



Salon dansçıları ve halk oyuncuların beden imgesi esnekliği ile görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arasındaki ilişkinin incelenmesi

Pınar KARACAN DOĞAN¹ , Gamze DURMUŞ² 

¹Gazi Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Ankara, Türkiye

²Gazi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara, Türkiye

Araştırma Makalesi/Research Article	DOI: 10.5281/zenodo.8405315
Gönderi Tarihi/Received:	Kabul Tarih/Accepted:
15.05.2023	23.10.2023
	Online Yayın Tarihi/Published:
	29.10.2023

Öz

Bu çalışmada, salon dansçıları ve halk oyuncuların beden imgesi esnekliği ile görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arasındaki ilişkinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada, nicel araştırma yöntemlerinden biri olan ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Veri toplama aracı olarak; "Kişisel Bilgi Formu", "Beden İmgesi Esnekliği Ölçeği (BİEÖ)" ve "Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği (GİSMBÖ)" kullanılmıştır. Araştırma grubunu, Gazi Üniversitesi Eşli Dans Sporları Topluluğu ve Halk Oyunları Topluluklarındaki 200 dansçı oluşturmuştur. Verilerin analizinde; değişkenler arasındaki ilişkinin belirlenebilmesinde t-Testi, ölçekler arasındaki ilişkinin belirlenebilmesi için Pearson Korelasyon analizi kullanılmıştır. Araştırma verilerinden elde edilen sonuçlara göre katılımcıların beden imgesi esnekliği ile görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arasında anlamlı ve pozitif yönde orta düzeyde ilişki tespit edilmiştir. Araştırmanın çalışma grubunu oluşturan katılımcılardan halk oyuncuların BİEÖ salon dansçılarına oranla daha yüksek düzeyde bulunmuştur. Katılımcıların diğer değişkenlere verdikleri cevaplar ile BİEÖ arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Katılımcıların sosyal statü ve çevrelerindeki etkileşimleri nedeniyle, sosyal medyayı daha çeşitli amaçlarla ve sıklıkla kullanmalarının, GİSMBÖ'nin artmasında etkisinin olduğu söylenebilir. Katılımcıların diğer değişkenler olan cinsiyet ve günlük sosyal medyayı kullanım sıklığı ile GİSMBÖ arasında anlamlı farklılık bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Beden imgesi esnekliği, psikolojik esneklik, sosyal medya

Examining the relationship between body image flexibility of ballroom dancers and folk dancers and appearance-related social media consciousness

Abstract

In this study, it was aimed to examine the relationship between body image flexibility of ballroom dancers and folk dancers and appearance-related social media consciousness in terms of various variables. In the study, the relational survey model, which is one of the quantitative research methods, was used. "Personal Information Form", "Body Image Flexibility Scale (BIBS)" and "Appearance-Related Social Media Consciousness Scale (ARSMBS)" were used as data collection tools. The research group consisted of a total of 200 dancers from Gazi University Paired Dance Sports Ensemble and Gazi University Folk Dance Ensembles. In the analysis of data; t-Test were used to determine the relationship between the variables, and Pearson Correlation analysis was used to determine the relationship between the scales. According to the results obtained from the research data, a moderate and significant relationship was found between the participants' body image flexibility and Appearance-Related Social Media Consciousness. Among the participants who constitute the study group of the research, the BIF of the folk actors was found to be higher than that of the hall dancers. A significant difference was found between the answers given by the participants to other variables and the BIF. It can be said that the fact that the participants use social media more frequently and for various purposes due to their social status and interactions in their environment influences the increase in ARSMC. A significant difference was found between the participants' other variables such as gender and the frequency of daily use of social media and ARSMC.

Keywords: Body image flexibility, psychological flexibility, social media

Sorumlu Yazar/Corresponded Author: Gamze DURMUŞ, **E-posta/ e-mail:** gamzeakca6706@gmail.com

The Extended English Abstract is located the end of the Article.

GİRİŞ

Sosyal medya, günümüzde insanların beden imajları üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Sosyal medya platformları, bireylerin güzellik idealleri, beden normları ve mükemmellik algılarına yönelik idealize edilmiş görüntülerle doludur (Perloff, 2014). Bireyler beden imgesi esnekliği sayesinde, sosyal medyada görülen mükemmellik algılarına ve güzellik normlarına karşı daha az duyarlı hale gelebilirler. Bu durum, sosyal medyada görülen "ideal" bedenlere yönelik takıntılı bir tutum yerine, kendi bedenlerini daha kabul edici ve olumlu bir şekilde değerlendirmelerine yardımcı olabilir. Beden imgesi esnekliği, kabul ve kararlılık düzeyini ölçmeyi amaçlayan “Kabul ve Kararlılık Terapisi (KKT)” kuramına dayanmaktadır. Kabul ve Kararlılık Terapisi, üçüncü kuşak davranışçı kuramlardan biridir ve bireylerin olumsuz duyguları ve düşünceleriyle ilişkisine odaklanarak geliştirilmiştir. KKT, bireylerin, olumsuzlukları değiştirmek yerine, onlarla baş etmelerine yardımcı olacak stratejilere odaklanır. Bu terapi yöntemi, bireylerin içinde bulunduğu andaki duygularını, düşüncelerini ve davranışlarını fark etmelerini ve onları olduğu gibi kabul etmelerini sağlar. Aynı zamanda bireyleri değerlerine hizmet eden davranışlara yönlendirmeyi hedefler. KKT'nin amacı, psikolojik olayları değiştirmek ya da ortadan kaldırmak yerine, bireylerin bu olaylarla ilişkisini değiştirmeyi ve günlük yaşamlarındaki etkililiğini artırmayı sağlamaktır (Hayes ve ark., 2006; İzgiman, 2014). Psikolojik esneklik ve psikolojik katılık kavramları da KKT'nin temellerini oluşturmaktadır. Psikolojik katılık, bireylerde görülen psikopatoloji ve psikolojik problemler ile ilişkilendirilirken, psikolojik esneklik ise bireylerin şu anki deneyimleriyle temas içinde olma ve kendi değerlerine uygun şekilde hareket etme kapasitesini ifade eder (Kashdan & Rottenberg, 2010).

