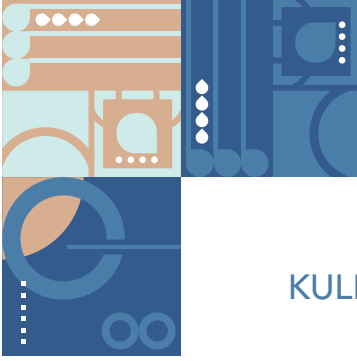




BÖLÜM 9

DİJİTAL BİR MEKÂN OLARAK SOSYAL MEDYADA BEDEN İMAJİ: KULLANICILARIN PERSPEKTİFİNDEN BİR DEĞERLENDİRME

doi: 10.37609/akya.3869.c1602

Ceren YEGEN¹
Ali Murat KIRIK²

GİRİŞ

Dijitalleşme süreci ile birlikte yaşanan gelişmelerin, ilerlemenin doğrudan karşılığını bulduğu gündelik yaşam, ‘dijital biçimler’ almıştır. Dijital bir mekân olarak sosyal medyanın etkisi, sayısız pratiği dönüştürmüştür. Sosyal medya ortamları, bireysel pratiklerin post-post modern olan yönünde revizesinde de rol oynamaktadır. Öyle ki birçok sosyal medya trendi, yönelimi, uygulaması ya da kültüründen söz edilmekte ve burada fenomenlerin rolü de gözlenmektedir. Her ne kadar mevcudiyeti yeni olmasa da yeni medya çağında özellikle sosyal medyada gözlenen ve belirli bir güzellik algısına ya da vücut standardına bağlı kalma yönündeki vurgu, bugünlerde sıklıkla tartışılmaktadır. Medya aracılığı ile idealize edilen bedenler, kabul gören ve güzel olarak adledilen biçimler/ görünüm, sosyal medya ortamlarından Instagram üzerinde sıkça kendisini göstermektedir. Bedene yönelik bu baskı ve yönlendirmeler karşısında oluşan bir hareket olarak ‘beden olumlama’ ise bireyin bedeni ile barışık olmasına ve beden olumsuz yönündeki algılara bireyin durum ve mücadelesine dikkat çekmekte,

¹ Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, cerenyegen@mersin.edu.tr, ORCID iD: 0000-0001-9582-0711

² Prof. Dr., Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, murat.kirik@marmara.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-5771-4843

KAYNAKLAR

- Babacan, M. E. (2016). Toplumsal Derinlik, Sosyal Medya ve Gençlik. *İnsan ve Toplum*, 6(1), 23-45.
- Ballard, J. (2021). YouGov Body Image Study 2021: How Americans are feeling about their body image. May 26, 2021, URL: <https://today.yougov.com/topics/society/articles-reports/2021/05/26/yougov-body-image-study-2021>
- Baltar-Moreno, A. (2022). Digital social networks as site of memory: citizen dialogues through photography on Facebook. *ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes*, 20(2).
- Baya, A. (2012). Post-postmodernism: Automodernity and its relevance to understanding contemporary media audiences. International Workshop on the Historiography of Philosophy: Representations and Cultural Constructions 2012, *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 71 (2013) 154-159.
- Burns, N. & Grove, S. K. (2005). *The Practice of Nursing Research, Conduct, Critique, and Utilization*. 5. Baskı, Elsevier/Saunders.
- Çömlekçi, M. F. & Başol, O. (2019). Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17 (4); 173-188.
- Daniel, E. (2016). The Usefulness of Qualitative and Quantitative Approaches and Methods in Researching Problem-Solving Ability in Science Education Curriculum. *Journal of Education and Practice*, 7(15): 91-100.
- Davis, A. (2022). 100 Affirmations for Body Image to Achieve Acceptance. July 20, 2022, URL: <https://ambitiouslyalex.com/affirmations-for-body-image/>
- Fulvio, L. (2012). 101 Positive Body Affirmations, June 26, 2012, URL: <https://bingeeatingtherapy.com/2012/06/101-positive-body-affirmations/>
- Gam, R. T., Singh, S. K., Manar, M., Kar, S. K. & Gupta, A. (2020). Body Shaming Among School-Going Adolescents: Prevalence and Predictors. *Int J. Community Med Public Health*, 7(4), 1324-1328.
- Halk TV. (2022). Doktorlardan uyarı: TikTok'taki zayıflama trendi, yeme bozukluklarını tetikliyor. 02.12.2022, URL: <https://halktv.com.tr/service/amp/yasam/doktorlardan-uyari-tiktoktaki-zayiflama-trendi-yeme-bozukluklarini-tetikliyor-705847h>
- Jarman, K. H., McLean, S. A., Griffiths, S., Teague, S. J., Rodgers, R. F., Paxton, S. J., Austen, E., Harris, E., Steward, T., Shatte, A., Khanh-Dao Le, L., Anwar, T., Mihalopoulos, C., Parker, A. G., Yager, Z., and Fuller-Tyszkiewicz, M. (2022). Critical measurement issues in the assessment of social media influence on body image. *Body Image* 40 (2022) 225-236.
- Kemik, B. (2020). Sosyal Medyada Fotoğraflarla Mahremiyetin Teşhiri: Instagram'da Şeffaflaşan Beden. T.C. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Görsel İletişim Tasarımı Anasanat Dalı Yüksek Lisans Tezi, Sakarya.
- Keskin Keleş, N. (2022). Nil Keskin Keleş Yazıo: Bedensel Pozitivizmle Özşefkate Evet!. 27.02.2022, URL: <https://onedio.com/haber/nil-keskin-keles-yazio-bedensel-pozitivizmle-ozsefkate-evet-1049447>
- Mahon, C. & Hevey, D. (2021). Processing Body Image on Social Media: Gender Differences in Adolescent Boys' and Girls' Agency and Active Coping. *Front. Psychol.* 12:626763.
- Mandolessi, S. (2021). Challenging the placeless ie perorimation of pace inshe work of Forensic Architecture. *Memory Studies*, 14(3), 622-633.
- Nealon, J. (2012). *Post-Postmodernism: or, The Cultural Logic of Just-in-Time Capitalism*. Stanford University Press.
- nHmag. (2022). Sosyal Medyada Vücut İmajı Sinsiliği. Kasım 22, 2022, URL: <https://nhmag.net/sosyal-medyada-vucut-imaji-sinsiligi/>

