının lise öğrencilerinin beden algısı ve sosyal görünüş kaygıları üzerindeki etkisini incelediği çalışmasında, öğrencilerin sosyal medya ve kitle iletişim araçları ile zaman geçirmesinin beden algısını ve sosyal görünüş kaygısını etkilemediği sonucuna ulaşmıştır. Yukarıda sonuçları verilen araştırmaların sonuçlarıyla bu araştırmamanın sonucunun farklı olmasının farklı nedenleri olabilir. Bu nedenlerden birincisi olarak Instagram'ın hangi amaçla kullanıldığı gösterilebilir. Çünkü sosyal medya ağlarının bilgilendirici, rehberlik edici, öğretici bir pedagojik tarafı da bulunmaktadır (Koçak, 2017). Özellikle sosyal medyanın bilgilendirme ve bilgilendirme amacı devreye girdiğinde sosyal medyayı kullananlar ve kullanmayanlar arasında farklılıklar olması olasıdır (Hazar, 2011). Elde edilen farklı sonuçlarla birlikte, yaşanan ülkenin ve kültürünün, kişilerin takip ettiği, önemseydiği konuları etkilediği bunun da kişinin beden algısına etki ettiği söylenebilir. Nitekim Eşiyok Sönmez ve Özgen (2017) İngiltere ve Türkiye'deki medya kullanımı ile beden imajını karşılaştırdıkları çalışmalarında, Türkiye'deki gençlerin sırasıyla en çok kültür ve sanat, spor, bilim ve teknoloji, sinema ve TV, magazin dergisi okuduklarını; İngiltere'deki gençlerin sırasıyla en çok moda, magazin, güzellik, spor, sağlık dergisi okuduklarını bulmuşlardır. Araştırmamanın diğer sonuçları göstermektedir ki; her iki ülkede de geleneksel medyadan hissedilen baskı sosyal medyadan hissedilen baskıya oranla daha fazladır ancak İngiltere'deki öğrencilerin sosyal medyadan kaynaklanan baskı hissetmesi ve medyadaki ünlülerle bedenlerini karşılaştırmaları Türkiye'dekilere göre daha yüksektir. Ülkelere göre kişilerin takip ettikleri konular ve bedenlerine yönelik olan ilgileri doğal olarak onların beden algılarını etkilemektedir. Çünkü kişiler bedenleriyle daha çok ilgilendikçe kişisel olarak bedene verilen önem artacak ve bunun doğal sonucu olarak da kişilerin beden algılarında farklılık oluşacaktır (Karagöz ve Karagün, 2015). Bir diğer neden, kişilerin sosyal medya ağlarında gerçek olmayan bir beden algısı oluşturmaları olabilir. Kişi sahip olmak istediği benliğe ve bedene sosyal ağları kullanılarak yarattığı eksiklikleri giderilmiş kusursuz görseller yoluyla sahipmiş gibi davranabilir (Uğurlu, 2015). Bunu yaparken sosyal medyanın kişilere sunduğu özgürlükten yararlanıp gerçekteki kendiliğini istediği gibi gizleyip sunabilir (Sepetci, 2017). Yine, Ercan (2018) tarafından yapılan araştırma sonucunda, sosyal medya kullanım sıklığı arttıkça sosyal medyada görülen fit, güzel, yakışıklı, çekici ve zayıf kişilerden etkilenme oranının arttığı tespit edilmiştir.