Beden imgesi esnekliği, psikolojik esnekliğin özgün bir formu olarak değerlendirilir ve özellikle beden memnuniyeti bağlamında önemlidir. Beden imgesi, kişinin dışarıdan nasıl görüldüğüne ilişkin zihinsel bir resimdir ve bireylerin bedenleriyle ilgili algıları, düşünceleri ve duygularını içeren kapsamlı bir kavramdır. Beden imgesi esnekliği, bireylerin bedenlerine yönelik olumlu ve kabul edici bir tutum sergilemelerine ve bu tutumu günlük yaşamlarında uygulamalarına olanak sağlar. Böylece, bireyler toplumun güzellik idealleri ve mükemmellik algıları gibi dış etkenlerden daha az etkilenerek, kendi bedenlerine ve görünüşlerine yönelik olumlu bir tutum geliştirebilirler. Beden imgesi esnekliği, beden odaklı terapilerde ve benlik değerlendirmesini geliştirmeye yönelik müdahalelerde önemli bir rol oynar ve bireylerin beden memnuniyetini artırmalarına yardımcı olabilir (Cash, 2004; Sandoz ve ark., 2013). Bu

bağlamda sosyal medya kullanımı da bireylerin beden imgesi esnekliğini olumlu veya olumsuz yönde etkileyebilecek faktörlerin başında gelmektedir.

Sosyal medya, günümüzde birçok insanın günlük yaşamında önemli rol oynayan bir iletişim aracıdır ve bireylerin görsel/yazılı içerikleri sosyal çevreleriyle paylaşmalarına imkân sağlayan Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat ve TikTok gibi çevrimiçi platformları ifade etmektedir (Lewallen ve ark., 2016). Sosyal medya bilinci ise, bireylerin sosyal medya platformlarında aktif olarak yer aldıkları ve bu platformlarda paylaştıkları içeriklerin toplumsal etkilerinin ve sonuçlarının farkında olmalarıdır. Sosyal medya kullanıcıları içerik üretirken ve paylaşırken, eleştirel bir bakış açısına sahip olmalı ve sosyal medyanın toplumsal ve kişisel açıdan nasıl etkiler yarattığını bilinçli bir şekilde değerlendirmelidir. Bu da ancak beden imgesi esnekliğinin yüksek olması ile mümkündür.

Beden imgesi esnekliği, sosyal medya üzerindeki görünümle ilişkili sosyal baskılardan bağımsız bir şekilde bireylerin beden imajını olumlu yönde etkileyen faktörlerden biridir ve sosyal medyada görülen mükemmellik algılarına karşı daha az duyarlılık geliştirme becerileri ile kendi bedenlerini daha kabul edici bir şekilde değerlendirme süreçlerini içerir. Beden imgesi esnekliği, sosyal medya bilincini de etkileyebilir ve bu sayede bireyler sosyal medyada görülen mükemmellik algılarına ve güzellik normlarına karşı daha az duyarlı hale gelebilirler. Bu durum, sosyal medyada görülen "ideal" bedenlere yönelik takıntılı bir tutum yerine, kendi bedenlerini daha kolay kabul etmelerine ve olumlu bir şekilde değerlendirmelerine yardımcı olabilir (Fardouly ve ark., 2015). Bu noktada görünümle ilişkili sosyal medya bilinci önem arz etmektedir. Çünkü bu bilinç, bireyleri çeşitli sosyal medya içeriklerine karşı daha duyarlı hale getirerek, kendilerini olumsuz etkilemeyecek düzeyde bilinçli bir şekilde içerik tüketmeye teşvik edebilir. Bilindiği üzere sosyal medya, toplumlarda kişilerin hem bedensel deneyimler gerçekleştirdiği hem de bunları sergilediği çeşitli platformlar oluşturan bir ortamdır ve bu platformlar aracılığıyla insanların bedenleri hakkındaki öznel deneyimleriyle, dış gözlemci tarafından algılananlar arasında yeni bir beden imajı oluşmaktadır. Beden imajı da sosyal medya sayesinde görünür kılınarak denetlenmekte ve toplumsal olarak inşa edilmektedir (Koç ve ark., 2019). Bu bağlamda, görünümle ilişkili sosyal medya bilincinin tespiti, bireylerin düşünce ve davranışlarının sosyal medya izleyicileri için çekici görünüp görünmeyeceğine dair süregelen farkındalığı ne ölçüde yansıttığını ortaya koymasının bakımından önem arz etmektedir (Öngören ve ark., 2021).

Bu çalışmaya araştırma konusu olan salon dansları ve halk oyunları ise beden estetik ve fiziksel olarak kullanıldığı bir kültür sanat etkinliği ve spor dalıdır. Dansçılar için, beden imgesi, dansçının kendi bedenine ve dans yeteneklerine olan güveni ve inancı anlamına gelir. Beden imgesi aynı zamanda dansçıların performanslarındaki estetik algıları üzerinde de etkili bir faktördür. Dans sporlarında, beden hareketleri ve duruşu, performansın estetik ve görsel kalitesini etkiler. Bu nedenle, dansçıların kendi bedenlerine olan algıları, performanslarını nasıl icra ettikleri ve seyircilerin onları nasıl gördüğü konusunda önemli bir rol oynayabilir. Ancak, dansçıların sosyal medya platformlarında paylaşmış oldukları içerik ve fotoğraflara gösterilen olumlu ya da olumsuz tepkiler karşısında sergiledikleri tutum ve davranışların, beden imgesi üzerinde negatif etki yaratmaması açısından hem görünümle ilişkili sosyal medya bilinci hem de beden imgesi esnekliği önem kazanmaktadır.

Verilen tüm bu bilgilerden hareketle, bu çalışmanın amacı, salon dansçıları ve halk oyuncuların beden imgesi esnekliği ile görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arasındaki ilişkinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesidir.

YÖNTEM

Araştırma grubu (evren-örneklem)

Bu çalışmada, nicel araştırma yöntemlerinden biri olan ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. İlişkisel tarama modeli, iki ve üzeri değişkenin beraber değişimin ölçülmesi amaçlanır (Karasar, 2005).

Araştırma grubu

Araştırma grubunu, Gazi Üniversitesi Eşli Dans Sporları Topluluğu ve Gazi Üniversitesi Halk Oyunları Topluluklarındaki 163 kadın 37 erkek toplamda 200 dansçı oluşturmuştur. Tablo 1’de araştırma örnekleminde yer alan katılımcıların kişisel bilgilerini yansıtan özelliklerin frekans ve yüzde dağılımları gösterilmiştir.

Veri toplama araçları

Kişisel Bilgi Formu: Araştırma kapsamında katılımcıların kişisel bilgilerini ortaya çıkarmak için sorular hazırlanmıştır. Katılımcıların dans türü, cinsiyet, mevcut sosyo-ekonomik şartlar göz önüne alındığında kendini gördüğü gelir düzeyi, vücut şekil ve ölçülerinden memnuniyet durumu, en sık kullanılan sosyal medya uygulaması ve sosyal medyanın hangi sıklıkla kullandığı olmak üzere 6 maddelik kişisel bilgi formu hazırlanmıştır.

Beden İmgesi Esnekliği Ölçeği (BİEÖ): Sandoz ve arkadaşları (2013) tarafından geliştirilen ve Acar (2022) tarafından Türkçe’ye uyarlanan Ölçek 12 maddeden oluşmaktadır.

