

İlahə Sultuz qızı Nəbiyeva

Bakı Dövlət Universitetinin

Psixologiya kafedrasının

fəlsəfə doktoru proqramı üzrə doktorantı

<https://orcid.org/0009-0000-6545-4116>

E-mail: psixoloq.ilaha.nabiyeva@gmail.com

[https://doi.org/10.69682/arti.2025.92\(6\).62-66](https://doi.org/10.69682/arti.2025.92(6).62-66)

GƏNCLƏRİN SOSIAL MEDIADAN İSTİFADƏSİNİN ONLARIN “GÖZƏLLİK” STANDARTLARININ FORMALAŞMASINA TƏSİRİ

İlahə Sultuz Nəbiyeva

*doctorial student in the program of philosophy of the department of Psychology of
Baku State University*

THE IMPACT OF YOUNG PEOPLE'S USE OF SOCIAL MEDIA ON THE FORMATION OF THEIR "BEAUTY" STANDARDS

Илаха Сулдуз гызы Набиева

*докторант по программе доктора философии
кафедры Психологии*

Бакинского Государственного Университета

ВЛИЯНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МОЛОДЕЖЬЮ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ ИХ СТАНДАРТОВ «КРАСОТЫ»

Xülasə. Sosial media günümüz dünyasında həyatımızın ayrılmaz bir hissəsinə çevrilmişdir. Qlobal səviyyədə 2025-ci ilin yanvar ayının statistikasına görə təxminən 5 milyarddan çox insan sosial mediadan istifadə edir ki, bu da təxminən dünya əhalisinin 63 faizini təşkil edir. İstifadəçilər isə orta hesabla gündəlik 2 saat 21 dəqiqə sosial mediadan istifadə edirlər. [1] Bu göstəricilər xüsusilə gənc nəslin sosial mediaya bağlılığının və orada təqdim olunan informasiya və mədəniyyətlərə marağının yüksək olmasını sübut edir. Bütün bunlar hamısı gənclərin özünüqiymətləndirməsinə, özünü ifadə prosesinə, öz xarici görünüşləri və imicləri ilə bağlı çox düşünməyinə səbəb olur. Araşdırmalar göstərir ki, sosial media gənclərin bədən narazılığına və özünə inamsızlığına səbəb olan əsas amillərdən biridir. Bütün bunlar hamısı yemə pozuntuları, dismorfofobiya, özgüvənin aşağı düşməsi, depressiya və digər bu kimi narahatlıqların artmasına səbəb olur. Yetişməkdə olan gənc nəsil bu baxımdan böyük risk altındadır. Bu məqalənin məqsədi gənclərin sosial mediadan istifadəsinin onların “gözəllik” standartlarının formalaşmasına təsirini psixoloji kontekstdə araşdırmaq və onun mənfi təsirlərini azaltmağa yönəlik valideynlər və mütəxəssislər üçün praktiki tövsiyələr hazırlamaqdır.

Açar sözlər: *Virtual məkan, Sosial media, şəxsiyyət, gözəllik standartları, estetik tələbat*

Abstract. Social media has become an integral part of our lives in today's world. According to statistics from January 2025, more than 5 billion people globally use social media, which is approximately 63 percent of the world's population. Users spend an average of 2 hours and 21 minutes a day on social media. [1] These figures prove that the young generation is particularly addicted to social media and is interested in the information and culture presented there. All this causes young people to think a lot about their self-esteem, self-expression, and their external appearance and image. Studies show that social media is one of the main factors that cause body dissatisfaction and self-confidence in young people. All this leads to an increase in eating disorders, dysmorphophobia, low self-esteem, depression and other such concerns. The young generation is at great risk in this regard. The purpose of this article is to examine the impact of young people's use of social media on the formation of their "beauty" standards in a psychological context and to develop practical recommendations for parents and professionals aimed at reducing its negative effects.