- Nora, P. (2022). *Hafıza Mekanları*. 1. Basım, Çev. Mehmet Emin Özcan, Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Özdemir, B. & Yıldırım, G. (2019). Dijitalleşen İletişim Ortamlarında Kimlik İnşası Ve Benlik Sunumu: İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Yeni Medya Elektronik Dergi - eJNM* 3(3), 178-191.
- Pascual, K. (2020). Body Positivity and Inclusivity in Marketing Campaings. August 11, 2020, URL: <https://penji.co/body-positivity-marketing/>
- Sabah. (2022). Roza, Sosyal medyanın favori diyeti! Adeta “zehirliyor”. 04.11.2022, URL: <https://m.sabah.com.tr/roza/saglik/sosyal-medyanin-favori-diyeti-adeta-zehirliyor/amp>
- Salman, V. K. (2009). UNDERSTANDING POST-POSTMODERNISM. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (İLKE)*, Sayı 23, ss. 179-194.
- Saltık, R. (2022). Sosyal Medyada Nostaljik Hafıza Deneyimleri Olarak Throwback Paylaşımlar. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*(19), 8-37.
- Şener, S. & Yiğit, B. N. (2021). Sosyal Medyanın Gençlerin Düşünce ve Değerlerine Etkisi. *Apjir*, 5(3), 529-553.
- Tepe, S. Ö. (2019). Sosyal Medya Üzerinden Diyet Yapan Bireylerin Ortoreksiya Nervoza ve Yeme Tutumlarının Saptanması: Instagram Örneği, T.C. İnönü Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Halk Sağlığı Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Malatya.
- Uğurlu, Ö. & Yakın, M. (2015). Sosyal Medyada Kimlik Temsilinin Mekan Üzerinden Okunması: Foursquare. *İletişimde Sosyal Medya Sosyal Medyada Etkileşim* içinde, Ed. Özlem Oğuzhan, ss. 219-239, İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Queirós, A., Faria, D. & Almeida, F. (2017). Strengths and Limitations of Qualitative and Quantitative Research Methods. *European Journal of Education Studies*, 3(9): 369-387.
- Vandenbosch, L., Fardouly, J. & Tiggemann, M. (2022). Social media and body image: Recent trends and future directions. *Current Opinion in Psychology*, Volume 45.
- Vatandaş, S. (2017). Sosyal Medyanın Anlam ve Öneminin Cinsiyetler Bağlamında İncelenmesi. *Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(8), 12-24.
- Vural Yüzbaşı, D. ve Küneuroğlu, F. (2020). Öz-şefkat, sağlıklı yaşlanma ve öz-şefkate ilişkin müdahale programları. *Nesne*, 8(16), 143-157.
- Yegen, C. ve Yegen, B. (2022). (Post) Postmodernizm, Post (Post-Fordizm) Ve Kamusal Alan. *Yeni Medya, Toplum ve Kamusal Alan* içinde, ss. 587-602, Eds. Himmet Hülür & Cem Yaşın, Ütopya Yayınları: Ankara.
- YOAIR BLOG. (2022). Antropoloji: Amerika’da Fitness Kültürünün Evriminin Keşfi. URL: <https://www.yoair.com/tr/blog/anthropology-exploration-of-the-evolution-of-fitness-culture-in-america/>
- Zafer, S. (2019). Kolektif Hafıza ve Mekansal Pratiklerin Dijital İletişim Araçları Etkisinde Dönüşümü. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, Mimari Tasarım Programı Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Women and Equalities Committee Special Report. (2020) Body Image Survey Results. Published: 23 September 2020, URL: <https://publications.parliament.uk/pa/cm5801/cmselect/cmwo-meq/805/80502.htm>, The Women and Equalities Committee is appointed by the House of Commons to examine the expenditure, administration, and policy of the Government Equalities Office (GEO).