5’li likert tipinde derecelendirilen ölçekte tüm maddeler ters kodlanmaktadır. Ölçeğin orijinal formunun faktör analizi 184 kişilik bir grupta test edilmiş ve ölçek tek faktörlü bir yapı göstermiştir. Türkçe’ye uyarlayanlar tarafından iç tutarlık katsayısı 0,84 olarak hesaplanmıştır. Test tekrar test güvenilirlik katsayısı ise 0,80’dir.

Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği (GİSMBÖ): Sophia Choukas-Bradley ve arkadaşları (2020) tarafından yetişkin bireylerde görünümle ilişkili sosyal medya bilinç deneyimlerini saptamak amacıyla geliştirilmiştir. Ölçeğin Türkçe geçerlik ve güvenilirlik çalışması Öngören ve arkadaşları (2021) tarafından yapılmıştır. Ölçeğin Türkçe uyarlama çalışmasında örneklemin tamamı için iç tutarlılık katsayısı 0,90 olarak bulunmuştur. GİSMBÖ, 13 maddeden oluşan 5’li likert tipi bir ölçektir.

Verilerin toplanması

Verilerin toplanma aşamasından önce, araştırma için, 21.03.2023 tarihinde E-77082166-604.01.02-622686 sayılı Gazi Üniversitesi Etik Komisyonu’ndan onay alınmıştır. Veriler, katılımcılara ulaşılabilirlik unsurları da göz önünde bulundurularak çevrimiçi veri toplama teknikleri üzerinden (Google Form) iletilmiştir ve katılımcılara “araştırmaya gönüllü olarak katılıyorum.” Şeklinde bir onay kutusu eklenerek, gönüllü katılım esası sağlanmıştır.

Verilerin analizi

Araştırma kapsamında akademisyenlerin veri toplama araçlarına vermiş oldukları cevaplar doğrultusunda öncelikle veri setinin dağılımı incelenmiştir. Bu doğrultuda ilk olarak çarpıklık ve basıklık katsayısı hesaplanmıştır. Değişkenlerin normallik varsayımı için hesaplanan çarpıklık-basıklık katsayıları incelendiğinde katsayıların -1 ile +1 arasında değer aldığı tespit edilmiştir. Normallik varsayımının bir ölçüsü olarak çarpıklık ve basıklık katsayılarının -1 ile +1 aralığında olmasının kabul edilebileceği ifade edilmektedir (Morgan ve ark., 2004). Beden imgesi esnekliği ölçeği ile görünümle ilişkili sosyal medya bilinç ölçeğinin normal dağılım gösterdiği görülmüştür. Normallik varsayımının incelenmesi amacıyla ayrıca histogram grafiği incelenmiştir.

Katılımcıların toplanan verilerden elde edilen puan dağılımlarının yapısı incelendiğinde normallik ve homojenlik varsayımlarını karşıladığı, eşit aralıklı ölçek düzeyinde ölçeklenmiş olduğu ve sürekli dağılım gösteren bir veri olmasından dolayı parametrik test varsayımlarını karşıladığı görülmektedir (Köklü ve ark., 2007).

Verilerin analiz sürecinde frekans, yüzde ve güvenilirlik katsayısı hesaplamaları, pearson korelasyon katsayısı, katılımcıların iki kategorili olan demografik özelliklerine (dans türü,

cinsiyet, vücut şekil ve ölçülerinden memnun olma durumu, en sık kullanılan sosyal medya uygulaması ve sosyal medyanın hangi sıklıkla kullandığı) göre ölçekten aldıkları puanlar arasındaki farklılığı test etmede Bağımsız Örneklem t-Testi analizi kullanılmıştır.

BULGULAR

Tablo 1. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin frekans ve yüzde dağılımları

	Kategoriler	F	%
Dans Türü	Salon dansları	98	49,0
	Halk oyunları	102	51,0
Cinsiyet	Kadın	163	81,5
	Erkek	37	18,5
Vücutundan Memnun Olma Durumu	Memnunum	143	71,5
	Memnun değilim	57	28,5
Sosyal Medyayı Kullanım Sıklığı	1-5 Saat	172	86,0
	6-10 Saat	28	14,0
En Sık Kullanılan Sosyal Medya Platformu	Instagram	174	87,0
	Twitter	26	13,0
Toplam		200	100,0

Araştırmaya katılan kişilerin, %49,0'unu salon dansçıları, %51,0'ini halk oyuncuları; %81,5'ini kadın, %18,5'ini erkek; %71,5'inin vücutlarının şekil ve ölçülerinden memnun olduğu, %28,5'inin vücut şekil ve ölçülerinden memnun olmadığı; %86,0'sının 1-5 saat aralığında günlük sosyal medya platformlarında vakit geçirdiği, %14,0'ünün 6-10 saat aralığında günlük sosyal medya platformlarında vakit geçirdiği; %87,0'sinin en çok Instagram'ı kullandığı, %13,0'ünün en çok Twitter'ı kullandığı tespit edilmiştir. Genel itibari ile araştırmaya 200 (%100,0) dansçı katılım göstermiştir.

Cinsiyet değişkenindeki erkek ve kadın arasındaki farklılığın sebebi, katılan halk oyuncuların çoğunun yöresinin erkek olduğu bir sınırlılık olarak gösterilebilir.

Tablo 2. Ölçeklere ilişkin betimsel istatistikler

Ölçekler	N	\bar{X}	s.s	Min.	Maks.	Skewness	Kurtosis	C.Alpha
BİEÖ	200	31,02 (2,58)	9,82	13,00	55,00	0,326	-0,571	0,904
GİSMBÖ	200	35,53 (2,73)	10,02	13,00	58,00	-0,159	-0,634	0,902

Aralıklar (5-1)/5=0,80 Kriter: 1,00-1,79=Çok Düşük; 1,80-2,59=Düşük; 2,60-3,39=Orta; 3,40-4,19=Yüksek; 4,20-5,00=Çok Yüksek

Katılımcılardan elde edilen tanımlayıcı istatistik sonuçlarına göre beden imgesi esnekliği ölçeği (\bar{x} = 2,58) orta düzeye yakın, görünümle ilişkili sosyal medya bilinç ölçeği (\bar{x} = 2,73) ise orta düzeydedir.

Tablo 3. Ölçekler arasındaki ilişkiye ait Pearson korelasyon analizi sonuçları

		GİSMBÖ
BİEÖ	r	0,45*
	p	0,000

*p<0,05 Kategoriler: 0-0,30=Düşük ilişki; 0,40-0,60=Orta düzeyde ilişki; 0,70-1,00=Yüksek düzeyde ilişki

Tablo 3 incelendiğinde katılımcıların beden imgesi esneklik düzeyi ile görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arasındaki ilişkiye bakılmıştır. Katılımcıların beden imgesi esneklik düzeyi ile görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arasında $r=0,45$, $p=0,000<0,05$ göre pozitif yönde orta düzeyde anlamlı ilişki olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle, beden imgesi esneklik düzeyi arttıkça görünümle ilişkili sosyal medya bilincinin de arttığı söylenebilir.