Bu araştırmaya göre Instagram kullanan kadınların beden algılarının daha olumsuz olduğu sonucuna varılmıştır. Benzer olarak, Gomez, Villalobos ve Fausto (2015) tarafından Instagram'ın beden memnuniyetsizliği ile olan ilişkisinin incelendiği çalışmada, Instagram kullanan kadınların beden memnuniyetsizlikleri Instagram kullanmayan kadınlara göre daha olumsuz bulunmuştur. Cohen (2016), kadınlarda Instagram kullanımı ile beden algısı memnuniyeti ve görünüş endişesi arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmasında, Instagram kullanma süresinin ve Instagram üzerinden ünlüleri ve akranları takip etmenin, kadınların

görünüş yönelimlerini ve kilolu olma yönündeki endişelerini etkilediğini bulmuştur. Destekleyici bir bulgu da, Brown ve Tiggeman'ın (2016) Instagram üzerinden gösterilen ünlü kişilerin ya da çekici akranların, kadınların vücut algıları üzerindeki etkisini inceledikleri çalışmadan elde edilmiştir. Buna göre çekici akranların ve ünlü kişilerin kadınların vücut algılarını olumsuz düzeyde etkiledikleri sonucuna varmışlardır. Instagram'ın beden algısı üzerine etkisinin incelendiği diğer araştırmalarda (Cohen, 2016; Brown ve Tiggemann, 2016) dikkat çekici bir sonuç da, Instagram'da ünlüleri takip eden kadınların beden memnuniyetsizliklerinin takip etmeyen kadınlara oranla daha yüksek olduğudur. Bu da Instagram'da takip edilen kişilerin beden algısı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Instagram kullanmayan ergenlerin de beden algısının cinsiyete göre değişiklik gösterdiği ve bu değişikliğin kadınların aleyhine olduğu görülmüştür. Bu bulguyu destekleyen çok sayıda çalışma olduğu görülmüştür (Abakay, Alıncak ve Ay, 2017; Abbott ve Barber, 2010; Anbar, 2013; Çepikkurt ve Çoşkun, 2010; Çok, 1990; Esnola, Rodriguez ve Roni, 2010; Göksan, 2007; Hacıoğlu, 2017; Karagöz ve Karagün, 2015; Uşkun ve Şabaplı, 2013). Genel öz-yeterlik inancı cinsiyet açısından incelendiğinde, sadece Instagram kullanmayan ergenlerin sürdürme çabası alt boyutunda anlamlı farklılık gösterdiği, buna göre erkeklerin ortalamaları daha yüksek bulunmuştur. Diğer alt boyutlarda ve genel öz-yeterlik toplam puanında cinsiyete göre anlamlı bir farklılık görülmemektedir. Bu sonucun bazı çalışma sonuçları ile benzerlik gösterdiği (Gerçek ve ark., 2006; Telef ve Karaca, 2011; Üstüner, Demirtaş, Cömertve Özer, 2009), bazılarıyla da (Akbaş ve Çelikkaleli, 2006; Morgil, Seçken ve Yücel, 2004) uyuşmadığı görülmektedir.

Instagram kullanmayan ergenlerin sürdürme alt boyutu puanlarının anne öğrenim düzeyine göre değişim gösterdiği görülmektedir. Instagram kullanmayan ergenlerden; annesinin eğitim seviyesi "ilköğretim" düzeyinde olanların sürdürme alt boyutu puanlarının, annesinin eğitim seviyesi "okuryazar değil" seviyesinde olanların sürdürme çabası alt boyutu puanlarından daha yüksek olduğu görülmektedir. Çalışmada anne öğrenim seviyesinin okuryazar değil ve ilköğretim düzeyinde olduğu görülmektedir. Buradan hareketle anne eğitim seviyesinin, ergenlerin bir işi sürdürme çabalarının ve bu konudaki ısrarlarının karşılığı olan sürdürme çabası alt boyutu puanlarını olumlu yönde etkilediği söylenebilir. Anne eğitim seviyesi yükseldikçe sürdürme alt boyutu puanı da yükselmektedir.

Instagram kullanan ergenlerin beden algısı puanlarının ailenin algılanan ekonomik düzeyine göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Instagram kullanan ergenlerden ailesinin ekonomik düzeyini orta ve yüksek olarak algılayanların beden algısı puanı, ailesinin ekonomik düzeyini düşük olarak algılayan ergenlere göre anlamlı düzeyde daha yüksektir. Yüksek ekonomik düzeyin beden algısını olumlu etkilediği yönündeki sonucun birçok araştırma (Akabay, Alıncak ve Ay, 2017; Babacan Gümüş ve ark., 2011; Karagöz ve Karagün, 2015; Uğurlu ve Akın, 2008) sonucuyla desteklendiği görülmüştür.

