

# Fotoğraf Düzenleme ile Sosyal Geri Çekilme Arasındaki İlişkide Öz-İzleme ve Sosyal Görünüş Anksiyetesinin Rolü

## *Role of Self-Monitoring and Social Appearance Anxiety in the Relationship Between Photo Editing and Social Withdrawal*

✉ Dilara Engin<sup>1</sup>, ✉ M.Fatih Bükün<sup>1</sup>, ✉ Rojbin Kundo<sup>2</sup>, ✉ Devrim Tekin<sup>1</sup>,  
✉ Mervenur Çetin<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Bingöl Üniversitesi, Bingöl

### ÖZ

Günümüzde sosyal medya kullanımının yaygınlaşması ile beraber photoshop kullanımı da artış göstermektedir. Bu durum insanlara kendi benliklerini en iyi şekilde sergilemeleri için bir alan yaratmaktadır. Bireylerin sosyal medyada fotoğraflarında çok fazla photoshop uygulamaları başkaları tarafından onaylanma isteklerinin bir göstergesi olarak görülmektedir. Kişiler göstermek istedikleri sosyal benlikleri doğrultusunda kendilerini izleyip düzenleme yaparlar. Bu çalışmanın amacı da öz-izleme ve fotoğraf düzenleme davranışlarının kişilerin görünüşlerine yönelik değerlendirmelerine nasıl yansıdığı ve bu ilişkinin sosyal geri çekilmeye nasıl yansıtacağını araştırmaktır. Çalışmanın katılımcıları 420 kadın katılımcıdan oluşmuştur. Çalışmanın hipotezleri yönetici-aracı (moderated mediation) model ve dolaylı etki için aracılık (mediation) modeli kullanılarak test edilmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre; sosyal görünüş kaygısının fotoğraf düzenleme davranışı ve sosyal geri çekilme arasındaki ilişkide öngörülen dolaylı etkisinin, öz izlemenin düzenleyici rolü altında anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür ( $b = .02$ ,  $SH = .01$ ,  $z = 1.22$ ,  $p = .222$ ; %95 CI  $[-.01, .04]$ ). Ancak sosyal görünüş kaygısının aracılık rolünde, fotoğraf düzenleme davranışının sosyal geri çekilme üzerindeki dolaylı etkisi anlamlı bulunmuştur ( $b = .03$ ,  $SH = .01$ ,  $z = 5.11$ ,  $p < .001$ ; %95 CI  $[.02, .03]$ ). Dolayısıyla yüksek oranda fotoğraf düzenleme davranışına başvuran kişilerin sosyal görünüş anksiyetesi yaşadıkları ve bunun sonucunda yüksek oranda sosyal geri çekilme davranışı sergiledikleri görülmüştür. Olumsuz beden algısının sağlık ile ilişkili olumsuz sonuçlar doğurduğu göz önüne alındığında çalışmanın aşırı photoshop kullanımının sonuçlarına dair katkılar sağlaması beklenmektedir. Günümüzde sosyal medyanın yaygınlığı dikkate alındığında çalışmanın sonuçlarının sosyal medyanın etkilerini anlamak için de yeni bilgiler sağlamasını beklemekteyiz.

**Anahtar sözcükler:** Fotoğraf düzenleme, photoshop, öz izleme, sosyal geri çekilme, sosyal görünüş kaygısı

### ABSTRACT

Nowadays, with the widespread use of social media, the use of Photoshop is also increasing. This creates a space for people to present their best selves. Individuals applying too much Photoshop to their photos on social media are seen as an indicator of their desire to be approved by others. People monitor and regulate themselves in line with the social selves they want to show. The purpose of this study is to investigate how self-monitoring and photo editing behaviors reflect people's evaluations of their appearance and how this relationship will be reflected in social withdrawal. The participants of the study consisted of 420 female participants. The hypotheses of the study were tested using the moderated mediation model and the mediation model for indirect effect. According to the results of the study, it was observed that the predicted indirect effect of social appearance anxiety on the relationship between photo editing behavior and social withdrawal did not have a significant effect under the moderating role of self-monitoring (moderated mediation) ( $b = .02$ ,  $SE = .01$ ,  $z = 1.22$ ,  $p = .222$ ; 95% CI  $[-.01, .04]$ ). However, in the mediating role of social appearance anxiety, the indirect effect of photo editing behavior on social withdrawal was found to be significant ( $b = .03$ ,  $SE = .01$ ,  $z = 5.11$ ,  $p < .001$ ; 95% CI  $[.02, .03]$ ). Therefore, it has been observed that people who resort to high rates of photo editing behavior experience social appearance anxiety and, as a result, exhibit high rates of social withdrawal behavior. Considering that negative body image causes negative health-related consequences, the study is expected to contribute to the consequences of excessive Photoshop use. Considering the prevalence of social media today, we expect the results of the study to provide new information to understand the effects of social media.

**Keywords:** Photo manipulation, photoshop, self-monitoring, social withdrawal, social appearance anxiety

## Giriş

İnsanlığın iletişim kurma ihtiyacı ve değişen teknolojiyle beraber sosyal medya kullanımının artış gösterdiği bilinmektedir (Solmaz ve ark. 2013). Sosyal medya denilen sanal ortamlarda bireyler ideallerindeki ya da çevreden onay alacaklarına inandıkları halini yansıtmaya eğilimi göstermektedir. Bireyler bu sosyal alanlarda ideal benliklerini sunmaya çalışarak temelde içinde buldukları toplumdaki, çevresinden ve akranlarından onay görmeyi beklemektedirler. Bireylerin onay görmediklerini düşündükleri durumlarda kaygılanmaya ve artan kaygı ile birlikte sosyal geri çekilmeye ve yalnızlığa yöneleceği düşünülmektedir.

Bu çalışmanın amacı fotoğraf düzenleme davranışı ile sosyal geri çekilme arasındaki ilişkide sosyal görünüş kaygısı ve öz-izlemenin rolünü incelemektir. Sosyal görünüş kaygısının, fotoğraf düzenleme davranışı ve sosyal geri çekilme arasındaki ilişkiye aracılık edeceği öngörülmüştür. Öz-izlemenin ise fotoğraf düzenleme davranışı ve sosyal görünüş kaygısı arasında düzenleyici bir rolünün olabileceği düşünülmüştür. Fotoğraf düzenleme davranışı yüz ve beden memnuniyetsizliğinden kaynaklı sosyal medyada paylaşılan fotoğraflar üzerindeki düzenlemeleri içermektedir. Sosyal görünüş kaygısı ise olumsuz beden algısından kaynaklı deneyimlere dayanmaktadır. Kişilerin içinde buldukları sosyal ortamları dikkate alarak davranışlarını düzenleme çabası öz-izleme kavramı üzerinden açıklanmıştır. Son olarak sosyal geri çekilme ise sosyal onay ihtiyacının bir alt boyutu olarak içinde bulunulan çevreden olumlu tepkiler almayı ve ona göre davranışını düzenlemeyi kapsamaktadır.

Sosyal medya en iyi benliğimizi sunabilmemiz için fırsatlar sunmaktadır. Günümüzde sosyal medyanın sık kullanımı ile beraber imaj manipülasyonu kavramı hayatımızdaki yerini almıştır. Kişiler bu yollarla daha bakımlı, daha genç veya kusursuz olarak kendilerini sunma fırsatı yakalamaktadırlar (Ege 2017). Ayrıca sosyal medyada bireyler kimliklerini istedikleri gibi oluşturabilmekte, hatalarını ve photoshop ile fiziksel kusurlarını gizleyebilmektedir (Alanka ve Cezik 2016). Öyle ki fotoğraflar görsel olarak incelendiğinde üzerinde düzeltme yapıldığı dahi fark edilmemektedir (Harrison ve Hefner 2014).

Sosyal medyada fotoğraf manipülasyonu yapmanın yüz memnuniyetsizliği ile ilişkili olduğu bulunmuştur (Beos ve ark. 2021). Ergenler ile yapılan boylamsal bir çalışmada, özçekimlerini düzenleme sıklıklarının altı ay sonrasında kişilerin yüz ve vücut memnuniyetsizliklerindeki artış ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir (Wang ve ark. 2021). Bir başka çalışmada ise fotoğrafını paylaşmadan önce düzenleyen kadınların çoğunlukla vücut imajı memnuniyetsizliği gösterdiği bulgusuyla beraber, kendilik imajı manipülasyonu ile beden kaygısının yüksekliğinin ilişkili olduğu bulunmuştur (Pham ve ark. 2022). Başka bir çalışmada da sosyal medyayı yoğun olarak kullanan ergenlik dönemindeki kızların bedenlerinden memnun olmadıkları tespit edilmiştir. Bu bireylerin akranlarından aldıkları geri bildirimler nedeniyle de beden memnuniyetsizliklerinde artış olduğu gözlemlenmiştir (De Vries ve ark. 2016). Dolayısıyla fotoğraf düzenleme davranışının kişilerin görünüşlerine yönelik olumsuz tutumlarıyla ilişki olduğu anlaşılmaktadır.