Keywords: *Virtual space, Social media, personality, beauty standards, aesthetic demand*

Аннотация. Социальные сети стали неотъемлемой частью нашей жизни в современном мире. Согласно статистике на январь 2025 года, более 5 миллиардов человек во всем мире пользуются социальными сетями, что составляет примерно 63 процента населения мира. Пользователи проводят в среднем 2 часа и 21 минуту в день в социальных сетях. [1] Эти цифры доказывают, что молодое поколение особенно зависимо от социальных сетей и интересуется представленной там информацией и культурой. Все это заставляет молодежь много думать о своей самооценке, самовыражении, а также о своем внешнем виде и имидже. Исследования показывают, что социальные сети являются одним из основных факторов, вызывающих недовольство телом и уверенность в себе у молодежи. Все это приводит к росту расстройств пищевого поведения, дисморфофобии, низкой самооценке, депрессии и другим подобным проблемам. Молодое поколение подвергается большому риску в этом отношении. Целью данной статьи является рассмотрение влияния использования молодежью социальных сетей на формирование у неё эталонов «красоты» в психологическом контексте и разработка практических рекомендаций для родителей и специалистов, направленных на снижение его негативного влияния.

Ключевые слова: виртуальное пространство, социальные сети, идентичность, стандарты красоты, эстетический спрос

Texnologiyanın günü-gündən inkişaf etdiyi dünyada sosial medianın gənclər arasında rolu getdikcə artmaqdadır. Sosial media gənclər arasında ünsiyyəti təmin edən ən vacib əlaqə vasitələrindən birinə çevrilmişdir. İnsanlar sosial media vasitəsilə özlərini virtual məkanda təqdim edir, yeni əlaqələr qurur və öz maraqlarını formalaşdırırlar. İlk yarandığı zamanlarda sosial media insanların öz yaxınlarını tapmaq üçün bir vasitə olsa belə, hazırkı dövrdə bu çox dəyişmişdir. İlk sosial medianın yaranmasını 1997-ci ildə www.SixDegrees.com saytının fəaliyyətə başlaması ilə götürürlər. Six Degrees özünü insanların dostlarını tapmasını asanlaşdıran bir vasitə kimi tanıtmışdı. [2] İndi sosial media iş, mağaza, elektron kitabxana, məlumat vermək, on-line görüşlər keçirmək, təhsil, xəbər ötürülməsi, sosial dəstək, moda, əyləncə bir sözlə ağılımıza gələcək bir çox sahədə çox vacib funksiyalara malikdir. Bütün bunlar hamısı sosial medianın günümüzdə hər yaş qrupundan olan insanların sosial həyatında önəmli rola sahib olmasına gətirib çıxarır.

Sosial media çağımızın ən vacib texnoloji yeniliklərindəndir. İnternetdən istifadə getdikcə artır və bu artışı içərisində sosial mediadan istifadə artışı öz növbəsində daha da artır. Morgan Stanley tərəfindən 2004-cü ildə aparılan bir araşdırmaya görə, digər rabitə vasitələri ilə müqayisədə 50 milyon istifadəçiyə çatmaq üçün radio 38 il, televiziya 13 il, internetə isə 5 il lazım olduğu müəyyən edilmişdir. [3] Bütün bunlar göstərir ki, sosial medianın bu qədər sürətli inkişafı, insanların bir çox işlərini asanlaşdırması və tez-tez yenilənə bilir olmasından qaynaqlanır. Ən sadə izahla biz sosial medianı fərdlərə heç bir zaman və məkan məhdudiyyəti

