



YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

KLİNİK PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI

**SOSYAL MEDYA KULLANAN BİREYLERDE YEME
BOZUKLUKLARINA İLİŞKİN KORKULARLA
GÖRÜNÜŞ KAYGISI VE GÖRÜNÜMLE İLİŞKİLİ
SOSYAL MEDYA BİLİNCİ İLİŞKİSİNİN
İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Büşra TURAN

Lefkoşa

Ocak, 2024

Büşra TURAN

SOSYAL MEDYA KULLANAN
BİREYLERDE YEME
BOZUKLUKLARINA İLİŞKİN
KORKULARLA GÖRÜNÜŞ KAYGISI VE
GÖRÜNÜMLE İLİŞKİLİ SOSYAL MEDYA
BİLİNCİ İLİŞKİSİNİN İNCELENMESİ

YÜKSEK LİSANS/ TEZİ 2024

**YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
KLİNİK PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI**

**SOSYAL MEDYA KULLANAN BİREYLERDE YEME
BOZUKLUKLARINA İLİŞKİN KORKULARLA
GÖRÜNÜŞ KAYGISI VE GÖRÜNÜMLE İLİŞKİLİ
SOSYAL MEDYA BİLİNCİ İLİŞKİSİNİN
İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Büşra TURAN

Tez Danışmanı




Yrd. Doç. Dr. Ayşe BURAN

Lefkoşa


Ocak, 2024

Onay

Büşra TURAN tarafından hazırlanan “Sosyal Medya Kullanan Bireylerde Yeme Bozukluklarına İlişkin Korkularla Görünüş Kaygısı ve Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci İlişkisinin İncelenmesi” başlıklı tez, kapsam ve nitelik açısından kalite standartlarına uygunluğu ile ilgili Klinik Psikoloji Anabilim Dalında Yüksek Lisans/ Tezi olarak 17 Ocak tarihinde kabul edilmiştir.

Jüri Üyeleri	Adı – Soyadı	İmza
Jüri Başkanı:	Yrd. Doç. Dr. Şengül Başarı	
Jüri Üyesi:	Dr. Fahriye Balkır	
Danışman:	Yrd. Doç. Dr. Ayşe Buran	

Anabilim Dalı Başkanı Onayı

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


Doç. Dr. Meryem KARAAZİZ

Anabilim Dalı Başkanı

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Onayı

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

Prof. Dr. Kemal Hüsnü Can Başer

 Enstitü Müdürü



Etik İlkelere Uygunluk Beyanı

Bu tezin içinde sunduğum verileri, bilgileri ve belgeleri akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi; tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu; çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce, sonuç ve bilgilere bilimsel etik kurallar gereği olarak eksiksiz şekilde uygun atıf yaptığımı ve kaynak göstererek belirttiğimi beyan ederim.

Büşra TURAN

25/07/2023

Teşekkür

Bin bir emek ve özveriyle hazırladığım yüksek lisans tezimi bitirmenin sevincini ve gururunu yaşıyorum. Bu süreçte yardım ve destekleriyle yolumu ışıktandıran tüm insanlara teşekkürü borç bilmekteyim.

Araştırmam süresi boyunca bana kıymetli bilgi ve tecrübeleriyle rehberlik eden tez danışmanım Yrd. Doç. Dr. AYŞE BURAN hocama ve mesleki yolculuğumda beni sorgulamaya ve araştırmaya teşvik edip cesaretlendiren sayın meslek büyüğüm Başhekim Uzm. Dr. CENGİZ CENGİSİZ hocama sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Beni yetiştiren, kendime her koşulda inanmamı sağlayan, öz sevgiyi, öz saygıyı aşıl原因 ve hayallerimin peşinden durmaksızın koşabilmeyi öğreten sevgili büyükbabam MÜDÜR TURAN'a ve büyükannem REMZİYE TURAN'a, sevgi, motivasyon ve desteklerinden dolayı sevgili babam UFUK TURAN ve kıymetli annem NESLİHAN TURAN'a, biricik kız kardeşim ŞEVVAL TURAN, sevgili erkek kardeşim ONUR TURAN'a çok teşekkür ederim.

Ve son olarak, “kendi” olabildiği için, kendine inandığı için, ara vermediği ve vazgeçmediği günler için kendime teşekkür ederim.

BÜŞRA TURAN

Öz

Sosyal Medya Kullanan Bireylerde Yeme Bozukluklarına İlişkin Korkularla Görünüş Kaygısı Ve Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci İlişkisinin İncelenmesi

BÜŞRA TURAN*

Yüksek Lisans Klinik Psikoloji Anabilim Dalı

01-2024, 81 Sayfa

Araştırmanın amacı, Türkçe dilini bilen 18 yaş üstü ve sosyal medya kullanan bireylerin yeme bozukluklarına ilişkin korkularla görünüş kaygısı ve görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ilişkisinin incelenmesidir. Araştırmanın evrenini Türkçe bilen yetişkin ve sosyal medya kullanan bireyler oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme ise amaçsal örnekleme yöntemi ve Türkçe dilini bilen 18 yaş ve üzeri 387 bireyden oluşmaktadır. Araştırmada veri toplamak için, Sosyo-Demografik Bilgi Formu, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ), Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği (YBİKÖ) ve Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği (GİSMBÖ) kullanılmıştır. Araştırma bulgusunda, SGKÖ ile GİSMBÖ arasında pozitif yönde ve anlamlı düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların SGKÖ ile YBİKÖ ve bireysel sonuçlar korkusu, sosyal sonuçlar korkusu, sosyal yeme korkusu arasında pozitif yönde ve anlamlı düzeyde ilişki olduğu tespit edilmiştir. Araştırma kapsamındaki bireylerin GİSMBÖ ile YBİKÖ ve bireysel sonuçlar korkusu, sosyal sonuçlar korkusu, sosyal yeme korkusu arasında pozitif yönde ve anlamlı düzeyde ilişki bulunmaktadır. Katılımcıların GİSMBÖ düzeylerinin YBİKÖ düzeylerini anlamlı ve pozitif yönde yordadığı tespit edilmiştir. SGKÖ ve GİSMBÖ düzeyleri YBİKÖ'ndeki varyansın %32,6'sını açıklamaktadır. Sonuç olarak, sosyal medya kullanımı bireylerin sosyal görünüş kaygısını, yeme bozukluklarına ilişkin korkularını yüksek düzeyde etkilemektedir. Kişilerde, görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ise düşüktür. Sosyal medya kullanan bir kitle üzerinde sosyal görünüş kaygısı, görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ve yeme bozukluklarına ilişkin korkular arasındaki ilişki hakkında bilimsel çalışmalara dünya çapında ve yerel literatürde rastlanmamıştır. Bu sebeple, çalışmanın literatüre anlamlı bir katkı sunacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: sosyal medya, sosyal görünüş kaygısı, görünümle ilişkili sosyal medya bilinci, yeme bozukluklarına ilişkin korkular, yeme bozuklukları