İnsan iletişim kuran ve duyguları ile hareket eden bir varlıktır. Bu yönüyle bireyler iletişime geçtiği kişiler tarafından nasıl görüldüğü ve ne hakkında düşünüldüğü üzerinde durmaktadır. Nasıl görüldüğü, iletişim kurduğu ve içinde yaşadığı toplum tarafından nasıl algılandığı gibi sorulardan dolayı bireyde kaygı baş gösterebilmektedir. Kaygı, insanların hayatının belli zamanlarında çevresel ve genetik faktörlerin etkisiyle fiziksel belirtiler şeklinde ortaya çıkan ve kişinin yaşamını olumsuz etkileyen olumsuz duygudur. İnsanlar hayatları boyunca birçok konuda kaygı yaşamaktadırlar. Bu konulardan biri de sosyal görünüş kaygısıdır (Özden ve ark. 2013).

Sosyal görünüş kaygısı, olumsuz beden imajından ortaya çıkmaktadır. Beden imajı, kişi ile ilgili birçok şeyi içinde barındıran kendilik algısının bir parçasıdır. Bireyin kendi bedenine ilişkin düşünce, davranış ve algılarının adı olan beden imajına yönelik olumsuz düşünceler ortaya çıktığında birey kaygı yaşar. Yaşanan bu kaygıya da sosyal görünüş kaygısı denir.

Beden algısı, kişinin benlik algısının bir parçasıdır. Benlik algısı bireylerin doğrudan veya dolaylı, olumlu veya olumsuz olarak kendisiyle ilgili genel ve bütün algılamalarıdır. Bedeni ile ilgili düşük tatmine sahip bireylerde yani kişinin vücudunun tamamı veya herhangi bir uzvu ile ilgili olumsuz algılarının olması durumunda rahatsız olur, kendini çekici hissetmez ve olumsuz olarak gördüğü vücudunun herhangi bir bölümünden utanır. Daha sonra algıladığı eksikliği telafi etmeye çalışarak daha fazla estetik yapmaya, makyaj yapmaya ve kötü gördüğü fiziksel görünüşü ile uğraşmaya başlar. Ayrıca başkalarıyla kıyaslama yapmalarından dolayı görünüş kaygısı da artmaktadır. Bununla ilişkili olarak kişinin sosyal ortamdan uzaklaşmasına, kendini ifade edememesine ve ilişki kurmaktan kaçınmasına yol açarak sosyal ilişkileri olumsuz etkilenmektedir (Göksan 2007).

Kaygılı insanlar başkaları tarafından nasıl değerlendirileceklerini önemserler ve toplum tarafından onay görmek isterler. Sosyal onay ve sosyal kaygı ile ilgili yapılan çalışmalarda insanların onaylanma ihtiyacı duyduğu ve onay görmeme konusunda kaygılarının olduğu belirtilmiştir (Çalış 2020). Başka bireyler üzerinde olumlu bir izlenim bırakmanın önemli olduğu ve bu olumlu izlenim olmadığı düşünüldüğü takdirde kaygının artacağı belirtilmiştir. Onay görmediğini düşündüğü toplumdaki uzaklaşmak ve sosyalliği azaltmak bireylerin başvurduğu yollardan biridir (Gümüş 2006).

Sosyal medya kişide beğenilme ve onaylanma gibi istekleri ortaya çıkarmaya ortam sağlamıştır. Sosyal medya kişide onaylanma isteği, yeni bir kendilik oluşturma hatta idealdeki kişiyi yansıtmaya olanağı sağlamaktadır. Bu yolla sosyal medya kişilerde önce yeni bir birey yaratma ve yeni algılar kazandırma ve tamamen dışardan nasıl görüldüğüne odaklanılan bir platform haline gelmiştir. Kadınların medyadaki beden algısı üzerine yapılan meta analiz çalışmasında ince ve toplum tarafından idealize edilmiş vücut görüntüleri kadınlara izletildikten sonra kadınların kendi vücudunu olumsuz algıladığı sonucuna varılmıştır (Groesz ve ark. 2002). Bireylerin kendi fiziksel görüntüsünü olumsuz algılaması sonucu sosyal görünüş kaygısı yaşadıkları bulunmuştur (Çalış 2020). Başka bir çalışmada, ergenlerin akranlarından aldıkları geri bildirimler sonucunda beden memnuniyetsizliklerinin arttığı sonucuna varılmıştır (De Vries ve ark. 2016). Kişilerin beden imajlarına yönelik olumsuz düşüncelerin görünüşleri ile ilgili kaygıya yol açtığı anlaşılmaktadır. Ayrıca beden imajlarına yönelik tutumların kendilerine yönelik izlemenin etkili olacağı düşünülmüştür.

Öz izleme (self-monitoring) yani bir diğer adıyla kendini izleme içerik olarak daha çok sosyal ilişkilerde kendini gösteren benlik sunumuyla ilişkili bir kavram olarak bilinir (Koç 2015) Kendini izleme kavramı ilk olarak sosyal psikolog olan Snyder tarafından ortaya atılmıştır. Snyder, bireyler arasında var olan farklılıkları kendini izleme olarak nitelendirdiği benlik sunumu ile açıklamıştır. Snyder bu kavram ile beraber bireylerin kişisel davranışlarına rehberlik etme noktasında dışsal bilgilere dikkat edip, önemseyip bu bilgileri kendi hayatlarında kullanmaları olarak vurgulamıştır (Snyder 1974, 1994). Sosyal etkileşim sürecine giren bireyler içinde buldukları sosyal bağlama göre kendilerini izleyip düzenleme çabasına girerler.

Kendini izleme kavramı, ortaya koyduğumuz benliğin değişebilir olduğunu yani bireylerin farklı benliklere sahip olabileceğini söyler. Buna bağlı olarak farklı durumlarda farklı benlikler ortaya konulabilir. Bir benlik yapısı olduğu gibi bu kavram aynı zamanda bir sosyal beceri ve bir kişilik özelliği de olabilir. Daha açık ve geniş bir tabir ile kendini izleme kavramı, başkalarının düşüncelerini ve duygularını merkeze alarak genellikle kendimize geçici tutumlar ve davranışlar ürettiğimiz bir yönelimdir. Bireylerin temel motivasyonu kendilerini kabul ettirmektir (Koç 2015).

Kişiler kendini izleme oranları olarak ikiye ayrılmaktadırlar: Kendini izleme düzeyi düşük olanlar ve kendini izleme düzeyi yüksek olanlar. Kendini izleme düzeyi yüksek olan bireyler sosyal açıdan bakıldığında daha kabul edilebilir davranışlar ortaya koymaktadırlar. Sosyal normlar doğrultusunda kendini düzenleyen kişilerdir. Bu kişiler genel olarak endişeli bir ruh halindedir ve sürekli bir onay ihtiyacı hissederler. Bunların aksine kendini izleme düzeyi düşük olanlar ise sosyal işaretlere karşı daha duyarlı bir tavır takınırlar. Davranışlarının sosyal açıdan uygun olup olmadığı ile pek ilgilenmezler. Bu yüzden kendi inanç ve tutumlarına göre daha fazla hareket ederler. Bu bireyler yüksek öz izlemeye sahip olan bireylerin aksine kimlikleriyle daha uyumludurlar. Kendilerine sahte bir kimlik oluşturmazlar (Lennox ve Wolfe 1984).

Benlik sunumunun bir parçası olan öz-izlemenin fotoğraf düzenleme davranışı ile ilişkisi öngörüldüğünden dolayı, bu çalışma kapsamında fotoğraf düzenleme davranışı ile öz-izlemenin sosyal görünüş kaygısı üzerindeki etkisi dikkate alınmıştır. Ayrıca kişilerin yaşayacağı kaygının da sosyal hayatı etkileyerek geri çekilmeye yol açabileceği düşünülmüştür.

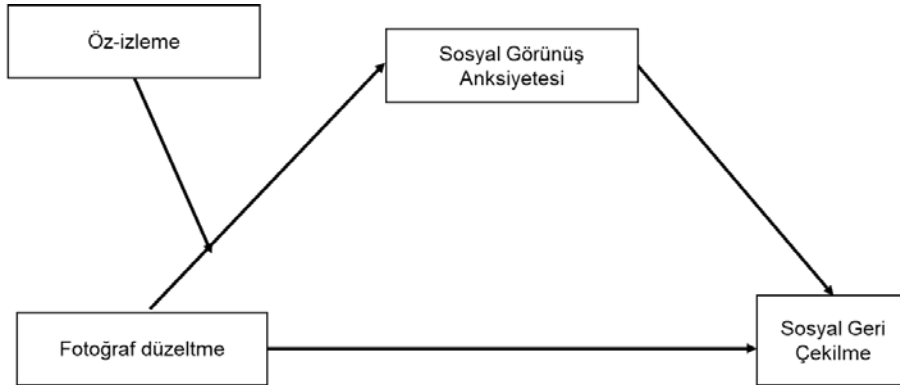
Bireylerin çevrelerinden alacakları tepkiler, davranışlarını şekillendirmede önemli rol oynar. İnsanlar sosyal bir varlık olduklarından çevreleri tarafından takdir edilmeye, değer görmeye ve onaylanmaya ihtiyaç duyarlar. İnsanların davranışlarında değişikliğe sebep olan önemli bir etken sosyal onay ihtiyacıdır. Kişilerin takdirini elde etmeye çalışmak, kişilerden övgü beklemek, iyi bir insan olarak kabul edilmek ve çevredeki insanlar tarafından alkışlanmayı istemek sosyal onay ihtiyacıyla ilgilidir (Karaşar ve Öğülmüş 2016). Sosyal onay ihtiyacı kişilerin sosyalleşmesine, yakınlaşmasına olanak sağlarken aynı zamanda diğer insanların beklenti ve isteklerine göre hayatına yön vermesine de neden olabilmektedir. Etkileşimde olduğu insanlara uyuma davranışı göstermesine sebep olabilmektedir (Çalış 2020). Sosyal onay ihtiyacı yüksek olan insanlar çevrelerine karşı daha uyumlu, sempatik ve tedbirli davranırlar. Ayrıca çevreleri ve kültürleri tarafından onaylanan davranışları göstermeye ve devam ettirmeye daha yatkın kişilerdir (Paulhus ve John 1998).