olmadan öz fikirlərini internet üzərindən ifadə etməyə imkan verən, internetin təqdim etdiyi multimedia xüsusiyyətlərindən qeyri-məhdud istifadəni təmin edən, həmçinin digər şəxslərlə qarşılıqlı fikir mübadiləsinə və bu mübadiləyə əsaslanan interaktiv mühitin mövcudluğunu təmin edən geniş əsaslı platforma kimi müəyyənləşdirə bilərik. [4] ABŞ-in rəqəmsal analitik və yazıçılarından biri olan Brian Solis qeyd edirdi ki, sosial mediadan istifadə daha da genişləncək və hər cür işin uğurlu və ya uğursuz olmasında ən başlıca elementlərdən biri olacaqdır. (The Social Media Manifesto) Onun bu sözlərində çox ciddi mənada həqiqət var. Doğrudur, virtual dünya və sosial media həyatımıza dövrümüz üçün çox vacib yeniliklər gətirmişdir ki, bunlar da öz növbəsində həyatımızı asanlaşdırmış və sürətləndirmişdir. Lakin bununla belə onun gətirdiyi bu imkanlar bəzi neqativ vəziyyətləri də öz bərabərində gətirmişdir. Bu vəziyyətlərdən daha çox təsirlənənlər isə iradəsi və şəxsiyyəti formalaşmaqda olan gənc nəsildir. Gənclər dövrün tələbinə görə sosial mediadan və onun gətirdiyi yeni mədəniyyətlərdən daha çox təsirlənirlər. Sosial mediada isə təqdim edilən mükəmməl bir həyat və qüsursuzluq mövcuddur. Bütün bunlar gənclərin daha çox diqqətini çəkir. Gənclərə təqdim edilən bu qüsursuzluq isə onların mənlilik şüurunun inkişafına, gözəlliklə bağlı ideallarına təsir göstərir.

Mövzu haqqında danışmadan öncə ilk olaraq gözəllik anlayışını tarixi, mədəni və sosial dəyərlər kontekstində analiz etmək lazımdır. Ümumiyyətlə gözəllik anlayışını izah edərkən onu su ilə metafor etmək daha doğru olar. Necə ki su hansı qaba tökülərsə onun formasına uyğunlaşdığı kimi, gözəllik də tarixin müxtəlif

dövrələrində və müxtəlif mədəniyyətlərdə fərqli fikirlər və ideyalarla xarakterizə olunurdu. Yəni gözəlliyi formalaşdıran ünsürlər ayrı-ayrı mədəniyyətlərdə və tarixin müxtəlif dövrlərində müxtəlif cür formalaşdı.

İlk olaraq tarixi prizmadan baxdığımız zaman onun şahidi olarıq ki, gözəllik ta qədimdən insanlar üçün çox vacib bir məsələ olmuşdur. Arxeoloji qazıntılar nəticəsində əldə olunan əşyalara nəzər salsaq görürük ki, əcdadlarımız tunc dövründən etibarən zinyət əşyalarından və digər bu kimi bəzək vasitələrindən istifadə ediblər. [5] Bundan başqa qədim Yunanıstanda Plato gözəlliyi “həqiqətin duyular vasitəsilə görünən forması” kimi izah edirdi. [6] Orta əsrlərdə gözəllik təvazökarlıq, təmizlik, ilahi nizam kimi dini dəyərlərlə bağlı olmuşdur. [7] İntibah dövründə isə insan bədəninin ideal nisbətləri ön plana çəkildi. Leonardo da Vinçinin yatdığı “Vitruvius Adamı” əsəri gözəlliyi riyazi və bədii ölçülərlə birləşdirən bir simvola çevirdi. Bundan sonrakı dövrlər də gözəllikdə simmetriya və dəqiqlik vacib bir kateqoriya olmaqda davam edirdi.