Abstract

Examination of the Relationship Between Fear of Eating Disorders and Appearance Anxiety and Social Media Consciousness Related to Appearance in Individuals Using Social Media

TURAN, Büşra*

Msc, Department of Clinical Psychology

01-2024, 81 pages

The aim of the research is to examine the relationship between fears of eating disorders, social appearance anxiety and appearance-related social media awareness of individuals over the age of 18 who speak Turkish and use social media. The population of the research consists of adults who speak Turkish and individuals who use social media. The sample of the research consists of purposive sampling method and 387 individuals over the age of 18 who know Turkish language. To collect data in the study, the Socio-Demographic Information Form, Social Appearance Anxiety Scale (SAAS), Eating Disorder Fear Questionnaire (EFQ) and Appearance-Related Social Media Consciousness Scale (ASMC) were used. In the research findings, it was determined that there was a positive and significant relationship between SAAS and ASMC. It was determined that there was a positive and significant relationship between the participants' SAAS and ASMC and their fear of individual consequences, fear of social consequences, and fear of social eating. There is a positive and significant relationship between the individuals within the scope of the research, ASMC and EFQ, and fear of individual consequences, fear of social consequences, and fear of social eating. It was determined that the participants' ASMC levels significantly and positively predicted their EFQ levels. Finally, SAAS and ASMC levels explain 32.6% of the variance in EFQ. As a result, social media use highly affects individuals' social appearance anxiety and fears of eating disorders. People's social media consciousness related to appearance is low. Scientific studies on the relationship between social appearance anxiety, appearance-related social media awareness and fears of eating disorders among a population using social media have not been found in the worldwide and local literature. For this reason, it is thought that the study will make a meaningful contribution to the literature.

Keywords: social media, social appearance anxiety, appearance-related social media consciousness, fears about eating disorders, eating disorder

İçindekiler

Onay.....	i
Etik İlkelerle Uygunluk Beyanı.....	ii
Teşekkür.....	iii
Öz.....	iv
Abstract.....	v
İçindekiler.....	vi
Tablolar Listesi.....	ix
Kısaltmalar.....	xi

BÖLÜM I

Giriş.....	1
Problem Durumu.....	2
Araştırmanın Amacı.....	4
Alt Amaçlar.....	4
Araştırmanın Önemi.....	4
Araştırmanın Sınırlılıkları.....	5
Tanımlar.....	5

BÖLÜM II

Kavramsal Çerçeve ve İlgili Araştırmalar.....	7
Sosyal Medya.....	7
Sosyal Medya Kullanım Amaçları.....	7
Sosyal Medya Platformları.....	8
Instagram.....	8
Twitter.....	9
Facebook.....	9
Pinterest.....	9
Youtube.....	10

Snapchat.....	10
Tiktok.....	10
Türkiye’de ve Dünyada Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri.....	11
Sosyal Medyanın Avantajları.....	11
Sosyal Medyanın Dezavantajları.....	12
Yeme Bozuklukları.....	12
Anoreksiya Nervoza (AN).....	13
Anoreksiya Nervoza DSM-5 Tanı Kriterleri.....	13
Bulimiya Nervoza.....	14
Bulimiya Nervoza DSM-5 Tanı Kriterleri.....	14
Tıkınırcasına Yeme Bozukluğu.....	15
Tıkınırcasına Yeme Bozukluğu DSM-5 Tanı Kriterleri.....	15
Pika.....	16
Kaçıngan/Kısıtlı Yiyecek Alımı Bozukluğu.....	16
Geri Çıkarma Bozukluğu.....	17
Sosyal Görünüş Kaygısı.....	17
Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci.....	18
Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular.....	19
İlgili Araştırmalar.....	20

BÖLÜM III

Yöntem.....	27
Araştırmanın Modeli.....	27
Evren ve Örneklem.....	27
Evren ve Örneklem.....	28
Veri Toplama Araçları.....	29
Sosyo-Demografik Bilgi Formu.....	29
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği.....	30

	viii
Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği.....	30
Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği.....	31
Verilerin Toplanma Süreci.....	32
Veri Analizi.....	32
BÖLÜM IV	
Bulgular.....	35
BÖLÜM V	
Tartışma.....	50
BÖLÜM VI	
Sonuç ve Öneriler.....	58
Sonuçlar.....	58
Öneriler.....	62
Araştırmacılara Yönelik Öneriler.....	62
Devlete Yönelik Öneriler.....	62
Klinisyenlere Yönelik Öneriler.....	63
KAYNAKÇA.....	64
Ekler.....	74
EK-1 Katılımcı Bilgilendirme ve Onam Formu.....	74
EK-2 Sosyo-demografik Bilgi Formu.....	75
EK - 3 Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ):.....	76
EK - 4 Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği:.....	77
EK - 5 Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği.....	78
Ölçek İzinleri.....	79
Öz Geçmiş.....	82
İntihal Rapor Oranı.....	83
Etik Kurul Onay Formu.....	84