Sosyal onay ihtiyacının üç alt boyutu vardır. Bunlardan ilki başkalarının yargılarına duyarlılık, ikincisi sosyal geri çekilme ve üçüncüsü olumlu izlenim bırakmadır (Karaşar ve Öğülmüş 2016). Sosyal medya kullanımının sosyal

onay ihtiyacı üzerinde çeşitli etkileri bulunmakta ve beden algısının bozulması üzerinde de tetikleyici rol oynamaktadır. Bireylerin sosyal medyada video ve fotoğraf paylaşımları başkaları tarafından onaylanma ihtiyacının bir yansıması olarak göze çarpmaktadır (Kurtyiğit 2021). Sosyal onay ihtiyacının bir alt boyutu olan sosyal geri çekilme ile instagram kullanıcılarının beden algısı arasında bir ilişki bulunduğu yapılan çalışmalarla gözlemlenmiştir. Bedeninden memnuniyetsizliği yüksek kişilerin sosyal olarak ilişki kurmaktan ve geri çekilmeyi tercih ettikleri belirtilmiştir (Kurtyiğit 2021). Beden algısı memnuniyetinin düşmesi ile birlikte bireylerde başkalarının yargılarına duyarlılık ihtiyacı artarken, olumlu izlenim bırakma ve sosyal geri çekilme ihtiyacı azalmaktadır.

Sosyal medya kullanımının artmasıyla sosyal onay ihtiyacının arttığı tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanımıyla sosyal geri çekilme arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirtilmiştir. Sanal tolerans ve sanal iletişimin artışı ile beraber sosyal geri çekilme düzeyinin de arttığı gözlemlenmiştir (Çalış 2020). Sosyal medya ve sosyal geri çekilme arasındaki ilişki dikkate alınarak sosyal medyada yapılan fotoğraf düzenlemenin sosyal geri çekilme ile ilişkisinin olup olmadığı merak edilmiştir. Söz konusu ilişkiyi anlamaya çalışırken kişilerin yaşayacakları sosyal görünüş kaygılarının bir düzenleyici rolü de merak edilmiştir. Ayrıca bu çalışmada insanların fotoğraf düzenlemelerinin sosyal kaygıları ile olan ilişkilerinde kendilerine yönelik öz izlemelerinin de bir faktör olup olmadığı da dikkate alınmıştır.

Bu kapsamda araştırmanın hipotezleri ve önerilen model şöyledir. Fotoğraf düzenleme motivasyonu ile sosyal görünüş kaygısı arasında pozitif bir ilişki söz konusudur (H1). Sosyal görünüş kaygısı sosyal geri çekilme ile pozitif ilişkidir (H2). Sosyal görünüş kaygısı fotoğraf düzenleme ve sosyal geri çekilme arasındaki ilişkide dolaylı etkiye sahiptir (H3). Öz-izleme özelliği fotoğraf düzenleme motivasyonu ve sosyal görünüş kaygısı arasında düzenleyici rolü üstlenecektir. Özellikle yüksek oranda öz-izleme davranışı gösteren kişiler için fotoğraf düzenleme ve sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişki pozitif ve anlamlı olacaktır (H4). Öz izleme, sosyal görünüş kaygısının fotoğraf düzenleme ve sosyal geri çekilme arasındaki ilişkinin dolaylı etkisinde (indirect effect), düzenleyici etkiye sahip olacaktır (yönetici aracı - moderated mediation) (H5).



**Şekil 1. Önerilen model: Öz-izlemenin düzenleyici etkisi altında, sosyal görünüş anksiyetesi aracılığıyla fotoğraf düzenleme isteğinin sosyal geri çekilme üzerindeki etkisi**

## Yöntem

### Örneklem

Çalışmada toplam 406 kadın katılımcı yer almıştır. Yaşını belirten 249 katılımcının ortalaması 22,4'tür (SS = 3,19). Çalışmada yaşını belirten kişilerin toplam katılımcı içindeki sayısının az olduğu görülmektedir. Çalışma verisi çevrimiçi veri toplama platformlarından elde edildiğinden demografik bilgilerin zorunlu olarak doldurulması seçeneği göz ardı edilmiştir. Bundan dolayı çalışmalarda genel olarak demografik sorulara verilen yanıtların azlığı burada da görülmektedir.

### İşlem

Çalışmaya başlamadan önce Bingöl Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan 03.01.2023-E.88982 tarih ve sayılı etik kurul izni alınmıştır. Çalışmanın verisi çevrimiçi veri toplama araçlarından qualtrics kullanılarak Bingöl Üniversitesi kampüsü içinde TÜBİTAK projesi kapsamında görev alan araştırmacılar tarafından elde edilmiştir. Çevrimiçi veri toplama aracında ölçeklerin her biri farklı

ekranda olacak şekilde 5 farklı ekran kullanılmıştır. Tüm ölçekler dikkate alındığında çalışma 57 maddeden oluşmuştur. Ayrıca çalışma ortalama 15 dakikada tamamlanmıştır. Demografik sorular dışında diğer bütün ölçeklerin doldurulması zorunlu kılınmış ve ölçekler arasında geriye dönme seçeneği sunulmamıştır.

## Ölçekler

### *Demografik Bilgi Formu*

Katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim ve sosyal medya ile fotoğraf deneyimi arasındaki ilişkiye dair sorulardan oluşmaktadır.

### *Fotoğraf Düzenleme Ölçeği*

Bu ölçek daha önce McLean ve arkadaşları (2015) tarafından kullanılan ölçekten bu çalışma için uyarlanmıştır. Ölçek maddeleri kişilerin fotoğraf paylaşmadan önce kendi fotoğraflarını ne ölçüde değiştirdiklerini veya düzenlediklerini içermektedir. Maddeler 5'li likert (1 = Hiçbir zaman, 5 = Her zaman) olarak derecelendirilmiştir. Ölçek 10 madde içermektedir. Ölçeğin Cronbach alfa katsayısı .85 olarak rapor edilmiştir. Örnek madde olarak "sivilce gibi lekeleri gizlemek için düzenleme yaparım" maddesi verilebilir. Yüksek puanlar yüksek oranda fotoğraf düzenlemenin yapıldığını bildirmektedir. Ölçek bu çalışmada kapsamında Türkçeye uyarlanmıştır. Bu çalışmada ise ölçeğin iç-tutarlılık katsayısı ( $\alpha = .81$ ) olarak gözlenmiştir.

### *Sosyal Onay Ölçeği*

Karaşar ve Öğülmüş (2016) tarafından geliştirilen sosyal onay ölçeği 5'li likert (1-Kesinlikle Katılmıyorum, 5-Tamamen Katılıyorum) olarak derecelendirilmiştir. Toplam 25 maddeden oluşan ölçeğin üç alt boyutu bulunmaktadır. Bu alt ölçekler; başkalarının yargılarına duyarlılık, sosyal geri çekilme, olumlu izlenim bırakmadır. Çalışmanın teorik bağlamına uygun olarak sadece sosyal geri çekilme alt boyutu kullanılmıştır. Bu alt boyutun orijinal çalışmadaki Cronbach alfa katsayısı .80 olarak rapor edilmiştir. Bu ölçekten alınan yüksek puanlar sosyal onay ihtiyacının yükseldiğine işaret etmektedir. Örnek madde olarak "olumsuz duygularımı onaylanmayacağım korkusuyla saklarım" maddesi verilebilir. Bu çalışmada sosyal geri çekilme alt boyutunun iç-tutarlılık katsayısı ( $\alpha = .76$ ) olarak tespit edilmiştir.

### *Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği*

Hart ve arkadaşları (2008) tarafından geliştirilen ölçek 16 maddeden oluşmaktadır. Türkçeye Doğan (2010) tarafından uyarlanmıştır. Cronbach alpha iç tutarlılık katsayısı .93 olarak rapor edilmiştir. Ölçek maddeleri 5'li likert (1 = kesinlikle katılmıyorum, 5 = kesinlikle katılıyorum) olarak sıralanmıştır. Örnek madde olarak "dış görünüşümle ilgili kendimi rahat hissedirim" maddesi verilebilir. Ölçekte yüksek puanlar yüksek oranda görünüş kaygısının yaşandığını belirtmektedir. Bu çalışmada ölçeğin iç tutarlılık katsayısı ( $\alpha = .95$ ) olarak tespit edilmiştir.

### *Öz-izleme Ölçeği (Kendini Ayarlama Ölçeği)*

Türetgen ve Cesur (2006) tarafından Lennox and Wolfe'nin (1984) revize ettiği ölçeğin uyarlanmış versiyonu kullanılmıştır. Ölçek 13 maddeden oluşmakta ve maddeler 6'li likert (0 = kesinlikle, her zaman yanlış, 5 = kesinlikle, her zaman doğru) olarak sıralanmaktadır. Ölçeğin Cronbach alfa katsayısı .80 olarak rapor edilmiştir. Yüksek puanlar yüksek oranda kendini ayarlama becerisini temsil etmektedir. Örnek madde olarak "davranışımı, içinde bulunduğum herhangi bir ortamın gereklerini karşılayacak şekilde ayarlayabildiğimi fark ediyorum" maddesi verilebilir. Bu çalışmada ölçeğin iç tutarlılık katsayısı ( $\alpha = .78$ ) olarak gözlenmiştir.

