

T.C
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Psikoloji Ana Bilim Dalı
Klinik Psikoloji Bilim Dalı

**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA
KULLANIMI İLE BEDEN ALGISI VE YEME TUTUMU
ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

Suemir TERZİ

Danışman
Dr. öğr. Üyesi Necmettin AKSOY

İstanbul- 2021

TEZ TANITIM FORMU

YAZAR ADI SOYADI: Suemir TERZİ

TEZİN DİLİ: Türkçe

TEZİN ADI: Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı İle Beden Algısı ve Yeme Tutumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

ENSTİTÜ: İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

ANABİLİM DALI: Psikoloji Anabilim Dalı

TEZİN TÜRÜ: Yüksek Lisans Tezi

TEZİN TARİHİ: 25.06.2021

TEZ SAYFASI: 95

TEZ DANIŞMANI: Dr. Öğr. Üyesi Necmettin AKSOY

DİZİN TERİMLERİ: Sosyal Medya Kullanımı, Beden Algısı, Yeme Tutumu

TÜRKÇE ÖZET: Bu araştırmanın amacı, yetişkinlik dönemini kapsayan 18-30 yaş arası üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ile beden algısı ve yeme tutumu arasındaki ilişkinin incelenmesidir.

DAĞITIM LİSTESİ: 1. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne
2. YÖK Ulusal Tez Merkezine

Suemir TERZİ

T.C
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

Psikoloji Ana Bilim Dalı
Klinik Psikoloji Bilim Dalı

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA
KULLANIMI İLE BEDEN ALGISI VE YEME TUTUMU
ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Yüksek Lisans Tezi

Suemir TERZİ

Danışman
Dr. öğr. Üyesi Necmettin AKSOY

İstanbul- 2021

BEYAN

Bu tezin/projenin hazırlanmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğu, kullanılan verilerde herhangi tahrifat yapılmadığını, tezin/projenin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez/proje olarak sunulmadığını beyan ederim.

Suemir TERZİ

.....2021



İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Suemir TERZİ 'nin Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı İle Beden Algısı ve Yeme Tutumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi adlı tez çalışması, jürimiz tarafından Psikoloji anabilim dalı, Psikoloji bilim dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

İmza

Başkan _____

Dr. ögr. Üyesi Necmettin AKSOY

(Danışman)

İmza

Üye _____

Dr. Öğr. Üyesi Tuncay BARUT

İmza

Üye _____

Dr. Öğr. Üyesi Fatih BAL

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

...../..... / 20...

İmzası

Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ

Enstitü Müdürü

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, yetişkinlik dönemini kapsayan 18-30 yaş arası üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ile beden algısı ve yeme tutumu arasındaki ilişkinin incelenmesidir.

Araştırma anket yöntemiyle internet ortamında gerçekleştirilmiştir. Verilerin toplanmasında Şahin ve Yağcı (2017) tarafından geliştirilen ‘Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği’ ile Türkiye’de geçerlik ve güvenilirlik çalışması Hovardaoğlu (1993) tarafından yapılan ‘Vücut Algısı Ölçeği’ ile Savaşır ve Erol (1989) tarafından geçerlik ve güvenilirliği yapılan ‘Yeme Tutum Testi’ kullanılmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu 165’i kadın, 85’i erkek olmak üzere 250 gönüllü üniversite öğrencisi oluşturmaktadır. İnternet ortamında elde edilen veriler toplandıktan sonra bilgisayar veri tabanlı analiz programı ile (SPSS-22) çözümlenmiştir. Araştırma kapsamında kullanılan ölçeklerin güvenilir olup olmadığını belirlemek için iç tutarlılık katsayısına (Cronbach’s Alpha) bakılmıştır. Aynı zamanda kullanılan envanterlerin normal dağılım eğrisine sahip olup olmadığını belirlemek içinde çarpıklık ve basıklık değerleri ortaya konulmuştur.

Araştırmanın bulgularına göre; sosyal medya kullanımı ile yeme tutumları arasında orta düzeyde olumlu ilişki bulunmuştur. Aynı zamanda beden algısı ile yeme tutumu arasında da olumsuz düşük düzeyli anlamlı ilişki tespit edilmiştir.

Araştırmadan elde edilen sonuca göre üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı arttıkça yeme tutumları ölçeğinden alınan puanlar artmaktadır. Bu durum sosyal medya kullanımı daha fazla olan katılımcıların daha olumsuz yeme tutumlarına sahip olduklarını göstermektedir. Aynı zamanda üniversite öğrencilerinde beden algısı arttıkça olumsuz yeme tutumları azalmaktadır. Bu bulgu ise beden algısına yönelik pozitif tutum arttıkça yeme tutumlarının daha sağlıklı hale geldiğini ifade etmektedir. Fakat sosyal medya kullanımı ile beden algısı arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya Kullanımı, Beden Algısı, Yeme Tutumu.

SUMMARY

The aim of this study is to examine the relationship between the use of social media and body image and eating attitude of university students between the ages of 18-30 covering the adulthood period.

The research was carried out on the internet with the survey method. In the collection of data, the 'Social Media Addiction Scale' developed by Şahin and Yağcı (2017) and the 'Body Perception Scale', the validity and reliability study of which was conducted in Turkey by Hovardaoğlu (1993), and the 'Eating Attitude Scale' which was validated and reliable by Savaşır and Erol (1989). test' was used. The study group of the research consists of 250 volunteer university students, 165 women and 85 men. After the data obtained in the internet environment were collected, it was analyzed with a computer data-based analysis program (SPSS-22). In order to determine whether the scales used in the research are reliable, the internal consistency coefficient (Cronbach's Alpha) was examined. At the same time, skewness and kurtosis values were determined to determine whether the inventories used had a normal distribution curve. According to the findings of the research; A moderately positive relationship was found between social media use and eating attitudes. At the same time, a negative low-level significant relationship was found between body image and eating attitude.

According to the results obtained from the research, the scores obtained from the eating attitudes scale increase as the use of social media increases in university students. This shows that the participants who use more social media have more negative eating attitudes. At the same time, as body image increases in university students, negative eating attitudes decrease. This finding indicates that as positive attitude towards body image increases, eating attitudes become healthier. However, no significant relationship was found between social media use and body image.

Keywords: Social Media Use, Body Image, Eating Attitude

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
SUMMARY	ii
İÇİNDEKİLER	iii
KISALTMALAR	vi
TABLolar LİSTESİ	vii
ÖNSÖZ	x
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1.1. Problem Durumu	3
1.2. Araştırmanın Amacı	3
1.3. Araştırmanın Önemi	4
1.4. Problem Cümlesi	4
1.6. Sayıtlar	5
1.7. Tanımlar	5

İKİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL BİLGİLER

2.1. Kitle İletişim Araçları	6
2.1.1. İnternetin Gelişimi	6
2.1.2. Geleneksel Medya ile Sosyal Medya Arasındaki Farklılıklar	7
2.1.3. Sosyal Medya Tanımı	7
2.1.4. Sosyal Medya Araçları	8
2.1.4.1. Facebook	9
2.1.4.2. Instagram	10
2.1.4.3. Twitter	10
2.1.4.4. Youtube	10
2.1.4.5. Tiktok	11
2.1.5. Sosyal Medya Kullanım Amaçları	11
2.1.6. Dünyada Sosyal Medya Kullanımı	11
2.1.7. Türkiye’de Sosyal Medya Kullanımı	11
2.2. Beden ve Benlik Kavramı	12
2.2.1. Beden Algısı	13
2.2.1.1. Beden Algısını Etkileyen Faktörler	14
2.2.1.1.1. Beden Algısını Etkileyen Kişisel Faktörler	15

2.2.1.1.1.1.Yaş	15
2.2.1.1.1.2. Cinsiyet	17
2.2.1.1.1.3. Kilo (Ağırlık)	17
2.2.1.1.2. Beden Algısını Etkileyen Toplumsal Faktörler	19
2.3. Yeme Tutumları	19
2.3.1. Duygusal Yeme	19
2.3.2. Kısıtlayıcı Yeme	21
2.3.3. Dışsal Yeme	22
2.3.4. Yeme Bozuklukları	23
2.3.4.1. Yeme Bozuklarının Etiyolojisi	23
2.3.5. Yeme Bozukluklarının Sınıflandırılması	24
2.3.5.1. Anoreksiya Nervoza (AN)	24
2.3.5.2. Bulimia Nervoza (BN)	25
2.3.5.3. Tıkanırcasına Yeme Bozukluğu (TYB)	25
2.3.5.4. Pika	26
2.3.5.5. Ruminasyon (Geri Çıkarma- Geviş Getirme) Bozukluğu	26
2.3.5.6. Kaçınan-Kısıtlı Yiyecek Alımı Bozukluğu	26
2.3.6. Yeme Bozukluklarının Epidemiyolojisi	27

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

3.1. Araştırma Modeli	28
3.2. Çalışma Grubu	28
3.3. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Araçları	29
3.3.1. Kişisel Bilgi Formu	29
3.3.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ)	29
3.3.3. Vücut Algısı Ölçeği (VAÖ)	29
3.3.4. Yeme Tutum Testi	30
3.4. Verilerin Toplanması	30
3.4. Verilerin Analizi	31

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

4.1. Katılımcıların Demografik Bilgilerine İlişkin Dağılımları	32
4.2. Araştırma Değişkenlerine Ait Tanımlayıcı Analizler, Normallik Kontrolü ve Güvenirlik Testi	35
4.3. Korelasyon ve Regresyon Analizleri	36

4.4. Sosyo-Demografik Değişken Grupları Arasındaki Karşılaştırmalar	44
BEŞİNCİ BÖLÜM	
TARTIŞMA	52
SONUÇ VE ÖNERİLER	61
KAYNAKÇA	63
EKLER	73
SOSYO-DEMOGRAFİK BİLGİ FORMU	73
SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI ÖLÇEĞİ-YETİŞKİN FORMU (SMBÖ-YF)	74
YEME TUTUM TESTİ	76
BEDEN ALGISI ÖLÇEĞİ	78



KISALTMALAR

AN	: Anoreksiya Nervoza
BN	: Bulimia Nervoza
TYB	: Tıkanırcasına Yeme Bozukluğu
DSM	: Mental Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal El Kitabı
SMBÖ	: Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği
YTT	: Yeme Tutum Testi
VAÖ	: Vücut Algısı Ölçeği
TUİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
SPSS	: Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı
vd	: ve diğerleri
N	: Kişi Sayısı
F	: Frekans
%	: Yüzde

TABLULAR LİSTESİ

Tablo 4. 1 Katılımcıların Cinsiyete Göre Bilgileri	32
Tablo 4. 2 Katılımcıların Akademik Başarı Düzeylerine İlişkin Dağılımları	32
Tablo 4. 3 Katılımcıların Sınıf Düzeylerine İlişkin Dağılımları	33
Tablo 4. 4 Katılımcıların Aylık Gelir Durumlarına İlişkin Dağılımları	33
Tablo 4. 5 Katılımcıların Yaşadıkları Yere İlişkin Dağılımları	34
Tablo 4. 6 Katılımcıların Kilosundan Memnun Olmasına İlişkin Dağılımları	34
Tablo 4. 7 Katılımcıların Yaşlarına Dair Bulgular	35
Tablo 4. 8 Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı İle Beden Algısı ve Yeme Tutumları Arasındaki İlişkiye Dair Normallik Kontrolü ve Tanımlayıcı Analizi	35
Tablo 4. 9 Araştırmada Yer Verilen Değişkenlere Ait Madde ve Güvenirlik Değerleri	36
Tablo 4. 10 Üniversite Öğrencisi Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımları, Beden Algısı ve Yeme Tutumları İle Alt Boyutları Arasındaki İlişki	37
Tablo 4. 11 Üniversite Öğrencisi Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımı ve Alt Boyutları İle Beden Algısı Arasındaki Çoklu Regresyon Analizi	40
Tablo 4. 12 Üniversite Öğrencisi Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımı ve Alt Boyutları İle Yeme Tutumu Arasındaki Çoklu Regresyon Analizi	40
Tablo 4. 13 Üniversite Öğrencisi Katılımcıların Yeme Tutumu ve Alt Boyutları İle Beden Algısı Arasındaki Çoklu Regresyon Analizi	41
Tablo 4. 14 Üniversite Öğrencisi Katılımcıların Yeme Tutumu ve Alt Boyutları İle Sosyal Medya Kullanımı Arasındaki Çoklu Regresyon Analizi	42
Tablo 4. 15 Üniversite Öğrencisi Katılımcıların Beden Algısı Düzeyi İle Sosyal Medya Kullanımı Arasındaki Basit Regresyon Analizi	43

Tablo 4. 16 Üniversite Öğrencisi Katılımcıların Beden Algısı Düzeyi İle Yeme Tutumu Arasındaki Basit Regresyon Analizi	43
Tablo 4. 17 Kadın ve Erkek Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımı, Beden Algısı ve Yeme Tutumları İle Alt Boyutları Arasındaki İlişkiler	44
Tablo 4. 18 Sınıf Düzeyine Göre Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımı, Beden Algısı ve Yeme Tutumları İle Alt Boyutları Arasındaki İlişkiler	46
Tablo 4. 19 Aylık Gelir Düzeyine Göre Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımı, Beden Algısı ve Yeme Tutumları İle Alt Boyutları Arasındaki İlişkiler	48
Tablo 4. 20 Katılımcıların Kilolarından Memnun Olma Düzeylerine Göre Sosyal Medya Kullanımı, Beden Algısı ve Yeme Tutumları İle Alt Boyutları Arasındaki İlişkiler	50

EKLER LİSTESİ

EK –A Sosyo-Demografik Bilgi Formu

EK –B Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği - Yetişkin Formu (SMBÖ-YF)

EK –C Yeme Tutum Testi



ÖNSÖZ

Bu çalışmanın yürütülmesi sırasında büyük katkılarından dolayı danışmanım Dr. Öğretim Üyesi Necmettin AKSOY'a eğitim ve kariyer hayatımda her daim destek olan aileme teşekkür ederim.

Suemir TERZİ

İstanbul - 2021

GİRİŞ

Bilgi çağıyla beraber internet kullanımı neredeyse her hanede hızla yayılmakta ve yaşamın her alanında kullanılmaktadır. Özellikle Covid-19 pandemisiyle beraber yaşam koşullarının değişmesi kişiler arası iletişimde internet ve sosyal medyanın daha fazla etkin olmasına neden olmuştur. Pandemi nedeniyle getirilen kısıtlamalar eğitim, alışveriş, ticaret, çalışma, iletişim gibi tüm yaşamsal faaliyetlerin internet üzerinden yapılmasını zorunlu kılmıştır. 2000'li yıllardan itibaren kullanımı yaygınlaşan ve ekonomik hale gelen internet ile yeni bağlantı kurma yolları ve boş zamanı değerlendirme alışkanlıkları meydana gelmiştir.

Akıllı telefonlarda internet erişimin çok kolay olması ve işletim sistemlerinin gelişmesiyle sosyal ağlar yaşamın vazgeçilmez parçaları haline gelmiştir. Youtube, Twitter, Instagram, Tiktok ve Facebook gibi sosyal medya uygulamaları ile birbirini tanıyan veya tanımayan insanlar arasındaki çok hızlı bir iletişim ağı kurulmaktadır. Öyle ki Tiktok üzerinden paylaşılan içeriklerin günlük ortalama 1 milyar izlenmesi söz konusudur (Erol ve İstikbal, 2020).

Beden algısı erken dönemde bebek ile bakım veren arasındaki ilişki ile birlikte gelişmeye başlayan ve çocuğun büyümesiyle beraber bilişsel gelişime paralel olarak şekillenen bir kavramdır. En genel tanımı ile beden algısı kişinin kendi beden parçalarına ve onların işlevlerine karşı olumlu/olumsuz duyguların bir sonucudur. Kişi bedeni hakkında yaptığı değerlendirmeler sonucu bir algıya ulaşır. Bu algı içinde kişinin hem bedenine hem de benliğine dair karmaşık bir değerlendirme yer alır (Aslan, 2004). Kişinin sahip olmak istediği görünüm ise ideal benlik algısı olarak tanımlanmaktadır. Sahip olunan beden algısı ile ideal beden arasındaki uyumsuzluk ne denli fazlaysa kişi bedeninden o derece memnuniyetsiz olmaktadır. Bedene karşı duyulan memnuniyetsizlik ise benlik saygısı başta olmak üzere kişiliğin birçok alanını olumsuz yönde etkilemektedir (Wardle ve Foley, 1989).

Yeme davranışı sadece fizyolojik açlığı gidermenin ötesinde bir durumdur. Yeme davranışı esnasında duygusal, sosyal, bilişsel ve motor alanlarda birçok yapı devreye girmektedir. Bu nedenle kişi her zaman açlığını gidermek adına yemek yeme davranışında bulunmayabilir. Özellikle duygusal yeme adı verilen davranış şeklinde kişi yaşadığı duyguların yoğunluğu ile baş etmek adına yemek yemeyi tercih

edebilmektedir (Değirmenci, 2006). Bunun yanı sıra özellikle çarpık beden algısına sahip kişilerin kısıtlayıcı tipte yeme davranışında bulunduğu görülebilmektedir. Kişi çok az miktarda besin alarak ideal bedenine kavuşmayı arzular ancak bu tip bir yeme tutumuna sahip kişilerin daha fazla tıknırcasına yeme atağı geçirdiği bildirilmektedir (Mason vd., 2006).

Yapılan bilimsel araştırmalar kişinin ideal beden arzusuyla ya da baş edemediği duygulanımlarıyla yanlış yeme tutumlarına sahip olabileceğini göstermektedir. Günümüz çağında sosyal medya kullanımının yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline gelmesi ve paylaşılan içeriklerin ideal vücudun ince olduğu yönünde mesajlar içermesi beden algısı ve yeme tutumu davranışlarına etki etmektedir. Bu araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı beden algısı ve yeme tutumu arasındaki ilişki ortaya konulması amaçlanmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1.1. Problem Durumu

Sanal ağlar üzerinden sağlanan iletişimin merkezinde sosyal medya uygulamaları yer almaktadır. Örneğin Instagram uygulamasının şuan için 854 milyon kullanıcısı vardır. Bu veri Instagram üzerinden paylaşılan bir içeriğin aynı anda milyonlarca kişiye ulaşabileceğini göstermektedir. Sosyal medya uygulamalarının etki alanlarının bu denli geniş olması, bu etkilerin araştırılmasını zorunlu kılmıştır. Sosyal medya uygulamaları üzerinden takipçilere ulaştırılan beden algısı içerikleri bu etkilerden birini oluşturmaktadır. Sosyal medya uygulamaları her ne kadar bilgiye ulaşmayı kolaylaştırırsa da, sosyal ilişkilerden uzaklaşma, yalnızlaşma ve ideal beden algısı gibi bazı problemleri de beraberinde getirmiştir.

İdeal bedene ulaşmak için kişilerin en sık uyguladığı yöntemlerden biri yeme davranışlarına yönelik değişimlerdir. Obezite de dahil olmak üzere tüm yeme bozuklukları günümüz dünyası için ciddi bir halk sağlığı problemidir. Artan yeme bozukluklarının kitlesel iletişim araçlarına maruz kalma ile ilişkili olduğu düşünülmektedir (Derenne ve Beresin, 2006). Gerek geleneksel gerekse sosyal medya ağlarında ince vücudun ideal vücut olduğuna dair paylaşılan içerikler kullanıcıların algısının bu yönde gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Obezite görülme sıklığındaki artışa paralel olarak sosyal medyada, diyet mesajları ve gerçekçi olmayacak kadar ince görünümdeki modellerin tanıtımını yapan çok sayıda reklamlara ve paylaşımlara maruz kalınmakta ve toplumun beklentileri olarak kadınların inceliği sıklıkla vurgulanmaktadır. Bir bireyin bedeniyle ilgili yaptığı karmaşık, çok boyutlu bir zihinsel temsil kavramı olarak tanımlanan beden algısı ise, kadınlarda, erkeklerle karşılaştırıldığında, vücut şekillerini ve ağırlıklarını olumsuz yönde deneyimleme olasılıkları daha yüksektir (Dumas ve Desroches, 2019). 357 gönüllü ile yürütülen bir araştırmada sosyal medya hesaplarını daha fazla kontrol eden katılımcıların kendilerini mankenler, ünlüler ve akranlar gibi diğer kişilerle karşılaştırma sıklığının daha fazla olduğu tespit edilmiştir (Wallis, 2015).

1.2. Araştırmanın Amacı

Gelişen teknoloji ve değişen yaşam koşulları alışkanlıkları da farklılaştırmaktadır. Son yıllarda akıllı telefonlar üzerinden internet kullanımının kolaylaşması ve yüz yüze

iletişimin yerini sosyal medya uygulamalarına bırakması bazı değişimleri de beraberinde getirmiştir. Her geçen gün daha da artan sosyal medya kullanımının insan üzerinde ne gibi değişimlere neden olduğu bilimsel araştırmalara konu olmuştur. Bu araştırmada yetişkinlik dönemini kapsayan 18-30 yaş arası üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ile beden algısı ve yeme tutumu arasındaki ilişkinin incelenmesini amaçlanmaktadır.

1.3. Araştırmanın Önemi

Üniversite yılları kişinin yetişkinliğe adım attığı, yakın ilişkileri deneyimlediği ve bir meslek doğrultusunda derinlemesine bilgi aldığı dönemdir. Bu nedenle yetişkinlik alışkanlıklarının oluşmasında önemli bir yere sahiptir. Artan sosyal medya kullanımı ile üniversite öğrencilerinin sosyal medya içeriklerine gün içinde çok fazla maruz kaldıkları bilinmektedir. Günümüz moda dünyasının kusursuz güzellik algısı doğrultusunda geliştirdiği paylaşımlar yoğun olarak sosyal medya üzerinden kullanıcılara ulaştırılmaktadır. Bu nedenle sosyal medya kullanımının kişinin beden algısını ve yeme tutumunu etkilediği düşünülmektedir. Bu araştırma ilgili değişkenler arasındaki ilişkinin istatistiksel analizler doğrultusunda ortaya koyulması ve ilgili literatüre katkı sağlaması açısından önem arz etmektedir.

1.4. Problem Cümlesi

Araştırmanın problem cümlesi ‘üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ile beden algısı ve yeme tutumları arasında ilişki var mıdır?’ şeklindedir. Bu kapsamda aşağıdaki alt problemler incelenecektir:

- Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımları ile beden algısı ve yeme tutumları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
- Sosyo-demografik değişkenler (cinsiyet, sınıf düzeyi, kilo memnuniyeti ve aylık gelir) ile sosyal medya kullanımı, yeme tutumu ve beden algısı arasında anlamlı ilişki var mıdır?

1.5. Sınırlılıklar

Bu araştırma İstanbul Gelişim Üniversitesinde öğrenim gören, 18-30 yaş arası 250 katılımcının verdiği yanıtlar ile sınırlıdır.

Araştırmada toplanan veriler kullanılan beden algısı ölçeği, yeme tutum testi ve sosyal medya kullanım ölçeğinden elde edilen yanıtlar ile sınırlıdır.

1.6. Sayıtlar

Araştırmaya katılım sağlayan kişilerin verdikleri yanıtlarda dürüst ve samimi oldukları, kullanılan veri toplama araçlarının ise ölçtüğu özellikler bakımından geçerli olduğu varsayılmaktadır.