Tablo 4. Katılımcıların dans türü değişkeni ile ölçekler arasındaki farklılığa ilişkin t-testi sonuçları

	Dans Türü	n	\bar{X}	s.s.	t	p
BİEÖ	Salon Dansları	98	29,37	10,01	2,344	0,020*
	Halk Oyunları	102	32,59	9,41		
GİSMBÖ	Salon Dansları	98	35,06	9,73	0,648	0,518
	Halk Oyunları	102	35,98	10,31		

*p<0,05

Tablo 4 incelendiğinde katılımcıların, dans türü değişkeni ile beden imgesi esnekliği ölçeği arasında $t=2,344$, $p=0,020<0,05$ 'göre anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Buna göre, halk oyuncuların beden imgesi esneklik düzeyi, salon dansçılarına göre daha yüksek düzeyde bulunmuştur.

Katılımcıların, dans türü değişkeni ile görünümle ilişkili sosyal medya bilinç ölçeği arasında $t=0,648$, $p=0,518>0,05$ 'göre anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Salon dansçıları ile halk oyuncuların görünümle ilişkili sosyal medya bilincini birbirine yakın olduğu görülmektedir.

Tablo 5. Katılımcıların cinsiyetler değişkeni ile ölçekler arasındaki farklılığa ilişkin t-testi sonuçları

	Cinsiyet	n	\bar{X}	s.s.	t	p
BİEÖ	Kadın	163	31,55	10,27	1,615	0,047*
	Erkek	37	28,67	7,15		
GİSMBÖ	Kadın	163	37,24	9,16	5,432	0,000*
	Erkek	37	27,97	10,27		

*p<0,05

Tablo 5 incelendiğinde katılımcıların cinsiyet değişkeni ile beden imgesi esnekliği ölçeği arasında $t=1,615$, $p=0,047<0,05$ 'göre anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Kadınların beden imgesi esneklik düzeyi erkeklere göre daha yüksek düzeyde bulunmuştur.

Katılımcıların, cinsiyet değişkeni ile görünümle ilişkili sosyal medya bilinç ölçeği arasında, kadınların lehine, $t=5,432$, $p=0,000<0,05$ 'göre anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 6. Katılımcıların vücut şekil ve ölçülerinden memnuniyet durumu değişkeni ile ölçekler arasındaki farklılığa ilişkin t-testi sonuçları

	Memnuniyet	n	\bar{X}	s.s	t	p
BİEÖ	Memnunum	143	29,72	9,25	3,008	0,003*
	Memnun değilim	57	34,26	10,51		
GİSMBÖ	Memnunum	143	34,69	9,79	1,884	0,065
	Memnun değilim	57	37,63	10,37		

* $p<0,05$

Tablo 6 incelendiğinde katılımcıların, vücut şekil ve ölçülerinden memnuniyet durumları ile beden imgesi esnekliği ölçeği arasında, $t=3,008$, $p=0,003<0,05$ 'göre anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Vücut şekil ve ölçülerinden memnun olmayan katılımcıların beden imgesi esneklik düzeyinin, vücudundan memnun olan katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Katılımcıların, vücut şekil ve ölçülerinden memnuniyet durumları ile görünümle ilişkili sosyal medya bilinç ölçeği arasında, $t=1,884$, $p=0,065>0,05$ 'göre anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Vücut şekil ve ölçülerinden memnun olan ile olmayan katılımcıların görünümle ilişkili sosyal medya bilinçlerinin birbirine yakın olduğu görülmektedir.

Tablo 7. Katılımcıların en sık kullandığı sosyal medya platformu değişkenini ile ölçekler arasındaki farklılığa ilişkin t-testi sonuçları

	Sosyal Medya Platformu	n	\bar{X}	s.s.	t	p
BİEÖ	Instagram	174	31,54	10,01	1,952	0,049*
	Twitter	26	27,53	7,67		
GİSMBÖ	Instagram	174	35,93	9,90	1,489	0,138
	Twitter	26	32,80	10,57		

* $p<0,05$

Tablo 7 incelendiğinde katılımcıların, en sık kullandıkları sosyal medya platformu değişkeni ile beden imgesi esnekliği ölçeği arasında, $t=1,952$, $p=0,049<0,05$ 'göre anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Sosyal medya platformlarından, en sık Instagram'ı kullanan katılımcıların beden imgesi esneklik düzeyinin Twitter'ı kullananlara göre daha yüksek olduğu söylenilebilir.

Katılımcıların, en sık kullandıkları sosyal medya platformu ile görünümle ilişkili sosyal medya bilinç ölçeği arasında, $t=1,489$, $p=0,138>0,05$ 'göre anlamlı farklılık olmadığı tespit

edilmiştir. Sosyal medya platformlarından Instagram ve Twitter'ı kullanan katılımcıların, görünümle ilişkili sosyal medya bilincinin birbirine yakın olduğu görülmektedir.

Tablo 8. Katılımcıların günlük sosyal medya kullanım süresi değişkenini ile ölçekler arasındaki farklılığa ilişkin t-testi sonuçları

	Kullanım Süresi	n	\bar{X}	s.s.	t	p
BİEÖ	1-5 Saat	172	31,62	9,63	2,169	0,031*
	6-10 Saat	28	27,32	10,30		
GİSMBÖ	1-5 Saat	172	34,72	9,88	2,881	0,004*
	6-10 Saat	28	40,50	9,57		

*p<0,05

Tablo 8 incelendiğinde katılımcıların, günlük sosyal medya kullanım sıklığı değişkeni ile beden imgesi esnekliği ölçeği arasında, $t=2,169$, $p=0,031<0,05$ 'göre anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Günlük sosyal medyada 1-5 saat vakit geçiren katılımcıların beden imgesi esneklik düzeyinin, 6-10 saat vakit geçirenlere göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Katılımcıların, en sık günlük sosyal medya kullanım sıklığı değişkeni ile görünümle ilişkili sosyal medya bilinç ölçeği arasında $t=2,881$, $p=0,004<0,05$ 'göre anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Günlük sosyal medyada 1-5 saat vakit geçiren katılımcıların görünümle ilişkili sosyal medya bilinç puanlarının yüksek olduğu görülmektedir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu araştırmada, salon dansçıları ve halk oyuncuların beden imgesi esneklik düzeyi ile görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arasındaki ilişki düzeyinin belirlenerek, çeşitli değişkenler açısından incelenmesi amaç edinilmiştir.