## Analiz Stratejisi

Çalışma önerilen modelin test edilmesini amaçlamasına rağmen ilgili modeldeki fotoğraf düzenleme değişkenine ait ölçeğin Türkçe uyarlaması daha önce yapılmamıştır. Bundan dolayı elde edilen veri rastgele iki gruba ayrılarak yarısı ile fotoğraf düzenleme ölçeğinin uyarlanması diğer yarısı ile de modelin test edilmesi amaçlanmıştır. Analizler için IBM SPSS 25 ve Jamovi istatistik programları kullanılmıştır. Analiz süreçlerinden önce, veri düzenleme işlemleri (kayıp veriler, uç değerler, tanımlayıcı istatistikler) yapılmıştır. Çalışma ölçeklerini 489 kişi doldurmaya başlamıştır. Ancak 59 katılımcı ölçekleri doldurmaya hiç başlamamış veya çalışmayı yarıda bırakmışlardır. Katılımcılardan 10 kişi ise cinsiyet olarak erkek diye belirtmiştir. Dolayısıyla toplam 69 kişi çalışmanın verisinden çıkarılarak analiz 420 kişi dikkate alınarak devam etmiştir.

İlgili veride ölçeklerin tamamını doldurmayan ve çalışmanın hedeflenen örneklemini kadın katılımcılar olduğu için kendilerini kadın olarak tanımlamayan katılımcılar veriden çıkarılmıştır. Uç-değerler normal dağılımı bozarak

sağlıklı çıkarımlar yapmayı engellediği için tek değişkenli ve çok değişkenli uç-değer analizleri sonucunda, 6 çok değişkenli ve 8 tek değişkenli uç-değer veriden silinmiştir.

Rastgele ayrılan verinin birinci grubunda 190 kişi (Ort = 21,9, SS = 2,79) bulunurken, ikinci grubunda ise 216 kişi (Ort = 22,7, SS = 3,47) yer almıştır. Veri çoğunlukla üniversite öğrencilerinden toplandığı için her iki grupta da lisans öğrencileri çoğunluğu oluşturmuştur. İlk örnekleme 142 katılımcı, ikinci örnekleme ise 167 katılımcı lisans öğrencisidir. Birinci veri grubu fotoğraf düzenleme ölçeğinin açıcı faktör analizi ve güvenilirlik testi için kullanılırken, ikinci veri grubu ise doğrulayıcı faktör analizi ve çalışmanın modelinin test edilmesi için kullanılmıştır. Veri temizleme işlemi (uç-değerlerin kontrol edilmesi) veri bölünmeden önce yapılmıştır.

## **İstatistiksel Analiz**

Çalışmada ilgili analizler için IBM SPSS 25 ve Jamovi istatistik programları kullanılarak yapılmıştır. Çalışmada ortalama ve standart sapma gibi betimsel istatistikler, güvenilirlik katsayıları ve ölçek uyarlaması için açıcı faktör analizi IBM SPSS 25 programı ile yapılmıştır. Uyarlanan ölçeğin madde dağılımının doğruluğu ve önerilen yol modelinin analizi ise Jamovi programı kullanılarak yapılmıştır. Değişkenler arası ilişki katsayıları Pearson korelasyon analizi ile değerlendirilmiştir. Modelde fotoğraf düzenleme davranışı bağımsız değişken ve sosyal geri çekilme ise bağımlı değişken olarak tanımlanmıştır. Sosyal görünüş kaygısı ise fotoğraf düzenleme davranışı ve sosyal geri çekilme arasındaki ilişkide aracı değişken (mediation) olarak düzenlenmiştir. Öz-izleme davranışı ise fotoğraf düzenleme davranışı ile sosyal görünüş kaygısı arasında düzenleyici (moderation) değişken olarak modelde yer almıştır. Modelde hipotez edilen öz-izleme ile fotoğraf düzenleme davranışının sosyal görünüş kaygısı üzerindeki etkileşim etkisi ile sosyal görünüş kaygısının fotoğraf düzenleme davranışı ve sosyal geri çekilme arasındaki aracılık etkisi Yol Analizi (Path Analysis) kullanılarak test edilmiştir. Son olarak sosyal görünüş kaygısının aracılığında, fotoğraf düzenleme davranışının sosyal geri çekilme üzerindeki dolaylı etkisi Aracılık Analizi (Mediation Analysis) kullanılarak rapor edilmiştir.

## **Bulgular**

### **Fotoğraf Düzenleme Ölçeğinin Psikometrik Özelliklerinin Sınanması**

Fotoğraf düzenleme ölçeği (McLean ve ark. 2015) bu çalışma kapsamında Türkçe'ye uyarlandığı için bu kapsamda gerekli adımlar izlenmiştir. Bunun için ilk olarak dilsel uyum için çeviri-geri çeviri yöntemi uygulanmıştır. İki dil bilimci uzman tarafından Türkçe'ye çevrilen ölçek maddeleri yine başka iki uzman tarafından İngilizce çevirisi yapılmıştır. Elde edilen çeviriler anlam bütünlüğü dikkate alınarak son şekli verilmiştir. Fotoğraf düzenleme ölçeğinin çeviri çalışmalarından sonra çevrimiçi veri toplama araçları üzerinden katılımcıların bilgilendirilmiş onamları alınarak çalışmanın verisi toplanmıştır. Ayrıca uyarlama kapsamında güvenilirlik için madde başı en az beş kişiden veri toplanması, ölçüt ve yapı geçerliliği için ilgili ölçeklerle korelasyona bakmak, yapı geçerliliği için açıcı ve doğrulayıcı faktör analizlerinin yapılması da izlenmiştir.

### **Yapı Geçerliliğine İlişkin Bulgular**

#### **Açıcı Faktör Analizi**

Daha önce rastgele ayrılan veriden 190 kişinin (Ort = 21,9, SS = 2,79) olduğu veri grubu fotoğraf düzenleme ölçeğinin yapı geçerliliği için kullanılmıştır. Fotoğraf düzenleme ölçeğinin faktör yüklerinin belirlenmesi amacıyla açıcı faktör analizi temel bileşenler yöntemi kullanılmıştır. Faktör analizinde Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = ,774 ve Barlett küresellik testi ( $\chi^2 = 531,794$ ;  $p < ,001$ ) sonuçları örneklem büyüklüğünün yeterli düzeyde olduğunu ve faktör analizinin yapılmasının uygun olduğunu göstermektedir. Analiz sonucunda özdeğeri 1'in üzerinde olan toplam varyansın % 52,22'sini açıklayan 2 faktör elde edilmiştir. Ancak 2 faktör yükleri arasında ortak yüklerin birbirine yakın olması ve orijinal ölçeğin tek faktörlü yapıyı tercih etmesinden dolayı analiz tek faktör yapı oluşturulacak şekilde yeniden yapılmıştır. Tek faktörlü yapı varyansın % 37,01'ini açıkladığı bulunmuştur. Madde yükleri ve ilgili değerler Tablo 1'de gösterilmiştir.

#### **Doğrulayıcı Faktör Analizi**

Madde dağılımının doğruluğu JAMOVİ programı kullanılarak doğrulayıcı faktör analizi yapılarak test edilmiştir. Yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda ( $\chi^2 (35, N = 216) = 200$ ,  $p < ,001$ ,  $\chi^2 / df = 5,71$ , TLI = ,65, CFI = ,73, RMSEA = ,14) değerleri elde edilmiştir. Uyum indekslerinin kabul edilebilir seviyede olmamasından dolayı bazı maddelerin hata varyansları arasına kovaryans eklenmiştir. İlk olarak "sivilce gibi cilt pürüzlerini gizlemek için fotoğrafı düzenleme" ve "pürüzsüz cilt için fotoğrafı düzenleme ya da bunun için uygulama kullanma"

maddeleri arasında kovaryans eklenmiştir ( $\chi^2 (34, N = 216) = 160, p < ,001, \chi^2 / df = 4,70, TLI = ,73, CFI = ,79, RMSEA = ,13$ ). İkinci düzeltme ise “fotoğrafın tamamını değiştirmek için filtre kullanma, örneğin fotoğrafı siyah beyaz yapma, objeleri bulanıklaştırma, pürüzleri giderme” ve “fotoğrafın parlaklığını/karanlığını ayarlama” maddeleri arasında yapılmıştır ( $\chi^2 (33, N = 216) = 136, p < ,001, \chi^2 / df = 5,71, TLI = ,77, CFI = ,83, RMSEA = ,12$ ). Üçüncü düzeltme ise “kendinizi daha zayıf gösterme” ve “vücudunuzun belli bölgelerini daha büyük ya da küçük gösterme” maddeleri arasında uygulanmıştır ( $\chi^2 (32, N = 467) = 117, p < ,001, \chi^2 / df = 5,71, TLI = ,80, CFI = ,86, RMSEA = ,11$ ). Dördüncü düzeltme ise “kırmızı gözü giderme” ve “elmacık kemikleri, göz rengi/parlaklığı gibi yüz özelliklerini vurgulama” maddeleri arasında kovaryans eklenmiştir ( $\chi^2 (31, N = 216) = 106, p < ,001, \chi^2 / df = 5,71, TLI = ,82, CFI = ,88, RMSEA = ,10$ ). Bir diğer düzeltme ise “fotoğrafın tamamını değiştirmek için filtre kullanma, örneğin fotoğrafı siyah beyaz yapma, objeleri bulanıklaştırma, pürüzleri giderme” ve “pürüzsüz cilt için fotoğrafı düzenleme ya da bunun için uygulama kullanma” maddeleri arasında kovaryans eklenmiştir ( $\chi^2 (30, N = 216) = 98,3, p < ,001, \chi^2 / df = 3,28, TLI = ,83, CFI = ,89, RMSEA = ,10$ ).