Tablolar Listesi

Tablo 1. Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri.....	28
Tablo 2. Katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği.....	33
Tablo 3. Katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği puanları	35
Tablo 4. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği Puanlarının Karşılaştırma Bulguları.....	36
Tablo 5. Katılımcıların Yaşlarına Göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği Puanlarının Karşılaştırma Bulguları.....	37
Tablo 6. Katılımcıların Eğitimlerine Göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği Puanlarının Karşılaştırma Bulguları.....	39
Tablo 7. Katılımcıların Çalışmalarına Göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği Puanlarının Karşılaştırma Bulguları.....	40
Tablo 8. Katılımcıların Gelirlerine Göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği Puanlarının Karşılaştırma Bulguları.....	41
Tablo 9. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Sürelerine Göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği Puanlarının Karşılaştırma Bulguları.....	43
Tablo 10. Katılımcıların Fotoğraflarda Filtre ya da Photoshop Uygulama Durumlarına Göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği Puanlarının Karşılaştırma Bulguları.....	44
Tablo 11. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçlarına Göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği Puanlarının Karşılaştırma Bulguları.....	46

Tablo 12. Katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği Puanlarının Arasındaki Korelasyonlar.....	47
Tablo 13. Katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği ve Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği Puanlarının Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği Puanlarını Yordayıcılığı.....	48

Kısaltmalar

AB: Anksiyete Bozuklukları

AN: Anoreksiya Nervoza

APA: American Psychological Association

ASMC: Appearance-Related Social Media Consciousness Scale

BMI: Boddy Mass Index (Vücut Kitle İndeksi)

BN: Bulimiya Nervoza

DSM 5: Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders 5

EFQ: Eating Disorder Fear Questionnaire

GİSMBÖ: Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği

KKYAB: Kaçınan/Kısıtlı Yiyecek Alımı Bozukluğu

ODKÖ: Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Ölçeği Kısa Formu

PSMK: Problemlı Sosyal Medya Kullanımı

SAAS: Social Appearance Anxiety Scale

SGKÖ: Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

TYB: Tıkınırcasına Yeme Bozukluğu

VD: Ve diğlerleri

YB: Yeme Bozuklukları

YBİKÖ: Yeme Bozukluklarına İlişkin Korkular Ölçeği

BÖLÜM I

Giriş

Dijital çağda adından sıkça söz ettiren yeme bozuklukları bireylerin fiziksel, psikolojik ve sosyal işlevselliğini bozan psikolojik bozukluklardır. Bireylerin kilolarına, vücut şekillerine ve yeme davranışlarına yönelik rahatsız edici tutumlarla tanımlanan yeme bozukluklarının sonuçları ölümcül veya sakatlayıcı olabilmektedir. Anoreksiya Nervoza (AN), Bulimiya Nervoza (BN) ve Tıkınırcasına Yeme Bozukluğu (TYB), en yaygın görülen yeme bozuklukları arasında yer almaktadır (Treasure vd., 2020). Yenilenen ve değişen dünya düzeninde özellikle teknolojinin hayatımızda büyük yer kaplamasından sonra teknolojinin nimetleri hemen hemen her eve girmiş ve insanoğlunun vazgeçilmez araçları haline gelmiştir. Son yıllarda, sosyal medya kullanımı yediden yetmişe her yaş kitlesine hitap etmektedir. Hatta genellikle genç kesimin tekelinde olan popüler sosyal medya uygulamalarını ise kullanmadan bir günümüz geçmemektedir. Gittikçe kullanımı yaygınlaşan bu uygulamalar, insanı ve insan yaşamını etkileyecek birçok kavramın oluşmasına sebep olmaktadır.

Yaşanılan yerin kilometrelerce ötesindeki herhangi bir yerden kolaylıkla haberler ve bilgiler elde edebilme imkânı ya da tek bir tık sayesinde kilometrelerce uzaktaki insanlarla iletişim içerisinde olabilmek kişilerin hayatlarına konfor sağlamaktadır. Sosyal medya üzerinden insanlar artık iş bile bulabilmektedir. Her konudan bilginin seri olarak yayılması, bilgiye zahmetsiz ve hızlı erişim, insan zihninde zaman ve mesafe gibi konseptlerin değişip dönüşmesine neden olmuştur. Bu doğrultuda, insanlar arası bu dijital iletişim, kişilerin düşüncelerini, duygularını, hayat perspektiflerini, davranışlarını ve dolayısıyla yaşam biçimlerini etkilemiştir. Kişilerin hayatlarındaki çoğu şeyin dijital hale gelmesi aynı zamanda kişilerarası iletişimin de dijital hale gelmesine neden olmuştur. Sosyal medya, diğer insanların bizler hakkında ne hissedip düşündüğünü öğrenebildiğimiz ve bu sebeple davranışlarımızı büyük ölçüde etkileyip yön verebilen bir iletişim aracı olmuştur (Uluç & Yarcı, 2017). Ucuz, hızlı ve daima güncel olması, kişilerin beğendikleri düşünce, ses, görüntü içeriklerini rahatça paylaşabilmeleri ya da içerik üreten kişileri ön plana çıkarması gibi sebeplerden dolayı sosyal medya avantajlı ve çekici olmaktadır (Öztürk & Talas, 2015). Geleneksel medyayı bizlere çok kolay bir şekilde unutturan sosyal medya dünyasının aynı zamanda birçok dezavantajı da mevcuttur.