Bu amaç kapsamında, tablo 2'deki betimsel istatistiklere bakıldığında katılımcıların beden imgesi esneklik düzeylerinin $\bar{x}=2,58$ oranıyla orta düzeye yakın olduğu görülmektedir. Bilindiği gibi beden imgesi esnekliği, bireylerin bedenleriyle ilgili algı ve değerlendirmelerinin esnek ve pozitif yönde değişebilme kapasitesini ifade eder. Yani, kişinin kendi bedeni ve görünümü hakkındaki düşünceleri zamanla değişebilir ve kişi olumsuz algılardan uzaklaşabilir. Beden imgesi esnekliği, kişinin bedenine olan olumlu bir bakış açısı geliştirmesine ve bedenle ilgili olumsuz düşüncelerden kurtulmasına yardımcı olabilir (Tylka & Wood-Barcalow, 2015; Linardon ve ark., 2021). Bu çalışmaya katılım sağlayan dansçılar, fiziksel olarak belirli bir şekilde sahip olmaları gereken bir alanda ve belli bir izleyici kitlesinin karşısında sanatlarını icra ettikleri için bedenleriyle ilgili olumsuz düşüncelere kapılabilecekleri bir ortamda bulunabilirler. Bu durum da dansçıların olumsuz beden algısı geliştirmelerine neden olabilir.

Bu açıdan değerlendirildiğinde, dansçılarını beden imgesi esnekliğinin düşük çıkması beklenen bir sonuç olarak görülebilir.

Araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılan ölçekler arasındaki korelasyon sonuçlarına bakıldığında; Katılımcıların beden imgesi esnekliği ile görünümle ilişkili sosyal medya bilinç algıları arasında $r_{(200)}=,45$, $p=0,000<0,05$ 'e göre pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür (Tablo 3). Dansçılarda beden imgesi esnekliği arttıkça görünümle ilişkili sosyal medya bilinç algısının da arttığı görülmektedir. Cohen ve arkadaşları (2017)'nin yapmış oldukları çalışmada, sosyal medya platformlarının, bireylerin farklı beden tipleri ve güzellik standartları hakkında daha çeşitli içeriklere maruz kalmasını sağlayarak, pozitif beden imajı mesajları ve beden çeşitliliğini kutlayan içeriklerin, beden imgesi esnekliğini artırabileceği ve olumlu beden algısını geliştirmeye yardımcı olabileceği vurgulanmaktadır. Bir diğer çalışmada ise, sosyal medya bilincinin yüksek olmasının, kişilerin sosyal medyadaki içerikleri daha eleştirel bir şekilde değerlendirmesine, beden olumsuzlamayı ve kabulü destekleyen içerikleri takip etmesine, olumsuz içeriklerden kaçınmasına ve bedenleriyle daha olumlu bir ilişki kurmalarına yardımcı olarak beden imgesi esnekliğini artırdığına neden olduğu ifade edilmiştir (Fardouly ve ark., 2018). Bu bağlamda, sosyal medyayı bilinçli bir şekilde kullanmak, beden imgesi üzerinde olumlu bir etkiye sahip olabilir ve kişilerin kendilerini daha olumlu ve kabul edici bir şekilde değerlendirmelerine yardımcı olabilir görüşüne varılabilir. Literatürdeki bu araştırmalar, çalışma bulgularını destekler niteliktedir.

Katılımcıların beden imgesi esneklik düzeyi ile dans türü değişkeni arasında halk oyuncularını lehine anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Buna göre, halk oyuncularını beden imgesi esnekliği salon dansçılarını göre daha yüksek düzeyde bulunmuştur (Tablo 4). Halk oyunları, genellikle bir toplumun kültürel değerlerini ve geleneklerini yansıtan folklorik bir unsurdur ve çeşitli kültürel temalara dayalı farklı karakterleri canlandıran bir sanat formudur. Halk oyunları sayesinde, halk oyuncular, kültürel kimliklerini ve bedenlerini olumlu bir şekilde benimsemeyi ve çeşitli rolleri üstlenerek bedenlerini farklı şekillerde kullanmayı öğrenirler. Bu çeşitlilik, beden imgesi esnekliğini artırabilir ve oyuncularını bedenleriyle barışık olmalarını sağlayan bir faktör olarak ifade edilebilir. Ayrıca, halk oyunları genellikle grup performanslarından oluşur ve oyuncular birlikte uyum içinde hareket ederler. Bu tür performanslar, bedenleri ile uyum içinde çalışma ve koordinasyon becerisi gerektirir. Bu sayede de halk oyuncular, performansları sırasında bedenlerini pozitif bir şekilde deneyimlemeyi öğrenebilirler. Bu kapsamda, genellikle danslarını bireysel olarak sergileyen salon dansçılarını göre ekip halinde sahne performansı gösteren halk oyuncularını beden imgesi esnekliğinin yüksek olması beklenen bir sonuç olarak

nitelendirilebilir. Ayrıca halk oyunları, bireyin sosyalleşmesini sağlayan, kendine olan güvenini ve medeni cesaretini arttıran bir çalışmadır. Bu etkinliğe katılanlar, başkalarıyla daha kolay ilişki kurabilir hale gelir ve toplumsallaşır. İçine kapanık, sessiz bireyler, halk oyunları sayesinde buldukları bu durumdan kurtulabilirler ve yepyeni bir kimlik kazanabilirler (Uslu, 2013). Bu sayede de halk oyunlarının, bireyin davranışlarında olumlu değişimler meydana getirdiği ve sonuç olarak da beden imgesi esnekliğini artırdığı düşünülebilir.

Araştırma bulgularına göre, katılımcıların görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ile dans türü değişkeni arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir. Halk oyuncular ve salon dansçılarının görünümle ilişkili sosyal medya bilincinin benzer düzeyde olduğu görülmektedir. Bilindiği gibi dans, insanların bedenlerini ritmik ve estetik bir şekilde hareket ettirerek duygularını ve düşüncelerini ifade ettiği bir performans sanatıdır (Kassing, 2007). Bu tanım kapsamında, mevcut çalışmadaki dans türüne yönelik benzerliğin nedeninin de her iki dans türünün görsel bir sanat formuna dayanmasından ve estetik görünüm üzerine odaklanan bir performans sanatı olmasından kaynaklandığı ifade edilebilir.