Son olarak “fotoğrafın tamamını değiştirmek için filtre kullanma, örneğin fotoğrafı siyah beyaz yapma, objeleri bulanıklaştırma, pürüzleri giderme” ve “sivilce gibi cilt pürüzlerini gizlemek için fotoğrafı düzenleme” arasında düzeltme için kovaryans eklenmiştir ( $\chi^2 (29, N = 216) = 87,9, p < ,001, \chi^2 / df = 3,03, TLI = ,85, CFI = ,90, RMSEA = ,09$ ).

Yapısal eşitlik modellerinde kabul edilebilir uyum indeksi kriterlerinin ( $\chi^2 / df = 2 \leq \chi^2 / df \leq 3, TLI = ,90 \leq TLI \leq ,95, CFI = ,90 \leq CFI \leq ,95, RMSEA = ,05 \leq RMSEA \leq ,08$ ) olduğu belirtilmiştir (Bollen 1990, Hooper ve ark. 2008, Hu ve Bentler, 1999, Kline 2011). Bu kovaryans eklemeleri sonucunda modelin uyum indekslerinin kabul edilebilir seviyeye ulaştığı görülmüştür. Modele ait doğrulayıcı faktör analizi uyum indeksi Tablo 2’te gösterilmiştir. Modelin son hali Şekil 1’de yer almaktadır.

	<b>Faktör 1</b>
Özdeğer	3,70
Varyans	%37,01
Cronbach Alfa	,80
1. Kırmızı gözü giderme.	,53
2. Kendinizi daha büyük gösterme.	,55
3. Elmacık kemikleri, göz rengi/parlaklığı gibi yüz özelliklerini vurgulama.	,70
4. Fotoğrafın tamamını değiştirmek için filtre kullanma, örneğin fotoğrafı siyah-beyaz yapma, objeleri bulanıklaştırma, pürüzleri giderme.	,54
5. Kendinizi daha zayıf gösterme.	,63
6. Fotoğrafın parlaklığını/karanlığını ayarlama.	,44
7. Sivilce gibi cilt pürüzlerini gizlemek için fotoğrafı düzenleme.	,64
8. Dişlerinizi beyazlatma.	,66
9. Vücudunuzun belli bölgelerini daha büyük ya da küçük gösterme.	,70
10. Pürüzsüz cilt için fotoğrafı düzenleme ya da bunun için uygulama kullanma.	,65

	$\chi^2$	$\chi^2/df$	p	TLI	CFI	RMSEA
1. model	200	5,71	< ,001	,65	,73	,15
2. model	160	4,71	< ,001	,73	,79	,13
3. model	136	4,12	< ,001	,77	,83	,12
4. model	117	3,65	< ,001	,80	,86	,11
5. model	106	3,42	< ,001	,82	,88	,10
6. model	98,3	3,28	< ,001	,83	,89	,10
7. model	87,9	3,03	< ,001	,85	,90	,09

### **Ölçüt Geçerliği**

Ölçüt geçerliği için fotoğraf düzenleme ölçeği ile diğer değişkenler arasındaki ilişkiye bakılmıştır. Fotoğraf düzenleme ölçeği ile sosyal görünüş kaygısı ( $r = ,36, p < ,001$ ) ve sosyal geri çekilme ( $r = ,20, p = ,003$ ) arasında anlamlı pozitif bir ilişki bulunmuştur. Buna göre, kişilerin görünüşü ile ilgili kaygı yaşayanların bireylerin fotoğraflarını düzenleme motivasyonlarının da yüksek olduğu görülmüştür. Aynı zamanda olumsuz tepkiler almaktan çekinen kişilerinde fotoğraflarını düzenlemeyi tercih ettikleri bulunmuştur. Ancak fotoğraf düzenleme ve öz-izleme arasında negatif anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ( $r = -,13, p = ,008$ ). Dolayısıyla fotoğraf düzenleme davranışı yüksek kişilerin sosyal ortama göre davranışlarını ayarlama becerisinin düşük olduğu anlaşılmaktadır. Korelasyon değerlerine ilişkin sonuçlar Tablo 3’te sunulmuştur.

**Ölçek Güvenirliği**

Ölçeğin güvenilirliğini test etmek için rastgele ayrılmış iki veri arasındaki güvenilirlik benzerliğine bakılmıştır. Açımlayıcı faktör analizinin yapıldığı veride fotoğraf düzenleme ölçeğinin güvenilirlik katsayısı .80 olarak ölçülürken, doğrulayıcı faktör analizinin olduğu veride ise .81 olarak bulunmuştur. Dolayısıyla ölçeğin güvenilirliği iki veride de yeterli seviyede olduğu görülmektedir. Tablo 3'te değişkenlerin tanımlayıcı istatistikleri, iç-tutarlılık puanları ve değişkenler arasındaki korelasyonlar sunulmuştur.

Değişkenler	1	2	3	4
1. Kaygı	(.95)			
2. Öz-izleme	-,16**	(.78)		
3. Fotoğraf Düzenleme	,36***	-,13**	(.81)	
4. Geri çekilme	,65***	-,15**	,203***	(.76)
Ort.	2,19	4,00	19,7	2,49
SS	,82	,62	6,45	,66

Korelasyonlar tüm veriyi temsil etmektedir; Güvenirlik katsayıları parantez içinde gösterilmiştir.

N = 406. \*p < .05, \*\*p < .01, \*\*\*p < .001

**Fotoğraf Düzenlemenin Çeşitli Değişkenlerle İlişkisi**

Çalışmaya katılan katılımcıların “çektığım resimler üzerinde düzenlemeler yapmadan paylaşmam” maddesi açısından fotoğraf düzenleme davranışının nasıl farklılaştığı incelendiğinde, evet yanıtını verenler (Ort = 23,1, SS = 6,65) hayır cevabını verenlere (Ort = 17,4, SS = 5,24) göre daha fazla düzenleme yapmayı tercih ettiği bulunmuştur  $t(347) = 8,86, p < ,001$ .

Çalışmaya katılan katılımcıların “çektığım resimler üzerinde düzenlemeler yaptıktan sonra kendimi ve resimlerimi beğenirim” maddesi açısından fotoğraf düzenleme davranışının nasıl farklılaştığı incelendiğinde, evet yanıtını verenler (Ort = 21,8, SS = 6,62) hayır cevabını verenlere (Ort = 17,1, SS = 5,25) göre daha fazla düzenledikleri fotoğraflarını beğendiklerini dile getirdikleri bulunmuştur,  $t(347) = 7,30, p < ,001$ .

Fotoğraf düzenleme davranışı ve sosyal medyayı kontrol etme arasında pozitif ilişki bulunmuştur ( $r = ,19, p < ,001$ ). Sıklıkla sosyal medyasını kontrol eden kişilerin daha çok fotoğraflarını düzenlediği anlaşılmaktadır. Bilgisayar veya telefon/tablet kullanım süresi ile fotoğraf düzenleme arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir ( $r = ,07, p = ,17$ ). Fotoğrafını sosyal medyada paylaşma ile fotoğraf düzenleme davranışı arasında pozitif bir ilişki görülmüştür ( $r = ,28, p < ,001$ ). Dolayısıyla fotoğraf paylaşımını önemseyen kişilerin fotoğraf düzenlemeyi de önemsedikleri görülmektedir. Sosyal medyada paylaşılan fotoğrafların beğenilmesi ile fotoğraf düzenleme arasında pozitif bir ilişki söz konusudur ( $r = ,25, p < ,001$ ). Dolayısıyla kişilerin aldığı beğeni arttıkça, fotoğraf paylaşımları da artmaktadır. Sosyal medyada fotoğraf yüklemekten kaçınma ile fotoğraf düzenleme arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir ( $r = ,25, p < ,001$ ). Fotoğraf düzenleme davranışı ve ilgili değişkenlerle ilişkisi Tablo 4'te sunulmuştur.

Değişkenler	1	2	3	4	5	6
1. Fotoğraf düzenleme	—					
2. Kontrol	,19***	—				
3. Zaman	,07	,35***	—			
4. Paylaşma	,28***	,31***	,17**	—		
5. Beğeni	,25***	,20***	,09	,28***	—	
6. Kaçınma	-,06	-,18**	-,04	-,48***	-,03	—

\* p < .05, \*\* p < .01, \*\*\* p < .001

1. Fotoğraf düzenleme davranışı

2. Sosyal ağlarınızı gün içinde ne sıklıkla kontrol edersiniz?

3. Zorunluluk dışında (okul çalışmaları, ödevler, iş gereği) günde ne kadar süreyle bilgisayar ve telefon/tablet kullandığınızı ölçek üzerinde belirtiniz?