1.7. Tanımlar

Sosyal Medya: İnternet ağı üzerinden kişilerin içerik paylaşımında bulunduğu bir iletişim kanalıdır. Youtube, Twitter, Instagram başta olmak üzere küresel çapta kullanılan birçok sosyal medya uygulaması mevcuttur (Erol ve İstikbal, 2020).

Beden Algısı: Kişinin bedenine dair duyduğu olumlu ve olumsuz tüm duyguları ve değerlendirmeleri içeren kavramdır. Gerçek, ideal ve sunulan olmak üzere üç farklı beden algısı türü mevcuttur. Gerçek beden kişinin sahip olduğu fiziksel özellikleri, ideal beden sahip olmak istediği bedeni, sunulan beden ise çeşitli yöntemlerle bedenini nasıl sunduğunu ifade etmektedir (Temel, 2005). Beden algısına yönelik alınan puanların yükselmesi, kişinin bedenine karşı daha olumlu bir tutum içinde olmasını ifade etmektedir.

Yeme Tutumu: Kişinin beslenmeye dair tüm düşünce, duygu ve davranışlarını içeren kavramdır. Yemeye dair geliştirilen normal veya anormal tüm davranışlar yeme tutumu eğilimlerinin sonucudur (Arkonaç, 2008). Yeme tutumu anketinden alınan puanların yükselmesi kişinin yeme tutumlarının daha sağlıklı olmasını ifade etmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL BİLGİLER

2.1. Kitle İletişim Araçları

İletişim insanlık tarihi boyunca var olmuştur. Her dönemde insanlar birbirinde haberdar olmak, istek, duygu ve düşüncelerini paylaşabilmek için iletişim halinde kalmışlardır. Gelişen teknoloji iletişimin de gelişmesini ve değişmesini sağlamıştır. Gelişmiş cihazlar ve internet teknolojisi sayesinde iletişim çok hızlı ve kolay hale gelmiştir. Aynı anda çok geniş kitlelere gazete, televizyon, radyo, telefon, bilgisayar gibi cihazlarla ve internet aracılığıyla ulaşılmıştır (Kocadaş, 2004).

Kitle iletişim araçları aracılığıyla insanlar toplumsal, ekonomik, kültürel, siyasi meseleler, vb. konularda yaşanan gelişmelerden haberdar olmaktadır. Kitle iletişim araçları; haber ve bilgi sahibi olmada, toplumsal değerleri almada, toplumun eğitim düzeyini arttırmada, kültürlerin gelişmesinde ve toplumu eğlendirmede katkı sağlar (Toruk, 2008).

2.1.1. İnternetin Gelişimi

İnternet, gelişen teknoloji içinde küresel çapta haberleşmeye imkan tanıyan bir ürün ve iletişim ağıdır. Özellikle son yıllarda teknolojiye hızlı gelişmeler ve internet bağlantısının akıllı telefonlar aracılığıyla çok kolay şekilde kurulması internetin erken yaşta ve yaygın olarak kullanılmasını sağlamıştır. İnternet; mail yoluyla haberleşmek, gazete okumak, sosyal medyada gezinmek ve paylaşımlarda bulunmak, banka işlemleri, alışveriş yapmak, filmler izlemek, oyun oynamak gibi amaçlar için kullanılmaktadır (Zorbaz, 2014). Türkiye İstatistik Kurumu 2017 analizlerine göre interneti aktif olarak kullanan bireylerin oranı %66,8 olmuştur. Son 1 yılda bilgisayarların ve İnternetin kullanım oranları 16 ile 74 yaş grubundaki erkeklerde %65,7 ve %75,1 iken, kadınlarda bu oran %47,7 ve %58,7 olmuştur. Bir başka veri Türkiye’de her on hanenin sekizinde internet erişiminin olduğu yönündedir (TÜİK, 2018).

2.1.2. Geleneksel Medya ile Sosyal Medya Arasındaki Farklılıklar

Geleneksel ve sosyal medya arasındaki en temel fark iletişim tek yönlü veya çift yönlü olmasıdır. Geleneksel medyada haber kaynağından halka doğru tek yönlü bir iletişim söz konusu iken sosyal medyada karşılıklı etkileşim fırsatı mevcuttur. Sosyal medya da aktif kullanıcı profili vardır, geleneksel medya da ise pasif konumda sadece dinleyen, okuyan ve izleyen bir kitle vardır. Geleneksel medya da zaman ve mekan sınırlaması vardır. Sosyal medya da ise her zaman ve her yerde erişim sağlanabilmektedir. Geleneksel medyanın gelişimi çok uzun yıllar sürerken, sosyal medyanın gelişimi hızlı bir şekilde hala devam etmektedir (Çakmak, 2018).

2.1.3. Sosyal Medya Tanımı

Yaklaşık 20 yıl öncesine kadar haberleşme için kullanılan yaygın medya araçları gazete, televizyon ve radyo olarak sıralanmaktaydı. Günümüzde ise anlık gelişmelerin çok hızlı bir şekilde takip edildiği iletişim araçları twitter, instagram, whats app, tiktok, youtube ve facebook gibi uygulamalardır. Sosyal medya uygulamaları üzerinden kurulan etkileşim diğer araçlara kıyasla çok daha hızlı ve ekonomiktir. Bu nedenle sosyal medya uygulamaları internetin yapıtaşlarından biridir (Demir, 2016).

İnternet erişiminin kolaylaşması ve kullanım sıklığının artması sosyal medya kullanım oranlarını da arttırmaktadır. İleriki dönemlerde internet kullanımının çok büyük bir oranının sosyal medya üzerinden olacağı düşünülmektedir. Sosyal medya uygulamaları sayesinde internet çağı altın devrini yaşamaktadır. İletişim alandaki bu farklılaşma sosyalleşme tanımına da yeni bir boyut kazandırmaktadır. Öyle ki gelinen noktada devlet yetkilileri dahi önemli resmi açıklamaları twitter ve instagram gibi sosyal mecralarda yapmaktadır. Zaman ve mekan sınırlaması olmadan çok hızlı şekilde bilgi paylaşımı yapılabilmesi sosyal medya uygulamalarının herkes için cazip bir seçenek olmasını sağlamaktadır. Türkiye’de en çok ziyaret edilen internet sayfalarının aylık ortalamasını belirten şekil aşağıdaki gibidir (Erol ve İstikbal, 2020).

Web Sitesi	Kategori	Aylık Trafik (Milyon Kişi)	Ziyaret Zamanı
Google.com	Arama	2.266,0	9 dakika 12 saniye
YouTube.com	Video akışı	723,1	25 dakika 1 saniye
Facebook.com	Sosyal medya	423,7	8 dakika 52 saniye
Google.com.tr	Arama	219,1	8 dakika 15 saniye
Twitter.com	Sosyal	193,9	10 dakika 57 saniye
Instagram.com	Sosyal	169,8	8 dakika 46 saniye

Şekil 1: Türkiye’de En Çok Ziyaret Edilen İnternet Sayfalarının Ayık Ortalaması

Kaynak: Erol ve İstikbal, 2020.

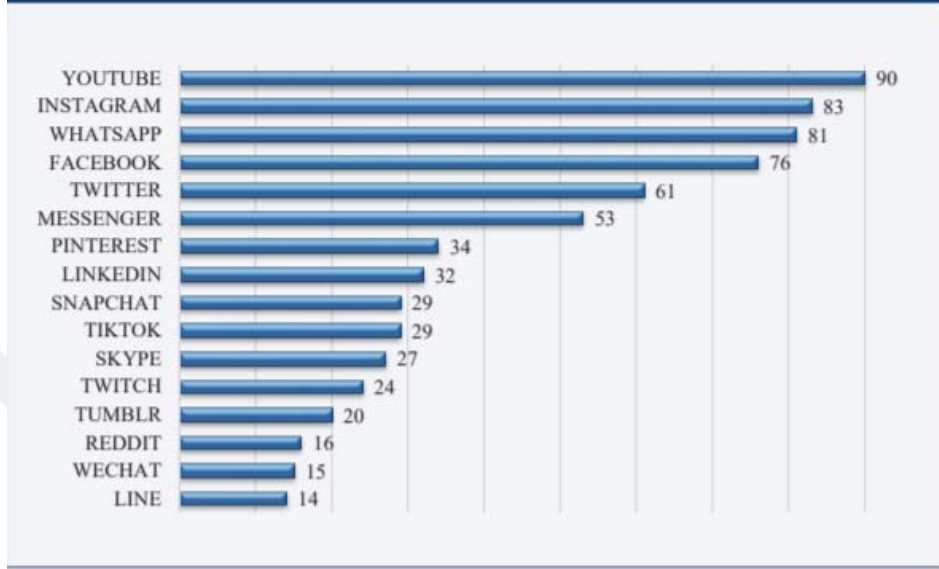
Tektaş (2014)’a göre, sosyal web sitelerinin ortak özellikleri şunlardır;

- Kişisel profiller: Birçok sosyal web sitesi kullanıcılardan kendi profillerini oluşturmasını ister.
- Online bağlantı sağlama: Birçok sosyal web sitesi diğer insanlarla iletişim kurmanız için sizi teşvik eder.
- Online iletişim gruplarına katılım: Sosyal web siteleri insanların çeşitli iletişim gruplarına katılımına olanak sağlar.
- Online bağlantılar ile iletişime geçme: Çevrimiçi bağlantı özelliği ile birçok sosyal web sitesi kişilerin birbirleriyle bağlantılar kurma imkânı verir.
- İçerik paylaşımı yapma: İnsanlara yazıları, fotoğrafları, müzikleri, videoları gibi paylaşmak istedikleri şeylerin paylaşım olanağını sağlama.
- Düşünce ve yorum imkânı sağlama: Kullanıcıların düşünce ve yorumlarını kullanmalarına olanak sağlama.
- Bilgilere ulaşım: Birçok sosyal web sitesi insanların kolayca bilgi edinmesini sağlamaktadır.
- Kullanıcıları tutma: Sosyal web siteleri kullanıcılarını uzun süre boyunca sitede tutmak için çeşitli imkânlar sağlamaktadır.

2.1.4. Sosyal Medya Araçları

Digital 2020 Turkey verilerine göre Türkiye’deki internet kullanıcıların %90’ı Youtube, yüzde 83’ü Instagram, yüzde 81’i WhatsApp, yüzde 76’sı Facebook, yüzde 61’i Twitter, yüzde 53’ü Facebook Messenger kullanmaktadır. Aşağıda yer alan

şekilde görüldüğü gibi listenin ilk beş sırasının Batı menşeli sosyal medya platformları domine etmiştir. Çin menşeli sosyal medya platformlarından TikTok'u Türkiye'deki internet kullanıcılarının yüzde 29'u, WeChat'i ise yalnızca yüzde 15'i kullanmaktadır. Türkiye'deki internet kullanıcılarının sosyal ağ kullanımı konusunda ağırlıklı olarak Batılı sosyal medya araçlarını tercih ettikleri görülmektedir.



Şekil 2: Türkiye'de Sosyal Medya Kullanım Oranları

Kaynak: Digital Turkey, 2020.

2.1.4.1. Facebook

Küresel çapta kullanıcısı olan ilk sosyal medya uygulaması olan Facebook 2004 yılında Mark Zuckerberg tarafından geliştirilmiştir. Türkiye'de ise 2007 yılı itibariyle ilk kullanıcılar oluşmaya başlamıştır. Bu uygulamayı kullanan kişiler kendi özelliklerini yansıtan bir profil oluşturup tercih ettikleri kişilerle iletişim kalabilirler. Aynı zamanda kişi istemediği kişilerin profilini görmemesi için engelleme yapma imkanına da sahiptir. Ülkemizde yürütülen bir araştırmada 613 katılımcının sosyal medya tercihleri incelenmiştir. Elde edilen verilere göre %42,4'lük bir oranla en çok kullanılan uygulama Facebook olmuştur (Kürkçü, 2016). Günümüzde elde edilen veriler ise en çok kullanılan uygulamanın Youtube olduğunu göstermektedir (Digital 2020 Turkey).

2.1.4.2. Instagram

Instagram, Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından kurulan ve günümüzde oldukça yaygın kullanıma sahip olan bir sosyal medya aracıdır kurmuştur. Instagram kullanıcıların fotoğraflarını filtreleyerek kullandığı, güncellemeler paylaştıkları yeni bir iletişim alanıdır. Fotoğrafların dışında videoların da kaydedildiği bir mecraadır. Instagram’da fotoğraflar belgelenebilir, yorumlanabilir, insanlarla iletişim kurulabilir (Türkmenoğlu, 2014).

Instagram uygulaması ürün ve hizmetlerin pazarlanması ve ticaret alanında da kullanım sağlayan bir uygulamadır. Kullanıcılar içinde e-ticaret ile satış yapan, ürün ve hizmetlerinin reklamlarını vererek kendini tanıtanlar da yer almaktadır. Bu yönüyle Instagram adeta bir sosyal medya pazarı olmuştur. 2020 yılı itibariyle küresel çapta 854 milyon kullanıcısı olan uygulamanın 2023 yılında 1 milyar kişiye ulaşması beklenmektedir (Erol ve İstikbal, 2020).

2.1.4.3. Twitter

Twitter 140 karakter yazım limiti olan, diğer kullanıcıların attıkları twitleri takip etme olanağı sağlayan bir iletişim platformudur. 2009 yılındaki verilere göre Twitter kullanıcı sayısı 41 milyondan fazladır. Verilere göre 2018 yılında dünyada her gün atılan twit sayısı toplam 500 milyon, her gün aktif olarak Twitter kullanan kullanıcı sayısı 100 milyondur. Twitter kullanıcılarının yaş aralıklarına baktıklarında ise, kullanıcıların %37’si 18-29 yaş aralığında, %25’lik dilimdeki kullanıcı yaş aralığı ise 30-49 dur (Aslam, 2018).

2.1.4.4. Youtube

Youtube kullanıcılarına video paylaşımı yapma, paylaşılan videoları izleme imkânı sağlayan bir sosyal ağ platformudur (Bedir, 2016). İlk olarak Chad Hurley, Steve Chen ve Jawed Karim tarafından 2005 yılında kurulmuştur. Youtube’ a günde 65.000 video yüklemesi olmakta ve her gün 100 milyon civarında da video izlenmektedir (Karataş, 2012). Güncel veriler en sık kullanılan sosyal medya uygulamasının Youtube olduğunu göstermektedir.

2.1.4.5. Tiktok

Kişilerin çektikleri videoları takipçileri ile paylaşarak etkileşimde bulunduğu Tiktok uygulamasının yaklaşık 800 milyon aktif kullanıcısı bulunmaktadır. Tiktok uygulaması dünya çapında kullanıcısı olan en popüler yedinci sosyal ağıdır. Tiktok aynı zamanda Whats App ve Messenger dışında en çok indirilen oyun dışı uygulama olma özelliğine sahiptir. Dünya üzerindeki Tiktok kullanıcıları günlük 1 milyar izlenme sağlanmaktadır (Erol ve İstikbal, 2020).

2.1.5. Sosyal Medya Kullanım Amaçları

Günümüzde dünyadaki insanların büyük bir çoğunluğu, diğerleriyle iletişim kurmak, kendi yaşantısından paylaşımlar yapmak, yeni fikirler edinmek, vakit geçirmek gibi nedenlerle sosyal medya araçlarını kullanmaktadır. Akıncı Vural ve Bat'ın (2010) üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı araştırmaya göre; öğrencilerinin birçoğunun internette geçirdiği zamanın genel olarak sosyal ağlarda geçirdiğini, en çok kullanılan sosyal ağ sitesinin de facebook olduğu ve en sık kullanım amacının da “zaman geçirmek” olduğu bulunmuştur. Bir diğer araştırmaya göre de yaklaşık 587 üniversite öğrencisinin katıldığı araştırmada öğrencilerin çoğunun “sosyal medyayı gündemi takip etmek, iletişim kurmak, resim, dosya gibi araçları paylaşmak ve sosyalleşmek” için kullandığı bulunmuştur (Özen vd., 2018). Solmaz ve arkadaşlarına (2013) göre ise, 500 üniversite öğrencisinin katıldığı araştırma sonucunda öğrencilerin %69'u her gün sosyal ağları kullandığı tespit edilmiştir.

2.1.6. Dünyada Sosyal Medya Kullanımı

Yapılan istatistiksel bir analize göre 2018 yılında dünya nüfusunda sosyal medya kullanımı yüz milyondan fazla büyümüş ve mart ayında neredeyse 3,3 milyara ulaşmıştır. Sosyal medya kullanıcılarının yaş aralığı incelendiğinde ise dünya nüfusunun %34'üne denk gelen kullanıcılar 18-34 yaş aralığındadır (Kemp, 2018). Bu araştırmada en yaygın kullanılan sosyal medya uygulaması Facebook iken günümüzde Youtube'dur.

2.1.7. Türkiye'de Sosyal Medya Kullanımı

Türkiye, sosyal medya kullanımı açısından dünya genelinde beşinci sırada gelmektedir. Statista adlı internet sitesinin istatistiksel analizine göre; Türkiye'de sosyal

medya kullanımını nüfusun %63 ünü oluşturmakta ve en çok kullanılan sosyal medya siteleri olarak ta Youtube, Facebook ve Whatsapp olduğunu raporlamıştır (Statista, 2017). Türkiye’de yapılan bir araştırmada, 20-26 yaş aralığındaki 100 öğrenciye yapılan anket sonucuna göre öğrencilerin %89’u her gün mutlaka internete girdiğini ve %69’u da en az 1-3 saat internette çevrimiçi olduğunu belirtmiştir (Çalışır, 2015).

2.2. Beden ve Benlik Kavramı

İnsan bedenine yapılan yorumlar ve tanımlamalar en az insanlık tarihi kadar eskidir. Beden, ruhsallığın evi ve mekanı olarak nitelendirilir. Bu nedenle beden her zaman bilim insanları için anlama ve araştırma konusu olmuştur (Eke, 2013).

Benlik kavramı kişinin kendini tanımladığı, kendine dair hissettiği duyguları içeren oldukça kompleks bir kavramdır. Öyle ki benlik kavramı kişinin kendini değerlendirmesini içeren bir yargı olduğu için aynı zamanda davranışların da belirleyicisi olabilmektedir. Adams (2015) benliği kişinin yaşantılar sonucunda elde ettiği bilişsel bir yapı olarak tanımlamaktadır. İnsan yavrusu anne karnındaki yaşamından itibaren diğer insanlarla etkileşim içindedir. Yaşam boyu devam eden bu etkileşimle kişi, çevresindeki insanların duygu ve düşüncelerini gözlemler ve özümser. Bu özümseme sürecinde benliğin inşası da gerçekleşir. Benliğin inşası sırasında gelişen bilişsel şemalarla kişi kendine dair bir algı oluşturur. Şemaların özelliği kişinin yaşanılan olaylar karşısında hızlıca tepki vermesini sağlamaktadır. Benlik şemaları da yaşanılan olaylara verilen tepkileri şekillendirerek kişilik fenomenini yaratır. Sağlıklı bir benlik algısı için kişinin kendini onaylayan, yapabileceklerinin ve yapamadıklarının farkında olan bir şema sisteminin olması gerekir.

Bireyin kendine özgü özelliklerden memnun olup olmaması oldukça öznel bir yaşantıdır. Sahip olunan özellikler ve imkanlar benlik algısını şekillendirmekte ancak kişinin vardığı yargılar tamamen kendi deneyimlerine dayanmaktadır. Bu nedenle benlik kavramının statik bir yapılanma olmadığı söylenebilir. Kişinin kendine dair algısı benliğine duyduğu saygıyı da oluşturmaktadır. Benliğinden memnuniyet duyan kişilerin daha yüksek benlik saygısına sahip oldukları bilinmektedir. Düşük benlik saygısına sahip olan kişiler ise potansiyellerini çoğu zaman göz ardı ederek hedeflerini aşağıda tutarlar. Bu kişilerin özellikle sosyal ortamlarda görünür olmaktan rahatsızlık duydukları gözlenmektedir. Aynı zamanda başarılarını küçümseme, başarısızlıklarını

ise abartma eğilimindedirler. Benlik saygısı birçok psikolojik kavram ile yakından ilişkilidir. Yapılan bazı araştırmalar yeme bozuklukları, alkol ve madde kullanımı, depresyon ve intihar eğilimi gibi birçok ciddi psikopatolojinin düşük benlik saygısı ile ilişkili olduğunu öne sürmektedir (Öngören, 2015).

2.2.1. Beden Algısı

Beden algısı üç farklı kavram altında incelenmektedir. Bunlar gerçek beden, ideal beden ve sunulan bedendir. Bu kavramların detayları şu şekildedir:

- **Gerçek beden:** Kişinin sahip olduğunu fiziksel yapıyı ve bedeni ifade eder. Gerçek beden oluşmasında genetik ve çevresel faktörler etkili olmaktadır. Kişinin boyu, kilosu, beden kitle indeksi gibi objektif olarak ölçülebilen verileri içerir (Temel, 2005).
- **İdeal beden:** Kişinin bazı müdahalelerle, çaba sarf ederek bedeninin tamamını veya bir kısmını istediği ölçüde şekillendirmesidir. İdeal beden en genel tanımı ile kişinin sahip olmak istediği formdur. İdeal beden imajının oluşmasında ebeveyn tutumları, moda, medya, diğer kişilerin yorumları, kültür ve eğitim gibi birçok değişken etkili olmaktadır. Doğuştan itibaren kişinin bedeni ile ilgili yapılan yorumlar, özümşenen toplumsal normal bilinç dışında bir ideal beden imajı oluşmasına zemin hazırlar. Gerçek beden ve ideal beden arasındaki fark ne denli fazlaysa kişinin bu durumdan etkilenme derecesi o kadar fazla olabilmektedir. İdeal bedene dair algı tamamen öznel bir değerlendirmedir (Temel, 2005).
- **Sunulan (ortaya konan) beden:** Bedenin sunulması ideal beden algısı üzerinden gerçekleşir ve kişi eğer bu noktada kararlıysa cerrahi operasyonlarla ideal bedenine ulaşmaya çalışır. Sunulan beden bazen kıyafet ve makyaj gibi daha basit uygulamalarla gerçekleşirken bazen çok ciddi ve tehlikeli ameliyatlara girişilebilir. Kişi bedeni üzerinde yaptığı şekillendirmelerle daha fazla dikkat çekmek ve daha iyi hissetmek arzusu içindedir. Bazen sunulan bedenle yeni bir stil ve statü sahibi olma arzusu da söz konusu olabilmektedir. Toplumsal normal, kültür ve modadan en çok etkilenen yine sunulan bedendir (Krishen and Worthen, 2011).