Ailenin algılanan ekonomik düzeyine göre Instagram kullanmayan ergenlerin genel öz yeterlik ölçeğinin alt boyutlarından olan başlama puanına göre anlamlı farklılık gösterdiği görülmüştür. Ortaya çıkan sonuçlar Instagram kullanmayan ergenlerden ailesinin ekonomik düzeyini orta olarak algılayanların başlama puanı, ailesinin ekonomik düzeyini düşük ve yüksek olarak algılayanlardan anlamlı olarak daha yüksektir.

Instagram kullanan ergenlerin genel öz-yeterlik inancı ölçeğinin alt boyutları olan başlama ile sürdürme çabası puanlarının Facebook kullanma durumuna göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Facebook kullanmayan Instagram kullanıcısı ergenlerin başlama alt boyutu puanları, hem Facebook kullanan hem de Instagram kullanan ergenlerin başlama alt boyutu puanlarından daha yüksektir. Genel Öz-yeterlik Ölçeği'nin başlama alt boyutunda yer alan maddeler incelendiğinde bu alt boyutun bir sorunla mücadelenin başlangıcını içerdiği görülmektedir. Facebook kullanımı, ergenlerin bir işe başlamalarını ertelemelerine ve bir işe başlayıp bitirebilme konusunda kendilerine olan inançlarını olumsuz yönde etkileyebilir. Bu durum da Facebook kullanan Instagram kullanıcısı ergenlerin başlama alt boyutu puanlarının daha düşük olmasının sebebi olabilir. Öte yandan hem Facebook kullanan hem de Instagram kullanan ergenlerin sürdürme alt boyutu puanlarının, Facebook kullanmayan Instagram kullanıcısı ergenlerin sürdürme alt boyutu puanlarından daha yüksek olduğu görülmektedir. Genel Öz-Yeterlik Ölçeği'nin alt boyutlarından olan sürdürme çabasının maddeleri incelendiğinde bu maddelerin, kişinin bir işi başarma ve pes etmeme konusundaki ısrarını içerdiği görülmektedir. Yapılan bir iş için Facebook üzerinden alınan olumlu geri dönüşlerin ve desteklemelerin kişinin sürdürme çabasını etkileyeceği söylenebilir. Bu yüzden Facebook kullanan Instagram kullanıcısı ergenlerin sürdürme çabası puanlarının, Facebook kullanmayan Instagram kullanıcısı ergenlerin sürdürme çabası puanlarından yüksek olduğu söylenebilir. Araştırmada ayrıca Instagram kullanıcısı olsun ya da olmasın Facebook kullanan ergenlerin beden algısı puanı, Facebook kullanmayanlara göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Facebook; ortak beğenileri, ilgileri, problemleri olan insanların grup kurmalarına olanak sağlamaktadır. Bu sayede kullanıcılar istedikleri konuda birlikte hareket edip birbirlerini destekleyebilmektedirler. Bunun sonucunda olumsuz beden algılarını olumluya çevirebilecek şekilde bilgilendirilip çevrelerinden destek alabilirler. Bu durum Facebook kullanan ergenlerin beden algılarının Facebook kullanmayan ergenlerin beden algılarına oranla daha olumlu olmasına neden olabilir.