4. Fotoğraflarınızı hangi sıklıkla sosyal medyada paylaşırsınız?

5. Sosyal medyada paylaştığınız fotoğraflarınızın beğeni sayısı sizin için ne kadar önemlidir?

6. Sosyal medyaya kendi fotoğraflarınızı koymaktan kaçınıyor musunuz?



## Hipotez Edilen Modelin Test Edilmesi

### Örneklem

Yol analizinde parametre sayısı\*10 eşitliği veya en az 200 kişiden oluşan sayısının dikkate alınması gerektiği belirtilmiştir (Jackson, 2003). Bu örneklem kriterinden dolayı büyük veriyi bölümlenme işlemi için örneklem büyüklüğünü belirlemede bu ölçüt esas alınmıştır.

### Modelin Test Edilmesi

Araştırmanın hipotezlerine yönelik oluşturulan model Jamovi'de Yol Analizi aracılığıyla test edilmiştir. Modelde fotoğraf değiştirme motivasyonu bağımsız değişken, sosyal geri çekilme bağımlı değişken, sosyal görünüş kaygısı aracı (mediation) değişken ve öz-izleme ise düzenleyici (moderation) değişken olarak tanımlanmıştır. Araştırmanın modeli şekil 2'de sunulmuştur. Model sosyal görünüş kaygısının, fotoğraf düzenleme isteği ve öz-izlemenin etkileşim etkisinin sosyal geri çekilme üzerindeki aracı rolü yönetici aracı (moderated mediation) analizi ile test edilmiştir. Çalışmanın hipotezlerinin analiz sonuçları aşağıda sunulmuştur;

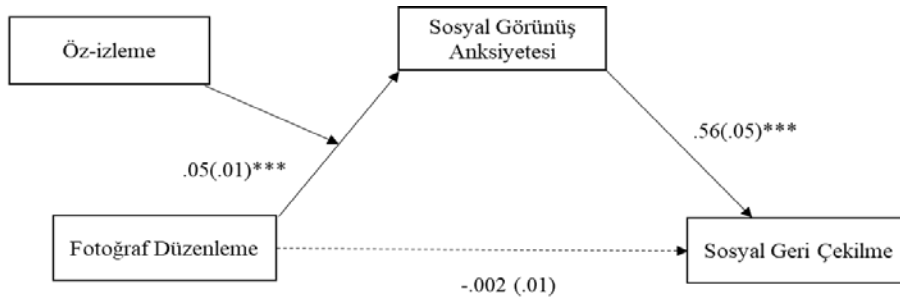
H1: Fotoğraf düzenleme motivasyonu ile sosyal görünüş kaygısı arasında anlamlı pozitif bir ilişki bulunmuştur ( $b = ,05$ ,  $SH = ,01$ ,  $z = 5,56$ ,  $p < ,001$ ; %95 CI [ $,03$ ,  $,06$ ]). Dolayısıyla fotoğraf düzenleme ile sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişkiye dair regresyon bulgusu H1'i desteklemiştir.

H2: Sosyal görünüş kaygısı sosyal geri çekilme ile pozitif ilişkili olduğu bulunmuştur ( $b = ,56$ ,  $SH = ,04$ ,  $z = 12,22$ ,  $p < ,001$ ; %95 CI [ $,46$ ,  $,64$ ]). Sosyal görünüş kaygısı ile sosyal geri çekilme arasındaki ilişkiye dair regresyon bulgusu H2'yi desteklemiştir.

H3: Sosyal görünüş kaygısı fotoğraf düzenleme ve sosyal geri çekilme arasındaki ilişkide anlamlı dolaylı etkiye sahip olduğu bulunmuştur ( $b = ,03$ ,  $SH = ,01$ ,  $z = 5,11$ ,  $p < ,001$ ; %95 CI [ $,02$ ,  $,03$ ]). Dolayısıyla sosyal görünüş kaygısının fotoğraf düzenleme ile sosyal geri çekilme arasındaki ilişkide oynadığı role ilişkin dolaylı etki bulgusu H3'ü desteklemiştir.

H4: Öz-izlemenin fotoğraf düzenleme motivasyonu ve sosyal görünüş kaygısı arasındaki düzenleyici etkisi anlamlı çıkmamıştır ( $b = ,02$ ,  $SH = ,01$ ,  $z = 1,23$ ,  $p = ,219$ ; %95 CI [ $-,01$ ,  $,04$ ]). Dolayısıyla öz-izlemenin fotoğraf düzenleme ile sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişkide üstlendiği düzenleyici etki bulgusu H4'ün desteklenmediğini göstermiştir.

H5: Öz izlemenin, sosyal görünüş kaygısının fotoğraf düzenleme ve sosyal geri çekilme arasındaki ilişkinin dolaylı etkisinde (indirect effect), düzenleyici etkisinin olmadığı görülmüştür (yönetici aracı - moderated mediation) ( $b = ,02$ ,  $SH = ,01$ ,  $z = 1,22$ ,  $p = ,222$ ; %95 CI [ $-,01$ ,  $,04$ ]). Dolayısıyla, öz izlemenin düşük ve yüksek düzeylerinde açığa çıkan dolaylı etkiler arasında fark yoktur. Sonuç olarak öz izlemenin, sosyal görünüş kaygısının fotoğraf düzenleme ve sosyal geri çekilme arasındaki ilişkinin dolaylı etkisinde, düzenleyici etkisine dair regresyon bulguları H5'in desteklenmediğini göstermiştir. Şekil 2'de model ve standart olmayan değerleri sunulmuştur.



**Şekil 2. Öz izlemenin düzenleyici etkisi altında sosyal görünüş anksiyetesi aracılığıyla fotoğraf düzenleme isteğinin sosyal geri çekilme üzerindeki etkisini göstermektedir.**

Rakamlar standart olmayan regresyon puanlarına aittir. \* $p < .05$ , \*\* $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$   
---- anlamlı olmayan ilişkiyi göstermektedir.

## Tartışma

Bu çalışma fotoğraf düzenleme ölçeği ve araştırma modelinin test edilmesinden oluşmaktadır. Bu işlemler için araştırmanın verisi rastgele ikiye ayrılarak bir kısmı fotoğraf düzenleme ölçeğinin uyarlaması için kullanılırken diğer kısım ise modelin testi için işlev görmüştür. Fotoğraf düzenleme ölçeğinin uyarlaması kapsamında faktör

yapısı, güvenilirlik ve geçerlik özellikleri incelenmiştir. Ölçek, orijinaline uygun olarak tek faktörlü olarak değerlendirilmiştir. Ölçeğin maddeleri açımlayıcı faktör analizinde tek faktör oluşturacak şekilde bir örüntü ortaya koymuştur. Doğrulayıcı faktör analizinde ise uyum indeksleri yeterli seviyede olmadığı görülmüştür. Ancak ilgili maddeler arasına önerilen hata kovaryansları eklenerek uyum indeksleri iyileştirilmiştir. Ölçeğin güvenilirlik seviyesi de (.80) kabul edilebilir seviyede olduğu tespit edilmiştir. Orijinal ölçeğin cronbach alfa katsayısı .85 olarak rapor edilmiştir (McLean ve ark. 2015). Uyarlama kapsamında ölçeğin ilgili ölçeklerle ilişkisine bakılarak geçerliği değerlendirilmiştir. Fotoğraf düzenleme motivasyonu ile sosyal görünüş kaygısının pozitif ilişkili olduğu görülmüştür. Dolayısıyla dış görüşü ile ilgili rahat hissetmeyen kişilerin bunu telafi etmek için görünüşleri üzerinde düzenlemeler yapmak isteyecekleri anlaşılmaktadır. Aynı şekilde fotoğraf düzenleme ile sosyal geri çekilme arasında da pozitif bir ilişki bulunmuştur. Yani fotoğrafları üzerinde düzenleme yapmak isteyen kişilerin çevrelerine dikkat eden ve onay alma ihtiyacı olan, reddedilmekten korkan kişiler oldukları anlaşılmıştır. Olumsuz durumlarla karşılaşmamak için geri çekildikleri görülmektedir. Bunun yanında fotoğraf düzenleme isteği ile öz-izleme becerisi arasında negatif bir ilişki görülmüştür. Davranışlarını çevresine göre ayarlama beceri düşük olan kişilerin fotoğrafları üzerinde düzenleme isteklerinin daha fazla olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla çalışmada kullanılan ilgili değişkenler ile fotoğraf düzenleme arasındaki ilişkiler ölçeğin ölçüt geçerliği açısından yeterli özellikte olduğu anlaşılmaktadır.

Araştırma modeli içinde öz-izlemenin fotoğraf düzenleme motivasyonu ve sosyal görünüş kaygısı arasında düzenleyici rolünün anlamlı olmadığı görülmüştür. Bunun yanında modelde fotoğraf düzenleme motivasyonu ve sosyal görünüş kaygısı arasında pozitif anlamlı bir ilişkisi söz konusuysen, sosyal görünüş kaygısı ile öz-izleme arasında anlamlı bir ilişki gözlenmemiştir. Ayrıca daha önce sosyal kaygı ve fotoğraf düzenleme davranışı arasında pozitif bir ilişkinin olduğunu ortaya koyan çalışma ile tutarlılık göstermektedir (Mustafa ve Akram 2022). Mowrer'ın (1951) iki faktör kuramına göre korkulardan kaçınmanın verdiği rahatlama bir pekiştirici görevi görerek daha sonraki karşılaşmalarda kaçınmanın bir çözüm olarak başvurulacağını belirtmiştir. Dolayısıyla fotoğraf düzenleme-kaygı ilişkisinin tersi yönde işleyebileceği de dikkate alınmalıdır.