Beden algısına dair günümüzde yapılan araştırmaların birçoğu gerçek beden ve ideal beden arasındaki ilişkiye odaklanmaktadır. Özellikle günümüz koşullarında sosyal medya kullanımı ile beden sunumuna dair paylaşımlar ideal beden gerçek bedenden uzaklaşmasına neden olmaktadır. İnternet üzerinden yapılan haberlerin içeriklerinde bedene vurgu yapılması, ünlü kişilerin zayıflama ve güzellik önerilerinin ön planda tutulması, ünlü markaların temsilciliğini yapan kişilerin toplumun çoğunda bulunmayan beden ölçülerine sahip olması takip eden kişileri etkilemektedir. Kişinin sahip olduğu gerçek beden ile ideal bedeni arasındaki uçurum farklı problemleri de beraberinde getirebilmektedir. Bedeninden memnuniyet duymayan kişilerin benlik saygıları da olumsuz yönde etkilenebilmektedir. İdeal bedene kavuşmak için sarf edilen çaba bazen çok uç noktalara evrilerek zihinsel ve bedensel hastalıklara yol açabilmektedir (Akt. Canpolat, 2003). Gerçek ve ideal beden arasındaki fark en fazla kilo problemlerinde gözlenmektedir. Öyle ki objektif olarak ideal kiloda olan bireyler kendini çok kilolu algılayarak sağlıksız yeme davranışları geliştirebilmektedir. Bu durum kişinin bedenine yönelik geliştirdiği çarpık bilişsel süreçlerle ilgilidir.

arpık beden algısı ile ilgili gelinen en son nokta cerrahi girişimlerdir. Bazı durumlarda kişi fark edilebilir bir problem olmasa bile cerrahi operasyonla uzuvlarında farklılık yaratma isteği içinde olmaktadır. Hatta bazı durumlarda yapılan cerrahi müdahaleler tekrarlanmakta, kişi elde ettiği görüntüden memnuniyet duymamaktadır. Gerçek beden, ideal beden ve sunulan beden arasındaki uyum ve denge kişinin sağlıklı bir zihinsel yapıya sahip olması ile ilgilidir (Akt. Canpolat, 2003).

2.2.1.1. Beden Algısını Etkileyen Faktörler

Bedene yüklenen anlam, verilen değer ve bedene yönelik algı yaşamın her evresinde ruh sağlığı üzerinde etki eden durumlardandır. Beden algısıyla ilgili yapılan çalışmalar özellikle ergenlik ve genç yetişkinlik dönemlerinde kişi bedene yönelik zihinsel bir meşguliyet içindedir ve nasıl görüldüğü konusunda daha hassastır (Canpolat, 2003; Demir, 2006). Özellikle günümüz dünyasında sosyal medya ve diğer internet ağlarının kişilerin günlük yaşamlarında ciddi bir yer kaplaması beden algısına etki eden faktörlerin güncellenmesini sağlamıştır. Buna göre kişinin beden algısına etki eden kişisel faktörler kadar toplumsal faktörler de oldukça önemlidir. Kişinin yaşi, cinsiyeti

gibi bireysel özellikleri dışında medyada sunulan örtük mesajlar ve toplumsal kabuller de beden algısı üzerinde etkilidir (Kalafat, 2006).

2.2.1.1.1. Beden Algısını Etkileyen Kişisel Faktörler

2.2.1.1.1.1.Yaş

Beden, yaşam boyunca sadece birey için değil toplum için de önemli bir varlıktır. Doğumla beraber bebek çevresindeki insanlarla kurduğu fiziksel ve duygusal etkileşimle bedeninin farkına varmaya başlar ve bir algı oluşturur. Özellikle erken dönemde bakım veren ile bebek arasında kurulan ilişkide fiziksel temas son derece önemlidir. Bakım verenin bebeğe hangi duygularla temas ettiği, bağlanma ilişkisinin nasıl geliştiği bebeğin kendine ve bedenine yönelik algısını şekillendirmektedir (Bowlby, 1973). Bakım verenin dışında çocuk için önemli olan diğer bireylerin yaklaşımı da beden algısının şekillenmesinde son derece önemlidir. Küçük yaşlarda aile bireyleri çocuğun ruhsal gelişimi için çok önemliyken okul çağı ve ergenlikle birlikte akranlarla kurulan etkileşim ön plana çıkmaya başlamaktadır.

Oktan ve Şahine'e (2010) göre bedene yönelik algının bilişsel anlamda somutlaşması 3 yaş civarına denk gelmektedir. 3 yaşında çocuğun kız ve erkek ayrımını yapmasıyla bedene yönelik farkındalık şekillenmeye başlar. Sonraki süreçte ise çocuk için okul çağı başlar ve bu dönemde akran ilişkileri ruhsal gelişim için çok değerlidir. Okul çağı çocuklarının birbirlerinin bedensel farklılıklarını keşfetmesi bazen akran zorbalığını da beraberinde getirebilmektedir. Özellikle şişman, çok kısa veya çok uzun boylu gibi özelliklere sahip olmak çocuklar arasında zorbalık konusu olabilmektedir. İlişkide die getirilen bu bedensel farkındalık çocukların kendilerine yönelik bir değerlendirme içine girmesini sağlar. Özellikle günümüz koşullarında çocukların çok fazla ekran kullanması beden algısını etkileyebilmektedir. Çizgi filmlerde sunulan beden figürleri ve örtük mesajlar, çocukların birbirleri ile kurduğu etkileşim ve çağın koşulları çocukların beden algısı inşasında etkili olmaktadır. Bazı durumlarda ilkokul çağında bedene yönelik ciddi takıntılar gözlenebilmektedir.

Kişinin kilosundan duyduğu rahatsızlıktan ötürü yetersiz beslenme yoluna gitmesi çocukluk ve ilk ergenlik yıllarında dahi görülebilmektedir. İzmir'de yürütülen bir araştırmada farklı gelir düzeylerine sahip öğrencilerin beslenme durumları incelenmiştir. Buna göre farklı gelir düzeylerinde olan öğrencilerin anlamlı bir

çoğunluğu diyet yaptığını ifade etmiştir. 12-16 yaş aralığındaki 736 öğrenci ile yürütülen araştırmada 530 öğrenci kendisini kilolu olarak algıladığını bildirmiştir. Öğrencilerin içinde kilosundan memnun olmayanlar çoğunlukla kızlardır (Siyez, 2006).

Ergenlik dönemi hem fiziksel hem de ruhsal gelişim açısından kırılmalı ve hassas bir dönemdir. Ergen, bedeninde meydana gelen değişimlere ve yoğun duygulanıma adapte olmaya çalışarak kimliğini inşa etme çabası içindedir. Ancak değişimlerin çok hızlı gerçekleşmesi kimi zaman ergen için oldukça zorlayıcıdır.

Harter (1998)'a göre ergenlik döneminde benliğin gelişimi için üç aşama söz konusudur. Buna göre 11-13 yaş civarında ergenler benliğinin değişmeye başladığını fark eder ancak bu farklılık çatışma yaratacak kadar hızlı ve yoğun değildir. 14-16 yaşlarına gelindiğinde ise yaşanan fiziksel ve duygusal değişimler, bireyin olmak istediği ve olduğu kişi arasındaki çatışmalar artar. Bu durum ergenin kaygı yaşamasına, farklı ortamlarda farklı davranışlar sergilemesine, akranların dikkatini çekmek için yöntemler denemesine neden olabilir. Bu dönemde akranların görüşleri ergen için çok değerlidir. Arkadaşlarının beğenisi kazanmak ve göz önüne olabilmek için bedeni üzerinde farklılıklar dener, kendiliğini bulmaya çalışır. Daha sonraki yıllarda bu çatışmalar yerini dingin bir yapıya bırakır. Kişi artık kendiliğinin ne olduğunu ve ne olması gerektiğini fark eder. Bedende ve zihinde meydana gelen bu durağanlık kişinin kaygısının azalmasını sağlar (Harter, 1998).

Ergenlik döneminin en yoğun zihinsel uğraşı beden görünümü üzerinedir. Çocukluk döneminin bitmesiyle bilişsel gelişimin soyut düzleme ilerlemesi, ergenin başkalarının düşünceleri ile ilgili olan uğraşını ve kendi bedenine yönelik algısını arttırmaktadır. Bu süreç ergenin başkalarının gözünde nasıl görüldüğünü üzerine yoğunlaştığı, beğenilmek arzusuyla uzun saatler harcadığı dönemdir. Cinsel gelişimin de hız kazanmasıyla beraber özellikle karşı cinsle karşı daha çekici görünebilmek ergen için son derece önemlidir. Bu dönemde kendi bedenini olduğu gibi kabul eden, kendinden memnun olan ve akranları ile iyi ilişkiler geliştirebilen ergenlerin benlik saygısı da o yönde artacaktır. Ergenlik döneminde aşılması gereken bu gelişim görevi sayesinde kişi yetişkinliğe sağlıklı bir adım atabilmektedir. Yetişkin yaşamda kendi bedenini seven ve kendine saygı duyan bir kendilik için çocukluk ve ergenlik dönemi yaşantıları oldukça önemlidir (Alpaslan, 2012).

2.2.1.1.1.2. Cinsiyet

Cinsiyet değişkeni beden algısı üzerine yapılan çalışmalarda önemli bir değişken olarak görölmektedir. Yapılan alışmalar kadın cinsiyetteki bireylerin erkeklere kıyasla beden algısı üzerine daha fazla yoğunlaştıklarını göstermektedir. Kadınların bedenlerine yönelik dikkati erkeklerden daha erken gelişmekte ve kadınlar için bedeninin nasıl sunulduğu daha fazla önem taşımaktadır (Harter, 1998; Öngören, 2015).

Kadınların erkeklere kıyasla beden algısına yönelik uğraşlarının daha fazla olması bilişsel yapı farklılıkları ve kültürel değerlerle açıklanmaktadır. Özellikle kadınların bedenlerinden memnun olmama durumlarının erkeklere kıyasla daha yüksek olması özellikle toplumsal beklentilerle yakından ilişkilidir. Ataerkil toplumlarda kadınların erkekleri etkileme gibi rolleri olması bedene yönelik dikkati de arttırmaktadır. Bununla beraber iç yaşamında kadınların iyi görünmesine yönelik zorunluluklar da beden algısını etkilemektedir. Örneğin kilolu olmak kadınlar için hem iç hem de özel yaşamada daha fazla etiketlenmeye neden olan sebeplerden biridir. Bunun yanı sıra çok küçük yaşlardaki kız çocukları bile zayıf olmak için diyet yapmaya çalışmaktadır. Erken yaşlarda benimsenen toplumsal cinsiyet rolleri kişinin yetişkinlik düşüncelerini de etkileyebilmektedir (Güzel, 2013).

Beden algısının kadınlar tarafından daha fazla ciddiye alınmasının en önemli etkenlerinden biri kitle iletişim araçlarıdır. Sosyal medya fenomenlerinin giydikleri kıyafetler ve bakım ürünleri ile ilgili internet adresi paylaşmaları, filtreler aracılığıyla bedene kusursuz bir görünüm kazandırmaları takip eden kişileri etkilemektedir. Aynı anda çok fazla kişiye erişme olanağı ise medyanın bu konuda güçlü konuma gelmesini sağlamaktadır. Öyle ki sosyal medya üzerinden yapılan paylaşımlar kişinin cerrahi operasyonlara dahi karar vermesinde önemli bir değişken olmaktadır. Plastik cerrahi ameliyatlarına dair öncesi ve sonrası fotoğrafların paylaşılması ideal beden arzusunu tetiklemektedir (Oktay ve şahin, 2010).

2.2.1.1.1.3. Kilo (Ağırlık)

Günümüz dünyasının en önemli sağlık sorunlarından biri yeme bozuklukları ve obezitedir. Gelişmiş fast food yemek zincirleri ve yaşam koşulları beslenme alışkanlıklarını da değiştirmiş, beden kitle indeksinde artışa neden olmuştur. İdeal kilonun üzerinde olmak fiziksel sağlık kadar sosyal açıdan da yaşamı etkilemektedir.

Sağlıksız gıdalara kolay erişim kişilerin stresle baş etmede yemek yemeyi bir strateji olarak kullanmasına olanak hazırlamıştır. Bu durum beden algısına yönelik hassasiyetin artmasına ve bazı ruh sağlığı problemlerine zemin hazırlamaktadır (Atik ve Örtten, 2008; 18).

Yeme alışkanlıkları toplumsal kabullerle yakından ilişkilidir. Örneğin Türk toplumunda bebeklerin kilolu olması, çok yemek yemeleri hoş karşılanan bir durumdur. Aynı zamanda çocukların oyalanması için sağlıksız besinlerle geçiştirilmeleri de oldukça sık gözlenen ebeveyn davranışları arasındadır. Çocukların küçük yaşlarda kilolu olmaları hoş karşılanan bir durumken ergenlikte bu durum eleştiri kaynağı olmaktadır. Bu tezatlık ergenin yıllar süren alışkanlıkları ve şimdi karşılaştığı durumun çatışmasına neden olmaktadır. Bazı durumlarda ergenin bedenine yönelik eleştiriler somut eylemlere dönüşür. Ebeveynler ergen çocuklarını spor faaliyetlerine kaydettirmek ve diyetisyen desteği almak gibi somut adımlar atarak kilolu bedeni eleştirirler. Hem ebeveynler hem de kültürel kabuller açısından ergenin kilolu olması başarısız ve çirkin olmakla eş tutularak benlik saygısına darbe vurur (Atik ve Örtten, 2008; 18-19).

Sosyokültürel mesajların halka iletilmesinde en büyük kaynak kitle iletişim araçlarıdır. Medyada geniş bir izleyici kitlesi bulan yayınlarda yer alan baş rol kadınların zayıf, bakımlı ve çekici bir görünüme sahip olmaları, başarılı kadının bu koşulları sağlaması gerektiği mesajını vermektedir. Verilen bu mesajlar izleyicilerin ideal beden algılarını farklılaştırmakta gerçek beden algıları ile arasındaki uçurumu daha da büyütmektedir. Gerçek beden ve ideal beden arasındaki bu uyumsuzluk depresyon, anskiyete, yeme bozuklukları gibi birçok psikopatolojiyi tetiklemektedir. Olumsuz beden algısının kişinin özgüvenine olumsuz etkide bulunması depresif belirtilerin ortaya çıkmasına ve kişinin kendini ortaya koymasından çekinmesine neden olabilmektedir. Beden algısı çarpıklığında geline en son nokta ise anoreksiya ve bulimia nevroza gibi ölümcül nitelikte sonuçları olan psikopatolojilerdir (Atik ve Örtten, 2008; 19).

Yapılan bir araştırma tedavi olmak için başvuruda bulunan obezite hastalarının ruhsal durumları incelenmiştir. Elde edilen verilere göre hastaların %42'sinde en az bir psikolojik rahatsızlığın belirtileri mevcuttur. Ayrıca obezite ve farklı bir hastalık nedeniyle tedavi gören hastalar karşılaştırıldığında, obezitesi olan bireylerin beden algılarında daha fazla farklılık ve daha fazla depresif belirti gözlenmiştir. Aynı

zamanda bu kişilerin psikososyal açıdan yeterince aktif olmadıkları da elde edilen bulgular arasındadır (Deveci vd., 2005).

2.2.1.1.2. Beden Algısını Etkileyen Toplumsal Faktörler

Kişilerin beden algısının oluşmasında bireysel faktörlerin yanı sıra toplumsal faktörler de ciddi ölçüde etkide bulunmaktadır. Kişi doğduğu andan itibaren içinde bulunduğu toplumun kabullerini aile, sosyal çevre ve medya aracılığıyla benimser. Bu nedenle toplumsal değerlerden bağımsız olarak bireyi ele almak yetersiz bir yaklaşım olmaktadır. Buna göre ailevi, kültürel ve yöresel tüm özellikler kişinin benlik gelişiminde önemli bir yere sahiptir. Kilolu olmaya dair toplumsal tanımlamalar, atasözleri; medyanın kurgusal yayınları, cerrahi operasyonlara dair tanıtımlar ve güzellik algısı ile ilgili haberlerin medyada sıkça yer alması gibi birçok etken kişinin zihnindeki beden imajının şekillenmesinde pay sahibidir (Değirmenci, 2006).

Beden algısına yönelik toplumsal çapta çalışmalar ve değişimler kişilerin algılarını da etkilemektedir. Bedenin bir kimlik olarak görülmesiyle beraber bedensel özelliklere farklı toplumsal atıflar yapılmıştır. Özellikle batı toplumlarının geliştirdiği moda dünyasındaki zayıf bedenli kadın günümüzde varılacak bir başarı merdiveni olarak görülmektedir. Zayıf olma idealine ulaşmada çok çaba sarf eden kadınlar objektif anlamda istedikleri hedefe ulaşırsalar bile bedenlerine karşı istedikleri memnuniyeti duymayabilir. Bu noktada bilişsel çarpıtmalar ön plana çıkmakta ve psikiyatrik müdahale gerekli hale gelebilmektedir. Demir (2006) tarafından yapılan bir çalışmada katılımcıların çoğunun uluslararası standartlarla belirlenmiş kilo değerlerinin güzelliği yansıtmadığını düşündüklerini bildirmişlerdir. Çoğu kişi sağlıklı kilo değerleri aralığında olmayı memnun edici bulmamakta ve daha zayıf olmak istemektedir. Bununla birlikte ergenlerin diyet yapmaya başlamasında görsel ve yazılı medyanın %63,8, akranların %44,8 ve ailelerin %32,1 oranında etkili olduğu bildirilmiştir.

2.3. Yeme Tutumları

2.3.1. Duygusal Yeme

Duygusal yeme, fizyolojik bir açlık ihtiyacından değil duygulara yanıt olarak yeme eğilimi anlamına gelmektedir. Duygusal yeme davranışı sergileyen kişi yaşadığı

durum ve olaylar karşısında hissettiği duygularla yemek yiyerek baş etmeyi tercih etmektedir (Polat, 2020).

Tehlike, bireyi bir savaş ya da kaç reaksiyonuna hazırlamak ve böylece açlığı bastırmak için tasarlanmış fizyolojik reaksiyonlara sahip hiperaktif hipotalamik-hipofiz-adrenal eksen ile ilişkilidir. İştahsızlık ve kilo kaybı, sıkıntıya verilen tipik adaptif tepkiler olduğundan, duygusal yemenin bu doğal olmayan tepkisinin, yaşamın erken dönemindeki olumsuz yetiştirme deneyimlerinin bir sonucu olduğu görüşü öne sürülmüştür. Erken olumsuz deneyimlerin, strese duyarlı nörobiyolojik sistemler üzerinde kalıcı etkilere sahip olduğu ve hipotalamik-hipofiz-adrenal eksenin hiperaktivasyonundan ziyade hipoaktivasyonuna -artan gıda alımı gibi ters nörovejetatif stres semptomları ile birlikte- yol açtığı gösterilmiştir (Polat, 2020: 173).

Duyguların yemek yemeye olan etkisi sıklıkla araştırılan bir konu olsa da hangi duygunun yemek davranışlarını ne yönde etkilediği net olarak açıklanamamış değildir. Yapılan bir çalışmada öfke, korku ve mutsuzluğun yeme davranışı üzerine etkileri incelenmiş ve deneklerin öfkeli ve neşeli iken korku ve mutsuzluk haline göre daha fazla açlık hissettikleri bildirilmiştir (Macht, 1999). Başka bir çalışmada ise anksiyete, depresyon ve öfke durumlarının yemek yeme davranışını arttırdığına dair bulgular elde edilmiştir. Araştırmalara göre kişi duyguların yoğunluğu ile baş edebilmek için yemek yeme davranışına yönelmektedir (Topçuoğlu, 2013). Bununla birlikte neşe ve mutluluk gibi coşkulu durumlarda da daha fazla yemek yeme davranışı duygusal yanıt olarak tercih edilebilmektedir (Yücel, 2020).

Yapılan çalışmalarda, daha fazla duygusal yemenin daha yüksek BKİ, daha fazla kilo alımı ve artan kilo dalgalanması ile ilişkili olduğunu bildirilmiştir. Birinci basamak sağlık hizmeti örneğinde duygusal yemeyi inceleyen bir çalışmada, obezite tanılı hastaların yaklaşık %50'sinin duygusal yemeye sahip olduğu bildirilmiştir (Akt. Yücel, 2020).

Duygusal yeme davranışı sadece kilolu ve obez bireylerde görülmemektedir. Kilosu normal veya normalin altında olan kişilerde de duygusal yeme davranışına rastlanılabilmektedir. Her iki cinsiyetten 15'er normal sınırın altında, normal ve aşırı kilolu toplam 90 katılımcı ile yapılan bir çalışmada, normal sınırın altında kilolu bireylerin mutluluk, rahatlık, kendine güven gibi daha çok olumlu duygulanım

sonrasında; diğer grupların ise üzgünlük, kızgınlık, endişe, can sıkıntısı gibi olumsuz duygulanımlar sonrasında duygusal yeme davranışı gösterdikleri belirtilmiştir (Geliebter ve Aversa, 2003). Farklı bir araştırmada ise beden kitle indeksinin duygusal yeme davranışı için belirleyici bir değişken olmadığı bildirilmiştir (Nguyen-Rodriguez vd., 2008).

Aşırı kilolu veya obez olan bireylerle yapılan çalışmalar tıkinircasına yeme bozukluğu (TYB) tanısı almış hastaların kontrol grupları ile kıyaslandığında daha fazla duygusal yeme davranışında bulduklarını göstermektedir. Tıkinircasına yeme atağı, duygusal yeme davranışı ve sahip olunan yeme bozukluğunun şiddeti arasında ilişki olduğu öne sürülmektedir (Wiedemann, Ivezaj ve Barnes, 2018: 41). Zeeck ve arkadaşlarının (2011) TYB tanısı olan hastalar ile TYB tanısı olmayan obezite tanılı hastalar ve normal kilolu bireyleri karşılaştırdığı bir çalışmada, bir tıkinircasına yeme atağından önce en fazla bildirilen duygunun öfke olduğu; yalnızlık, tiksinti, bitkinlik ve utanç duygularının da sıklıkla tıkinircasına yeme davranışına yol açtığını bulunmuştur.

Tıkinircasına yeme bozukluğu tanısı almış ve kilo verme isteği ile birinci basamak sağlık hizmetlerine başvuran 131 obez/aşırı kilolu hasta ile yürütülen çalışmada, katılımcıların en sık duygusal yeme davranışını can sıkıntısı nedeniyle yaptıkları bildirilmiştir. Bu hasta grubunda duygusal yeme sıklığı oldukça fazlayken, can sıkıntısının yanı sıra üzüntü, yalnızlık, mutluluk, kaygı gibi farklı durumlarda da yemek yemeye başvurdukları gözlenmiştir. Bu katılımcılar yeme davranışlarını duygusal yanıt olarak sergilemektedirler (Wiedemann, Ivezaj ve Barnes, 2018: 41).

2.3.2. Kısıtlayıcı Yeme

Kısıtlayıcı yeme, kişinin kilosunu kontrol altında tutmak amacıyla tükettiği besinleri bilinçli olarak kısıtlama davranışını ifade etmektedir (Polat, 2020: 176).

Sürekli kısıtlayıcı yeme davranışı olan kişilerin tam başarıya ulaşamama nedenlerinden birinin, bu kısıtlama sürecinde meydana gelen tıkinircasına yeme atakları olduğu düşünülmektedir. Kısıtlama modeli, tıkinircasına yemeyi açıklamak için kullanılan başka bir modeldir ve tıkinircasına yemenin, çeşitli duygusal, bilişsel ve fizyolojik yollarla kalori kısıtlaması yani diyet kısıtlaması ile ilişkili olduğunu vurgulamaktadır. Kısıtlanan yiyeceklerin zamanla zihni meşgul ettiği ve böylece kişiyi cezbediği ifade edilmektedir. Ayrıca, diyet kurallarını ihlal eden veya lezzetli

yiyeceklerin varlığı gibi diyetle başarılı bir şekilde devam edemeyeceğine inanan bireyler diyet kısıtlamasını geçici olarak sona erdirmeyi seçebilirler. Artan iştah ve açlık ya da gıdaların görünüşünün, kısıtlayıcı yeme davranışı olan kişilerde tıknırcasına yemeye neden olabileceğini öne sürmektedir. Karşı düzenleme (counter regulation) kavramı bu durumu, diyet yapan bireyin normal koşullarda diyetine ya da yeme kısıtlama davranışına sadık kalabilirken, strese yol açan bir durumla karşılaştığında normalde tüketilebileceğinden daha fazlasını tükettiği şeklinde açıklamaktadır (Topçuoğlu, 2013).