Bütün bunlar onu göstərir ki, tarixin bütün dövrlərində gözəllik insanlar üçün vacib olub və o müəyyən kateqoriyalarla səciyyələnirdi. Məsələn mədəni kontekstdə analiz etsək onu görürük ki, mədəniyyətlər arasında müxtəlif gözəllik standartları mövcuddur. Məsələn Afrika və Asiyada dolğun bədən quruluşu sağlamlıq simvolu hesab edilirsə, Qərb mədəniyyətində atletik bədən quruluşu daha ideal hesab edilir. Buraya saç rəngi və forması, üz quruluşu, burun və dodaq forması və digər bu kimi bir çox parametrlər aiddir. Qloballaşan dünyamızda gözəllik anlayışı müxtəlif mədəniyyətlər arasında qarışır və ümumi “qlobal standart” formalaşır, lakin eyni zamanda buna qarşı olaraq “bədən pozitivliyi” kimi hərəkətlər də bu homogenləşməyə qarşı çıxır. Bütün bu proseslər hamısı medianın güclü təsirləri altında baş verir. Bütün bu sadalanan proseslər sosial dəyərlər kontekstini də formalaşdırır. Müasir dünyada, sosial medianın bu qədər həyatımızı idarə etdiyi bir dövrdə gözəllik artıq fərdi seçimlərdən çox, kütləvi təsirin, izləyici rəylərinin və virtual dünyada olan bəyənmələrin məhsuluna çevrilmişdir. Virtual dünya insanlar üçün ideal gözəllik anlayışlarını demək olar ki, vahid bir formaya salmışdır. Bütün bu estetik cərrahiyyəyə, kosmetik prosedurlara, trenajor idman fəaliyyətlərinə, diyet proqramlarına,

fotoşop proqramlarına və sosial media filterlərinə tələbatların artması burdan qaynaqlanır.

Həyatın texnologiya fonunda irəlilədiyi bir dövrdə bu təsirlərdən kənarda qalmaq mümkün deyildir. Bundan ən çox təsirlənənlər isə yeniyetmə və gənclərdir. Sosial mediada fenomenlər, bloggerlər və influencerslər tərəfindən idealizə olunmuş şəkildə əks olunan bir həyat var. Bu isə gənclərin daha çox diqqətini çəkir. Bu maraq əslində gənclərdə fərqiində olmadan təzyiq formalaşdırır. İlk olaraq gənclər bu vizual informasiya axınına məruz qaldıqda müqayisəyə başlayır. Bu halı biz psixoloji kontekstdə L. Festingerin “Sosial müqayisə nəzəriyyəsi” ilə izah edə bilərik. Bu müqayisə onlarda qeyri-real bədən və üz gözləntiləri formalaşdırmağa başlayır ki, bu da onlarda öz imicindən narazı olmaq və bunun fonunda özünəinamın zəifləməsi halı baş verir. [8] Bununla yanaşı ideal görüntünün “arıqlıq” kimi təbliği gənc qızlarda dietə maraq formalaşdırır. Bu da öz fonunda anoreksiya, nevroitik bulimiya kimi yemə pozuntularının yaranmasına səbəb olur. [9] Bu proses oğlanlarda isə əzələ qurma davranışının yaranmasına gətirib çıxarır. Bütün bunlara qarşı olaraq sosial mediada “bədən pozitivliyi”, “bədən neytrallığı” başlığı altında bir tendensiya da formalaşmaqdadır. Bu ideyanı dəstəkləyənlər müxtəlif bədən quruluşlarını gözəlliyin müxtəlif formaları olduqlarını düşünürlər. Bir sözlə “Fərqlərimiz gözəlliyimizdir.” deyir və hər kəsin özünü olduğu kimi qəbul etməsinə təşviq edirlər.

Hazırkı dövrdə sosial media istifadəsi nəinki gözəllik anlayışının istiqamətini dəyişib, o həm də bütün istiqamətlərdə estetik görüntünü ön plana çıxarır. Bunu daha geniş izah edəcək olsaq, buraya xarici görünüş, geyimlərdən tutmuş məkan estetikasını, işıqlandırma, əşyaların yerləşməsi və digər bu kimi nüansları da qeyd edə bilərik. Bunu sadəcə dillə belə izah edə bilərik ki, əvvəl bir restorana getdiyimiz zaman bizim üçün önəmli olan restoranın ilkin olaraq bizim qida tələbatlarımızı ödəməsi idisə, indi oranın interyeri, qidaların estetik təqdim olunması da ən az qidanın keyfiyyəti qədər vacibdir. Bütün bunlar hamısı sosial medianın həyatımıza gətirdiyi yeni estetik tələbatların ödənilməsi üçün vacibdir. Bu kimi məsələlər ən çox da vloglarda öz əksini tapır. Vlog video blog deməkdir və şəxsin öz gündəlik həyat təcrübəsi və ictimai mövzularda olan çıxışlarını əks etdirir. Kənar-