Bunun yanında fotoğraf düzenleme davranışı ile öz-izleme arasında negatif bir ilişki söz konusudur. Yani görünüşünden dolayı rahatsız olup fotoğrafları üzerinde düzenleme yapmak isteyen kişilerin kendi davranışlarını sosyal ortama göre daha az ayarladıkları görülmektedir. Sosyal medyada kullanılan fotoğraflar üzerinde çok fazla zaman geçirmenin ve düzenleme yapmanın olumsuz beden imajıyla ilişkili olduğu gösterilmiştir (Grogan 2016, Holland ve Tiggemann 2016). Dolayısıyla kendi imajlarına dönük kaygı gösteren kişiler fotoğrafları üzerinde düzenleme yapmayı tercih ederken, sosyal ortama göre davranışlarını ayarlayan kişiler daha az fotoğrafları üzerinde düzenleme yapmayı tercih etmektedir.

Araştırma modeli içinde hipotez edilen fotoğraf düzenlemenin, sosyal görünüş kaygısı aracılığıyla geri çekilme üzerindeki dolaylı etkisi öz-izlemenin farklı seviyelerinde anlamlı çıkmamıştır. Hipotezlerdeki dolaylı etki değerleri incelendiğinde, H3'teki etki istatistiğine ait değer ( $b = ,03$ ,  $SH = ,01$ ) ile öz izlemenin düşük ( $b = ,02$ ,  $SH = ,01$ ) ve yüksek ( $b = ,03$ ,  $SH = ,01$ ) düzeylerine ait dolaylı etki değerlerinin neredeyse birebir aynı olduğu görülmektedir. Dolayısıyla öz izlemenin etkisinden bağımsız olarak sosyal görünüş kaygısının fotoğraf düzenleme ile sosyal geri çekilme arasındaki ilişkiyi dolaylı olarak açıkladığı ileri sürülebilir.

Aynı zamanda model içinde fotoğraf düzenleme isteği ve sosyal geri çekilme arasında anlamlı bir ilişki söz konusu olmamasına rağmen, sosyal görünüş kaygısı aracılığında fotoğraf düzenleme isteğinin sosyal geri çekilme üzerindeki dolaylı etkisi anlamlı olmaktadır. Dolayısıyla fotoğraflarında düzeltme yapmak isteyen kişilerin görünüşleri ile ilgili kaygı hissettikleri ve bu durumun sonucunda sosyal olarak geri çekilmeyi tercih ettikleri görülmektedir. Olumsuz benlik algıları ve olumsuz değerlendirilme korkusu sosyal geri çekilme ile sonuçlandığı belirtilmiştir (Paxton 2016). Sosyal kaygının sosyal geri çekilme ile ilişkili olduğu ve bu durumun da daha düşük arkadaşlık ve yakınlık ile ilişkili olduğu bulunmuştur (Biggs ve ark. 2012). Dolayısıyla bu çalışmanın da desteklediği gibi sosyal görünüş kaygısının sosyal reddedilme korkusundan dolayı geri çekilmeye yol açtığı görülmektedir. Bu bulgular kaygı literatüründe önemli bir yere sahip olan iki faktör kuramına (Mowrer 1951) da destek sağlamaktadır. Sosyal kaygısını azaltmak için fotoğraflarında düzeltme yapan birinin aslında sosyal geri çekilme yerine daha istenir imaj oluşturacağından davranışlarını daha iyi ayarlayabileceği öngörülmektedir. Ancak fotoğrafını düzenlemeyi tercih eden kişinin kaygısının yüksek olduğu ve kaçınmayı bir çözüm olarak gördüğü anlaşılmaktadır.

Kişilerin fotoğrafları üzerinde değişiklik yapma istekleri onların reddedilme, onaylanmama korkularından dolayı sosyal olarak geri çekilmeleri ile ilişkili bulunmuştur. Ancak bu ilişkiyi sağlayan değişken olarak modelde sosyal görünüş kaygısı olduğu görülmektedir. Dolayısıyla kişilerin görünüşleri ile yaşadıkları memnuniyetsizlik sonucu yaşadıkları kaygı onların sosyal olarak uzak durmalarına yol açmıştır. Önceki çalışmalar, sosyal medyada fotoğraflarla ve özçekimlerle uğraşmanın daha yüksek düzeyde beden memnuniyetsizliği ve yüz

memnuniyetsizliği ile ilişkili olduğunu göstermiştir (Meier ve Gray 2014, Yang ve ark. 2020). Mills, Musto, Williams ve Tiggemann tarafından yapılan bir araştırma (2018), sosyal medya hesaplarına rötuşuz özçekim gönderen kadınların, kontrol grubuna kıyasla daha endişeli ve daha az özgüvenli hissettiklerini bulmuşlardır. Bu çalışmaların gösterdiği gibi görünüş ile ilgili yaşanan kaygı ve fotoğraflarını düzenleme arasındaki güçlü ilişki, görünüşünden dolayı sosyal geri çekilmeyi tercih eden bireylerin davranışlarının bir açıklayıcı olabilir.

Fotoğraf düzenleme ve sosyal medyayı gün içinde kontrol etme davranışı arasında pozitif ilişki bulunmuştur. Sıklıkla sosyal medyasını kontrol eden kişilerin daha çok fotoğraflarını düzenlediği anlaşılmaktadır. Fotoğrafını sosyal medyada paylaşma ile fotoğraf düzenleme davranışı arasında pozitif bir ilişki görülmüştür. Dolayısıyla fotoğraf paylaşımını önemseyen kişilerin fotoğraf düzenlemeyi de önemsedikleri görülmektedir. Bu ilişkiler fotoğraf düzenleme davranışının sosyal medya kullanıcıları arasında yaygınlaştığını belirten farklı çalışmalarla tutarlı görünmektedir (McLean ve ark. 2015, Mills ve ark. 2018, Lee ve Lee 2019, Lonergan ve ark. 2019).

Sosyal medyada paylaşılan fotoğrafların beğenilmesi ile fotoğraf düzenleme arasında pozitif bir ilişki söz bulunmuştur. Bilindiği gibi insanlar başkaları tarafından fiziksel olarak beğenilecek en iyi fotoğraflarını sosyal medyada paylaşırlar (Pounders ve ark. 2016). Sosyal medyada kendini sergileme olarak açıklanabilecek bu davranışsal eğilim, bir benlik yönetme stratejisi olarak kişiler en iyi fotoğrafları seçerler ve düzenlerler (Seidman 2013, Boursier ve Manna 2018). Bunun sonucunda fotoğraflarının beğenildiğini görünce bu davranışa devam ettikleri çıkarımı yapılabilir.

Çalışmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Özellikle 18-25 yaş arası temsil edecek kadın üniversite öğrencilerinden veri toplanmıştır. Bu yaş döneminin kendine dönük izlenimi yüksek olduğu için çalışmanın hipotezlerini doğrulayacak bir örneklem olarak görülebilir. Dolayısıyla farklı yaş gruplarında da araştırma hipotezlerinin test edilmesi karşılaştırma için gerekli görülmektedir. Ayrıca sadece kadın değil erkek katılımcılarla da çalışmanın test edilmesi görünüşe dair kaygının cinsiyet farkına dair bilgi verebilir. Çalışmada öz-bildirime dayalı olarak veri toplanmıştır. Çalışmanın değişkenlerinden fotoğraf manipülasyonu deneysel çalışmalar için uygun olduğundan ileride yapılacak çalışmalarda deneysel yöntemlerin kullanılması faydalı olabilecektir.

Sosyal medyada özçekim yayınlama, özçekimleri düzenleme ve sosyal medyada özçekimlere duygusal yatırım dahil olmak üzere benzer davranışta bulunmanın, daha yüksek düzeyde vücut memnuniyetsizliği, kendini nesneleştirme, diyet kısıtlaması, yeme bozukluğu semptomatolojisi, depresyon ve görünüş kaygısı ile ilişkili olduğunu gösteren çalışmalar bulunmaktadır (McLean ve ark. 2015, Cohen ve ark. 2018, Choukas-Bradley ve ark. 2019, Lonergan ve ark. 2019, Salomon ve Brown 2019). Dolayısıyla sosyal medyada fotoğraf düzenlemeye yapılan yatırımın olumsuz sonuçları olabilmektedir.

## Sonuç

Çalışmanın sonuçlarına göre fotoğraf düzenleme ölçeğinin psikometrik özellikleri ülkemizde kullanılabilir bir ölçme aracı olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada Türkçe uyarlaması yapılan fotoğraf düzenleme ölçeğinin ilgili alana katkı sağlamasını beklemekteyiz. Çalışmanın diğer amacı fotoğraf düzenleme davranışıyla ilişki değişkenlerin olduğu modeli test etmektir. Bu kapsamda fotoğraf düzenleme davranışının sosyal görünüş kaygısına yol açtığı ve bunun sonucunda sosyal geri çekilmenin gerçekleştiği görülmektedir. Model içinde öz-izleme davranışının ise fotoğraf düzenleme davranışı ve sosyal görünüş kaygısı arasında bir düzenleyici rolünün olmadığı bulunmuştur. Gelecek çalışmalarda öz-izleme fenomeninin farklı ölçüm aracı ile ölçüldüğü bir çalışmada modelin test edilmesi önerilmektedir. Ayrıca bu çalışmada sadece kadın katılımcılar yer almıştır. Daha sonraki çalışmalarda beden algısına yönelik yapılan bu çalışmanın erkek katılımcılar ile de yapılması sonuçların desteklenmesi açısından faydalı olacaktır. Son olarak, çalışmada araştırılan ilişkilerin özellikle sağlık ve sosyal medya arasındaki ilişkiye açıklayıcı katkı sağlaması beklenmektedir.