Kısıtlama modeli ile ilgili yapılan araştırmalar incelendiğinde şöyle bir tezat göze çarpmaktadır. Diyet ile kısıtlı miktarda yiyecek alımı yapan kişilerde tıknırcasına yeme atağı daha fazla gözlenmektedir. Bu durum kişinin yeme davranışını kısıtlaması ile atak içine girdiğini göstermektedir (Topçuoğlu, 2013). Tıknırcasına yeme davranışı sergileyen 54 üniversite öğrencisi kadın ile yürütülen bir araştırmada duygulanımdan bağımsız olarak daha fazla kısıtlamada bulunanların daha fazla tıknırcasına yeme atağı geçirdikleri gözlenmiştir (Mason vd., 2016). Bir başka araştırmada ise tıknırcasına yeme bozukluğu tanısı olan ve olmayan kişiler kıyaslanmıştır. Elde edilen veriler tıknırcasına yeme ve duygusal yeme arasında anlamlı bir ilişki olduğunu destekler niteliktedir (Masheb ve Grilo, 2006).

2.3.3. Dışsal Yeme

Dışsal yeme, tat, koku, görünüş gibi besinlerle ilgili dışsal uyarlardan etkilenecek açlık/tokluk hissinden bağımsız olarak yemek yeme eğilimi şeklinde tanımlanmaktadır (Polat, 2020: 178).

Dışsal yemede kişinin açlık ve tokluk ayrımının yanlış değerlendirildiği ileri sürülmektedir. Obezite tanısı almış bireylerin normal kilodaki bireylerle kıyaslandığında, yiyeceklerin kokusu, tadı ve dış görünüşleri gibi dışsal uyarılara daha duyarlı oldukları gözlenmektedir. Bu duyarlılığın yeme davranışını arttıran bir etken olduğu düşünülmektedir. Bununla birlikte dışsal yemenin fizyolojik açlıkla da ilişkili olabileceği düşünülmektedir. Yapılan bir araştırmada aç olan katılımcıların yeme davranışları anketinde dışsal yeme alt boyutundan daha fazla puan aldıkları ancak duygusal ve kısıtlayıcı yeme alt boyutlarında anlamlı bir farklılık olmadığı gözlenmiştir (Evers vd., 2011).

549 kadın katılımcı ile yürütülen bir araştırmada duygusal ve dışsal yemenin birlikte görüldüğü ve tabloya genellikle depresif duygulanımın eşlik ettiği bildirilmiştir. Bununla birlikte dışsal ve duygusal yeme davranışı olan kişilerin dürtüselliğinin daha yüksek olduğu, aleksitimik belirtiler gösterdikleri ve duygularını düzenlemekte güçlük çektikleri de bildirilmiştir (Quwens vd., 2009).

2.3.4. Yeme Bozuklukları

DSM-4 yeme bozukluklarını anoreksiya nervoza (AN), bulimia nervoza (BN) ve başka türlü adlandırılmayan yeme bozukluğu (bunlar; tıkanırmasına yeme bozukluğu, gece yeme bozukluğu ve diğer atipik yeme bozuklukları) olarak 3 kategoride değerlendirmiştir. DSM-5 ise yeme bozukluklarını değerlendirirken çocuklar ve bebekler için olan tanıları da değerlendirmeye katarak, yeme bozukluklarını daha geniş kategorilerde ele almaktadır. DSM-5'e göre yeme bozuklukları; anoreksiya nervoza, bulimia nervoza, tıkanırmasına yeme bozukluğu, pika, ruminasyon, kaçınan-kısıtlı yiyecek alımı bozukluğu, tanımlanmış diğer beslenme ve yeme bozuklukları ve tanımlanmamış beslenme ve yeme bozuklukları olarak farklı kategorilerde değerlendirilmiştir. Tipik olmayan anoreksiya nervoza, az sıklıkta ve kısıtlı sürelerde görülen bulimia nervoza, gece yeme sendromu ve çıkarma bozukluğu, tanımlanmış diğer beslenme ve yeme bozuklukları kategorisinde değerlendirilirken, hastanın semptomları adı geçen bozuklukların hiçbirinin kriterini karşılamadığında ve semptomların belirgin olmadığı durumlarda tanı, tanımlanmamış beslenme ve yeme bozuklukları kategorisinde değerlendirilmektedir (Morrison, 2016).

2.3.4.1. Yeme Bozuklarının Etiyolojisi

Gelişimsel Faktörler: Yeme bozuklukları belirtilerinin sıklıkla ergenlik dönemi başlangıçlı olması durumun gelişimsel özelliğine vurgu yapmaktadır. Ergenlik dönemindeki bireyin kimlik arayışı içinde olması, aile ve akranlarla ilişkisel problemler yaşayabilmesi, cinselliğe dair merakı ve bundan dolayı duyduğu suçluluk duygusu gibi birçok çatışma yeme bozukluklarının ortaya çıkmasında risk faktörü olarak değerlendirilmektedir (Önal Sönmez, 2017).

Bedendeki ve düşlemsel kapasitedeki meydana gelen değişim ergenin kaygı yaşamasına neden olmaktadır. Bu dönemde ergen kendini ne artık çocuk gibi hissetmektedir ne de bir yetişkin gibi. Bu karmaşa ergenin kontrol sağlayabileceği bir

alan olan bedene yönelmesini ve duygusal dışavurumlarını beden üzerinden sergilemesini sağlamaktadır (Gürdal Küey, 2008).

Cinsiyet: Yeme bozuklukları ve cinsiyet ilişkisine dair yapılan araştırmalar kadınlarda yeme bozukluklarına daha fazla rastlandığını ileri sürmektedir. Erkeklerde görülme oranı daha az olarak bildirilmekle beraber konuya ilişkin araştırmaların yeterli düzeyde olmadığı bilinmektedir. Yeme bozukluklarının kadın cinsiyette daha fazla görülmesi ise sosyokültürel özellikler nedeniyle kadınlara yüklenen rollerin daha ağır olması ile ilişkilendirilmektedir. Kadın bedeni üzerinden kurgulanan kusursuz güzellik algısı yeme davranışlarına etki etmektedir. Psikanalitik açıdan bakıldığında ise erken dönemdeki anne kız ilişkisi çatışmalarının depresif durum ve yeme bozukluklarına neden olabileceği düşünülmektedir (Arıca vd., 2011).

Genetik Faktörler: Yeme bozuklukları vakalarına bakıldığında, vakaların ailelerinin çoğunda kilo problemlerine ya da yeme bozukluklarına rastlandığı görülmüştür (Önal Sönmez, 2017).

Psikolojik Faktörler: Erken dönemde yaşanan beslenme ve yeme bozuklukları, kişilik özellikleri, özellikle kendi hayatını kontrol etme becerisini kazanamamış kişilerde ve benlik saygısı düşük kişilerde yeme bozuklukları görülme oranının arttığı görülmüştür (Siyez, 2006).

Psikososyal Faktörler: Kadın bedeni üzerinden yürütülen moda çalışmaları kusursuz ve ince görümlü kadınları yüceltmektedir. Çekici kadın olabilmek için ince ve kusursuz olmak gerektiğine dair yapılan bu algı, kadınların zihinsel uğraşlarını bu yöne çekmektedir. Bu sebeple yeme bozukluklarının modern toplumlara özgü güncel bir hastalık olduğu düşünülmektedir. Buradan hareketle yeme bozukluğunun toplumsal değişimin yarattığı bir psikopatoloji olduğu öne sürülebilir (Bilgin, 2016).

2.3.5. Yeme Bozukluklarının Sınıflandırılması

2.3.5.1. Anoreksiya Nervosa (AN)

Anoreksiya nervosa (AN) hastanın kilosunun oldukça az olmasına rağmen kendini şişman hissettiği, zayıf olmak adına çeşitli sağlıksız yöntemler denediği yeme bozukluklarından biridir. AN'de göze çarpan ilk detay hastanın bedenine yönelik çarpık bir algı içinde olduğudur. Bu nedenle kilo almaktan çok korkmakta ve

yiyeceklerini kısıtlamaktadır. Kilo almamak için yapılan sağlıksız yöntemler arasında aşırı egzersiz, kendini kusturma, laksatif kullanımı, çok az yemek yeme gibi durumlar yer almaktadır. Bu hastaların yediklerini çıkarmasından ötürü diş problemleri yaşamaları da oldukça sık gözlenmektedir. Beden kitle indeksinin normalin altına düşmesiyle beraber kadınlar regl görmeme ve farklı fizyolojik rahatsızlıklar da oluşabilmektedir. Öyle ki bu durum hastanın yaşamının sonlanmasına bile neden olabilmektedir. Anoreksiya nervozanın kadınlarda görülme sıklığı erkeklere kıyasla oldukça yüksektir (Morrison, 2016).

2.3.5.2. Bulimia Nervozada (BN)

Bulimia nervozada (BN) hastalar en az haftada bir defa olmak üzere en az 3 ay boyunca birden fazla kez tıkanırcasına yeme ve çıkarma davranışı gösterirler. Bir öğünde yemeleri gereken normal miktardan çok daha fazla miktarda yiyeceği hızlı bir şekilde, genellikle de yalnız başlarına yerler. Yeme davranışının ardından aldıkları yiyecekleri kusma veya lavman yoluyla çıkarırlar. Bu tipik davranışların dışında aç kalma ve aşırı fiziksel egzersiz yapma gibi davranışlar görülebilir. Beden algıları kendilerini ortaya koymada önemli bir kriterdir, ancak AN'den farklı olarak şişman dahi olsalar bedenlerini olduğu gibi algırlar. Çarpık bir beden algısı bu bozuklukta görülmez. Bulimik vakalarda aşırı zayıflık söz konusu olmadığı için hastane yatışları eşlik eden başka hastalık yoksa pek söz konusu değildir (Morrison, 2016).

2.3.5.3. Tıkanırcasına Yeme Bozukluğu (TYB)

Tıkanırcasına yeme bozukluğu olan hastalarda haftada en az bir şekilde fizyolojik açlıktan bağımsız olarak normal bir kişinin yiyebileceğinden çok daha fazla miktarda besin hızlı bir şekilde alınmaktadır. Kişi çok hızlı şekilde ve aşırı miktarda besin aldığı için ağrı ve suçluluk duygusu hisseder. Bu bozukluğu anoreksiya ve bulimiadan ayıran durum ise uygunsuz dengeleyicilere başvurulmamasıdır. Hasta aldığı besinleri telafi etmek adına kusma, spor yapma veya laksatif kullanma gibi yöntemlere başvurmaz (Morrison, 2016).

Tıkanırcasına yeme bozukluğunu duğu durum bozuklukları ve diğer yeme bozukluklarından ayırmak gerekmektedir. Özellikle fizyolojik nedenlerden kaynaklı aşırı yeme davranışları tıkanırcasına yeme bozukluğu olarak nitelendirilemez. Örneğin kişi bipolar bozukluğun mani döneminde aşırı yeme davranışında bulunuyorsa bu

durum manik belirtilerle daha iyi açıklanabilir. Benzer şekilde uzun süre aç kalmış kişilerin kontrolsüzce yemek yemeleri de bir bozukluk olarak değerlendirilemez. Bu nedenle tıknırcasına yeme ataklarının haftada en az bir kere gerçekleşmesi ve en az 3 aydır devam ediyor olması gerekmektedir.

2.3.5.4. Pika

Daha çok küçük çocuklarda görülen bu bozuklukta kişi; toz, tebeşir, toprak, cam, demir, kâğıt vb gibi yemek için uygun olmayan şeyleri yeme davranışı göstermektedir. DSM-5'te tanı koyabilmek için; en az 2 yaşında olmak ve yeme davranışının 1 ay ve daha fazla süre ile devam etmesi gerekliliği vurgulanmaktadır. Pika'yı beslenme ile ilgili bozukluklardan, gelişimsel olarak seyreden normal sayılabilecek davranış örüntülerinden, psikotik bozukluklardan ve kültürel olarak normal sayılan davranışlardan ayırmak gerekir (Morrison, 2016).

2.3.5.5. Ruminasyon (Geri Çıkarma- Geviş Getirme) Bozukluğu

Ruminasyon yani geviş getirme, hayvan sindirim sistemi için normal bir davranış olsa da insan sindirim sisteminde anormal olarak değerlendirilmektedir. Ruminasyon insanlar için bazı sağlık problemlerini de beraberinde getirmektedir. Bu bozukluğa sahip bireyler yedikleri besinleri midesinden geri getirerek tekrar çiğner ve yutar. Bu durum mide asidi sorunlarını da doğurmaktadır. Ruminasyon bozukluğu bazen bebeklerde ve psikotik özellikleri olan hastalarda da görülebilmektedir (Morrison, 2016).

2.3.5.6. Kaçınan-Kısıtlı Yiyecek Alımı Bozukluğu

Çoğu 6 yaşından küçük olan hastaların, kaçınan-kısıtlı yeme davranışı örüntülerinin altında psikososyal etmenler yer alabileceği gibi, çoğunda çiğneme ve yutma ile ilgili fiziksel engeller, yenilen yiyeceğe karşı aşırı hassasiyet gibi tıbbi durumlar söz konusudur. Hastaların sergilediği yeme davranışlarını, sıradan bir yemek seçme davranışı ile açıklamak doğru olmaz. Kişi, anlaşılmasın bir şekilde sağlıklı kalmak, büyümek veya kilo almak için az yemektir. Az yemek yeme, kişide bir şekilde besin takviyesi yapılmasını gerekli kılabilir (Morrison, 2016).

2.3.6. Yeme Bozukluklarının Epidemiyolojisi

Yeme bozukluğunun epidemiyolojisine dair yapılan bir araştırmada anoreksiya nervozanın (AN) yaşam boyu görülme sıklığı kadınlarda %0.9-2.2 ve erkeklerde % 0.3 olarak bildirilmiştir (Hudson vd., 2007). Yeme bozuklukları için ülke genelinde yapılmış bir epidemiyoloji çalışmaması olmamakla beraber lise öğrencileri üzerinde yapılan bir araştırmada hastalığın kadınlarda %0.29, erkeklerde %0.1 oranında grldğu bildirilmiştir (Yeşilbursa, 1992). Sivas ilinde yapılan başka bir çalışmada ise AN oranının % 1.52 olduğu saptanmıştır (Semiz vd., 2013).

Bulimia nevrozanın (BN) yaşam boyu görülme sıklığının kadınlarda erkeklere oranla yaklaşık 10 kat daha fazla olduğu, kadınlarda görülme oranının % 1 ile % 2.8 oranları arasında değiştiği bilinmektedir. Ülkemizde 14-19 yaşlarındaki kız öğrencilerle yapılan bir araştırmada ise BN oranının % 4.3 olduğu bulunmuştur (Yeşilbursa, 1992).

Tıkınırcasına yeme bozukluğunun yaşam boyu görülme sıklığı klinik popülasyonda ortalama %30, klinik dışı popülasyonda ise %0.7-4 olarak bildirilmektedir (Yücel, 2009).

Japonya'da yürütülen bir araştırmada 15-40 yaş aralığında olan ve yeme bozukluğu Őikayetiyle sağlık hizmetlerine başvuran 1029 hasta 15 yıllık bir izleme tabi tutulmuştur. Bu araştırmada yeme bozukluğu yaygınlığı %9,2 olarak bildirilmiştir (Nakai, 2016). Yine 2016 yılında bir başka yaygınlık araştırması 325 kişilik bir hasta grubu üzerinden görülme sıklığını 3,1 olarak bildirmiştir (Zickgraf vd., 2016).

Yeme bozukluğu belirtileri olan hastaların birçoğunun sosyal yaşamlarına herhangi bir psikolojik destek almadan devam etmeleri yapılan epidemiyoloji çalışmalarının gerçek verileri yansıtmadığını düşündürmektedir. Özellikle duygusal yeme davranışlarında kişi herhangi bir sorun hissetmeden ve bu konuda farkında kazanmadan yaşamına devam edebilmekte ve ruhsal yardım talebinde bulunmamaktadır.

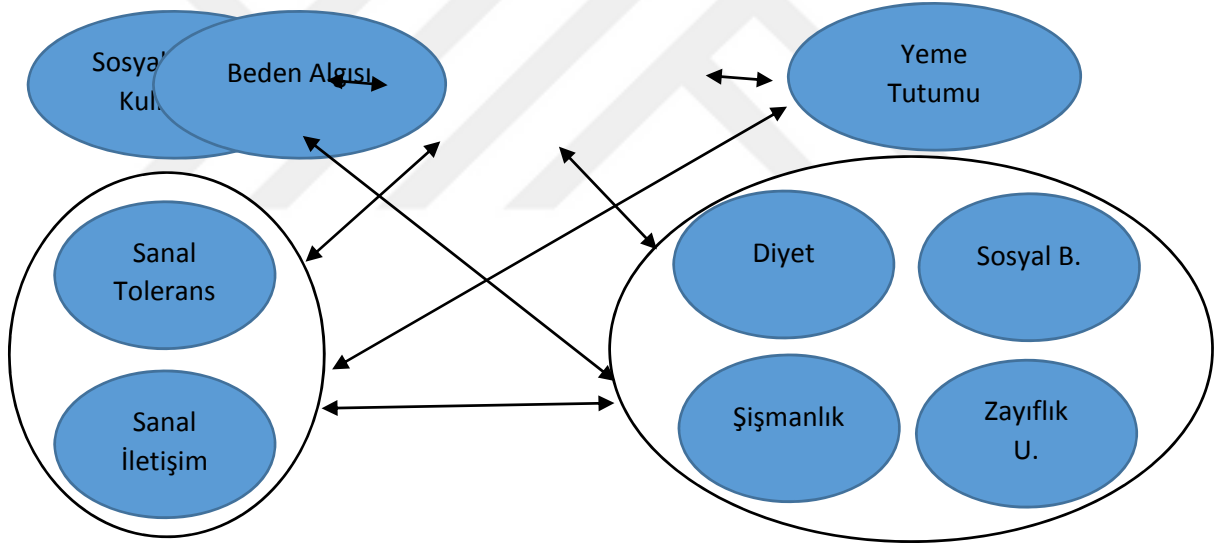
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

Bu bölümde ilgili araştırmaya dair yöntem, çalışma grubu, veri toplamada kullanılan anketler, verilerin toplanması ve toplanan verilerin analizlerine dair bilgiler sunulmuştur.

3.1. Araştırma Modeli

Araştırmada ilgili değişkenler arasında ilişki olup olmadığını belirlemede niceliksel araştırma yöntemlerinden ‘İlişkisel Tarama’ modeli kullanılmıştır. İlişkisel tarama modeli araştırma değişkenleri arasındaki ilişkinin derecesini ve yönünü ortaya koymak adına önem oluşturmaktadır. Bunu yaparken de ilişkisel tarama kapsamında yapılan korelasyonel, regresyonel ve gruplar arası analizlerden yararlanılmaktadır (Büyüköztürk vd., 2010).



Şekil 3: Araştırma Modeli

3.2. Çalışma Grubu

Araştırmanın evrenini 2020 ve 2021 yıllarında İstanbul Gelişim Üniversitesi'nde öğrenim gören 18-30 yaş aralığındaki öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini sosyal platformlarda doldurulmak üzere rastgele olarak seçilmiş 250 gönüllü öğrenci ile gerçekleştirilmiştir.

3.3. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ile beden algısı ve yeme tutumu arasındaki ilişkinin incelenmesi için Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği (SMBÖ), Yeme Tutum Testi (YTT), Vücut Algısı Ölçeği (VAÖ) ve Kişisel Bilgi Formu kullanılmıştır.

3.3.1. Kişisel Bilgi Formu

Çalışmada veri toplamak amacıyla katılımcılara çalışmanın amacını, gizlilik güvenlik ve gönüllülük esasını açıklayan sosyo-demografik bilgi formu kullanılmıştır. Bu form üniversite öğrencilerine ilişkin sosyo-demografik bilgileri toplamak amacıyla araştırmacı tarafından geliştirilmiştir. Katılımcılara yaş, cinsiyet, sınıf düzeyi, akademik başarı düzeyi, yaşadığı yer ve aylık gelir durumunun tespitine ilişkin sorular sorulmuştur. Kurallara uymak ve gerçekçi cevaplara ulaşabilmek için araştırmacılara kimlik bilgileri sorulmamıştır.

3.3.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ)

Şahin ve Yağcı tarafından 2017 yılında yetişkinlerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin tespit edilmesi amacıyla geliştirilen ölçeğin gerçekleştirilen doğrulayıcı ve açıklayıcı analizler sonucunda SMBÖ-YF'nun beşli likert tipi, iki alt boyut ve yirmi betimlemeden oluşmaktadır. İki alt boyut olarak, sanal tolerans (11 maddeden yani 1-11 maddeleri) ve sanal iletişim (9 maddeden yani 12-20 maddeleri) boyutları çalışmaya dahil edilmiştir. "1=Bana hiç uygun değil", "2=Bana uygun değil", "3=Kararsızım", "4=Bana uygun", "5=Bana çok uygun" şeklinde beşli kodlama kullanılmıştır. Ayrıca, 5. ve 11. maddeler ters puanlanmaktadır. Ölçekten alınabilecek en düşük puan 20 ve en yüksek puan 100 olarak belirlenmiştir. Sosyal medya bağımlılığını gösteren 20-100 arası puanlardır. Ne kadar puan yüksek olursa bağımlılık daha fazladır anlamına gelmektedir ve birey kendisini "sosyal medya bağımlısı" olarak tanımlamaktadır.

3.3.3. Vücut Algısı Ölçeği (VAÖ)

Bu ölçek Secord ve Jourard tarafından 1953 yılında geliştirilmiştir. Orijinal ölçek ilki 46 madde, ikincisi 55 madde içeren iki ana bölümden oluşmaktadır. Ülkemizde Hovardaoğlu'nun (1993) çalışması ile 40 maddelik Türkçe uyarlaması gerçekleştirilmiştir. Yanıtlar 5'li likert ölçeğine göre verilmiştir. Ölçekten elde

edilecek minimum skor 40, maksimum skor 200 olarak belirtilmiştir. Puan yükselişi, pozitif değerlendirmeyi arttırdığını göstermektedir. Testin Türkçe'ye uyarlanmasında yarıya bölme güvenirliği 0.75, madde korelasyonları 0.45 ile 0.89 arasında (Oruçlular, 2013) ve Cronbach Alpha değerinin 0.91 olduğu görülmüştür (Hovardaoğlu, 1993).