dan baxdıqda gündəlik həyat görüntüsü versə belə çox vaxt bu videoların arxa planında uzunmüddətli hazırlıqlar, montajlar, filterlər və sponsorlaşdırılmış məzmun və mühit olur. Yəni əslində hər zaman heç də hər şey göründüyü kimi olmur. Bunu isə ədəbiyyatlarda yeni-yeni formalaşmağa başlayan "ördək sindromu" deyərək anlayışla ifadə edə bilərik.

Bütün bunları bir daha nəzərdən keçirdikdə deyərək bilərik ki, hazırkı dövrdə sosial media vasitələrinin insanların həyatındakı rolu artıq çox güclüdür. Bu bir tərəfdən çox yaxşıdır. Digər tərəfdən isə insanlarda virtual və real həyatda eyni zamanda öz kimliklərini əks elətdirmək tələbi formalaşdırır. Bu isə əlavə məsuliyyəti, özlərini ifadə çabasını və sosial müqayisəni də öz bərabərində gətirir. Bəli günümüz dünyasında sosial mediadan istifadə artıq zamanın bir tələbinə çevrilib. Lakin bu tələbdən necə, nə cür, hansı məqsədlərlə istifadə etmək istifadəçilərin özlərinin müəyyənləşdirməsi gərəkən bir məsələdir. Burda məsələ ilə bağlı maarifləndirici tədbirlərin təşkili çox vacib məsələdir. Unutmamalıyıq ki, dərmanı zəhərdən ayıran şey onun miqdarıdır. Sosial media da düzgün və doğru məqsədlərlə qədərində istifadə edildikdə çox güclü və faydalı bir resursdur. Bunları isə balacalıqdan etibarən uşaqlara, daha sonra isə yeniyetmə və gənclərə aşılamaq lazımdır. Bu xüsusdan ailələr və mütəxəssislər üçün aşağıdakı tövsiyələr çox vacibdir:

1. Məktəblərdə və ailələrdə maarifləndirici söhbətlər aparmaq;

2. Valideynlər və böyüklər olaraq yetişməkdə olan gənc nəsil üçün düzgün rol model olmağı bacarmaq;

3. Gənclərdə sosial media və oradakı məzmunlarla bağlı sağlam tənqidi fikir formalaşdırmaq;

4. Sosial mediada pozitiv kontent seçiminə diqqət yetirmək;

5. Ailədə və məktəblərdə gənclərin özü-nüqiymətləndirməsi və özünü müşahidəsi ilə bağlı fərqiindəlik yaratmaq və onların sosial müqayisədən daha çox özünü inkişafa zaman ayırması üçün dəstəkləyici mühit formalaşdırmaq;

6. "Rəqəmsal detoks"-un vacibliyi haqqında məlumat vermək;

7. Asudə vaxtı düzgün dəyərləndirmək və daha çox real sosial münasibətlərə və görüşlərə yönəlmək;

8. Media savadlılığını artırmaq üçün gənclərlə vaxtaşırı toplantılar təşkil etmək;

9. Gənclərlə "pozitiv bədən imici" ilə bağlı dəstək qrupları formalaşdırmaq;

10. Sonuncusu və ən önəmlisi sosial medianı gənclərin özünü inkişafı üçün istifadəsini dəstəkləmək, medianın onları istifadəsinə icazə verməmək.