Sosyal medya mecralarında harcanan verimsiz vakitler, kişilerin sosyal medya bağımlısı haline gelmesi, gerçekdışı oluşturulan sanal kimlikler sıralanabilecek dezavantajlardan birkaç tanesidir (Güzel, 2020). Sosyal medyanın günümüzde en kritik ve yaygın olan dezavantajı, dijital platformlarda dayatılan zayıf ve ince olmanın güzellikle bağdaştırılması ve bunun sonucunda ortaya çıkan estetik kaygılar ve yeme bozuklukları sorunlarıdır. Bu platformlarda oluşturulan ve dayatılan güzellik algısı bireylerde beden memnuniyetsizliğine neden olabilmektedir. Beden memnuniyetsizliği, bireylerin sahip oldukları vücut algısı ile toplumun optimal olarak kabul ettiği vücut algısı arasındaki tutarsızlık olarak dile getirilmektedir (Tayhan, 2023).

Bireylerin iletişim kurmalarında rol oynayan önemli kavramlardan bir diğeri ise dış görünüş kavramıdır. Sosyal medya bireylerin “fiziksel görünüş” algılarını şekillendirmekte ve yön verebilmektedir. Bu platformlarda bireyler kendilerine ait görselleri diğer insanlara sunmakta ve aynı şekilde başkalarının fiziksel görünüşlerine ait paylaşımları takip edebilmektedirler. Sosyal platformlarda bulunan filtreler, photoshop uygulamalarıyla değiştirilmiş fotoğraf içerikleri, kullanıcılarda diğer kullanıcıların kendilerinden daha güzel/ yakışıklı, olduklarına dair yanlış inançlar kazandırabilmektedir. Hart ve arkadaşları (2008) tarafından görünüş kaygısı, kişinin görünüşünden dolayı olumsuz değerlendirileceği korkusu olarak tanımlanmıştır. Rieger ve arkadaşları (2010), sosyal görünüşün değerlendirilmesinin, fiziksel görünümüne önem veren bireylerde yeme bozukluğu gibi semptomlara yol açtığını öne sürmüştür. Levinson ve Rodebaugh (2012), Rieger ve arkadaşlarının teorisini destekler nitelikteki çalışmasında, sosyal görünüş kaygısını yeme bozuklukları ile ilişkilendirmiştir.

Problem Durumu

Sosyal medya platformlarının kullanımı günümüzde oldukça yaygınlaşmıştır. Her çeşit kültürden ve yaştan insanların kullandığı sosyal medya platformları beraberinde bazı psikolojik bozuklukları getirmektedir (Açelya & Akyüz, 2019). Literatürde, sosyal medya kullanan kişilerde yeme bozukluklarına ilişkin korkularla görünüş kaygısı ve görünümle ilişkili sosyal medya kullanım bilinci ilişkisini inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Nitekim var olan ilintili çalışmaların verileri, sosyal medya kullanımının kişilerdeki beden algısı ve dolayısıyla sosyal görünüş düzeyleri üzerinde olumsuz bir etki bıraktığını destekler niteliktedir. Tutar ve Kahraman’ın 2019 yılında yapılan çalışmasında, sosyal medyanın günlük kullanım süresine göre bireylerde sosyal görünüş kaygısının oluşması ve paralel olarak artması konusunda anlamlı sonuçlar bulunmuştur.

Yeme bozuklukları, bireyin sağlığına zarar verebilecek derecede yetersiz beslenme ya da aşırı beslenme davranışlarını içeren psikolojik bozukluklar bütünüdür. Genç ve yetişkinlerde meydana gelebilecek yeme bozuklukları, Bulimiya Nervoza, Anoreksiya Nervoza, Tıkınırcasına Yeme Bozukluğu ve Ortoreksiya Nervoza olarak sıralanabilmektedir. Yeme bozuklukları, bireylerin yeme davranışlarındaki sorunlarla birlikte düşünsel ve duygusal alanlarda kayda değer problemlere yol açabilen bozukluklardır. Ortak bilinenin aksine yeme bozuklukları sadece kadınlarda değil son yıllarda çeşitli sebeplerden dolayı erkeklerde de sıklıkla görülmektedir. Hastalığın tanısı ve tedavi süreci geciktirilmeden müdahale edilmelidir çünkü ihmaller, olası ölüm riskini ortaya çıkarabilmektedir (Polivy & Herman, 2002).

Sosyal medyada üretilen birçok içerik, kişilerin hem beden algısını bozmakta hem de sağlıksız ve bazen de aslı olmayan birtakım bilgiler içerebilmektedir. Sağlıksız diyet bilgileri, şok diyetler, anoreksik davranışları yararlıymış gibi gösteren siteler, vücut algısıyla ilgili oluşturulan yanlış ve sağlıksız kültür (anoreksiyi moda içerisinde kullanmak, ya da güzellik algısı haline getirmek), kişileri fit olmaya özendirmek üzerine açılmış onlarca profesyonel olmayan sayfalar ve daha niceleri bulunmaktadır (Marks vd., 2020).

Simith ve arkadaşlarının yaptığı çalışmada, Facebook isimli platformun olumsuz beden algısı oluşturarak yeme patolojisini etkileyebileceği saptanmıştır (Gül & Akyüz, 2019). Holland ve Tiggemann (2016) yaptıkları incelemede, sosyal medya ile beden imajı ve yeme bozukluğu arasındaki ilişkiyi analiz eden araştırmaları sistematik olarak gözden geçirmişlerdir. 20 dergi makalesinden elde edilen sonuçlar, farklı yöntemlerde sosyal medya platformlarının kullanımının cinsiyet ayırt etmeksizin, artan vücut memnuniyetsizliği ve yeme bozukluğu ile ilişkili olduğuna dair veriler barındırmaktadır.