3.3.4. Yeme Tutum Testi

Yeme tutumu testinin bu çalışmada kullanılma amacı kişilerin yeme tutum ve davranışlarını değerlendirmektir. Bu test 1979 yılında Garfinkel ve Garner tarafından geliştirildiğinde amaç, anoreksik belirtilere sahip kişileri belirlemektir. Orijinal adı "Eating Attitudes Test (EAT-40)"tir. Garner ve Garfinkel (1979) tarafından yapılan araştırmalarda testte, "diyet", "yiyeceği kontrol etme" ve "bulimia ve yiyeceklerle aşırı ilgilenme" şeklinde üç etmen ortaya konulmuştur ve eş zamanlı gerçekleştirilen gerçeklik ölçütleri 0.87 bulunmuştur. Bunların yanı sıra ülkemizde Savaşır ve Erol (1989) yaptıkları faktör analizinde "şişmanlık kaygısı-şişmanlıkla aşırı uğraş", "diyet/rejim", "sosyal baskı" ve "zayıflıkla aşırı uğraş" şeklinde dört faktör ortaya koymuşlardır. 2000 yılında yaptığı çalışmalarda, Elal'ın ortaya koyduğu faktörler ise "diyet", "bulimia ve yiyeceklerle uğraşma", "oral kontrol" ve "yiyeceklerle ilgili ambivalans" şeklindedir (Vardal, 2015). EAT-40'ın güvenirlik katsayısı 0.94 bulunmuştur (Talwar, 2011). YTT'nin Türkiye'deki güvenirlik ve geçerlik çalışması, Savaşır ve Erol (1989) tarafından gerçekleştirilmiştir. Dörder hafta aralıklarla uyguladıkları testin güvenirlik katsayısını 0.65; Cronbach alfa ile test ettikleri iç tutarlılığı 0.70 olarak hesaplamışlardır. Yeme Tutumu Ölçeğinden yüksek skor almak yeme tutumu bozukluklarına işaret etmektedir.

3.4. Verilerin Toplanması

Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ile beden algısı ve yeme tutumları arasındaki ilişkinin araştırıldığı çalışmada ilgili datalar internet ortamında toplanmıştır. Pandemi koşullarından dolayı beklenenden az örneklem grubuna (250 Kişi) ulaşılmıştır. Toplamda 258 form doldurulmuş olup yönergeye uygun doldurulmayan 8 formun çıkartılmasıyla beraber 250 veri üzerinde istatistiksel işlem yapılmıştır.

3.4. Verilerin Analizi

Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ile beden algısı ve yeme tutumları arasındaki ilişkinin ölçülmesinde ankete katılan öğrencilerin görüşleri esas alınmıştır. Veri toplama işlemi bittikten sonra yönergeye uygun bir biçimde doldurulan formlar değerlendirilmiş ve bilgisayar sistemi içerisinde yer alan istatistik programları sayesinde verilerin analizi yapılmıştır.

Bu çalışma kapsamında toplanan veriler Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı – 22 (SPSS-22) ile analizleri yapılmıştır. Araştırma kapsamında kullanılan ölçeklerin güvenilir olup olmadığını belirlemek için iç tutarlılık katsayısına (Cronbach's Alpha) bakılmıştır. Aynı zamanda kullanılan envanterlerin normal dağılım eğrisine sahip olup olmadığını belirlemek için çarpıklık ve basıklık değerleri ortaya konulmuştur. Son olarak ilgili araştırma değişkenleri arasındaki ilişkinin şeklini, yönünü ve gücünü belirleyebilmek için korelasyon ve regresyon çözümleme analizlerinden yararlanılmıştır. Ayrıca gruplar arası karşılaştırma bulgularının tespit edilmesinde normallik analizi gösterge alınarak ANOVA ve t-testlerinden yararlanılmıştır. Değişken sayısı 3'ten fazla olanlar için ANOVA testi tercih edilirken değişken sayısı 2 olan gruplar için ise t testinden yararlanılmıştır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ile beden algısı ve yeme tutumları arasındaki ilişkiye dair sosyal platformlarda doldurulan verilere yönelik analizler ve değerlendirmeler yer almaktadır.

4.1. Katılımcıların Demografik Bilgilerine İlişkin Dağılımları

Tablo 4. 1 Katılımcıların Cinsiyete Göre Bilgileri

Cinsiyet	N	%
Kadın	165	66,0
Erkek	85	34,0
Toplam	250	100,0

Üniversite öğrencisi katılımcıların cinsiyetlerine yönelik dağılımları Tablo 1’de gösterilmektedir. Tablo incelendiğinde katılımcıların %66’sının kadınlardan %34’ünün ise erkeklerden oluştuğu bulunmuştur.

Tablo 4. 2 Katılımcıların Akademik Başarı Düzeylerine İlişkin Dağılımları

Akademik Başarı	N	%
Kötü	2	0,8
Orta	72	28,8
İyi	152	60,8
Çok İyi	24	9,6
Toplam	250	100,0

Tablo 2 incelendiğinde araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin akademik başarı düzeylerine dair bilgiler sunulmuştur. Katılımcıların %60,8’inin iyi bir akademik başarıya sahip olduğu görülürken, %28,8’inin orta, %9,6’sının çok iyi ve %0,8’inin ise kötü akademik başarıya sahip olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4. 3 Katılımcıların Sınıf Düzeylerine İlişkin Dağılımları

Sınıf	N	%
Lisans 1. Sınıf	32	12,8
Lisans 2. Sınıf	44	17,6
Lisans 3. Sınıf	56	22,4
Lisans 4. Sınıf	65	26,0
Yüksek Lisans 1. Sınıf	37	14,8
Yüksek Lisans 2. Sınıf	16	6,4
Toplam	250	100,0

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin sınıf düzeylerine dair bilgileri Tablo 3’te verilmiştir. Katılımcıların %26’sının lisans 4. sınıf seviyesinde olduğu görülürken, %22,4’ü lisans 3. sınıf, %17,6’sı lisans 2. sınıf, %14,8’i yüksek lisans 1. sınıf, %12,8’i lisans 1. sınıf ve %6,4’ü de yüksek lisans 2. sınıf düzeyinde oldukları tespit edilmiştir.

Tablo 4. 4 Katılımcıların Aylık Gelir Durumlarına İlişkin Dağılımları

Aylık Gelir	N	%
Gelirim Giderimden Az	90	36,0
Gelirim Giderime Eşit	122	48,8
Gelirim Giderimden Fazla	38	15,2
Toplam	250	100,0

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin aylık gelirlerine ilişkin bilgileri Tablo 4’te gösterilmiştir. Katılımcıların %48,8’inin gelirlerinin giderlerine eşit olduğu tespit edilirken, %36’sının gelirlerinin giderlerinden az olduğunu ve %15,2’sinin de gelirlerinin giderlerinden fazla olduğu bulunmuştur.

Tablo 4. 5 Katılımcıların Yaşadıkları Yere İlişkin Dağılımları

Yaşanılan Yer	N	%
Evde Yalnız Yaşıyorum	11	4,4
Evde Arkadaşımla Yaşıyorum	6	2,4
Evde Ailemle Yaşıyorum	231	92,4
Yurtta Yaşıyorum	2	,8
Toplam	250	100,0

Araştırma kapsamında örneklem grubu içerisinde yer alan üniversite öğrencilerinin yaşadıkları yere ilişkin bilgileri Tablo 5’te gösterilmiştir. Katılımcıların tamamına yakınının (231 Kişi; %92,4) evde ailesiyle birlikte yaşadığı tespit edilmiştir.

Tablo 4. 6 Katılımcıların Kilosundan Memnun Olmasına İlişkin Dağılımları

Kilo Memnuniyeti	N	%
Evet, Memnunum	127	50,8
Hayır, Memnun Değilim	69	27,6
Emin Değilim	54	21,6
Toplam	250	100,0

Tablo 6 incelendiğinde araştırmaya katılan katılımcıların kilolarından memnun olmasına dair bilgiler yer almaktadır. Katılımcıların yarısının (%50,8) kilosundan memnun olduğu görülürken, %27,6’sının ise memnun olmadığı ve %21,6’sının da emin olmadığı bulunmuştur.

Tablo 4. 7 Katılımcıların Yaşlarına Dair Bulgular

Değişken	Minimu m	Maksimu m	Ortalama	Std. Sapma
Yaşınız	18,0	31,0	23,96	3,22

Araştırma kapsamında örneklem grubu içinde yer alan üniversite öğrencilerin yaşlarına ilişkin bilgiler Tablo 7’de gösterilmiştir. Katılımcıların en düşük yaşlarının 18, en yüksek yaşlarının ise 31 olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca örneklem grubunun yaş ortalamaları 23,96 standart sapması 3,22 olarak bulunmuştur.

4.2. Araştırma Değişkenlerine Ait Tanımlayıcı Analizler, Normallik Kontrolü ve Güvenirlik Testi

Uluslararası standartlara göre bir verinin normal dağılım gösterebilmesi için çarpıklık ve basıklık değerlerinin +2 ile -2 arasında bir değerde olması gerekmektedir (George ve Mallery, 2010).

Tablo 4. 8 Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı İle Beden Algısı ve Yeme Tutumları Arasındaki İlişkiye Dair Normallik Kontrolü ve Tanımlayıcı Analizi

Değişkenler	Ort.	Std. Spm.	Çarpıklık	Basıklık
Sosyal Medya Kullanımı Genel	2,65	2,54	,520	,303
Sanal Tolerans	2,58	1,55	,526	,331
Sanal İletişim	2,47	1,82	,299	,017
Beden Algısı Genel	2,93	2,85	,294	-,327
Yeme Tutumu Genel	1,74	1,62	1,116	-,733
Şişmanlık Kaygısı	1,78	,86	,594	,484
Diyet	1,68	,78	,846	1,258
Sosyal Baskı	1,74	,77	1,120	-,162
Zayıflık İle Aşırı Uğraş	1,77	,81	1,013	-,104

Tablo 8 incelendiğinde araştırmada kullanılan ölçeklere ait normallik değerleri görölmektedir. Araştırmanın normallik değerlerinin uluslararası standartlarda kabul gören +2 ile -2 arasında olduğu ve bu durum da ilgili analizler yapılırken normal test doğrularından (parametrik) yararlanılmıştır. Yapılan analizler %95 güvenirlilik düzeyinde ve .05 anlamlılık oranında değerlendirilmiştir.

Tablo 4. 9 Araştırmada Yer Verilen Değişkenlere Ait Madde ve Güvenirlik Değerleri

Değişkenler	Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
Sosyal Medya Kullanımı Genel	,900	20
Sanal Tolerans	,757	11
Sanal İletişim	,876	9
Beden Algısı Genel	,967	40
Yeme Tutumu Genel	,907	40
Şişmanlık Kaygısı	,749	10
Diyet	,799	10
Sosyal Baskı	,768	10
Zayıflık İle Aşırı Uğraş	,864	10

Tablo 9 incelendiğinde araştırmada kullanılan ölçeklere ait iç tutarlılık değerleri görölmektedir. İç tutarlılık oranlarının kabul edilen uluslararası değerlerin üzerinde yer aldığı tespit edilmiştir ($\alpha > .700$).

4.3. Korelasyon ve Regresyon Analizleri

Tablo 4. 10 Üniversite Öğrencisi Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımları, Beden Algısı ve Yeme Tutumları ile Alt Boyutları Arasındaki İlişki

Değişkenler ve Alt Boyutları (N=250)	<u>1</u>	2	3	<u>4</u>	<u>5</u>	6	7	8	9
<u>1.Sosyal Medya Kullanımı</u>	1								
2.Sanal Tolerans	,939**	1							
3.Sanal İletişim	,956**	,807**	1						
<u>4. Beden Algısı</u>	,139	-,024	,090	1					
<u>5. Yeme Tutumu Genel</u>	,475**	,450**	,453**	-,281**	1				
6. Şişmanlık Kaygısı	,358**	,343**	,344**	-,352**	,876**	1			
7. Diyet	,406**	,179	,400*	-,333**	,872**	,709**	1		
8. Sosyal Baskı	,436**	,404**	,414*	-,164*	,906**	,690**	,688**	1	
9. Zayıflık İle Aşırı Uğraş	,103*	,183	,164	-,139*	,916**	,692**	,706**	,872**	1

** : Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlı; * : Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlı

Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı, beden algısı ve yeme tutumları ile alt boyutları arasındaki ilişkinin tespit edilmesine dair yapılan korelasyon analizi sonuçları Tablo 10'da gösterilmektedir. Tabloya göre;

- Sosyal medya kullanımı ile yeme tutumu arasında olumlu, orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=,475$; $p<0,01$). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı arttıkça yeme tutumları bozulmaktadır.
- Sosyal medya kullanımı ile şişmanlık kaygısı arasında olumlu, orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=,358$; $p<0,01$). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı arttıkça şişmanlık kaygısı da artmaktadır.
- Sosyal medya kullanımı ile diyet arasında olumlu, orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=,406$; $p<0,01$). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı arttıkça diyet yapma davranışı da artmaktadır.
- Sosyal medya kullanımı ile sosyal baskı arasında olumlu, orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=,436$; $p<0,01$). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı arttıkça sosyal baskı da artmaktadır.
- Sosyal medya kullanımı ile zayıflık ile aşırı uğraş arasında olumlu, düşük düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=,103$; $p<0,05$). Üniversite

öğrencilerinde sosyal medya kullanımı arttıkça zayıflık ile aşırı uğraşma da artmaktadır.

- Sanal tolerans ile yeme tutumu arasında olumlu, orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=,450$; $p<0,01$). Üniversite öğrencilerinde sanal tolerans arttıkça yeme tutumları bozulmaktadır.
- Sanal tolerans ile şişmanlık kaygısı arasında olumlu, orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=,343$; $p<0,01$). Üniversite öğrencilerinde sanal tolerans arttıkça şişmanlık kaygısı da artmaktadır.
- Sanal tolerans ile sosyal baskı arasında olumlu, orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=,404$; $p<0,01$). Üniversite öğrencilerinde sanal tolerans arttıkça sosyal baskı da artmaktadır.
- Sanal iletişim ile yeme tutumu arasında olumlu, orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=,453$; $p<0,01$). Üniversite öğrencilerinde sanal iletişim arttıkça yeme tutumları bozulmaktadır.
- Sanal iletişim ile şişmanlık kaygısı arasında olumlu, orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=,344$; $p<0,01$). Üniversite öğrencilerinde sanal iletişim arttıkça şişmanlık kaygısı da artmaktadır.
- Sanal iletişim ile diyet arasında olumlu, orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=,400$; $p<0,05$). Üniversite öğrencilerinde sanal iletişim arttıkça diyet davranışı da artmaktadır.
- Sanal iletişim ile sosyal baskı arasında olumlu, orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=,414$; $p<0,01$). Üniversite öğrencilerinde sanal iletişim arttıkça sosyal baskı da artmaktadır.
- Beden algısı ile yeme tutumu arasında olumsuz, düşük düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=-,281$; $p<0,01$). Üniversite öğrencilerinde beden algısı arttıkça yeme tutumları bozulmamaktadır.
- Beden algısı ile şişmanlık kaygısı arasında olumsuz, orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=-,352$; $p<0,01$). Üniversite öğrencilerinde beden algısı arttıkça şişmanlık kaygısı azalmaktadır.
- Beden algısı ile diyet arasında olumsuz, orta düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=-,333$; $p<0,01$). Üniversite öğrencilerinde beden algısı arttıkça diyet yapma davranışı azalmaktadır.

- Beden algısı ile sosyal baskı arasında olumsuz, düşük düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=-,164$; $p<0,05$). Üniversite öğrencilerinde beden algısı arttıkça sosyal baskı azalmaktadır.
- Beden algısı ile zayıflık ile aşırı uğraş arasında olumsuz, düşük düzeyde anlamlı ilişki bulunmuştur ($r=-,139$; $p<0,05$). Üniversite öğrencilerinde beden algısı arttıkça zayıflık ile aşırı uğraşma azalmaktadır.



Tablo 4. 11 Üniversite Öğrencisi Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımı ve Alt Boyutları ile Beden Algısı Arasındaki Çoklu Regresyon Analizi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Bağımsız Değişken	B	Std. Hata	Beta	t değeri	p
Sabit	2,610	2,295		12,395	,000
Sanal Tolerans	-1,065	,335	-,201	-,456	,649
Sanal İletişim	1,764	,302	,395	,766	,444
R=,386	R ² =0,235;		Düzeltilmiş R ² =0,223		
F=4,873	p<0,05		Bağımlı değişken = Beden Algısı		

Tablo 11 incelendiğinde araştırmaya katılan üniversite öğrencileri üzerinde kurulan regresyon modeline göre sosyal medya kullanımları ve alt boyutları beden algısının %22,3'ünü bağımsız değişkenler olarak açıkladığı tespit edilmiştir. Tablo incelendiğinde sosyal medya kullanımı ($p=0,000<0,05$) beden algısı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu bulunurken sosyal medya kullanımı sanal tolerans ve iletişim alt boyutlarının ise beden algısı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı bulunmuştur.

Tablo 4. 12 Üniversite Öğrencisi Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımı ve Alt Boyutları İle Yeme Tutumu Arasındaki Çoklu Regresyon Analizi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Bağımsız Değişken	B	Std. Hata	Beta	t değeri	p
Sabit	1,624	1,574		7,396	,000
Sanal Tolerans	,378	,724	,087	1,219	,089
Sanal İletişim	,280	,703	,077	2,165	,035

R=,475 R² =0,326; Düzeltilmiş R²=0,316
F=23,545 p<0,05 Bağımlı değişken = Yeme Tutumu

Tablo 12 incelendiğinde araştırmaya katılan üniversite öğrencileri üzerinde kurulan regresyon modeline göre sosyal medya kullanımları ve alt boyutları yeme tutumlarının %31,6'sını bağımsız değişkenler olarak açıkladığı tespit edilmiştir. Tablo incelendiğinde sosyal medya kullanımı (p=0,000<0,05) ve sanal iletişim (p=0,035<0,05) yeme tutumu üzerinde anlamlı bir etkiye sahip oldukları tespit edilirken sosyal medya kullanımı sanal tolerans alt boyutu ise yeme tutumu üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı bulunmuştur.

Tablo 4. 13 Üniversite Öğrencisi Katılımcıların Yeme Tutumu ve Alt Boyutları İle Beden Algısı Arasındaki Çoklu Regresyon Analizi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Bağımsız Değişken	B	Std Hata	Beta	t değeri	p
Sabit	8,430	2,153		9,988	,000
Şişmanlık Kaygısı	4,679	1,744	,364	3,920	,000
Diyet	3,728	2,113	,312	3,337	,001
Sosyal Baskı	-1,596	2,608	-,036	-2,285	,021
Zayıflık İle Aşırı Uğraş	-13,574	2,807	-,304	-2,338	,020

R=,425 R² =0,281; Düzeltilmiş R²=0,267
F=13,009 p<0,05 Bağımlı değişken = Beden Algısı

Tablo 13 incelendiğinde araştırmaya katılan üniversite öğrencileri üzerinde kurulan regresyon modeline göre yeme tutumu ve alt boyutları beden algısının %26,7'sini bağımsız değişkenler olarak açıkladığı tespit edilmiştir. Tablo incelendiğinde yeme tutumu (p=0,000<0,05), diyet (p=0,001<0,05), sosyal baskı (p=0,021<0,05) ve zayıflık ile aşırı uğraş (p=0,020<0,05) beden algısı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip oldukları tespit edilmiştir.

Tablo 4. 14 Üniversite Öğrencisi Katılımcıların Yeme Tutumu ve Alt Boyutları İle Sosyal Medya Kullanımı Arasındaki Çoklu Regresyon Analizi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Bağımsız Değişken	B	Std Hata	Beta	t değeri	p
Sabit	5,794	3,242		7,955	,000
Şişmanlık Kaygısı	-,366	1,473	-,022	-,248	,804
Diyet	2,112	1,631	,114	1,295	,197
Sosyal Baskı	-,464	2,227	-,024	-,208	,835
Zayıflık İle Aşırı Uğraş	1,590	2,290	,455	3,752	,002
R=,505	R ² =0,355;		Düzeltilmiş R ² =0,343		
F=20,663	p<0,05		Bağımlı değişken = Sosyal Medya Kullanımı		

Tablo 14 incelendiğinde araştırmaya katılan üniversite öğrencileri üzerinde kurulan regresyon modeline göre yeme tutumu ve alt boyutları sosyal medya kullanımının %34,3'ünü bağımsız değişkenler olarak açıkladığı tespit edilmiştir. Tablo incelendiğinde yeme tutumu ($p=0,000<0,05$) ve zayıflık ile aşırı uğraş ($p=0,002<0,05$) sosyal medya kullanımı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip oldukları tespit edilirken yeme tutumu şişmanlık kaygısı, diyet ve sosyal baskı alt boyutları ise sosyal medya kullanımı üzerinde herhangi bir anlamlı etkisi bulunmamaktadır.

Tablo 4. 15 niversite Öğrencisi Katılımcıların Beden Algısı Düzeyi İle Sosyal Medya Kullanımı Arasındaki Basit Regresyon Analizi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Bağımsız Değişken	B	Std Hata	Beta	t değeri	p
Beden Algısı	1,016	,027	,139	,612	,541
R=,139	R ² =0,022;		Düzeltilmiş R ² =0,013		
F=1,374	p<0,05		Bağımlı değişken = Sosyal Medya Kullanımı		

Tablo 15 incelendiğinde araştırmaya katılan üniversite öğrencileri üzerinde kurulan regresyon modeline göre beden algısı sosyal medya kullanımının %0,1'ini bağımsız değişken olarak açıkladığı tespit edilmiştir. Tablo incelendiğinde benden algısı ve sosyal medya kullanımı arasında herhangi bir etki tespit edilememiştir ($p > .05$).

Tablo 4. 16 Üniversite Öğrencisi Katılımcıların Beden Algısı Düzeyi İle Yeme Tutumu Arasındaki Basit Regresyon Analizi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Bağımsız Değişken	B	Std Hata	Beta	t değeri	p
Beden Algısı	1,231	,051	,281	4,520	,000
R=,281	R ² =0,179;		Düzeltilmiş R ² =0,175		
F=20,431	p<0,05		Bağımlı değişken = Yeme Tutumu		

Tablo 16 incelendiğinde araştırmaya katılan üniversite öğrencileri üzerinde kurulan regresyon modeline göre beden algısı yeme tutumunun %17,5'ini bağımsız değişken olarak açıkladığı tespit edilmiştir. Tablo incelendiğinde yeme tutumu ($p=0,000<0,05$) beden algısı üzerinde anlamlı etki oluşturduğu bulunmuştur.

4.4. Sosyo-Demografik Değişken Grupları Arasındaki Karşılaştırmalar

Tablo 4. 17 Kadın ve Erkek Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımı, Beden Algısı ve Yeme Tutumları ile Alt Boyutları Arasındaki İlişkiler

	Cinsiyet	N	Ort.	ss	t Değeri	P Değeri
Sosyal Medya Kullanımı Genel	Kadın	165	55,50	1,66	3,784	,000
	Erkek	85	48,14	1,03		
Sanal Tolerans	Kadın	165	29,47	,11	3,274	,001
	Erkek	85	26,55	,97		
Sanal İletişim	Kadın	165	23,56	,45	3,684	,000
	Erkek	85	19,74	,95		
Beden Algısı Genel	Kadın	163	116,36	3,93	2,604	,021
	Erkek	82	119,51	1,68		
Yeme Tutumu Genel	Kadın	162	111,98	2,53	1,533	,049
	Erkek	84	105,75	2,04		
Şişmanlık Kaygısı	Kadın	165	28,1	,80	,761	,448
	Erkek	85	27,2	,97		
Diyet	Kadın	165	26,9	,76	,161	,872
	Erkek	85	26,7	,83		
Sosyal Baskı	Kadın	162	28,2	,72	,206	,841
	Erkek	84	25,8	,83		
Zayıflık İle Aşırı Uğraş	Kadın	165	28,6	,70	2,400	,024
	Erkek	85	26,0	,86		

Tablo 17 incelendiğinde cinsiyet durumuna göre üniversite öğrencisi katılımcıların sosyal medya kullanımı, beden algısı ve yeme tutumu ile alt boyutları arasındaki ilişkinin ortaya konulması için yapılan analize göre sosyal medya kullanımı ($t=3,784$; $p<0,05$), sanal tolerans ($t=3,274$; $p<0,05$), sanal iletişim ($t=3,684$; $p<0,05$), beden algısı ($t=2,604$; $p<0,05$), yeme tutumu ($t=1,533$; $p<0,05$) ve zayıflık ile aşırı uğraş ($t=2,400$; $p<0,05$) cinsiyet üzerinde anlamlı yordayıcılar olarak tespit edilmiştir. Diğer yeme tutumu alt boyutları arasında cinsiyet durumuna göre herhangi bir etki tespit edilememiştir.