Sonuç olarak, ergenlik döneminde sağlıklı bir kimlik kazanan birey, hayatının sonraki dönemlerinde karşılaştığı zorluklarla daha güçlü bir şekilde mücadele edebilmektedir. Ergenin sağlıklı bir kimlik edinmesinde, olumlu beden algısı ve yüksek öz-yeterlik inancının önemli etkisi bulunmaktadır. Beden algısı; kişinin anne babasının tutumundan, çevresinden aldığı geri dönüşlerden, içerisinde yaşadığı toplumun kültüründen, bedenine ilişkin öznel

algısından ve sosyal medyadan etkilenmektedir. Kişinin bir işi başarabileceğine yönelik inancı olarak tanımlanan öz-yeterlik kavramı da, bireyin çevresinden ve sosyal medya etkileşimlerinden etkilenmektedir. Nitekim bu çalışmada, bir sosyal medya uygulaması olan Instagram'ın beden algısını olumlu yönde farklılaştırdığı görülmüştür. Bu sonuç özellikle uluslararası alanyazın sonuçlarıyla çok uyuşmamaktadır. Bu çalışmanın Türkiye'nin doğusunda sadece bir ilde yürütülmüş olması bir sınırlılık olarak değerlendirildiğinden, özellikle Instagram'ın farklı değişkenlerle ve örneklem gruplarıyla ilişkisine dair çalışmaların artırılmasının hem ulusal alanyazın oluşturması açısından hem de bölgesel ve kültürel boyutlarıyla veri sağlaması açısından önemli olacağı düşünülmektedir.



EXTENDED ABSTRACT

Perceived Body Image and Self-Efficacy of Adolescent Users and Non-Users of Instagram

*Zöhre Kaya**

*Abdullah Dalkıç***

70

Introduction

Problem Statement: As technology and the Internet have increased in prevalence and popularity, social media networks have begun to witness a parallel surge in use. Although several inquiries have been conducted on how popular social media networks like Facebook, Instagram, and Twitter have influenced individuals' attitudes and emotions, there is only a limited body of true scientific research done on this subject. The concept of body image reflects how individuals perceive the whole of their physical appearance, bodily functions, and other characteristics. The change in how an individual perceives his own body is considered to be the most important change during adolescence. Since peer groups begin to gain importance and since bodily attraction among peers emerges as an important power factor during adolescence, a positive perception toward the changes occurring in one's body may help adolescents navigate this period smoothly (Çelen, 2008). Additionally, self-efficacy is an important concept that emerges during

* Dr. Department of Guidance and Psychological Counseling, Van Yüzüncü Yıl University Faculty of Education, Van, Turkey ORCID: 0000-0001-9211-3632 e-mail: zohrekaya@yyu.edu.tr

** Senior Psychological Counselor, Ministry of Education, Istanbul, Turkey ORCID: 0000-0002-0219-9549 e-mail: abdullah1079@hotmail.com

Note: This research was funded by Van Yüzüncü Yıl University, Scientific Research Project Council. The project is entitled "Investigation of Body Image and Self-efficacy in Adolescents Who Using Instagram" and its project number is SYL-2018-7231.

adolescence that requires consideration. As adolescents approach adulthood, they learn to take on a wide variety of responsibilities brought on by adolescence, which aids them in developing expertise over a wide range of new skills. Adolescents' self-efficacy should be strengthened and stimulated so that they may learn how to deal with previously unencountered issues. Instagram, in addition to constituting a new resource for information, is a novel venue that individuals may use to communicate with one other (Koçak, 2017). The myriad of images shared by others on Instagram impact not only its users' self-efficacy but also how they perceive their own bodies, as these images cause users to compare their own bodies with what they are constantly exposed to on Instagram. Moreover, the achievements, activities, and environments showcased in the photographs of individuals followed on Instagram may propel users to enlarge their social circles and to question whether they too are able to achieve similar feats, and this attitude may also affect their self-efficacy.

Method

Following a relational screening model, this study was conducted with a total of 790 9th, 10th, 11th, and 12th grade students attending Anatolian, Imam-Khatib, and Vocational High Schools in Doğubeyazıt, a county in the province of Ağrı, Turkey. Three tools (i.e., the Body Image Scale, General Self-Efficacy Scale, and a Personal Information Form) were employed to collect data for the study. Descriptive statistics, a t test for independent samples, and a one-way analysis of variance (ANOVA) were used in the analyses.