Katılımcıların beden imgesi esneklik düzeyi ile cinsiyet değişkeni arasında kadınların lehine anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Buna göre, kadınların beden imgesi esnekliği erkeklere oranla daha yüksek düzeyde bulunmuştur (Tablo 5). Genel olarak beden imgesi esnekliği konusunda yapılan araştırmalar, cinsiyetin beden imgesi esnekliği üzerinde etkili olabileceğini göstermektedir. Toplumsal cinsiyet normları, kadın ve erkeklerin bedenleriyle ilgili farklı algılar ve baskılar yaşamalarına neden olabilir. Örneğin, kadınlara yönelik medya ve toplum baskısı, idealize edilmiş ince ve zarif bir beden görüntüsüne vurgu yaparken, erkeklere yönelik baskılar daha kaslı ve atletik bir beden görüntüsünü öne çıkarabilir (Silberstein ve ark.,1988; Fredrickson & Roberts, 1997; Tiggemann & Slater, 2013). Dans, moda ve güzellik gibi bedenle ilgili faaliyetlerde kadınlar daha fazla yer alabilir. Bu faaliyetler, kadınların beden imgesi üzerinde etkili olabilir ve beden imgesi esnekliklerini etkileyebilir. Aynı zamanda dans, beden estetik yönden gücünü ve dinamizmini vurgular. Kadın dansçıları, dansı icra ederken bedenlerini daha estetik ve dinamik bir şekilde kullanma ihtiyacı duyarlar (Adair, 1992). Bu, kadın dansçıların bedenlerine olan güvenlerini artırabilir ve beden imgesi esnekliğini yükseltebilir. Ayrıca araştırmalar, dansın kadınlar üzerinde olumlu etkileri olduğunu göstermektedir. Bu olumlu etkilerden biri, dansın beden farkındalığını ve pozitif beden algısını desteklemesidir (Arkin, 1994). Literatürdeki tüm bu vurgulamalar, araştırma bulgularını destekler niteliktedir.

Araştırma bulgularına göre, katılımcıların görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ile cinsiyet değişkeni arasında kadınların lehine anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Buna göre, kadınların görünümle ilişkili sosyal medya bilinci erkeklere oranla daha yüksektir (Tablo 5). Kadınlar, cinsiyete özgü sosyal beklentileri ve toplumsal baskılar ile ilgili olarak görünümüne daha fazla önem vermeleri nedeniyle, sosyal medyada yapmış oldukları paylaşımlarda genellikle daha bilinçli olmaktadır (Manago ve ark., 2008). Dans dünyasında da belirli beden tipleri ve şekilleri üzerindeki baskılar, kadın dansçılar arasında görünümle ilgili sosyal medya bilincini artırabilir. Bu, dansçıların kendilerini belirli bir estetik ideale uydurmaya çalıştıkları sosyal medya ortamında daha belirgindir (Harrington, 2020). Sosyal medya, kullanıcıların başkalarının fotoğrafları ve yaşantılarıyla kendilerini karşılaştırmalarını kolaylaştırır. Kadınlar, bu tür karşılaştırmalardan daha fazla etkilenebilir ve bu da görünümleri hakkında daha bilinçli olmalarına neden olabilir (Perloff, 2014). Dans, estetik bir sanat dalı olduğu için, kadın dansçılar kendilerinin ve bedenlerinin nasıl algılandığı konusunda da erkeklere oranla daha bilinçli olabilirler. Sosyal medya platformları da dansçıların profesyonel imajlarını oluşturdukları yerler oldukları için görünümle ilişkili bir bilinç artışı beklemek muhtemeldir.

Araştırma kapsamına alınan katılımcıların, beden imgesi esneklik düzeyi ile vücut şekil ve ölçülerinden memnun olma durumu değişkeni arasında memnun olmayanların lehine anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Buna göre, vücut şekil ve ölçülerinden memnun olmayan katılımcıların beden imgesi esnekliğinin memnun olanlara göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Tablo 6). Literatürdeki bazı çalışmalar göstermektedir ki farklı kültürel ve toplumsal faktörler, bireylerin beden imajı esnekliğini etkileyebilir. Vücut şekli ve ölçülerinden memnuniyetsiz olan bireyler, toplumlarının estetik ideallerine karşı direnç gösterebilir ve bu da beden imajı esnekliğini artırabilir (Jarry & Ip, 2005). Puhl ve Heuer (2009) yapmış oldukları çalışmada, vücut şekil ve ölçülerinden memnuniyetsiz olan bireylerin, bedenleri ve beden imajları ile ilgili olarak sosyal stigmatizasyon (birey ve grup hakkındaki klişeleri, ön yargıları ve onlara karşı yapılan damgalama) ve dışlanma gibi zorluklar yaşamasının muhtemel olduğunu ve bu zorlukların, bazı bireylerde beden imajı esnekliğinin artmasına neden olabileceğini, bu anlamda da beden imajını koruma ve güçlendirme yeteneğini geliştirdiğini ifade etmişlerdir. Dansçılar da izleyici karşısında gerçekleştirdikleri bireysel veya takım performansları sonucunda kendine güven, özyeterlilik, umut ve psikolojik dayanıklılık gibi özelliklerini geliştirebilirler. Bu, vücut şekil ve ölçülerinden memnuniyetsiz olan dansçılar için daha geçerlidir, çünkü bu yetenekler, zaman içinde bu duygularla başa çıkmak ve adaptasyon sağlamak için farklı stratejiler geliştirmelerine yardımcı olabilir. Sonuç olarak literatürde ve

mevcut çalışmada da görüldüğü gibi, vücut şekil ve ölçülerinden memnuniyetsiz olan dansçılarda beden imgesi esnekliğinin artması söz konusu olabilir.

Katılımcıların, beden imgesi esneklik düzeyi ile kullanılan sosyal medya platformu değişkeni arasında Instagram kullananların lehine anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Buna göre, Instagram kullanan katılımcıların beden imgesi esnekliğinin Twitter kullananlara göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Tablo 7). Instagram, kişilerin kendi fotoğraflarını sıklıkla paylaştığı görsel bir platform olduğu için, bu platformda, Twitter'a oranla estetik değerlere büyük bir odaklanma vardır. Bu durum, kullanıcıların bedenlerine olan farkındalıklarını artırarak, beden imajı esnekliğinin gelişmesine imkan tanıyabilir (Holland & Tiggemann, 2016). Instagram kullanımının beden imajı esnekliği üzerindeki etkisi, kullanıcının yaşı, cinsiyeti gibi çeşitli demografik faktörlerine bağlı olarak da değişebilir. Bu bağlamda, mevcut çalışmanın araştırma grubunu temsil eden üniversiteli dansçılar tarafından, yaş ortalamaları ve sosyal statüleri gereği kendi bedenlerini ve kimliklerini özgürce ifade edebilecekleri bir platform olan Instagram'ın daha öncelikli bir tercih nedeni olması beklenen bir sonuç olabilir. Bu noktadan hareketle, Instagram kullanan katılımcıların, bahsedilen öz-ifade düzeyi yüksekliğinin, beden imajı üzerinde pozitif etki yaratarak, beden imajı esnekliğini artırdığı düşünülebilir.