## Kaynaklar

- Alanka Ö, Cezik A (2016) Dijital kibir: Sosyal medyadaki narsistik ritüellere ilişkin bir inceleme. Trt Akademi, 1:548-569.
- Beos N, Kemps E, Prichard I (2021) Photo manipulation as a predictor of facial dissatisfaction and cosmetic procedure attitudes. Body Image, 39:194-201.
- Biggs BK, Vernberg EM, Wu YP (2012) Social anxiety and adolescents' friendships: The role of social withdrawal. J Early Adolesc, 32:802-823.
- Bollen KA (1990) Overall fit in covariance structure models: Two types of sample size effects. Psychol Bull, 107:256-259.
- Boursier V, Manna V (2018) Selfie expectancies among adolescents: Construction and validation of an instrument to assess expectancies toward selfies among boys and girls. Front Psychol, 9:839.

- Choukas-Bradley S, Nesi J, Widman L, Higgins MK (2019) Camera-ready: Young women's appearance-related social media consciousness. *Psychol Pop Media Cult*, 8:473-481.
- Cohen R, Newton-John T, Slater A (2018) 'Selfie'-objectification: The role of selfies in self-objectification and disordered eating in young women. *Comput Human Behav*, 79:68-74.
- Çalış M (2020) Sosyal medya kullanımı ile sosyal onay ihtiyacı ve kaygı düzeyleri arasındaki ilişki (Yüksek lisans tezi). İstanbul, İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- De Vries DA, Peter J, De Graaf H, Nikken P (2016) Adolescents' social network site use, peer appearance-related feedback, and body dissatisfaction: Testing a mediation model. *J Youth Adolesc*, 45:211-224.
- Doğan T (2010) Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nin (SGKÖ) Türkçe uyarlaması: geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 39:151-159.
- Ege GB (2017) Kurgu çağında gerçekliğin manipülasyonu, popüler kültür ve "Photoshop". *Sosyoloji Dergisi*, 36:117-129.
- Groesz LM, Levine MP, Murnen SK (2002) The effect of experimental presentation of thin media images on body satisfaction: A meta-analytic review. *Int J Eat Disord*, 31:1-16.
- Göksan B (2007) Ergenlerde beden imajı ve beden dismorfik bozukluğu (Uzmanlık tezi). İstanbul, Şişli Etfal Eğitim ve Araştırma Hastanesi.
- Grogan S (2016) *Body Image: Understanding Body Dissatisfaction in Men, Women and Children*. New York, Routledge.
- Gümüş AE (2006) Sosyal kaygının benlik saygısına ve işlevsel olmayan tutumlara göre yordanması. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3:63-75.
- Harrison K, Hefner V (2014) Virtually perfect: Image retouching and adolescent body image. *Media Psychol*, 17:134-153.
- Hart TA, Flora DB, Palyo SA, Fresco DM, Holle C, Heimberg RC (2008) Development and examination of the social appearance anxiety scale. *Assessment*, 15:48-59.
- Holland G, Tiggemann M (2016) A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image*, 17:100-110.
- Hooper D, Coughlan J, Mullen M (2008) Structural equation modelling: Guidelines for determining model fit. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 6:53-60.
- Hu LT, Bentler PM (1999) Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Struct Equ Modeling*, 6:1-55.
- Jackson DL (2003) Revisiting sample size and number of parameter estimates: Some support for the N:q hypothesis. *Struct Equ Modeling*, 10:128-141.
- Karaşar B, Öğülmüş S (2016) Üniversite öğrencilerinde sosyal onay ihtiyacının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29:469-495.
- Karaşar B, Öğülmüş S (2016) Sosyal onay ihtiyacı ölçeği: Geçerlik ve güvenilirlik analizi. *Ege Eğitim Dergisi*, 17:84-104.
- Kline RB (2011) *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. New York, Guilford Press
- Koç M (2015) Demografik özellikler ile kendini izleme arasındaki ilişki: Yetişkinler üzerine ampirik bir araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18:133-157.
- Kurtyiğit D (2021) Üniversite öğrencilerinin instagram kullanımı ile beden algısı ve sosyal onay ihtiyacı arasındaki ilişkinin incelenmesi (Yüksek lisans tezi). İstanbul, İstanbul Kültür Üniversitesi.
- Lee M, Lee HH (2019) Can virtual makeovers using photo editing applications moderate negative media influences on SNS users' body satisfaction?. *Can J Behav Sci*, 51:231-238.
- Lennox RD, Wolfe RN (1984) Revision of the self-monitoring scale. *J Pers Soc Psychol*, 46:1349-1364.
- Lonergan AR, Bussey K, Mond J, Brown O, Griffiths S, Murray SB et al. (2019) Me, my selfie, and I: The relationship between editing and posting selfies and body dissatisfaction in men and women. *Body Image*, 28:39-43.
- McLean SA, Paxton SJ, Wertheim EH, Masters J (2015) Photoshopping the selfie: Self photo editing and photo investment are associated with body dissatisfaction in adolescent girls. *Int J Eat Disord*, 48:1132-1140.
- Meier EP, Gray J (2014) Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. *Cyberpsychol Behav Soc Netw*, 17:199-206.
- Mills JS, Musto S, Williams L, Tiggemann M (2018) "Selfie" harm: Effects on mood and body image in young women. *Body Image*, 27:86-92.
- Mowrer OH (1951) Two-factor learning theory: summary and comment. *Psychol Rev*, 58:350-354.
- Mustafa S, Akram M (2022) Self-consciousness, self-objectification, and social anxiety as predictors of photo editing behavior among emerging adults. *Hum Behav Emerg Technol*, 2022:1-9.
- Özden D, Karagözoğlu Ş, Yıldız FT (2013) Entegre program hemşirelik öğrencilerinin klinik stres düzeyi ve etkileyen faktörler. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 16:89-95.
- Paulhus DL, John OP (1998) Egoistic and moralistic biases in self-perception: The interplay of self-deceptive styles with basic traits and motives. *J Pers*, 66:1025-1060.
- Paxton SJ (2016) Why do some people feel bad about their appearance?: Understanding risk and protective factors for poor body image. *Ann R Australas Coll Dent Surg*, 23:75-77.

- Pham HC, Nguyen L, Vu TA, Tran P (2022) Body image esteem and photo manipulation among social media users. *Acta Informatica Pragensia*, 11:62-79.
- Pounders K, Kowalczyk CM, Stowers K (2016) Insight into the motivation of selfie postings: Impression management and self-esteem. *Eur J Mark*, 50:1879-1892.
- Salomon I, Brown CS (2019) The selfie generation: Examining the relationship between social media use and early adolescent body image. *J Early Adolesc*, 39:539-560.
- Seidman G (2013) Self-presentation and belonging on Facebook: How personality influences social media use and motivations. *Pers Individ Dif*, 54:402-407.
- Snyder M (1974) Self-monitoring and blood pressure. *J Pers Soc Psychol*, 44:365-375.
- Snyder M (1994) İzlenim ayarlamacılığı/ self-monitoring. In *Hitler İsteseydi: Sosyal Psikoloji Yazıları* (Çev. Ed. A. Dönmez): 152-165. Ankara, Gündoğan Yayınları.
- Solmaz B, Tekin G, Herzem Z, Demir M (2013) İnternet ve sosyal medya kullanımı üzerine bir uygulama. *Selçuk İletişim*, 7:23-32.
- Türetgen İÖ, Cesur S (2006) Gözden geçirilmiş kendini ayarlama ölçeği'nin güvenilirlik ve geçerlik çalışması. *Türk Psikoloji Yazıları*, 9:1-17.
- Wang Y, Xie X, Fardouly J, Vartanian LR, Lei L (2021) The longitudinal and reciprocal relationships between selfie-related behaviors and self-objectification and appearance concerns among adolescents. *New Media Soc*, 23:56-77.
- Yang J, Fardouly J, Wang Y, Shi W (2020) Selfie-viewing and facial dissatisfaction among emerging adults: A moderated mediation model of appearance comparisons and self-objectification. *Int J Environ Res Public Health*, 17:672.

**Yazarların Katkısı:** Çalışmaya önemli bir bilimsel katkı sağlandığı ve makalenin hazırlanmasında veya gözden geçirilmesinde yardımcı olduğu tüm yazar(lar) tarafından beyan edilmiştir.

**Danışman Değerlendirmesi:** Dış bağımsız

**Çıkar Çatışması:** Çıkar çatışması bildirilmemiştir.

**Finansal Destek:** Bu araştırma 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Desteği kapsamında TÜBİTAK tarafından desteklenmiştir.

**Authors Contributions:** The author(s) have declared that they have made a significant scientific contribution to the study and have assisted in the preparation or revision of the manuscript

**Peer-review:** Externally peer-reviewed.

**Conflict of Interest:** No conflict of interest was declared.

**Financial Disclosure:** This research was supported by TÜBİTAK within the scope of 2209-A University Students Research Projects Support.