Aynı zamanda tablo incelendiğinde kadın katılımcıların sosyal medya kullanımı (55,50), sanal tolerans (29,47), sanal iletişim (23,56), yeme tutumu (111,98) ve zayıflık ile aşırı uğraş (28,6) puan ortalamalarının erkek katılımcıların sosyal medya kullanımı (48,14), sanal tolerans (26,55), sanal iletişim (19,74), yeme tutumu (105,75) ve zayıflık ile aşırı uğraş (26,0) puan ortalamalarından daha yüksek olduğu bulunmuştur.

Bunun yanında erkek katılımcıların beden algısı (119,51) puan ortalamasının kadın katılımcıların (116,36) puan ortalamasından daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.



Tablo 4. 18 Sınıf Düzeyine Göre Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımı, Beden Algısı ve Yeme Tutumları ile Alt Boyutları Arasındaki İlişkiler

	Sınıf Düzeyi	N	Ort.	ss	F Değeri	P Değeri
Sosyal Medya Kullanımı Genel	Lisans 1. Sınıf	32	55,81	2,94	3,178	,008
	Lisans 2. Sınıf	44	53,36	2,14		
	Lisans 3. Sınıf	56	49,35	1,69		
	Lisans 4. Sınıf	65	55,75	1,66		
	Yüksek Lisans 1. Sınıf	37	55,10	2,61		
	Yüksek Lisans 2. Sınıf	16	43,12	3,16		
Sanal Tolerans	Lisans 1. Sınıf	32	30,09	1,34	3,660	,003
	Lisans 2. Sınıf	44	28,02	,88		
	Lisans 3. Sınıf	56	27,05	,78		
	Lisans 4. Sınıf	65	30,17	,73		
	Yüksek Lisans 1. Sınıf	37	29,00	1,19		
	Yüksek Lisans 2. Sınıf	16	23,75	1,60		
Sanal İletişim	Lisans 1. Sınıf	32	23,25	1,51	2,258	,049
	Lisans 2. Sınıf	44	22,86	1,22		
	Lisans 3. Sınıf	56	20,44	,92		
	Lisans 4. Sınıf	65	23,24	,93		
	Yüksek Lisans 1. Sınıf	37	23,64	1,39		
	Yüksek Lisans 2. Sınıf	16	17,87	1,62		
Beden Algısı Genel	Lisans 1. Sınıf	32	125,75	6,59	2,352	,046
	Lisans 2. Sınıf	44	117,65	5,09		
	Lisans 3. Sınıf	56	115,94	5,20		
	Lisans 4. Sınıf	65	111,79	4,19		
	Yüksek Lisans 1. Sınıf	37	125,59	4,82		
	Yüksek Lisans 2. Sınıf	16	108,25	9,47		
Yeme Tutumu Genel	Lisans 1. Sınıf	32	107,63	5,62	1,712	,132
	Lisans 2. Sınıf	44	113,13	5,14		
	Lisans 3. Sınıf	56	106,50	3,07		
	Lisans 4. Sınıf	65	114,34	3,47		
	Yüksek Lisans 1. Sınıf	37	112,00	4,85		
	Yüksek Lisans 2. Sınıf	16	93,62	5,78		
Şişmanlık Kaygısı	Lisans 1. Sınıf	32	28,5	,15	1,565	,171
	Lisans 2. Sınıf	44	28,6	,15		
	Lisans 3. Sınıf	56	26,7	,10		
	Lisans 4. Sınıf	65	29,1	,10		
	Yüksek Lisans 1. Sınıf	37	27,5	,14		
	Yüksek Lisans 2. Sınıf	16	23,1	,20		
Diyet	Lisans 1. Sınıf	32	25,8	,15	1,658	,145
	Lisans 2. Sınıf	44	26,3	,12		
	Lisans 3. Sınıf	56	25,8	,09		
	Lisans 4. Sınıf	65	28,5	,10		
	Yüksek Lisans 1. Sınıf	37	28,3	,12		
	Yüksek Lisans 2. Sınıf	16	23,8	,16		
Sosyal Baskı	Lisans 1. Sınıf	32	26,7	,14	,919	,469
	Lisans 2. Sınıf	44	28,5	,13		
	Lisans 3. Sınıf	56	26,9	,07		
	Lisans 4. Sınıf	65	27,7	,09		

	Yüksek Lisans 1. Sınıf	37	28,0	,14		
	Yüksek Lisans 2. Sınıf	16	24,1	,15		
Zayıflık İle Aşırı Uğraş	Lisans 1. Sınıf	32	26,5	,13	,489	,903
	Lisans 2. Sınıf	44	29,5	,14		
	Lisans 3. Sınıf	56	27,0	,08		
	Lisans 4. Sınıf	65	28,7	,08		
	Yüksek Lisans 1. Sınıf	37	28,1	,13		
	Yüksek Lisans 2. Sınıf	16	22,5	,15		

Tablo 18 incelendiğinde sınıf durumuna göre üniversite öğrencisi katılımcıların sosyal medya kullanımı, beden algısı ve yeme tutumu ile alt boyutları arasındaki ilişkinin ortaya konulması için yapılan analize göre sosyal medya kullanımı ($f=3,178$; $p<0,05$), sanal tolerans ($f=3,660$; $p<0,05$), sanal iletişim ($f=2,258$; $p<0,05$) ve beden algısı ($f=2,352$; $p<0,05$) sınıf durumu üzerinde anlamlı yordayıcılar olarak tespit edilmiştir. Yeme tutumu ve alt boyutları arasında sınıf durumuna göre herhangi bir etki tespit edilememiştir.

Tablo 18 de sınıf düzeyine göre kurulan ilişkide hangi gruplar arasında anlamlılığın olduğunu ortaya koymak için post-hoc Tukey analizi yapılmıştır. Yapılan analize göre sosyal medya kullanımı için ‘lisans 4. sınıf’ ile ‘yüksek lisans 2. sınıf’ arasında ($p=0,025^*$; $p<.05$) anlamlı etki bulunmuştur. Bu sonuca göre lisans 2. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kullanım düzeyi yüksek lisans 2. sınıf öğrencilerinden daha yüksektir. Sanal tolerans için ‘lisans 4. sınıf’ ile ‘yüksek lisans 2. sınıf’ arasında ($p=0,029^*$; $p<.05$) anlamlı etki bulunmuştur. Bu sonuca göre lisans 2. sınıf öğrencilerinin sanal tolerans düzeyi yüksek lisans 2. sınıf öğrencilerinden daha yüksektir. Sanal iletişim için ‘lisans 3. sınıf’ ile ‘yüksek lisans 2. sınıf’ arasında ($p=0,048^*$; $p<.05$) anlamlı etki bulunmuştur. Bu sonuca göre lisans 3. sınıf öğrencilerinin sanal iletişim düzeyi yüksek lisans 2. sınıf öğrencilerinden daha yüksektir. Beden algısı için ‘yüksek lisans 2. sınıf’ ile ‘lisans 2. sınıf’ arasında ($p=0,031^*$; $p<.05$) anlamlı etki bulunmuştur. Bu sonuca göre yüksek lisans 2. sınıf öğrencilerinin beden algısı düzeyi lisans 2. sınıf öğrencilerinden daha yüksektir. Yapılan post-hoc Tukey analizine göre eğitim seviyesi düştükçe sosyal medya kullanımı, sanal tolerans ve sanal iletişim düzeyleri artmakta; eğitim seviyesi arttıkça da beden algısı düzeyi yükselmektedir.

Tablo 4. 19 Aylık Gelir Düzeyine Göre Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımı, Beden Algısı ve Yeme Tutumları ile Alt Boyutları Arasındaki İlişkiler

	Aylık Gelir	N	Ort.	ss	F Değeri	P Değeri
Sosyal Medya Kullanımı	Gelirim Giderimden Az	90	53,96	1,60	1,237	,292
	Gelirim Giderime Eşit	122	53,33	1,32		
	Gelirim Giderimden Fazla	38	49,65	1,99		
Sanal Tolerans	Gelirim Giderimden Az	90	29,77	,67	1,253	,287
	Gelirim Giderime Eşit	122	28,03	,63		
	Gelirim Giderimden Fazla	38	26,86	,80		
Sanal İletişim	Gelirim Giderimden Az	90	22,07	,92	1,032	,358
	Gelirim Giderime Eşit	122	22,86	,65		
	Gelirim Giderimden Fazla	38	20,81	1,17		
Beden Algısı Genel	Gelirim Giderimden Az	90	129,56	3,56	10,135	,000
	Gelirim Giderime Eşit	122	112,26	2,82		
	Gelirim Giderimden Fazla	38	103,85	1,95		
Yeme Tutumu	Gelirim Giderimden Az	90	109,71	3,50	1,901	,152
	Gelirim Giderime Eşit	122	112,42	2,43		
	Gelirim Giderimden Fazla	38	102,07	3,69		
Şişmanlık Kaygısı	Gelirim Giderimden Az	90	2,78	,10	,824	,440
	Gelirim Giderime Eşit	122	28,2	,07		
	Gelirim Giderimden Fazla	38	26,2	,11		
Diyet	Gelirim Giderimden Az	90	27,2	,09	2,331	,097
	Gelirim Giderime Eşit	122	27,5	,06		
	Gelirim Giderimden Fazla	38	23,8	,09		
Sosyal Baskı	Gelirim Giderimden Az	90	27,1	,08	,770	,464
	Gelirim Giderime Eşit	122	27,9	,06		
	Gelirim Giderimden Fazla	38	26,3	,11		
Zayıflık İle Aşırı Uğraş	Gelirim Giderimden Az	90	27,5	,09	2,024	,134
	Gelirim Giderime Eşit	122	28,5	,06		
	Gelirim Giderimden Fazla	38	25,6	,10		

Tablo 19 incelendiğinde aylık gelir durumuna göre üniversite öğrencisi katılımcıların sosyal medya kullanımı, beden algısı ve yeme tutumu ile alt boyutları arasındaki ilişkinin ortaya konulması için yapılan analize göre beden algısı ($f=10,135$; $p<0,05$) aylık gelir durumu üzerinde anlamlı yordayıcı olarak tespit edilmiştir. Fakat sosyal medya kullanımı ve alt boyutları ile yeme tutumu ve alt boyutları aylık gelir durumuna göre farklılık göstermemiştir ($p>.05$).

Tablo 19 da aylık gelir düzeyine göre kurulan ilişkide hangi gruplar arasında anlamlılığın olduğunu ortaya koymak için post-hoc Tukey analizi yapılmıştır. Yapılan analizde beden algısı için 'gelir giderime eşit' ile 'gelir giderimden az' arasında ($p=0,001^*$; $p<.05$) anlamlı etki bulunmuştur. Bu sonuca göre geliri giderine eşit olan katılımcıların beden algısı düzeyi geliri giderimden az olan katılımcılardan daha

yüksektir. Benzer şekilde beden algısı için 'gelir giderimden fazla' ile 'gelir giderimden az' arasında ($p=0,004^*$; $p<.05$) anlamlı etki bulunmuştur. Bu sonuca göre geliri giderinden fazla olan katılımcıların beden algısı düzeyi geliri giderinden az olan katılımcılardan daha yüksektir. Yapılan post-hoc Tukey analizine göre aylık gelir seviyesi arttıkça beden algısı düzeyi yükselmektedir.



Tablo 4. 20 Katılımcıların Kilo Memnuniyet Düzeylerine Göre Sosyal Medya Kullanımı, Beden Algısı ve Yeme Tutumları ile Alt Boyutları Arasındaki İlişkiler

	Kilo Memnuniyet	N	Ort.	ss	F Değeri	P Değeri
Sosyal Medya Kullanımı	Evet, Memnunum	127	52,26	1,43	,784	,504
	Hayır, Memnun Değilim	69	53,21	1,23		
	Emin Değilim	54	52,66	3,45		
Sanal Tolerans	Evet, Memnunum	127	28,26	,61	,756	,520
	Hayır, Memnun Değilim	69	28,68	,55		
	Emin Değilim	54	27,41	1,66		
Sanal İletişim	Evet, Memnunum	127	21,81	,81	1,089	,354
	Hayır, Memnun Değilim	69	22,18	,65		

	Emin Değilim	54	23,41	1,73		
Beden Algısı Genel	Evet, Memnunum	127	126,29	3,67	3,235	,023
	Hayır, Memnun Değilim	69	113,23	2,91		
	Emin Değilim	54	113,33	2,22		
Yeme Tutumu	Evet, Memnunum	127	106,92	2,91	5,854	,001
	Hayır, Memnun Değilim	69	109,04	2,05		
	Emin Değilim	54	117,16	1,82		
Şişmanlık Kaygısı	Evet, Memnunum	127	27,6	,06	3,826	,018
	Hayır, Memnun Değilim	69	27,7	,25		
	Emin Değilim	54	27,8	,05		
Diyet	Evet, Memnunum	127	26,8	,06	1,042	,361
	Hayır, Memnun Değilim	69	26,4	,26		
	Emin Değilim	54	28,2	,04		
Sosyal Baskı	Evet, Memnunum	127	25,8	,07	1,805	,199
	Hayır, Memnun Değilim	69	27,2	,05		
	Emin Değilim	54	30,6	,23		
Zayıflık ile Aşırı Uğraş	Evet, Memnunum	127	26,7	,05	1,100	,352
	Hayır, Memnun Değilim	69	27,4	,25		
	Emin Değilim	54	30,4	,04		

Tablo 20 incelendiğinde kilo memnuniyet durumuna göre üniversite öğrencisi katılımcıların sosyal medya kullanımı, beden algısı ve yeme tutumu ile alt boyutları arasındaki ilişkinin ortaya konulması için yapılan analize göre beden algısı ($f=3,235$; $p<0,05$), yeme tutumu ($f=5,854$; $p<0,05$) ve şişmanlık kaygısı ($f=3,826$; $p<0,05$) kilo memnuniyet durumu üzerinde anlamlı yordayıcılar olarak tespit edilmiştir. Fakat sosyal medya kullanımı ve alt boyutları ile yeme tutumu diğer alt boyutları kilo memnuniyeti durumuna göre farklılık göstermemiştir ($p>.05$).

Tablo 20 de kilo memnuniyeti durumuna göre kurulan ilişkide hangi gruplar arasında anlamlılığın olduğunu ortaya koymak için post-hoc Tukey analizi yapılmıştır. Yapılan analizde beden algısı için 'kilosundan memnun olanlar' ile 'kilosundan memnun olmayanlar' arasında ($p=0,033^*$; $p<.05$) anlamlı etki bulunmuştur. Bu sonuca göre kilosundan memnun olan katılımcıların beden algısı düzeyi kilosundan memnun olmayan katılımcılardan daha yüksektir. Yeme tutumu için 'kilosundan memnun olmayanlar' ile 'kilosundan memnun olanlar' arasında ($p=0,003^*$; $p<.05$) anlamlı etki bulunmuştur. Bu sonuca göre kilosundan memnun olmayan katılımcıların yeme tutumları kilosundan memnun olan katılımcılardan daha yüksektir. Şişmanlık kaygısı için 'kilosundan memnun olmayanlar' ile 'kilosundan memnun olanlar' arasında ($p=0,020^*$; $p<.05$) anlamlı etki bulunmuştur. Bu sonuca göre kilosundan memnun olmayan katılımcıların şişmanlık kaygısı kilosundan memnun olan katılımcılardan

daha yüksektir. Yapılan post-hoc Tukey analizine göre kilo memnuniyet düzeyi arttıkça beden algısı yükselmekte; yeme tutumu ve Şişmanlık kaygısı artıkça kilo memnuniyeti düşmektedir.



BEŞİNCİ BÖLÜM

TARTIŞMA

Bu bölümde araştırma kapsamında elde edilen bulguların ilgili literatür ışığında tartışılması sağlanacaktır. İlgili literatür incelendiğinde üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ile beden algısı ve yeme tutumları arasındaki ilişkiyi araştırarak herhangi bir çalışmaya rastlanılamamıştır. Bu bağlamda birbirine etkisinin olduğu varsayılan sosyal medya kullanımı, beden algısı ve yeme tutumu kavramlarının tek tek ya da iki değişken olarak incelendiği araştırmalar ile tartışılması yoluna gidilmiştir.

Gelişen teknoloji ve değişen yaşam koşulları alışkanlıkları da farklılaştırmaktadır. Son yıllarda akıllı telefonlar üzerinden internet kullanımının kolaylaşması ve yüz yüze iletişimin yerini sosyal medya uygulamalarına bırakması bazı değişimleri de beraberinde getirmiştir. Her geçen gün daha da artan sosyal medya kullanımının insan üzerinde ne gibi değişimlere neden olduğu bilimsel araştırmalara konu olmuştur. Bu araştırmada yetişkinlik dönemini kapsayan 18-30 yaş arası üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ile beden algısı ve yeme tutumu arasındaki ilişkinin incelenmesini amaçlanmaktadır.

Araştırmada üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı yeme tutumlarını ve alt boyutlarını etkilediği ve sosyal medya kullanım düzeyi arttıkça yeme tutumlarının olumsuz yönde bozulduğu bulunmuştur. Özellikle sosyal medya kullanım düzeyinin artışıyla birlikte şişmanlık kaygısı, diyet, sosyal baskı ve zayıflık ile aşırı uğraş düzeyleri de artmaktadır. Araştırma bulgumuz ile benzer sonuçlara Keküllüoğlu (2020) tarafından yapılan araştırmada da rastlanılmıştır. Araştırma üniversite öğrencilerindeki sosyal medya kullanımlarının yeme tutumları üzerindeki etkisine bakılmış, sosyal medya kullanım düzeyi arttıkça yeme tutumları ve alt boyutlarının da olumsuz olarak arttığı bulunmuştur. Sakarya üniversitesi öğrencileriyle yürütülen başka bir araştırmada da üniversite öğrencilerinde yeme içme davranışlarındaki artış ile sosyal medya kullanım düzeylerinde ki artış paralellik göstermiştir (Yücüncüyl, 2017). Aynı araştırmada yeme tutumları; şişmanlık kaygısı, diyet, sosyal baskı ve zayıflık ile aşırı uğraş alt boyutlarının üniversite öğrencilerinde artmasıyla sosyal medya kullanımlarının da arttığı bulunmuştur.

Ferguson ve arkadaşları (2014) tarafından yapılan bir araştırmada da sosyal medya kullanımı ile yeme tutumları arasında anlamlı istatistiksel ilişki tespit edilmiştir. Sarkar ve arkadaşları (2015) tarafından yapılan başka bir araştırmada da sosyal medya kullanımları üzerinde yeme tutumlarının etkisi olduğunu bulmuştur. Sipahi ve Demirel (2021) tarafından yapılan sosyal medya da beslenme ile ilgili yapılan paylaşımların bireylerdeki yeme tutumlarına etkisinin araştırıldığı çalışmada da sosyal medya da artan beslenme içeriklerinin bireylerin yeme tutumları üzerinde yordayıcı bir etkisi olduğunu tespit etmişlerdir.

Duran ve arkadaşları (2019) tarafından üniversite öğrencileri üzerinde yapmış oldukları araştırmalarında da öğrencilerin stres ve sosyal medya kullanımlarının yeme tutumları üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Araştırmada üniversite öğrencilerinde yeme tutumu puanları arttıkça sosyal medya kullanım ve stres düzeylerinin de arttığı bulunmuştur. Aynı araştırmada yeme tutumu, şişmanlık kaygısı, diyet, sosyal baskı ve zayıflık ile aşırı uğraş alt boyutlarının da sosyal medya kullanımı üzerinde doğrusal ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Odacı ve elik (2012) tarafından yapılan bir araştırmada normalin üstünde internet kullanımı ile normalin üstünde sosyal medya kullanımı gösteren katılımcılarda zihinsel eylemlerde bulunmayı gerektirecek birçok uğraş içerisinde olabildikleri ve bu nedenle de kendilerinin ve davranışlarının farkında olamadıklarını tespit etmişlerdir. Bu bireylerde artan sosyal medya kullanımları ile birlikte temel ihtiyaçlarının ve beslenme öğünlerinin karşılanamadığı ya da sağlıklı olmayan besinler ile çok fazla tüketim sağlanmasıyla beraber kiloya dair sorunlar yaşadıklarını belirtmişlerdir.

Alpaslan ve Arkadaşları (2015) tarafından lise öğrencileriyle yürüttükleri bir çalışmada sosyal medya kullanımı ile yeme tutumları arasında doğrusal ilişki olduğunu belirtmiştir. Hemşirelik bölümü öğrencilerinin yeme tutumlarının bazı değişkenlere göre araştırıldığı bir çalışmada da öğrencilerdeki sosyal medya kullanımları ile birlikte artan görünüş kaygısının yaşandığını belirtmişlerdir. Bu durumda öğrencilerin yeme davranışlarını etkilediği ve özellikle kullanılan sosyal medya platformlarında görünüş kaygısını giderici paylaşımlarda bulduklarını tespit etmiştir (Ağaçdiken Alkan, Özdelikara ve Mumcu Boğa, 2016). Işık (2019) tarafından yapılan başka bir araştırmada da yetişkin bireylerde sosyal görünüş kaygısı arttıkça

olumsuz yeme tutumlarının arttığı ve bu durumun en önemli yordayıcısının da artan sosyal medya kullanım düzeylerinin olduğunu belirtmiştir.

Araştırma bulgusuyla benzerlik göstermeyen çalışmalara da ulaşılmıştır. Ferguson ve arkadaşları (2014) yaptıkları araştırmada sosyal medya kullanımının yeme tutumu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığını, sosyal medya kullanımının yeme bozukluklarını öngörmekte yeterli olmadığını vurgulamıştır. Benzer şekilde Smith (2017), yeme tutum testinden yüksek ve düşük puan alan katılımcılar ile yaptığı araştırmada sosyal medya kullanımının yeme tutum davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığını belirtmiştir.

Yapılan regresyon analizleri de sosyal medya kullanımı ile yeme tutumları üzerindeki etkiyi ortaya koymaktadır. Günümüzün en önemli sorunlarının başında gelen artan sosyal medya kullanımı üniversite öğrencilerinde beslenme ve yeme alışkanlıklarını değiştirmiş, özellikle hazır, hızlı ya da sağlıksız yeme tutumu davranışlarına yönlendirmiştir. Artan sosyal medya kullanımı kişileri yüz yüze iletişimden uzaklaştırarak yalnızlaştırmaktadır. Yalnızlık duygusunun özellikle duygusal yeme davranışlarına neden olması sağlıksız yeme tutumlarını öne çıkarmaktadır.