Findings

The findings of the study revealed that although neither general self-efficacy dimensions nor its subscales exhibited a significant difference based on whether adolescents used Instagram or not, body image did. Accordingly, the scores of those adolescents who used Instagram were higher than those who did not. With regard to gender, although no significant difference existed in the general self-efficacy scores obtained by adolescent users of Instagram, a difference in the subscales for prolongation efforts existed in those adolescents who did not use Instagram in favor of males.

Discussion

This study reveals that Instagram users had a positive body image. The fact that this study was conducted in a rural area in which social venues for adolescents are limited may have led adolescents to regard using Instagram, in addition to the Internet in general, as a means to express themselves and to connect to the outside world. A significant difference was found in adolescents' scores for general self-efficacy and its subscales depending on whether they used Instagram or not. Adolescents' adaptation efforts,

as well as the resulting self-efficacy that develops, constitute a complex concept that should not be restricted solely to social media networks. As such, adolescents' general self-efficacy beliefs may be influenced by Instagram, which is only one of many social networking websites. Females using Instagram were found to have a more negative body image perception than males. In their study examining how pictures of celebrities or of one's attractive peers shared on Instagram affected females' body image, Brown and Tiggemann (2016) found that looking at such images negatively affected females' body image. Moreover, the current study found that the body image scores of adolescent Facebook users were higher than those of who did not use Facebook, regardless as to whether they were or were not Instagram users. Facebook offers individuals with mutual likes, interests, and problems the opportunity to form groups, act in unison, and support each other. By increasing awareness and offering venues for community support, using Facebook in this manner may help individuals transform their negative body images into more positive ones.

Conclusion and Recommendations

In conclusion, an individual who has acquired a healthy identity during adolescence is better equipped to handle the difficulties that he is to face later in life. Having a positive body image and high self-efficacy is critical to adolescents' acquisition of a robust identity. Body image is influenced by a number of factors, including the attitudes of one's own parents, feedback from one's environment, the culture of one's community, one's own subjective perception, and social media. Also defined as one's belief in his ability to succeed, self-efficacy is similarly influenced by his/her environment and social media interactions. In any case, this study has found that Instagram positively impacts adolescents' body image. However, this finding does not resemble those of the international literature. As the principal limitation of this study is that it was conducted in a single rural county in the east of Turkey, the inclusion of different variables and sample groups in future studies will help expand the domestic literature on this subject and provide even further regional and cultural data.

Kaynakça/References

- Abakay, U., Alıncak, F., & Ay, S. (2017). Üniversite öğrencilerinin beden algısı ve atılganlık düzeylerinin incelenmesi. *Uluslararası Türk eğitim Bilimleri Dergisi*, 9, 12-18.
- Abbott, B. D., & Barber, B. L. (2010). Embodied image: Gender differences in functional and aesthetic body image among Australian adolescents. *Body Image*, 7(1), 22-31. doi.org/10.1016/j.bodyim.2009.10.004
- Ahadzadeh, A. S., Sahrif P. S., & Ong F. S. (2017). Self-schema and self-discrepancy mediate the influence of Instagram usage on body image satisfaction among youth. *Computers in Human Behavior*, 68, 8-16. doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.011
- Akbaş, A., & Çelikkaleli, Ö. (2006). Sınıf öğretmeni adaylarının fen öğretimi öz yeterlik inançlarının cinsiyet, öğrenim türü ve üniversitelerine göre incelenmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 2(1), 98-110.