Problemnin aktuallığı. Müasir dövrdə sosial medianın gənclər arasındakı rolu getdikcə artmaqdadır. Həyatın texnologiya fonunda irəlilədiyi dünyamızda media gənclərin şəxsiyyətinin inkişafına, onların özünüdərk prosesinə və gözəllik standartlarına təsir göstərir. Araşdırmalar göstərir ki, sosial media istifadəsi ilə gənclərin bədən imici və gözəllik anlayışları ilə bağlı narahatlıqları arasında müsbət korelyasiya mövcuddur. Bütün bunları nəzərə alaraq deyərək bilərik ki, mövzu gənclərin psixoloji rifahı və sağlam və real gözəllik anlayışlarının formalaşdırılması baxımından aktuallığını qorumaqdadır.

Problemnin elmi yeniliyi ondan ibarətdir ki, problemin mövzusu və orda yer alan fikirlər psixologiya elminin müasir problemlərini yeni ideyalarla zənginləşdirməsi və tarixi gözəllik anlayışı ilə yeni dövrdə yaranan gözəllik standartlarını müqayisə etmişdir.

Problemnin praktik əhəmiyyəti isə ondan ibarətdir ki, problemin mövzusu mütəxəssislər nəzəri məlumatlardan istifadə edə, mütəxəssislər, valideynlər və gənclər tövsiyələrdən yararlanı bilərlər.

Ədəbiyyat

1. https://mindjumpers.com/global-social-media-adoption/?utm_source
2. Huang Y. Supporting Meningful Social Networks: / Thesis submitted for the degree of Doctor of Philosophy) / University of Southampton. UK, Hampshire, 2009. –156 p.
3. Kara, T. ve Özgen, E. Sosyal Medya Akademisi / –İstanbul: Beta Yayıncılık, –2012. –364 s.
4. Bulunmaz, B. Otomotiv Sektöründe Sosyal Medyanın Kullanımı ve FIAT Örneği // Global Media Journal Turkish Edition, Cilt 2 - Sayı 3. 2011. –32 s.
5. Abdurrahmanov, E. Şəkinin qədim dövr qadın zinət əşyaları / Abdurrahmanov E., Xəlilova A. // Akademik tarix və düşüncə dergisi. Cilt8, sayı3, 2021. –1002-1017 s.
6. Plato / The Symposium. / Penguin Classics. 2003. –144 p.

7. Eco, U. / On Beauty: A History of a Western Idea. –London : Secker & Warburg, – 2004. – 438 p.
8. Perloff, R. M. / Social Media Effects on Young Women's Body Image Concerns: Theoretical Perspectives and an Agenda for Research // Sex Roles . 71 (11-12), – 2014. – 363-377 p.
9. Tiggemann, M. NetGirls: The Internet, Facebook, and Body Image Concern in Adolescent Girls. / Tiggemann, M., Slater, A. // International Journal of Eating Disorders, 46(6), – 2013 – 630-633 p.
10. Demir E. The mediating role of the cognitive emotion regulation strategies in the relationship between the use social media and body appreciation / Yeditepe üniversitesi yüksek lisans tezi) – İstanbul, 2023. – 108 p.
11. Kaytanoğlu H. Genç yetişkinlerde sosyal onay ihtiyacı, beden memnuniyeti ve sosyal medya kullanım amaçlarının sosyal medya bağımlılığı ile ilişkisi / İstanbul gelişim üniversitesi yüksek lisans tezi. – İstanbul, 2021. –108 s.
12. Mehmet B. Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Psikolojik Bozukluklar Arasındaki İlişki. // The Journal of International Scientific Researches, – 2018, – p.237-247.
13. PhD Suler J. İmage, word, action: İnterpersonal dynamics in a photo-sharing communities // CyberPsychology & Behavior, Volume 11, Number 5, – 2008. – p.555-560.

Redaksiyaya daxil olub: 30.09.2025