Araştırmada üniversite öğrencilerinde beden algısı yeme tutumlarını ve alt boyutlarını etkilediği ve beden algısı düzeyi arttıkça yeme tutumlarının bozulduğu bulunmuştur. Özellikle beden algısı düzeyinin artışıyla birlikte şişmanlık kaygısı, diyet, sosyal baskı ve zayıflık ile aşırı uğraş düzeyleri azalmaktadır. Araştırma bulgumuz ile benzer sonuçlara Demirbaş (2016) tarafından yapılan araştırmada da ulaşılmıştır. Araştırmada bireylerde beden memnuniyetsizlik düzeyi arttıkça yeme tutumu davranışlarının da olumsuz yönde arttığı bulunmuştur. Birçok araştırmacı bedenin kusursuz gözükmesi çabasının ve beden memnuniyetsizliğinin yeme bozukluklarının oluşumunda etken olduğunu bildirmiştir (Berry ve Howe, 2000; Senra vd., 2007; Thompson vd., 2006).

Rosen (1996) ise yeme bozukluğu tedavisinde beden algısı ile çalışmanın psikopatolojinin tedavisi açısından önemli ve etkin olabileceğini bildirmiştir. Cooper, Fairburn ve Hawker (2003), BDT yaklaşımında beden imajına dair terapötik çalışmalarının obezitede terapi hedefleri arasında olduğunu bildirmiştir. Tedavi hedefinin yalnızca beden ağırlığını düşürmek olmayıp beden algısı ile oluşu araştırma bulgularını desteklemektedir. Koenig ve Wasserman'ın (1995) üniversite öğrencileri

ile yürüttüğü bir çalışmada ise literatür çalışmalarına benzer şekilde depresif semptomlar ve yeme bozukluklarının beden algısı ve bedene verilen önem ile etkileşim içerisinde olduğunu göstermektedir.

Büyük ve Özdemir (2015) tarafından yapılan çalışmada da benden algısı ile yeme tutumları arasında doğrusal ilişki bulunmuştur. Yapılan başka bir çalışmada da yeme tutumlarının beden algısından etkilendiği, bireylerde yeme davranışlarındaki artışın önemli bir yordayıcısı olarak beden algısından memnun olmamayı arttırdığını belirtmiştir (Çavli, 2019). Hekimoğlu'nun (2019) yaş ortalaması 20 olan 844 katılımcı ile gerçekleştirdiği çalışmada da benzer şekilde beden memnuniyetsizliğindeki artışın olumsuz yeme tutumunu yordadığı tespit edilmiştir. Benzer şekilde Demir (2006) tarafından yapılan bir çalışmada da beden algısı ile yeme tutumları arasında olumsuz ilişki bulunmuştur.

Erdoğan ve Tütüncü (2015) tarafından yapılan çalışma da bireylerin olumsuz yeme tutum davranışlarındaki artış ile beden algılarının düştüğü ve kendilerine dair olumsuz beden algısına sahip olduklarını belirtmiştir. Fairburn (2008) ilgili araştırmasında kişilerin olumsuz yeme tutumu ve davranışlarının etiyolojisinde beden yapısı ve ağırlığıyla ilgili yoğun bilişsel uğraşının olduğunu bildirmiştir. Olumsuz yeme tutumu olan kişilerin bir yeti olarak kendilerini sadece beden görünümleri ve kilo durumları üzerindeki denetimle değerlendirdiklerini ve kişilerin tüm yaşamlarını yeme tutumu, diyet, zayıflama çabası, kilo kaygısı gibi duygu, düşünce ve davranış örüntülerinin üzerine inşaa ettikleri belirtilmektedir.

Fairburn ve Harrison (2003) tarafından yapılan başka bir çalışmada da bireylerdeki olumsuz yeme tutumu davranışlarının beden algısı üzerinde tetikleyici etki görevi gördüğünü belirtmiştir. Aynı çalışmada beden algısında düşüş yaşayan bireylerin olumsuz yeme davranışına yöneldiği bulunmuştur. Helvalı (2019) tarafından yapılan çalışmada da yetişkin bireylerde beden algısı düzeyleri ile yeme tutum düzeyleri birbirini olumsuz yönde etkilememektedir.

İncedal (2016) lise öğrencileriyle yapmış olduğu çalışmada bireylerin beden algıları arttıkça yeme tutumu davranışları ve yeme tutum alt boyut davranışlarının olumlu olarak azaldığını tespit etmiştir. Yine Uskun ve Şabaplı (2013) tarafından yapılan çalışmada da beden algısı ile yeme tutumu arasında anlamlı ilişki tespit edilmiştir.

Bunların yanında Acar (2010) tarafından yapılan araştırmada beden algısı ile yeme tutumları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Aynı şekilde Richardson, Paxton ve Thomson'ın (2009) yaptıkları araştırmada da yeme tutumları ile beden algısı arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır.

Yapılan regresyon analizleri de beden algısı ile yeme tutumları üzerindeki etkiyi ortaya koymaktadır. Kişinin bedenini pozitif algılaması bedenini kabul etmesini sağlamaktadır. Bu yönde bir algılayışa sahip olan kişilerin sağlıksız yeme tutumları ile bedenini değiştirme ihtiyaçında olmadığı düşünülmektedir.

Üniversite ğrencilerinde sosyal medya kullanımı ile beden algısı ve yeme tutumu arasındaki ilişkinin incelenmesinde cinsiyet durumuna göre anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda kadın katılımcıların sosyal medya kullanımı, sanal tolerans, sanal iletişim, yeme tutumu ve zayıflık ile aşırı uğraş puan ortalamalarının erkek katılımcıların sosyal medya kullanımı, sanal tolerans, sanal iletişim, yeme tutumu ve zayıflık ile aşırı uğraş puan ortalamalarından daha yüksek olduğu bulunmuştur. Ayrıca beden algısı puan ortalamaları incelendiğinde ise erkek katılımcıların beden algısı puan ortalamalarının kadın katılımcıların beden algısı puan ortalamalarından daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Benzer sonuçlara Keküllüoğlu (2020) tarafından yapılan araştırmada da rastlanılmıştır. Araştırma niversite öğrencilerindeki sosyal medya kullanımlarının yeme tutumları üzerindeki etkisine bakılmış, kadın katılımcıların sosyal medya kullanımları, sanal tolerans ve sanal iletişim alt boyutları ile yeme tutumu, zayıflık ile aşırı uğraş ve diyet alt boyutlarının erkeklerden daha yüksek olduğu bulunmuştur.

Demirbaş (2016) tarafından yapılan araştırmada erkek katılımcıların beden algısı puanlarının kadın katılımcıların beden algılarından daha yüksek olduğunu tespit etmiştir. Büyük ve zdemir (2015) tarafından yapılan araştırmada da benden algısı erkeklerde kadınlara oranla daha yüksek bulunmuştur. Sakarya niversitesi ğrencileriyle yürütülen başka bir araştırmada da kadın niversite ğrencilerinin sosyal medya kullanımları erkek niversite öğrencilerinden daha yüksek istatistiksel olarak yüksek bulunmuştur (Ycncyıl, 2017).

Ferguson ve arkadaşları (2014) tarafından yapılan bir araştırmada da kadınların sosyal medya kullanımları ve yeme tutumları erkeklerden daha yüksek anlamlı çıkmıştır.

Alpaslan ve Arkadaşları (2015) tarafından lise öğrencileriyle yürüttükleri araştırmada da kadın lise öğrencilerinin erkek lise öğrencilerinden daha yüksek sosyal medya kullanımı, sanal iletişim ve tolerans puanlarına sahip olduğu bulunmuştur. İncedal (2016) lise öğrencileriyle yapmış olduğu araştırmada erkek lise öğrencilerinin beden algıları kadın lise öğrencilerinden daha yüksek olduğunu belirtmiştir. Yine Uskun ve Şabaplı (2013) tarafından yapılan araştırmada da beden algısı erkeklerde daha yüksek bulunmuştur.

Sarkar ve arkadaşları (2015) tarafından yapılan başka bir araştırmada kadınların yeme tutumları erkeklere kıyasla daha sağlıksızken erkek katılımcıların sosyal medya kullanım düzeyleri ise kadınlardan daha fazla olarak tespit edilmiştir. Erdoğan ve Tütüncü (2015) tarafından yapılan çalışma da erkeklerin beden algısı puanlarının kadınlardan daha yüksek olduğu bulunmuştur. Hekimoğlu'nun (2019) yaş ortalaması 20 olan 844 katılımcı ile gerçekleştirdiği çalışmada da erkeklerin kadınlardan daha yüksek beden algısına sahip olduğu tespit edilmiştir. İlgili literatür incelendiğinde kadınların sosyal medya kullanımları, sanal iletişim, sanal tolerans, yeme tutumu ve zayıflık ile aşırı uğraş düzeylerinin erkeklerden daha yüksek çıktığı çalışmalara rastlanılmıştır (Sipahi ve Demirel, 2021; Duran vd., 2019; Odacı ve Çelik, 2012). Araştırma bulgumuzla farklılık gösteren araştırmalar da bulunmaktadır.

Ağaçdiken Alkan, Özdelikara ve Mumcu Boğa (2016) tarafından yapılan araştırmada erkek katılımcıların sosyal medya kullanım ve yeme tutumu düzeylerinin erkek katılımcıların sosyal medya kullanımları ve yeme tutum düzeylerinden daha yüksek olduğu bulunmuştur. Çavli (2019) tarafından yapılan çalışmada kadınların beden algısı erkeklerden daha yüksek bulunmuştur. Demir (2006) tarafından yapılan bir araştırmada da beden algısı kadınlarda daha yüksek bulunmuştur. Yine Işık (2019) tarafından yapılan başka bir araştırmada da erkek bireylerin sosyal medya ve yeme tutum puanlarının kadınlardan anlamlı olarak daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ile beden algısı ve yeme tutumu arasındaki ilişkinin incelenmesinde sınıf düzeyine göre anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda lisans 2. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kullanım düzeyi yüksek lisans 2. sınıf öğrencilerinden daha yüksektir. Lisans 2. sınıf öğrencilerinin sanal tolerans düzeyi yüksek lisans 2. sınıf öğrencilerinden daha yüksektir. Lisans 3. sınıf öğrencilerinin sanal iletişim düzeyi yüksek lisans 2. sınıf öğrencilerinden daha

yüksektir. Yüksek lisans 2. sınıf öğrencilerinin beden algısı düzeyi lisans 2. sınıf öğrencilerinden daha yüksektir. Eğitim seviyesi düştükçe sosyal medya kullanımı, sanal tolerans ve sanal iletişim düzeyleri artmakta; eğitim seviyesi arttıkça da beden algısı düzeyi yükselmektedir. Benzer sonuçlara Keküllüoğlu (2020) tarafından yapılan araştırmada da rastlanılmıştır. Araştırma da sosyal medya kullanımlarının üniversite 1. ve 2. Sınıflarda daha yüksek olduğu bulunmuştur. Sakarya üniversitesi öğrencileriyle yürütülen başka bir araştırmada da sınıf düzeyi düşük olan katılımcıların sosyal medya kullanım düzeylerinin daha yüksek olduğu bulunmuştur (Yücüncüyl, 2017).

Büyük ve Özdemir (2015) tarafından yapılan araştırmada da lise öğrencilerinin sınıf düzeyleri arttıkça beden algılarının da arttığı tespit edilmiştir. Alpaslan ve Arkadaşları (2015) tarafından lise öğrencileriyle yürüttükleri araştırmada da lise 2. sınıf öğrencilerinde sosyal medya kullanımı lise 3. sınıf öğrencilerinden daha yüksek bulunmuştur. İncedal (2016) lise öğrencileriyle yapmış olduğu araştırmada lise son sınıf öğrencilerin beden algılarının lise 1. sınıf öğrencilerinden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Hekimoğlu'nun (2019) yaş ortalaması 20 olan 844 katılımcı ile gerçekleştirdiği çalışmada da eğitim seviyesi ile beden algısı arasında doğrusal ilişki tespit edilmiştir. Yine Işık (2019) tarafından yapılan başka bir araştırmada da eğitim düzeyi sosyal medya kullanımı ile negatif yönlü, beden algısı ile pozitif yönlü ilişki bulmuştur. İlgili literatür incelendiğinde araştırmadan elde edilen bulgunun uyumlu ve tutarlı olduğu tespit edilmiştir.

Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ile beden algısı ve yeme tutumu arasındaki ilişkinin incelenmesinde aylık gelir durumuna göre anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda katılımcıların aylık gelir seviyesi arttıkça beden algısı düzeyi yükselmektedir. Benzer sonuçlara Koenig ve Wasserman'in (1995) üniversite öğrencileri ile yürüttüğü bir çalışmada aylık kazanç ile beden algısı arasında doğrusal ilişki tespit etmiştir. Erdoğan ve Tütüncü (2015) tarafından yapılan çalışma da aylık gelirin beden algısı üzerinde önemli bir yordayıcı olduğu bulunmuştur. Helvalı (2019) tarafından yapılan araştırmada da yetişkin bireylerdeki aylık kazanç faktörünün beden algılarının yükselmesinde önemli bir değişken olduğunu bulgulamıştır. Uskun ve Şabaplı (2013) tarafından yapılan araştırmada da beden algısı aylık gelir ile doğru orantılı çıkmıştır. Ekonomik durumu daha iyi olan katılımcıların

bedenlerine yönelik pozitif tutumlarının daha iyi olması ekonomik stresin daha az yaşanmasının olumlu etkisi olarak görülmektedir.

Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ile beden algısı ve yeme tutumu arasındaki ilişkinin incelenmesinde kilosundan memnun olma durumuna göre anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda kilo memnuniyet düzeyi arttıkça beden algısı yükselmekte; yeme tutumu ve şişmanlık kaygısı arttıkça kilo memnuniyeti düşmektedir. Benzer sonuçlara Demirbaş (2016) tarafından yapılan araştırmada da ulaşılmıştır. Araştırmada bütün bireylerde kilo memnuniyetsizlik düzeyi arttıkça yeme tutumu davranışlarının da arttığı bulunmuştur. Birçok araştırmacı bedeninin kusursuz gözükmeye çabasının ve kilo memnuniyetsizliğinin yeme bozukluklarının oluşumunda etken olduğunu bildirmiştir (Berry ve Howe, 2000; Senra vd., 2007; Thompson vd., 2006). Büyük ve Özdemir (2015) tarafından yapılan araştırmada da benden algısı yüksek olan bireylerde kilosundan memnuniyet düzeyi daha yüksek çıkmıştır. Yapılan başka bir araştırmada da kilosundan memnun olmayan katılımcıların yeme tutumlarının bozulduğu, kilosundan memnun olan katılımcıların ise beden algısının arttığı bulunmuştur (Çavli, 2019).

Hekimoğlu'nun (2019) yaş ortalaması 20 olan 844 katılımcı ile gerçekleştirdiği çalışmada da benzer şekilde kilo memnuniyetsizliğindeki artışın olumsuz yeme tutumunu yordadığı tespit edilmiştir. Benzer şekilde Demir (2006) tarafından yapılan bir araştırmada da beden algısı yüksek olan bireylerde yeme kilo problemlerinin yaşanmadığı belirtilmiştir. Erdoğan ve Tütüncü (2015) tarafından yapılan çalışma da bireylerin kilosundan memnun olma durumlarında beden algılarının yükseldiği kilosundan memnun olmama durumunda ise yeme tutumlarının düştüğü bulunmuştur. Fairburn (2008) ilgili araştırmasında kişilerin olumsuz yeme tutumu ve davranışlarının etiolojisinde beden yapısı ve ağırlığıyla ilgili yoğun bilişsel uğraşının olduğunu bildirmiştir. Olumsuz yeme tutumu olan kişilerin bir yeti olarak kendilerini sadece beden görünüşleri ve kilo durumları üzerindeki denetimle değerlendirdiklerini ve kişilerin tüm yaşamlarını yeme tutumu, diyet, zayıflama çabası, kilo kaygısı gibi duygu, düşünce ve davranış örüntülerinin üzerine kurduklarını belirtilmektedir.

Fairburn ve Harrison (2003) tarafından yapılan araştırmada beden algısında düşüş yaşayan bireylerin yeme davranışına yöneldiği bulunmuştur. Helvalı (2019) tarafından yapılan araştırmada da yetişkin bireylerde beden algısı düzeyleri düştükçe yeme

davranışlarının arttığı bulunmuştur. Yine Uskun ve Şabaplı (2013) tarafından yapılan araştırmada da beden memnuniyetsizlik yaşayan bireylerin kilo sorunlarının olduğu belirtilmiştir. Kilo memnuniyeti kişinin bedenine yönelik algısını şekillendiren önemli değişkenlerden biridir. Özellikle günümüzde medya içeriklerinin zayıf bedeni güzellik kriteri olarak sunması kilo ile ilgili zihinsel uğraşı arttırmaktadır. Bu nedenle kilo memnuniyetsizliği yaşayan kişilerin beden algılarının daha düşük olması beklenirken beden memnuniyeti yaşayan kişilerde ise yeme tutum bozukluklarının daha düşük olması beklenebilir.



SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma kapsamında aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

- Sosyal medya kullanımı yeme tutumlarını olumsuz yönde etkilemekte, sosyal medya kullanımı arttıkça kişilerin sağlıksız yeme tutumu da artmaktadır.
- Olumsuz beden algısı şişmanlık kaygısı ve zayıflık ile aşırı zihinsel uğraşı arttırarak olumsuz yeme tutumunu beraberinde getirmektedir.
- Kadınların sosyal medya kullanımları ve zayıflık ile aşırı uğraşları erkeklere kıyasla daha yüksektir. Bunun yanında erkek katılımcılar bedenlerine yönelik daha olumlu bir algıya sahiptir.
- Katılımcıların gelir düzeyi arttıkça beden algısına yönelik olumlu algıları da artmaktadır.
- Araştırmaya toplamda 250 kişi katılmış olup, katılımcıların %66'sı kadın, %34'ü erkektir. Ülkemizde kadına yüklenen cinsiyet rolleri gereği bedenle ilgili zihinsel uğraşın kadınlarda daha yüksek olmasına neden olmaktadır. Bu sebeple katılımcıların kadın çoğunlukta olması beklenen bir durumdur.
- Kadın ve erkek katılımcıların yaşadıkları coğrafya ya göre farklılık olması beklenen bir durumdur.
- Katılımcıların %9,6'sı çok iyi, %60,8'i iyi, %28,8'i orta, %0,8'i ise kötü akademik başarı düzeyine sahiptir.
- Katılımcıların %26'sı lisans 4. Sınıf, %22,4'ü lisans 3. sınıf, %17,6'sı lisans 2. sınıf, %14,8'i yüksek lisans 1. sınıf, %12,8'i lisans 1. sınıf ve %6,4'ü de yüksek lisans 2. sınıf düzeyindedir.
- Katılımcıların %50,8'si kilosundan memnun, %27,6'sı memnun değil, %21,6'sı da emin değildir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular sosyal medya kullanımının olumsuz beden algısı ve olumsuz yeme tutumları ile ilişkili olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda aşağıdaki önerilerde bulunmaktadır:

- Sosyal medya kullanımının neden olduğu psikolojik etkiler hakkında öğrencilere yönelik bilgilendirme faaliyetlerinde bulunulmalıdır.
- Sosyal medya içeriklerinin sunduğu ideal beden imajına karşı farkındalık çalışmaları düzenlenmeli.

- Olumsuz yeme tutumlarının yaratacağı sağlık problemlerine dair bilgilendirme faaliyetleri yurütülmelidir.
- Bundan sonra yapılacak araştırmalarda ilgili değişkenlerin farklı coğrafi bölgelerde araştırılması ve kültürel farklılıkları ortaya koymaya yönelik sosyodemografik değişkenlere yer verilmesi önerilmektedir.
- Beden algısı ve yeme tutumu çalışmalarının erkek katılımcılarla ve daha geniş örneklemeler üzerinde kurgulanması önerilmektedir.



KAYNAKÇA

- Acar, Ö. T. (2010). Kocaeli Üniversitesi Beden Eğitimi Yüksekokulu ve Mimarlık-Mühendislik Fakültesi öğrencilerinde beden algısı ve iyilik halinin beden kitle indeksi ve vücut yağ dağılımı ile ilgisi, Tıpta Uzmanlık Tezi. Kocaeli Üniversitesi Tıp Fakültesi, Kocaeli.
- Adams, J. F. (2015). Ergenliği Anlamak. İmge Yayınları, Ankara.
- Ağaçdiken Alkan, S., Özdelikara, A., ve Mumcu Boğa, N. (2016). Hemşirelik Öğrencilerinin Yeme Tutumunun Belirlenmesi. *Hemşirelikte Eğitim ve Araştırma Dergisi*, 13(3), 250-257.
- Akıncı Vural, Z. ve Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal Of Yaşar University*, 20(5), 3348-3382.
- Alpaslan, A. H. (2012). Ergen Ruh Sağlığı ve Spor. *Kocatepe Tıp Dergisi*, 13, 181-185.
- Alpaslan, A. H., Koçak, U., Avcı, K., ve Taş, H. U. (2015). The association between internet addiction and disordered eating attitudes among Turkish high school students. *Eating and Weight Disorders-Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 20(4), 441-8.
- Arıca, S.G., Arıca, V., Arı, M., ve Özer, C. (2011). Adolesanda yeme bozuklukları. *Mustafa Kemal Üniversitesi Tıp Dergisi*, 2(5), 1-10.
- Arkonaç, S. A. (2008). Deneysel ve Eleştirel Yaklaşımlar. Sosyal Psikolojide İnsanları Anlamak. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Aslam, S. (2018). Twitter By The Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts. <https://www.omnicoreagency.com/twitter-statistics/> Erişim Tarihi: 01.05.2021.
- Aslan, D. (2004). Beden Algısı ile İlgili Sorunların Yaratabileceği Beslenme Sorunları. *Sürekli Tıp Eğitimi Dergisi*, 13(9), 326-329.

- Atik, D., ve Örtten T. (2008). İdeal Beden İmgisini Oluşturan Sosyal ve Kurumsal Faktörler ve Bu İdealin Bireyler Üzerindeki Etkileri. *Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 25(1):1-31.
- Bedir, A. (2016). Sosyal Medya Kullanımının Üniversite Öğrencilerinin Akademik Başarılarına ve Tutumlarına Etkisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Berry, T. ve Howe, B. (2000). Risk factors for disordered eating in female university athletes. *Journal of Sport Behavior*, 23 (3), 207-218.
- Bilgin, R. (2016). Geleneksel ve modern toplumda kadın bedeni ve cinselliği. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 219-243.
- Bowlby, J. (1973). *Attachment And Loss: Separation*. New York: Basic Books.
- Bulut, S.N., Küpeli, N.Y., Bulut, G.Ç., ve Topçuoğlu, V. (2017). Anoreksiya Nervoza'da Psikososyal Tedaviler. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar-Current Approaches in Psychiatry*, 9(3), 329-345.
- Büyük, E.T. ve Özdemir, E. (2015). Lise öğrencilerinin beden algısı ile yeme tutumu arasındaki ilişki. *International Anatolia Academic Online Journal*, 4(2), 1-12.
- Canpolat, B. I. (2003). Ergenlerin Kendilik Algısında Beden İmajının ve Beden Kitle İndeksinin Rolü. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Cooper, Z., Fairburn, C. G. ve Hawker, D. M. (2003). *Cognitive behavioural treatment of obesity: A clinician's guide*. Guilford Press, New York.
- Çakmak, E. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Düzeyleri İle Sosyal Görünüş Kaygısı Arasındaki İlişkinin Farklı Değişkenler Açısından Değerlendirilmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çalışır, G. (2015). Kişilerarası İletişimde Kullanılan Bir Araç Olarak Sosyal Medya: Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. *Humanities Sciences*, 10(3), 116-144.