- Anbar, H. (2013). *Lise öğrencilerinde vücut algısı değişkeninin çeşitli değişkenlerle ilişkisinin incelenmesi ve vücut algısı ölçeğinin geçerlik-güvenirlilik çalışması*. Ankara Üniversitesi: Lisans tezi.
- Arslan, G. (2012). *Ortaöğretimde öğrenim gören ergenlerde görülen problem davranışların aile sorunları ve aile yapısı açısından incelenmesi*. Pamukkale Üniversitesi: Yüksek lisans tezi.
- Arslan, H. S., İşigüzel, İ., Hacıyakupoğlu, G., & Avcı, A. (1996). Gözlük takan ergenlerde beden imajı doyumu ve depresyon: Karşılaştırmalı bir çalışma. *Düşünen Adam* 9(1), 4-7.
- Arslangiray, N. (2013). *Üniversite öğrencilerinde beden imajının yordayıcıları olarak bağlanma stilleri ve toplumsal cinsiyet rolleri*. Ankara Üniversitesi: Yüksek lisans tezi.
- Aşman Alikılıç, Ö. (2011). *Halkla İlişkiler 2.0 Sosyal Medyada Yeni Paydaşlar, Yeni Teknikler*. Ankara: Efil Yayıncılık.
- Ayan, G. (2016). *Tüketim kültürü bağlamında kimlik inşasının sosyal medyada kullanımı: Instagram örneği*. Başkent Üniversitesi : Yüksek lisans tezi.
- Babacan Gümüş, A., Çevik, N., Hataf Hyusni, S., Biçen, Ş., Keskin, G., & Tuna Malak, A. (2011). Gebelikte benlik saygısı ve beden imajı ile ilişkili özellikler. *Anadolu Tıbbi Araştırmalar Dergisi* 5(1), 7-14.
- Bandura, A. (1989). Social cognitive theory. *Annals of Child Development* 6, 1-60.
- Bektaş, D. Y. (2004). Ergenlerde beden imgesi üzerine bir çalışma. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi* 3(22), 67-75.
- Brown, Z., & Tiggemann, M. (2016). Attractive celebrity and peer images on Instagram: Effect on women's mood and body image. *Body Image*, 19, 37-43.
- Canatan, K. (Editör) (2011). *Beden Sosyolojisi*, İstanbul: Açılım Kitap, sayfa no 371-393.
- Cılızoğlu, G. Y., & Çetinkaya, A. (2016). Sivil toplum örgütlerinin Instagram kullanımı. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 27, 161-181.
- Cohen, L. H. (2016). *The relationship between Instagram usage and young women's body image satisfaction and appearance concerns*. William James University: Doctoral dissertation.
- Çelen, N. (2008). *Ergenlik ve genç yetişkinlik*. İstanbul: Papatya Yayıncılık.
- Çepikkurt, F., & Çoşkun, F. (2010). Social physique anxiety and body image satisfaction levels of collegian dancers. *Pamukkale Journal Of Sport Sciences* 1(2), 17-24.
- Çok, F. (1990). Body image satisfaction in Turkish adolescents. *Adolescence* 25(98), 409-413.
- Dion, N. A. (2015). *The effect of Instagram on self-esteem and life satisfaction*. Salem State University: Honor dissertation.
- Ercan, D. M. (2018). *Geç ergenlik döneminde sosyal medya maruziyetinin beden algısı ile ilişkisi*. Üsküdar Üniversitesi: Yüksek lisans tezi.
- Esnola, I., Rodrigues, A., & Goni, A. (2010). Body dissatisfaction and perceived sociocultural pressures: gender and age differences. *Salud Mental* 33(1), 21-29.
- Eşiyok Sönmez, E., & Özgen, Ö. (2017). Medya kullanımı ve beden imajı: Türkiye ve İngiltere örneği. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 27, 78-95. doi.org/10.31123/akil.436747
- Gerçek, C., Yılmaz, M., Köseoğlu, P., & Soran, H. (2006). Biyoloji eğitimi öğretmen adaylarının öğretiminde öz-yeterlik inançları. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi* 39(1), 57-73.
- Gomez, K., Villalobos, S., & Fausto, M. (2015, Haziran). *Instagram's relationship to body dissatisfaction*. California State University: Research dissertation.
- Göksan, B. (2007). *Ergenlerde beden imajı ve beden dismorfik bozukluğu*. Şişli Etfal Eğitim ve Araştırma Hastanesi Psikiyatri Kliniği: Uzmanlık Tezi
- Güvenen, G. (2017). *Sosyal medya ve kitle iletişim araçlarının lise öğrencilerinin beden algısı ve sosyal görünüş kaygısı üzerine etkisinin belirlenmesi*. Halç Üniversitesi: Yüksek lisans tezi.
- Hacıoğlu, M. (2017). Üniversite öğrencilerinin beden imgesi hoşnutluğu ve iletişim becerilerinin incelenmesi. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi* 2(2), 1-16.
- Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağlılığı-bir alan çalışması. *Gazi Üniversitesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* 32, 151-176.
- Hovardoğlu, S. (1993). Body Cathexis Scale (BCS) Türkiye geçerlilik ve Güvenirliliği. *Psikiyatri, Psikoloji ve Psikofarmakoloji Dergisi*, 1, 26.
- Hu S., Liu H., & Gu J. (2018). What role does self efficacy play in developing cultural intelligence from social media usage? *Electronic Commerce Research and Applications*, 28, 172-180. https://doi.org/10.1016/j.elerap.2018.01.009
- Huang, H. (2016). Media use, environmental beliefs, self-efficacy, and pro-environmental behavior. *Journal of Business Research*, 69(6), 2206-2212.