Araştırma bulgularına göre, beden imgesi esneklik düzeyi ile sosyal medyayı günlük kullanım süresi değişkeni arasında 1-5 saat kullananların lehine anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Buna göre, sosyal medyayı günlük 1-5 saat kullanan katılımcıların beden imgesi esnekliğinin 6-10 saat kullananlara göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Tablo 8). Sosyal medya kullanımının beden imajı üzerindeki etkisi, bireyin sosyal medya kullanım amacı, kişilik özellikleri ve diğer bireysel farklılıklara bağlı olarak değişebilir. Sosyal medyada daha az zaman geçirmek, bireylerin ideal vücut tiplerine daha az maruz kalmasını sağlayabilir. Bu durum, beden memnuniyetsizliğinin ve beden imajıyla ilgili baskının azalmasına neden olarak, beden imajı esnekliğini artırabilir (Fardouly ve ark, 2018). Sosyal medya kullanımının azalması, bireylerin yüz yüze ilişkilere daha çok odaklanmalarına yardımcı olabilir. Bu da beden imajı esnekliğinin artmasına katkı sağlayabilir, çünkü gerçek hayattaki ilişkiler, çevrim içi ortamlardakinden daha destekleyici ve gerçekçi olabilir (Best ve ark., 2014).

Sonuç olarak, araştırma kapsamına alınan katılımcıların, görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ile sosyal medyayı günlük kullanım süresi değişkeni arasında 6-10 saat kullananların lehine anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Buna göre, sosyal medyayı günlük 6-10 saat kullanan

katılımcıların görünümle ilişkili sosyal medya bilincinin 1-5 saat kullananlara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Tablo 8). Bilindiği üzere, sosyal medya, görünüm odaklı içeriğin üretilmesi ve paylaşılması için bir platform sağlar. Bu platformların fazla kullanımı, kullanıcıların vücutları ve görünümleri üzerinde daha fazla düşüncelerine ve bu konuda daha bilinçli olmalarına neden olabilir. Üniversiteli dansçıların, sosyal statü ve çevrelerindeki etkileşimleri nedeniyle, sosyal medyayı daha çeşitli amaçlarla ve sıklıkla kullanmaları görünümle alakalı sosyal medya bilinçlerinin artmasına yardımcı olmuş olabilir.

Öneriler

Üniversiteli dansçıların beden imgesi esnekliğini artırmak, onların hem sahnede hem de sahne dışında daha sağlıklı, özgüvenli ve mutlu olmalarına yardımcı olabilir. Bu bağlamda, üniversitelerde, dansçılar arasında destekleyici ve işbirlikçi bir topluluk ruhunu geliştirmek adına, eğitmenler ve antrenörler tarafından dansçılara pozitif beden imajı ve beden olumlu yaklaşımları teşvik eden eğitim programları düzenlenebilir. Ayrıca hem eğitmenlere hem de dansçılara, beden imajı ile ilgili zorluklarla başa çıkmaya yönelik çeşitli çalışmalar yapılabilir.

Üniversiteli dansçıların görünümle ilişkili sosyal medya bilincini artırmak için, konu ile ilgili alanında uzman kişiler tarafından çeşitli eğitim programları düzenlenerek, bilinç düzeylerinin artırılması sağlanabilir.

EXTENDED ABSTRACT

INTRODUCTION

The concept of Body image flexibility is one of the factors that positively affect the body image of individuals, independent of the social pressures associated with appearance-related social media consciousness and includes the processes of evaluating their own bodies in a more accepting way, with less sensitivity to the perceptions of perfection seen on social media. Body image flexibility can also affect social media awareness, making individuals less sensitive to the perceptions of perfection and beauty norms seen on social media. This may help them to accept their own bodies more easily and evaluate them positively, instead of an obsessive attitude towards "ideal" bodies seen on social media (Fardouly et al., 2015). At this point, appearance-related social media consciousness is important. Because this awareness can make individuals more sensitive to various social media content and encourage them to consciously consume content that will not negatively affect them.

Ballroom dances and folk dances, which are the subject of research in this study, are cultural arts activities and sports branches in which the body is used aesthetically and physically. For dancers, body image means confidence and belief in the dancer's own body and dance abilities. Body image is also an effective factor on the aesthetic perceptions of dancers in their performances. In dance sports, body movements and posture affect the aesthetic and visual quality of the performance. Therefore, dancers'

perception of their own bodies can play an important role in how they perform and how the audience sees them. However, both appearance-related social media consciousness and body image flexibility gain importance in order that the attitudes and behaviors of dancers in the face of positive or negative reactions to the content and photos they share on social media platforms do not have a negative effect on body image.

Based on all this information given, the aim of this study is to examine the relationship between body image flexibility of ballroom dancers and folk dancers and appearance-related social media consciousness in terms of various variables.

METHOD

In this study, the relational survey model, which is one of the quantitative research methods, was used. The research group consisted of a total of 200 dancers, 163 women and 37 men, from Gazi University Paired Dance Sports Ensemble and Gazi University Folk Dance Ensembles. As a data collection tool; "Personal Information Form" prepared by researchers, "Body Image Flexibility Scale" developed by Sandoz et al. (2013) and adapted into Turkish by Acar (2022), developed by Choukas-Bradley et al. (2020) and Turkish by Öngören et al. (2021) "Appearance-Related Social Media Consciousness Scale" adapted to. Within the scope of the research, the distribution of the data set was examined in line with the answers given by the academicians to the data collection tools. In this direction, firstly, the skewness and kurtosis coefficients were calculated. When the skewness-kurtosis coefficients calculated for the normality assumption of the variables were examined, it was determined that the coefficients took values between -1 and +1. It was observed that the body image flexibility scale and the social media awareness scale related to appearance showed normal distribution. In order to examine the assumption of normality, the histogram graph was also examined. In the analysis process of the data, frequency, percentage and reliability coefficient calculations, Pearson correlation coefficient, demographic characteristics of the participants in two categories (dance type, gender, satisfaction with body shape and size, the most frequently used social media application and the frequency of social media use) were selected from the scale. Independent-Samples t-Test analysis was used to test the difference between their scores.

RESULT

Among the participants that constituted the study group of the research, folk dancers have been found to have a higher level of body image flexibility compared to ballroom dancers. There was a significant difference between the responses of participants to other variables and body image flexibility. Due to the participants' social status and their interactions in their environment, it can be said that their use of social media for diverse purposes and more frequently has an impact on the increase in appearance-related social media awareness. There was a significant difference between other variables

of participants, such as gender and daily social media usage frequency, and appearance-related social media awareness.

DISCUSSION AND CONCLUSION

Body image flexibility refers to the capacity of individuals to change their perceptions and evaluations about their bodies flexibly and positively. That is, thoughts about one's own body and appearance may change over time, and the person may move away from negative perceptions. Body image flexibility can help a person develop a positive view of their body and get rid of negative thoughts about the body (Tylka & Wood-Barcalow, 2015; Linardon et al., 2021). The dancers participating in this study can be in an area where they need to have a certain physical shape and, in an environment, where they can have negative thoughts about their bodies as they perform their art in front of a certain audience. This may cause dancers to develop a negative body image. From this point of view, low body image flexibility of dancers can be seen as an expected result.