- Çavli, G. (2019). Lise öğrencilerinde beden kitle indeksinin yeme tutumu, beden imgesi, benlik saygısı ve depresif belirtiler üzerine etkisi, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kars.
- Değirmenci, T. (2006). Obez erişkinlerde benlik saygısı yaşam kalitesi yeme tutumu depresyon ve anksiyete. Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Pamukkale Üniversitesi Tıp Fakültesi, Psikiyatri Anabilim Dalı, Denizli.
- Demir, B. D. (2006). Liseye devam eden kız öğrencilerin beslenme alışkanlıkları ve beden algısını etkileyen etmenler. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi, Ankara.
- Demir, Ü. (2016). Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi: Çanakkale'de Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk İletişim*, 9(2), 27-50.
- Demirbaş, C. T. (2016). Early maladaptive schemas, time perspective and eating attitude: The mediating role of emotion regulation and emotion reactivity. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Deveci, A., Demet, M. M., Özmen B., Özmen, B., Özmen, E., ve Hekimsoy, Z. (2005). Obez hastalarda psikopatoloji, aleksitimi ve benlik saygısı. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 6(2), 84-91.
- Digital 2020 Turkey. Erişim Adresi: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-turkey>. Erişim Tarihi: 15.06.2021
- Dumas, A. A. (2019). Desroches S. Women's use of social media: What is the evidence about their impact on weight management and body image? *Curr Obes Rep.* 8(1), 18-32.
- Duran, S., Çetinbaş, A., Başaran, T., Kara, A., Elgün, B., ve Keklik, N. (2019). Üniversite Öğrencilerinde Stres ve Sosyal Medya Kullanımının Yeme Davranışları Üzerine Etkisi. *Euras J Fam Med*, 8(4), 149-54. doi:10.33880/ejfm.20190800402.

- Eke, N. P. (2013). Bedene müdahalenin bir yolu olarak moda ve medyada sunulan beden algısı. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Erdoğan, Ö. ve Tütüncü, İ. (2015). Üniversite öğrencilerinin beden algısı, yeme tutumu ve yakın ilişki kurma düzeyleri arasındaki ilişki. *Uluslararası Hakemli Akademik Spor Sağlık ve Tıp Bilimleri Dergisi*, 17, 89-115.
- Erol, M. ve İstikbal, D. (2020). Alternatif Sosyal Medya Arayışları Çin, Rusya ve Japonya. İstanbul: SETAV Yayınları.
- Evers, C., Stok, F. M., Danner, U. N., Salmon, S. J., Ridder, D. T., and Adriaanse, M. A. (2011). The shaping role of hunger on self-reported external eating status. *Appetite*, 57(2), 318-20.
- Fairburn C.G. (2008). Cognitive behavior therapy and eating disorders. New York: Guilford Press.
- Fairburn, C.G. ve Harrison, P.J. (2003). Eating disorders. *The Lancet*, 361, 407–416.
- Ferguson, C. J., Munoz, M. E., Garza, A., and Galindo, M. (2014). Concurrent and prospective analyses of peer, television and social media influences on body dissatisfaction, eating disorder symptoms and life satisfaction in adolescent girls. *J. Youth Adolesc*, 43, 1-14. <http://dx.doi.org/10.1007/s10964-012-9898-9>.
- Geliebter, A., and Aversa, A. (2003). Emotional eating in overweight, normal weight, and underweight individuals. *Eat Behav*, 3(4), 341-7.
- Gürdal Küey, A. (2008). Anoreksiya nervoza: haz mı acı mı?, *Psikanaliz Buluşmaları*, (3), 111-117.
- Güzel, E. (2013). Güzellik dayatması altında tüketim nesnesine dönüşen kadın. *Global Media Journal-Turkish Edition*, 5(7), 81-96.
- Güzel, E. (2014). Toplumsal cinsiyete dayalı ayrımcılık ve medyanın rolü. *Global Media Journal*, 4(8), 185-199.

- Harter, S. (1998). The development of self-representations. W. Damon (Seri Ed.) ve Nancy Eisenberg (Cilt Ed.), Handbook of child psychology (Cilt 3), Social, emotional, and personality development (5. baskı). New York: Wiley.
- Hekimoğlu, F. M. (2019). Duygu düzenleme süreçleri, kadınsılık – erkeksilik algısı, beden memnuniyetsizliği ile yeme tutumları arasındaki ilişki: bir model önerisi Yayınlanmamış doktora tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Helvalı, E. E. (2019). Erken dönem uyumsuz şemalar ile yeme tutumu arasındaki ilişkide yakın ilişkilerin, vücut algısının ve benlik saygısının aracı rolü, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Işık, M. (2019). Erişkinlerin sosyal medya kullanım özelliklerinin sosyal görünüş kaygısı ve yeme tutumlarına etkisi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- İncedal, S. (2016). Karaman il merkezi lise öğrencilerinin beden algısı ve yeme tutumlarının değerlendirilmesi, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kalafat, T. (2006). Üniversite öğrencilerinin beden memnuniyeti düzeyleri ile sosyal beceri düzeyleri arasındaki ilişkinin karşılaştırmalı olarak incelenmesi (Çanakkale ili örneği). Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Karataş, P. (2012). Elektronik Kültür Ortamında Türk- Yunan Milli Kimlik Mücadeleleri Bağlamında Youtube Videoları Yorumları. *Folklor/Edebiyat Dergisi*, 72, 91-111.
- Keküllüoğlu, M. (2020). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımının yeme tutumu üzerindeki etkisinin incelenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Yeditepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

- Kemp, S. (2018). Social Media Use Jumps In Q1 Despite Privacy Pears. <https://wearesocial.com/blog/2018/04/social-media-use-jumps-in-q1-despite-privacy-> Erişim Tarihi: 01.01.2020.
- Kocadaş, B. (2004). Kültür ve Medya. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 2(1), 10-17.
- Koenig, L. J. ve Wasserman, E. L. (1995). body image and dieting failure in college men and women: examining.
- Krishen A. S., Worthen D. (2011). Body Image Dissatisfaction and Self-Esteem: A Consumer-Centric Exploration and A Proposed Research Agenda. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 24-90.
- Kürkçü, D. D. (2016). Yeni Medya ve Gençlik. İstanbul: Kriter Yayınevi.
- Macht, M. (1999). Characteristics of eating in anger, fear, sadness and joy. *Appetite*, 33(1), 129-39.
- Masheb, R. M., and Grilo, C. M. (2006). Emotional overeating and its associations with eating disorder psychopathology among overweight patients with binge eating disorder. *Int J Eat Disord*, 39(2), 141-6.
- Mason, T. B., Heron, K. E., Braitman, A. L., and Lewis, R. J. (2016). A daily diary study of perceived social isolation, dietary restraint, and negative affect in binge eating. *Appetite*, 97, 94-100.
- Morrison, J. (2016). DSM-5'i Kolaylaştıran klinisyenler için tanı rehberi. (H.U.K, Çev.) Ankara: Nobel Tıp Kitabevi.
- Nakai, Y., Nin, K., Noma, S., Teramukai, S. and Wonderlich, S. A. (2016). Characteristics of Avoidant/Restrictive Food Intake Disorder in a Cohort of Adult Patients. *European Eating Disorders Review*, 24 (6), 528-530.
- Nguyen-Rodriguez, S.T., Chou, C.P., Unger, J.B., Spruijt-Metz, D. (2008). BMI as a moderator of perceived stress and emotional eating in adolescents. *Eat Behav*, 9(2), 238-46.

- Odacı, H., ve Çelik, Ç. B. (2012). Relationship between university students' problematic internet use and their academic self-efficacy, academic procrastination and eating attitudes. *Education Sci*, 7(1), 389-403.
- Oktan, V., ve Şahin, M. (2010). Kız ergenlerde beden imajı ile benlik saygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 7(2), 533-556.
- Ouwens, M. A., van Strien, T., and van Leeuwe, J. F. J. (2009). Possible pathways between depression, emotional and external eating. A structural equation model. *Appetite*, 53(2), 245-8.
- Önal Sönmez, A. (2017). Çocuk ve ergenlerde yeme bozuklukları. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 9(3), 301-316.
- Öngören, B. (2015). Sosyolojik Açıdan Sağlıklı Beden İmgesi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 5(34): 25-45.
- Öngören, B. (2015). Sosyolojik Açıdan Sağlıklı Beden İmgesi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 16(34), 25-45.
- Özen, Ü., Çam, H., Can, D. ve Dönmez, Ö. (2018). Uzaktan Yükseköğretim Öğrencilerinin Sosyal Medyanın Eğitim Boyutu Konusundaki Algıları ve Eğitim Amaçlı Sosyal Medya Kullanımlarının Belirlenmesi. *The Journal Of International Scientific Researches*, 3(1), 64-72.
- Polat, I. (2020). Obezite gelişiminde çevresel ve ruhsal etmenler *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 10(3), 171-83.
- Richardson, S. M., Paxton, S. J., ve Thomson, J. S. (2009). Is Body Think an efficacious body image and self-esteem program? A controlled evaluation with adolescents. *Body Image*, 6, 75-82.
- Rosen, J. C. (1996). Body image assessment and treatment in controlled studies of eating disorders. *International Journal of Eating Disorders*, (20), 4, 331-343.
- Sarkar, A., Agarwal, S., Ghosh, A. and Nath, A. (2015). Impacts of Social Networks: A Comprehensive Study on Positive and Negative Effects on Different Age

Groups in a Society. *International Journal of Advance Research in Computer Science and Management Studies*, 3(5), 27,41.

Semiz, M., Kavakçı, Ö., Yağız, A., Yontar, G., ve Kuğu, N. (2013) Sivas il merkezinde yeme bozukluklarının yaygınlığı ve eşlik eden psikiyatrik tanılar. *Türk Psikiyatri Dergisi*, (24), 149-157.

Senra, C., Sánchez-Cao, E., Seoane, G. ve Leung, F. Y. (2007). Evolution of self-concept deficits in patients with eating disorders: the role of family concern about weight and appearance. *European Eating Disorders Review*, 15 (2), 131-138.

Sipahi, S. ve Demirel, B. (2021). Sosyal Medyadaki Beslenme ile İlgili Paylaşımların Yetişkin Bireylerin Yeme Tutum ve Davranışlarına Etkisi, *Bes Diy Derg*, 49(1), 57-66.

Siyez, M. D. (2006). Yeme bozukluğu olan çocuklar ve ergenler etiyolojisi ile ilgili çalışmalar, müdahale, değerlendirme ve tedavi, *Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(20), 21-7.

Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z. ve Demir, M. (2013). İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Uygulama. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7(4), 23-32.

Statista. (2017). Penetration Of Leading Social Networks İn Turkey As Of 3rd And 4th Quarter ://Www.Statista.Com/Statistics/284503/Turkey-Social-Network-Penetration/ Erişim Tarihi: 01.05.2021.

Tahiroğlu, A.Y., Fırat, S., Diler, R.S., ve Avı, A. (2005). Erkek çocuklarda yeme bozuklukları: bir anoreksiya nervoza vakası. *Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Dergisi*, (48), 151-157.

Tektaş, N. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanımlarına Yönelik Bir Araştırma. *Tarih Okulu Dergisi*, 7(17), 851-870.

Thompson, J.K., Coovert, M.D., Richards, J.K., Jhonson, S. ve Cattarin, J. (2006). Development of body image, earing distubance and general pschological

functioning in female adolescents: Covariance structure modeling and longitudinal investigations. *International Journal of Eating Disorders*, 18(3), 221-236.

Topçuoğlu, V. (2013). Tıkınırcasına Yeme Bozukluğu ve Tedavisi. In: Yücel B, Akdemir A, Gürdal-Küey A, Maner F, Vardar E, editors. Yeme Bozuklukları ve Obezite- Tanı ve Tedavi Kitabı. Nisan 2013 ed. Ankara: Türkiye Psikiyatri Derneği Yayınları.

Toruk, İ. (2008). Üniversite Gençliğinin Medya Kullanma Alışkanlıkları Üzerine Bir Analiz. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(8): 476-485.

TÜİK, T. B. (2018). Haber Bülteni ://Www.Tuik.Gov.Tr/Prehaberbultenleri.Do?İd=24862. Erişim Tarihi: 01.05.2021.

Türkmenoğlu, H. (2014). Teknoloji ile Sanat İlişkisi Ve Bir Dijital Sanat Örneği Olarak Instagram. *ULAKBİLGE*, 2(4), 87-100.

Uskun, E. ve Şabaplı, A. (2013). Lise öğrencilerinin beden algıları ile yeme tutumları arasındaki ilişki. *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 12(5), 519-528.

Wallis, J. (2015). The Effects Of Social Media On The Body Satisfaction Of Adolescent And Young Adult Females. Kansas State University, College of Human Ecology, Master Of Science. Manhattan.

Wardle, J. and Foley, E. (1989). Body Image: Stability And Sensitivity Of Body Satisfaction And Body Size Estimation. *International Journal of Eating Disorders*, 8(1), 55-62.

Wiedemann, A. A., Ivezaj, V., and Barnes, R. D. (2018). Characterizing emotional overeating among patients with and without binge-eating disorder in primary care. *Gen Hosp Psychiatry*, 55, 38-43.

Yeşilbursa, D. (1992). Lise Öğrencilerinde Anoreksiya Nervoza ve Bulimiya Nervoza, *Nöropsikiyatri Arşivi*, 29(3), 138-144.

- Yücel, B. (2009). Estetik bir kaygıdan hastalığa uzanan yol: yeme bozuklukları, *Klinik Gelişim*, 22(4), 39-44.
- Yücel, B. (2020). Yeme Bozuklukları ve Obezite. *Psikiyatride Güncel*, 10(3), 198-208.
- Yücüncüyıl, K. S. (2017). Üniversite öğrencilerinin yeme içme deneyimlerine ilişkin sosyal medya kullanımı: Sakarya Üniversitesi örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Zeeck, A., Stelzer, N., Linster, H. W., Joos, A., Hartmann, A. (2011). Emotion and eating in binge eating disorder and obesity. *Eur Eat Disord Rev: the journal of the Eating Disorders Association*, 19(5), 426-37.
- Zickgraf, H. F., Franklin, M. E. and Rozin, P. (2016). Adult picky eaters with symptoms of avoidant/restrictive food intake disorder: Comparable distress and comorbidity but different eating behaviors compared to those with disordered eating symptoms. *Journal of Eating Disorders*, 4(1), 20-32.
- Zorbaz, O. T. (2014). Lise Öğrencilerinin Problemlı İnternet Kullanımının Cinsiyet, Sosyal Kaygı ve Akran İlişkileri Açısından İncelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(1), 298-310.

EKLER

EK-A

SOSYO-DEMOGRAFİK BİLGİ FORMU

Katılımcıların sosyo-demografik bilgilerine ulaşmak amacı ile çalışmacı tarafından oluşturulmuş bir formdur.

1. Cinsiyet: Kadın () Erkek ()

2. Yaş:

3. Akademik Başarı: Kötü () Orta () İyi () Çok İyi ()

4. Sınıf: Lisans 1 () Lisans 2 () Lisans 3 () Lisans 4 ()

Yüksek Lisans 1 () Yüksek Lisans 1 ()

5. Aylık Gelir:

- Gelirim Giderimden Az ()
- Gelirim Giderime Eşit ()
- Gelirim Giderimden Fazla ()

6. Yaşanılan Yer:

- Evde Yalnız Yaşıyorum ()
- Evde Arkadaşımınla Yaşıyorum ()
- Evde Ailemle Yaşıyorum ()
- Yurtta Yaşıyorum ()

7. Kilo Memnuniyeti:

Evet, Memnunum ()

Hayır, Memnun Değilim ()

Emin Değilim ()

SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI ÖLÇEĞİ-YETİŞKİN FORMU (SMBÖ-YF)

AÇIKLAMA: Aşağıda internette sosyal medya kullanımıyla ilgili çeşitli durumlar verilmiştir. Sizden, her ifadeyi dikkatlice okumanız ve kendiniz için en doğru olan ifadenin üzerine X işaretini koymanız istenmektedir. Lütfen boş madde bırakmayınız ve her durum için bir işaretleme yapınız.

1 Bana Hiç Uygun Değil 2 Bana Uygun Değil 3 Kararsızım 4 Bana Uygun 5 Bana Çok Uygun

1	Sosyal medyayı gerçek dünyadan bir kaçış olarak görüyorum.	1	2	3	4	5
2	Sosyal medyada planladığımdan daha uzun süre kalırım.	1	2	3	4	5
3	Kendimi mutsuz hissettiğim zamanlarda sosyal medyada olmak beni rahatlatır.	1	2	3	4	5
4	Sosyal medyada çok zaman geçirdiğimden işlerimi aksatıyorum.	1	2	3	4	5
5	Sosyal medyaya gerekmedikçe girmem.	1	2	3	4	5
6	Sosyal medya yüzünden verimliliğimin azaldığını fark ediyorum.	1	2	3	4	5
7	Sosyal medyada çok zaman geçirdiğim için çevremdekiler beni eleştirirler.	1	2	3	4	5
8	Sosyal medyayı kullanırken biri beni rahatsız ettiğinde sinirleniyorum.	1	2	3	4	5
9	Sosyal medyada iken kendimi özgür hissediyorum.	1	2	3	4	5
10	Sabah uyandığımda ilk işim sosyal medyaya girmek olur.	1	2	3	4	5
11	Sosyal medya kullanmayı sevmiyorum.	1	2	3	4	5

12	Güncel olaylardan haberdar olmak için sosyal medyadan ayrılamıyorum.	1	2	3	4	5
13	Çevremde birileri varken bile, sosyal medyada olmayı tercih ederim.	1	2	3	4	5
14	Özel bazı duyuruları görebilmek ya da paylaşabilmek için sosyal medyada daha çok zaman geçiriyorum.	1	2	3	4	5
15	Sosyal medyadan dolayı aile üyelerini ihmal ettiğim olur.	1	2	3	4	5
16	İnsani amaçlı sosyal projelerde yer almak için sosyal medyayı kullanmaktan kendimi alamıyorum.	1	2	3	4	5
17	Sosyal medyada bağlantı kurduğum insanlara kendimi daha iyi anlatıyorum.	1	2	3	4	5
18	Sosyal medyadaki arkadaşlıkları gerçek yaşamdaki arkadaşlıklara tercih ederim.	1	2	3	4	5
19	Sosyal medya gruplarıyla iletişim halinde olabilmem için sosyal medyayı daha uzun süre kullanırım.	1	2	3	4	5
20	Çeşitli sosyal duyarlılıklar konusunda çabuk haberdar olma isteği beni daha çok sosyal medyada olmaya itiyor.	1	2	3	4	5

YEME TUTUM TESTİ

Bu anket sizin yeme alışkanlıklarınızla ilgilidir. Lütfen her bir soruyu dikkatlice okuyunuz ve size en uygun gelen içine X işareti koyunuz

		Daima	Çok Sık	Sık Sık	Bazen	Nadiren	Hiçbir Zaman
1.	Başkaları ile birlikte yemek yemekten hoşlanırım.						
2.	Başkaları için yemek pişiririm, fakat pişirdiğim yemeği yemem.						
3.	Yemekten önce sıkıntılı olurum						
4.	Şişmanlamaktan ödüm kopar.						
5.	Acıktığımda yemek yememeğe çalışırım.						
6.	Aklım fikrim yemektedir.						
7.	Yemek yememeği durduramadığım zamanlar olur.						
8.	Yiyeceğimi küçük küçük parçalara bölerim.						
9.	Yediğim yiyeceğin kalorisini bilirim.						
10.	Ekmek, patates, pirinç gibi yüksek kalorili yiyeceklerden kaçınırım.						
11.	Yemeklerden sonra şişkinlik hissederim.						
12.	Ailem fazla yememi bekler.						
13.	Yemek yedikten sonra kusarım.						
14.	Yemek yedikten sonra aşırı suçluluk duyarım.						
15.	Tek düşüncem daha zayıf olmaktır.						
16.	Aldığım kalorileri yakmak için yorulana dek egzersiz yaparım.						
17.	Günde birkaç kere tartılırım.						

18.	Vücudumu saran dar elbiselerden hoşlanırım.						
19.	Et yemekten hoşlanırım.						
20.	Sabahları erken uyanırım.						
21.	Günlerce aynı yemeği yerim.						
22.	Egzersiz yaptığımda harcadığım kalorileri hesaplarım.						
23.	Adetlerim düzenlidir. (kız öğrenciler için)						
24.	Başkaları çok zayıf olduğumu düşünür.						
25.	Şişmanlama (vücudumun yağ depolayacağı) düşüncesi zihnimi meşgul eder.						
26.	Yemeklerimi yemek başkalarınınkinden daha uzun sürer.						
27.	Lokantada yemek yemeyi severim.						
28.	Müşil kullanırım.						
29.	Şekerli yiyeceklerden kaçınırım.						
30.	Diyet (perhiz) yemekleri yerim.						
31.	Yaşamımı yiyeceğin control ettiğini düşünürüm.						
32.	Yiyecek konusunda kendimi denetleyebilirim.						
33.	Yemek konusunda başkalarının bana baskı yaptığını hissedirim.						
34.	Yiyeceklerle ilgili düşünceler çok zamanımı alır.						
35.	Kabızlıktan yakınırım						
36.	Tatlı yedikten sonra rahatsız olurum						
37.	Perhiz yaparım.						
38.	Midemin boş olmasından hoşlanırım.						
39.	Şekerli yağlı yiyecekleri denemekten hoşlanırım.						
40.	Yemeklerden sonra içimden kusmak						

BEDEN ALGISI ÖLÇEĞİ

BEDEN ALGISI ÖLÇEĞİ					
	Çok Beğeniyorum	Oldukça Beğeniyorum	Kararsızım	Pek Beğenmiyorum	Hiç Beğenmiyorum
1.Saçlarım					
2.Yüzümün Rengi					
3.İştahım					
4.Ellerim					
5.Vücudumdaki Kıl Dağılımı					
6.Burnum					
7.Fiziksel Gücüm					
8.İdrar Dışı Düzenim					
9.Kas Kuvvetim					
10.Belim					
11.Enerji Düzeyim					
12.Sırtım					
13.Kulaklarım					
14.Yaşım					
15.Çenem					
16.Vücut Yapım					
17.Profilim					
18.Boyum					
19.Duyularımın Keskinliği					
20.Ağrıya Dayanıklılığım					
21.Omuzların Genişliği					
22.Kollarım					
23.Göğüslerim					
24.Gözlerimin Şekli					
25.Sindirim Sistemim					
26.Kalçalarım					
27.Hastalığa Direncim					
28.Bacaklarım					
29.Dişlerimin Şekli					
30.Cinsel Gücüm					
31.Ayaklarım					
32.Uyku Düzenim					
33.Sesim					
34.Sağlığım					
35.Cinsel Faaliyetlerim					
36.Dizlerim					
37.Vücudumun Duruş Şekli					
38.Yüzümün Şekli					
39.Kilom					
40.Cinsel Organlarım					