- Karagöz, N., & Karagün, E. (2015). Profesyonel sporcuların beden imajı üzerine betimsel bir çalışma. *Sport Sciences* 10(4), 34-43.
- Kırcaburun, K. (2017). *Üniversite öğrencilerinde instagram bağımlılığı, kişilik özellikleri ve kendini sevmeye arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Sakarya Üniversitesi: Yüksek lisans tezi.
- Kırık, A. M., & Domaç, A. (2014). Sosyal medya üzerinden televizyon reyting ölçümlerinin analizi: Twitter örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi* 5, 414-430.
- Koçak, E. (2017). *The relationship between personality traits and behaviors of instagram users vs. non-users*. Boğaziçi Üniversitesi: Yüksek lisans tezi.
- Linaschke, J. (2011). *Getting The Most From Instagram*, [Çevrim-içi:https://books.google.com.tr/books?id=z13Km4v6kqQC&pg=PT19&hl=tr&source=gbs_selected_pages&cad=2#v=onepage&q&f=false], Erişim tarihi: 30 Temmuz 2018
- Morgil, İ., Seçken, N., & Yücel, A. S. (2004). Kimya öğretmen adaylarının öz-yeterlik inançlarının bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Balıkesir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi* 6(1), 62-72.
- Olgun, B. (2014). *Sosyal medya ve tüketici davranışları*. İstanbul Üniversitesi: Yüksek lisans tezi.
- Sepetci, N. (2017). *Sosyal medyada mahremiyet algısının çöküşü: Instagram örneği*. Marmara Üniversitesi:Yüksek lisans tezi.
- Telef, B. B., & Karaca, R. (2011). Ergenlerin öz-yeterliklerinin ve psikolojik semptomlarının incelenmesi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 8(16), 499-518.
- Uğurlu, N., & Akın, H. (2008). Muğla Sağlık Yüksekokulu öğrencilerinin beden benlik algısı ve psikolojik sıkıntı belirtileri ile ilişkisi. *Atatürk Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi* 11(4), 38-47.
- Uğurlu, Ö. (2015). Kadının Benlik Sunumunun Güncel Bir Aracı Olarak Sosyal Ağlar Bir Tasarım UNSURLU: 'Kusursuzlaştırma'. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 1, 231- 248.
- Uşkun, E., & Şabaplı, A. (2013). Lise öğrencilerinin beden algıları ile yeme tutumları arasındaki ilişki. *TAF Preventive Medicine Bulletin* 12(5), 519-528.
- Üstüner, M., Demirtaş, H., Cömert, M., & Özer, N. (2009). Ortaöğretim öğretmenlerinin öz-yeterlik algıları. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 17, 1-16.
- We Are Social (2018). *Digital in 2018 in Western Asia Part 1 - North-West*, [Çevrim-içi:https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-in-western-asia-part-1-northwest-86865983], Erişim tarihi: 13 Temmuz 2018