It is seen that as the flexibility of body image increases in dancers, the perception of appearance-related social media consciousness also increases. In their study, Cohen et al. (2017) found that content celebrating positive body image messages and body diversity can increase body image flexibility and improve positive body image, by enabling social media platforms to expose individuals to a wider variety of content about different body types and beauty standards. Highlighted as helpful. In another study, it was stated that high social media awareness causes people to evaluate content on social media more critically, to follow content that supports body affirmation and acceptance, to avoid negative content, and to increase body image flexibility by helping them to have a more positive relationship with their bodies. (Fardouly et al., 2018).

KAYNAKLAR

- Adair, C. (1992). *Women and dance: Sylphs and sirens*. Bloomsbury Publishing.
- Arkin, L. C. (1994). Dancing the body: Women and dance performance. *Journal of Physical Education, Recreation & Dance*, 65(2), 36-43.
- Best, P., Manktelow, R., & Taylor, B. (2014). Online communication, social media and adolescent wellbeing: A systematic narrative review. *Children and Youth Services Review*, (41), 27-36.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Pegem Akademi.
- Cash, T. F. (2004). Body image: Past, present, and future. *Body Image*, 1(1), 1-5.
- Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2017). The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women. *Body Image*, (23), 183-187.
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, (13), 38-45.
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2018). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, (26), 38-45.

- Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21(2), 173-206.
- Harrington, H. (2020). Consumer dance identity: the intersection between competition dance, televised dance shows and social media. *Research in Dance Education*, 21(2), 169-187.
- Hayes, S. C., Luoma, J. B., Bond, F.W., Masuda, A., & Lillis, J. (2006). Acceptance and commitment therapy: Model, processes and outcomes. *Behavior Research and Therapy*, (44), 1-25.
- 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.
- İzgiman, S. (2014). *Kabul ve kararlılık terapisi*. Pinhan.
- Jarry, J. L., & Ip, K. (2005). The effectiveness of stand-alone cognitive-behavioural therapy for body image: A meta-analysis. *Body Image*, 2(4), 317-331.
- Karasar, N. (2005). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Nobel.
- Kashdan, T. B., & Rottenberg, J. (2010). Psychological flexibility as a fundamental aspect of health. *Clinical Psychology Review*, 30(7), 865-878.
- Kassing, G. (2007). *History of dance: an interactive arts approach*. Human Kinetics.
- Koç A., Gökler, M. E., & Bilgehan T. (2019). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ve takıntılı özçekim davranışının sosyal medya kullanım sıklığı bakımından karşılaştırılması. *Yeni Symposium*, 57(4), 15-20.
- Lewallen, J., & Behm-Morawitz, E. (2016). Pinterest or thinterest?: Social comparison and body image on social media. *Social Media Society*, 2(1),
- Linardon, J., Anderson, C., Messer, M., Rodgers, R. F., & Fuller-Tyszkiewicz, M. (2021). Body image flexibility and its correlates: A meta-analysis. *Body Image*, (37), 188-203
- Manago, A. M., Graham, M. B., Greenfield, P. M., & Salimkhan, G. (2008). Self-presentation and gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6), 446-458.
- Morgan, G. A., Leech, N. L., Gloeckner, G. W., & Barrett, K. C. (2004). *SPSS for introductory statistics: Use and interpretation*. Psychology Press.
- Öngören, B., Durdu, Z., Dongaz, Ö. İ., Bayar, B., & Bayar, K. (2021). Görünümle ilişkili sosyal medya bilinç ölçeğinin Türkçe uyarlaması: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Karya Journal of Health Science*, 2(2), 33-38.
- Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*, 71(11-12), 363-377).
- Puhl, R. M., & Heuer, C. A. (2009). The stigma of obesity: A review and update. *Obesity*, 17(5), 941.
- Sandoz, E. K., Wilson, K. G., Merwin, R. M., & Kellum, K. K. (2013). Assessment of body image flexibility: The body image-acceptance and action questionnaire. *Journal of Contextual Behavioral Science*, 2(1), 39-48.
- Silberstein, L. R., Striegel-Moore, R. H., Timko, C., & Rodin, J. (1988). Behavioral and psychological implications of body dissatisfaction: Do men and women differ?. *Sex roles*, (19), 219-232.
- Tiggemann, M., & Slater, A. (2013). NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 46(6), 630-633.

Tylka, T. L., & Wood-Barcalow, N. L. (2015). The Body Appreciation Scale-2: Item refinement and psychometric evaluation. *Body Image*, (12), 53-67).

Uslu, M. (2013). Halk oyunları çalışmalarının üniversite öğrencilerinin psiko-sosyal gelişimlerine etkisi. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (39), 1-15.

KATKI ORANI CONTRIBUTION RATE	AÇIKLAMA EXPLANATION	KATKIDA BULUNANLAR CONTRIBUTORS
Fikir ve Kavramsal Örgü <i>Idea or Notion</i>	Araştırma hipotezini veya fikrini oluşturmak <i>Form the research hypothesis or idea</i>	Pınar KARACAN DOĞAN Gamze DURMUŞ
Tasarım <i>Design</i>	Yöntem ve araştırma desenini tasarlamak <i>To design the method and research design.</i>	Pınar KARACAN DOĞAN Gamze DURMUŞ
Literatür Tarama <i>Literature Review</i>	Çalışma için gerekli literatürü taramak <i>Review the literature required for the study</i>	Pınar KARACAN DOĞAN Gamze DURMUŞ
Veri Toplama ve İşleme <i>Data Collecting and Processing</i>	Verileri toplamak, düzenlemek ve raporlaştırmak <i>Collecting, organizing and reporting data</i>	Pınar KARACAN DOĞAN Gamze DURMUŞ
Tartışma ve Yorum <i>Discussion and Commentary</i>	Elde edilen bulguların değerlendirilmesi <i>Evaluation of the obtained finding</i>	Pınar KARACAN DOĞAN Gamze DURMUŞ

Destek ve Teşekkür Beyanı/ Statement of Support and Acknowledgment

Bu çalışmanın yazım sürecinde katkı ve/veya destek alınmamıştır.

No contribution and/or support was received during the writing process of this study.

Çatışma Beyanı/ Statement of Conflict

Araştırmacıların araştırma ile ilgili diğer kişi ve kurumlarla herhangi bir kişisel ve finansal çıkar çatışması yoktur.

Researchers do not have any personal or financial conflicts of interest with other people and institutions related to the research.

Etik Kurul Beyanı/ Statement of Ethics Committee

Bu araştırma, Gazi Üniversitesi Etik Kurulunun E-77082166-604.01.02-622686 sayılı kararı ile yürütülmüştür.

This study was conducted with the decision of Gazi University Ethics Committee numbered E-77082166-604.01.02-622686.



Bu eser [Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) ile lisanslanmıştır.