Tüm bu bilgiler göz önüne alındığında, sosyal medya kullanımının kişilerin beden algıları üzerinde oldukça ciddi bir etkisi söz konusudur. Kişilerdeki sosyal medya kullanımı, bireylerin sosyal görünüş kaygısını tetiklemekte ve yeme bozukluklarına yol açabilmektedir. Her ne kadar yararlı içerikler sunsa da sosyal medyadaki bilgi kirliliği ve yanlış yönlendirilme riski bireyleri yeme bozukluklarına itebilmektedir. Buradan hareketle çalışmanın ana problemi sosyal medya kullanan bireylerde yeme bozukluklarına ilişkin korkularla görünüş kaygısı ve görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ilişkisinin incelenmesi olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, Türkçe dilini bilen, sosyal medya kullanan yetişkin bireylerde yeme bozukluklarına ilişkin korkularla görünüş kaygısı ve görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ilişkisinin incelenmesidir. Ayrıca aşağıda belirtilen alt amaçlar için de yanıtlar aranmıştır.

Alt Amaçlar

-Sosyal medya kullanan bireylerde yeme bozukluklarına ilişkin korkularla görünüş kaygısı ve görünümle ilişkili sosyal medya bilinci sosyo-demografik değişkenlere (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, çalışma durumu, gelir düzeyi, günlük sosyal medya kullanım süresi, kullanılan sosyal medya uygulamaları, sosyal medya kullanım amacı, fotoğraflarda filtre ya da photoshop uygulama) göre farklılık göstermekte midir?

-Katılımcıların sosyal görünüş kaygısı, görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ve yeme bozukluğuna ilişkin korkuları arasında bir ilişki var mıdır?

-sosyal görünüş kaygısı ve görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ile yeme bozukluğuna ilişkin korkular sosyal medya kullanımını yordamakta mıdır?

Araştırmanın Önemi

Yeme bozuklukları, bireylerin sosyal, fiziksel ve psikolojik işlevselliğini bozan ciddi psikolojik bozukluklar bütünüdür. Toplumda sıklıkla karşılaşılan yeme bozuklukları, Anoreksiya Nervosa, Bulimiya Nervosa ve Tıkınırcasına Yeme Bozukluğu olarak bilinmektedir (Toker & Hocoğlu, 2009). Sosyal medya, insanlara kendilerini sunmaları ve tanıtılmaları için sanal bir alan yaratır. Kullanıcılar, ürettikleri içeriklerle, beğeni, takip ve yorumlarla, yazı, görsel ya da ses aracılığıyla kendisini ifade edip, kimliklerine ilişkin ipuçları bulundururlar. Yani, bu sanal ortamlar kullanıcıların kendilerini ifade etmesi ve yansıtmasında kilit bir rol oynamaktadır. (Vardarlier & Öztürk, 2020). 2010-2013 yılları arasında toplumda yeme bozuklukları artışının neredeyse iki katına çıkmasında medya endüstrisinin ciddi bir katkısı olduğu belirtilmiştir. Sosyal medya platformlarında realist olmayan zayıflıkta modellerin idealleştirilmesi kullanıcılar arasında olumsuz beden imajı algısının oluşmasına sebebiyet vermektedir. Üretilen paylaşımların içeriği, bireylerin fiziksel görünüşlerini şekillendirebilmekte ve kişilerin fiziksel görünüşlerini diğer insanlar ile kıyaslamasına sebebiyet vermesinden kaynaklı çeşitli kaygıların oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Bunun yanı sıra psikoloji alanında yapılan çeşitli araştırmalar, bireylerin özgüvenlerinin medya aracılığı ile manipülasyona açık olduğunu belirtmektedir (Gül & Akyüz, 2019).

Bu bağlamda sosyal platformlarda çeşitli kitlelere sunulan bu içerikler bireylerde beden memnuniyetsizliğinin oluşmasına ve dolayısıyla da haddinden fazla diyet yapma veya yanlış yeme alışkanlıklarının gelişimine, bununla birlikte yeme tutum ve davranışlarında bozulmalara neden olmaktadır (Hamurcu, 2023). Sosyal medya kullanan bir kitle üzerinde sosyal görünüş kaygısı, görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ve yeme bozukluklarına ilişkin korkular arasındaki ilişki hakkında bilimsel çalışmalara dünya çapında ve/veya yerel literatürde rastlanamamıştır. Bu sebeptendir ki, çalışmanın literatüre anlamlı bir katkı sunacağı düşünülmektedir. Buradan hareketle çalışmanın ana problemini sosyal medya kullanan bireylerde yeme bozukluklarına ilişkin korkularla görünüş kaygısı ve görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ilişkisinin incelenmesi olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma,

- Sosyal medya kullanan ve Türkçe bilen 18 yaş ve üzeri 387 birey ile,
- Sosyo-Demografik Bilgi Formu, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ), Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği (YBKÖ), Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği (GİSMBÖ) ölçeklerinden elde edilen veriler ile sınırlıdır.

Tanımlar

Sosyal Medya: Carr ve Hayes (2015) sosyal medyanın, kullanıcı tarafından üretilen verilerden ve karşılıklı olarak bağlantı kurma anlayışından değer elde eden, her türden izleyicinin senkron veya asenkron olarak etkileşime girdiği internet tabanlı bir kanal olduğunu belirtmişlerdir.

Yeme Bozuklukları: Yeme bozuklukları, kişilerde fiziksel görünüşe ilişkin bir endişe olmaktan ziyade ölüm riski taşıyan ciddi psikolojik bozukluklara verilen tanımlamadır. Yeme bozukluğuna sahip bireylerin beden ve kilo algılarında ve beslenme düzenlerinde ciddi bozulmalar görülmektedir (Aydın, 2022).

Sosyal Görünüş Kaygısı: İnsanların diğer insanlar tarafından fiziksel görünüşleri bir bütün olarak değerlendirilirken ortaya çıkan kaygı durumu olarak adlandırılmaktadır (Kara, 2016).

Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci: Toplumdaki bireylerin fikir ve eylemlerinin sosyal medya kullanıcıları için ilgi çekici olarak dikkat çekip

çekmeyeceğine dair bilincini ifade etmektedir (Öngören vd., 2021).

BÖLÜM II

Kavramsal Çerçeve ve İlgili Araştırmalar

Sosyal Medya

Dijital çağın en önemli nimetlerinden olan sosyal medya, insanların kullanıcılar tarafından oluşturulan içerikleri paylaştığı, tartıştığı ve değiştirdiği interaktif platformlar oluşturmak için mobil ve web tabanlı teknolojileri kullanmaktadır. Sosyal medya siteleri amaç ve hitap ettiği kitleler yönünden epeyce farklılık gösteren zengin bir kaynak olarak tanımlanmaktadır (Kietzmann vd., 2011).

Aynı zamanda sosyal medya, insanların iletişim kurmasını, çeşitli bilgiler paylaşmasını ve kullanıcıların içerik üretmesini sağlar. Bireylerin internette yayınladıkları yazıları, videoları, görselleri ve öteki paylaşımları içerir. Kısaca sosyal medya, içeriğini kullanıcıların belirlediği ve şekillendirdiği bir platform olarak karşımıza çıkmaktadır (Semiz & Bora, 2014).

Sosyal Medya Kullanım Amaçları

Sosyal medya genel bir terimdir. Çevrimiçi ya da çevrimdışı uygulamaları ve siteleri olan bu platformlar, kullanıcıların etkileşim, işbirliği ve paylaşım yapmasını sağlayan ortak bir ifadedir (Eren, 2014). Sosyal medyanın çok çeşitli formları vardır. Bloglar, sosyal ağlar, medya paylaşım siteleri ve oyunlar bu formların en bilindikleridir. Kullanıcılar, dijital iletişim ağlarını birçok gerekçeyle kullanmaktadır. Kişilerin kullanım amaçları siteden siteye göre değişiklik göstermektedir. Amaçlar arasında en belirgin olanlar ise aile ve arkadaşlarla iletişim kurma, bilgiye ulaşma ve eğlenme amaçlı kullanımlardır. (Çelik & Kılınç, 2016). Sosyal medyanın kullanım amaçları birçok araştırmaya konu olmuştur. Mazman ve Usluel (2011) lisans öğrencileri üzerinde yaptıkları çalışmada, sosyal medyanın kullanım amaçlarını ele almıştır ve mevcut sosyal ilişkileri sürdürmek, farklı kişilerle tanışmak, olayları güncel olarak izlemek ve akademik faaliyetlerde kullanım dâhilinde dört ana kategoride sunmuştur.

Şahin vd., (2016) araştırmasında öğrencilerin sosyal medya platformlarını yüksek orandan düşük orana sırasıyla, iletişim kurmak, güncel olaylardan haberdar olmak, eğlenceli içerikler ile zaman geçirmek amacıyla kullandıklarını belirtmiştir. Bu platformların en düşük kullanım amaçları ise tüketim ve tanışmadır (Başoğlu, 2017).

Öztürk ve Akgün (2012) tarafından üniversite öğrencileri üzerinde yapılan araştırmada, sosyal medyanın kullanımı, kullanım amacı, olumlu ve olumsuz etkileri

araştırılmıştır. Veriler, sosyal medyanın birinci olarak fotoğraf, video ve mesajlaşma için kullanıldığı ile sonuçlanmıştır. Sosyal medya kullanımının olumlu tarafı ise kullanıcıların kendilerini ifade etmekte daha rahat hissetmeleri ve bu platformların iletişimi kolaylaştırması niteliğidir. Başka bir araştırmada öğrencilerin, sosyal medya platformlarını genellikle öteki kişilerle etkileşim kurmak amacıyla kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır (Eren, 2014).

Canöz (2016) çalışmasında, sosyal medya platformlarının motivasyonlarını araştırmıştır. Sonuçta, kullanıcıların sosyal medya kullanımında altı çeşit farklı motivasyonu olduğunu bulmuştur. Bulgular önem derecesine göre sıralandığında; boş vakitleri değerlendirmek, eğlence seçenekleri, öğrenme pratiği ve insanlar arası etkileşim, gözlem, yönlendirme ve sakinleşme, sosyal izolasyon, ekonomi ve öz tanıtma şeklindedir (Ökten, 2023).

Sosyal Medya Platformları

Sosyal medyanın kullanıcıları için dipsiz bir içerik dünyası vardır. Eğlenceli videolar, güncel makaleler, çeşitli fotoğraflar ve müzikler, oyunlar, videolar, canlı yayımlar, podcastler gibi etkinlikler servis edilir. Dijital iletişim araçları arasında Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok, YouTube, LinkedIn, Snapchat ve Pinterest benzeri rağbet gören ve sevilen platformlar bulunmaktadır. Her bir platformun kendine has özelliği ve kullanım amacı vardır (Ökten, 2023).

Instagram

Instagram 2010 yılında kurulan ve günümüzde oldukça popüler olan sosyal medya platformudur. Stanford mezunu olan Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından oluşturulmuştur. Instagramın kullanım yaşı en çok 18-34 yaş olmakla birlikte kadınlar arasında kullanım oranı daha fazladır. Fotoğraf ve videolardan oluşan bir platformdur. Kullanıcılar genellikle fiziksel çekiciliğini vurgulayan fotoğraflar yükler ve çeşitli filtreler kullanarak içeriklerini hazırlayabilirler. Dolayısıyla Instagram'ın kullanıcıları üzerinde sahip olduğu fiziksel stereotipler, güzellik standartları ve vücut imajını kapsayan geniş bir güç söz konusudur. Bu durumun ana kaynağının, idealize edilmiş fotoğraflar ve videolarını paylaşan ünlülerin ve kullanıcıların fazla olması ve farklı kullanıcılar arasında karşılaştırma yapmak için sunulan birçok durumdan kaynaklandığı ileri sürülmektedir (Alfonso-Fuertes vd., 2023).

Twitter

Şu anda X olarak yeniden markalaşan Twitter, Mart 2006'da Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone ve Evan Williams isimli kişiler tarafından kurulmuştur. Twitter, “tweet” olarak bilinen 140 karakterlik kısa mesajların kullanıcılar tarafından görüntülenebildiği sosyal bir platformdur. (Ediger vd., 2010). Blake ve çalışma arkadaşları (2010) Twitter’ı kullanıcıların gündemdeki yeni gelişmeleri takip edebildiği ve yorum paylaşabildiği en yaygın kullanılan platformlardan biri olarak tanımlamıştır.

Facebook

Facebook, Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz ve Chris Hughes tarafından Harvard'da henüz öğrencilerken kurulmuştur ve hızla dünyaya yayılmış popüler bir iletişim platformu haline gelmiştir (Doğruer vd., 2011).

Şimdilerde Instagram ve benzeri uygulamalardan dolayı eski popülerliğine sahip olmayan Facebook, 2012 senesinde Instagram’ı ve 2014 senesinde ise Whatsapp isimli uygulamayı satın almıştır (Gedik, 2020).

Facebook’un kullanımıyla ilgili çalışmalar incelendiğinde, yüksek düzeyde dışa dönüklük, düşük öz saygı, yüksek düzeyde nevrozizm, narsisizm ve düşük öz değerın sık Facebook kullanımıyla ilişkili olduğu ileri sürülmektedir. Sık Facebook kullanımının aynı zamanda daha düşük akademik performansla da ilişkili olduğu belirtilmiştir (Nadkarni & Hofmann, 2012).

Pinterest

Pinterest, 2012 yılında kurulmuş ve hızlı bir ivmeyle çok sayıda kullanıcıya ulaşmıştır. Kullanıcılar kendi ilgi alanlarına göre görsellerden veya videolardan pano oluşturabilir ve bu panoları farklı sosyal medya uygulamalarında görüntüleyebilmektedir (Cavga, 2019).

Pinterest platformu hakkında literatürde birçok araştırma bulunmaktadır. Bulguların sonuçları Pinterest’in içeriği ve kullanım amacı göz önüne alındığında pek de şaşırtıcı değildir. Platformdaki belirli faktörlerin, kadınların/erkeklerin aralarında kıyas yapmasını veya aşırı diyet/aşırı egzersiz gibi zararlı davranışları deneme niyetini etkileyebileceğini belirtmektedir. Aynı zamanda idealize edilmiş kadın ve erkek görsellerinin Pinterest gibi alanlarda paylaşılmasının, kullanıcılarda yetersizlik duygularına veya sosyal karşılaştırma yapmalarına neden olabilmektedir (Lewallen vd., 2016).

Youtube

Video oluşturma ve paylaşma sitesi YouTube, hem video içerik görüntüleme hem de içerik oluşturma etkinliklerini kapsar. YouTube, bir milyardan fazla kullanıcısıyla en yaygın video paylaşım platformudur (YouTube, 2016). YouTube, yalnızca müzikle sınırlı olmayıp aynı zamanda film fragmanları, video oyunu oynama, spor, yetenek, kullanıcı içeriği ve program kayıtları gibi geniş videolar tabanına sahiptir (Balakrishnan & Griffiths, 2017).

Snapchat

Platform, 2011 yılında Stanford niversitesi ğrencileri olan Evan Spiegel, Reggie Brown ve Bobby Murphy isimli kişilerce kurulmuştur. Snapchat, kullanıcıların aldığı içeriği kalıcı olarak grntleyemez hale gelmeden önce belirli bir süre boyunca resim, video ve metin göndermelerini sağlayan bir sosyal medya platformudur. Duggan (2015), yaptığı çalışmada erişkin akıllı telefon kullanıcılarının %17'sinin Snapchat uygulamasını kullandığını söylemiştir. 18-29 yaş aralığındaki bireyler Snapchat kullanıcılarının en fazla bulunduğu yaş grubudur (Vaterlaus vd., 2016). Genellikle Y kuşağından oluşan kullanıcı kesimine sahip olan platform, sosyal medyanın yeni yönünü temsil eden bir şirket olarak tanımlanmaktadır (Bjursten vd., 2017).

TikTok

İlk olarak Musical.ly ismiyle Zhang Yiming tarafından Eylül 2016'da oluşturulmuştur. Beijing Bytedance Technology isimli kuruluş, Kasım 2017'de music.ly uygulamasını satın almıştır ve platformun adını TikTok olarak değişirmiştir. Kısa bir zaman diliminde global tedarik açısından in kökenli en kazançlı uygulama olduğu belirtilmektedir. TikTok, özellikle geç kullanıcıları platomdaki "LipSync-Videoları" görüntülemeye, üretmeye, paylaşmaya ve yorum yapmaya yönlendirmiştir. Araştırmalar insanların TikTok uygulamasına katılım amaçlarının kendi sosyal ağlarını genişletme, şohret arama ve kendini yaratıcı bir şekilde ifade etme gereksinimlerinden kaynaklandığını belirtilmektedir (Montag vd., 2021).

Türkiye'de ve Dünyada Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri

Internet World Stats'a (2022) göre Türkiye'de 72 milyondan fazla aktif internet kullanıcısı bulunmaktadır ve bu kişilerin azımsanamayacak bir kısmı sosyal medya platformlarını kullanmaktadır. İnsanların en fazla kullandıkları sosyal medya ve mesajlaşma uygulamaları sırasıyla WhatsApp, (%82,0), YouTube (%67,2) ve

Instagram (%57,6) olmuştur. Genellikle kullanılan sosyal medya ve mesajlaşma uygulamalarının cinsiyet kavramı açısından incelemesi yapılmıştır. Sonuç olarak erkeklerin en fazla WhatsApp (%85,9), YouTube (%70,8) ve Facebook (%61,5) kullandıkları, kadınların ise WhatsApp (%78,1), YouTube (%63,7) ve Instagram (%55,9) kullandıkları belirtilmiştir (TÜİK, 2023).

Ekim 2023 itibariyle dünya genelinde 5,3 milyar internet kullanıcısı olduğu tespit edilmiştir ve bu sayı dünya nüfusunun yüzde 65,7'si anlamına gelmektedir. Kuzey Avrupa 2023 yılında internet kullanan nüfus payı açısından dünya bölgeleri arasında ilk sırada gelmiştir. Norveç, Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirlikleri Nisan 2023 itibariyle nüfuslarının yüzde 99'unun internet kullandığını belirlemesine karşın Kuzey Kore ise tam tersi durumdadır. Genel nüfusta neredeyse hiç internet kullanım yaygınlığı yoktur ve dünya sıralamasında son sırada yer almaktadır. Asya, dünya çapında en fazla çevrimiçi kullanıcıya sahiptir. Son verilere göre 2,93 milyarı aşmıştır. Avrupa ise neredeyse 750 milyon internet kullanıcısıyla ikinci sırada gelmektedir. Çin, Hindistan ve ABD ülkeleri, internet kullanıcı sayısı bakımından dünyada diğer ülkelerin önünde gelmektedir (Petrosyan, 2023).

Sosyal Medyanın Avantajları

Binark vd., (2009) sosyal medyanın avantajlarından bahsetmiştir. Sosyal medyanın maliyetinin düşük olması, içeriklerin geniş kitlelere ulaşabilmesi, kişilerin sınırsız bilgiye ulaşabilmesi, çeşitli eğitim belgelerine erişebilme kolaylığı, eğlenme opsiyonunu barındırması, oyun oynama opsiyonunun olması, bilgiye dayalı içeriklerin üretilebilmesi ve paylaşılabilmesi, kişilerin hürce siyasi fikirlerini beyan edebilmeleri, çeşitli gruplara üye olunabilip aktivitelerde bulunabilme, iş ve kariyer odaklı aramalar yapılabilmesi, mesleki açıdan çeşitli bilgilerin edinilebilmesi, bireylerin cinsellik veya sağlık gibi kişisel bilgileri edinebilmesi, yardımlaşma topluluklarına üye olunabilmesi, ilgi duyduğu fenomenleri/ünlüleri takip edebilmek, çevrimiçi ve/veya çevrimdışı olarak bilgi/belge gönderebilmek gibi geniş yelpazede toplanan avantajları vardır (Çiftçi, 2018).

Sosyal Medyanın Dezavantajları

Sosyal medyanın avantajlarının çokluğu kadar dezavantajları da mevcuttur. Binark vd., (2009) bu dezavantajları şu şekilde sıralamışlardır; kişilerin yasal olmayan davranışlar gerçekleştirebilmesi (dosya indirme/yükleme, hackleme), intihar eğilimine sebebiyet, yeme bozukluğu geliştirilmesine sebebiyet, depresyon, üzüntü ve agresiflik gibi davranışları tetikleme ihtimali, illegal kumar ve/veya bahis siteleri, ekonomik suçta bulunmak, siber zarara neden olmak (herhangi birine karşı

zorbalık yapmak), sağlık konusunda bilinçli şekilde yanlış bilgileri savunmak ve yaymak, reklam alarak insanlara düşük kalitedeki ürünleri ve/veya hizmeti önermek, ırkçılık yapmak, diğer akla gelebilecek her türden saldırgan davranışlarda bulunmak ve tehlikeli, zarar veren mesajlar iletmek, kişilere cinsel temelli şiddet uygulamak, pedofili insanların ve tanınmadık/bilinmeyen insanların varlığı ve illegal bilgilerin olması (Çiftçi, 2018).

Yeme Bozuklukları

DSM 5 (Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve İstatiksel El Kitabı), yeme bozukluklarına ilişkin tanımları alandaki klinisyenlere sunmaktadır. Genel hatlarıyla yeme bozuklukları (YB), yeme ve yiyeceklerle ilgili davranışlardaki bozuklukların yanı sıra beden ağırlığı ve şekli ile ilişkili bozukluklarla karakterize edilen ciddi psikolojik hastalıklardır ve en sık görülen komorbid durumları anksiyete, madde kullanımı, alkol kullanımı ve duygudurum bozukluklarıdır. (Smith vd., 2017). Etiyolojik açıdan yeme bozukluklarının oluşmasında belirli tek bir faktör söz konusu değildir, biyolojik, genetik, psikolojik ve sosyolojik sebeplere dayanabilmektedir (Gümüş & Alver, 2020).

Amerikan Psikiyatri Birliği (2013), DSM 5'te yeme bozukluklarını Anoreksiya Nervoza, Bulimiya Nervoza, Tıkırcasına Yeme Bozukluğu, Pika, Kaçınan/Kısıtlı Yiyecek Alımı Bozukluğu, Geri Çıkarma (Geviş Getirme Bozukluğu), Tanımlanmış Diğer Bir Beslenme ve Yeme Bozukluğu ve Tanımlanmamış Diğer Bir Beslenme ve Yeme Bozukluğu olarak sınıflandırmaktadır.

Anoreksiya Nervoza (AN)

Anoreksiya Nervoza (AN) literatürdeki verilere göre tarihte ilk defa 1873 yılında konuşulmaya başlanmıştır ve William Gull sayesinde tıbbi literatüre girmiştir. AN, kişilerin zayıf ve ince bir vücudunun olması isteğidir. Aynı zamanda kişiler, şişmanlamaya karşı aşırı korku duymaktadır. AN'li kişiler kalori alımını ciddi biçimde kısıtlar ve çarpık bir beden algısına sahiptirler. Kişideki bu aşırı korku kişiyi sıkı diyetler ve egzersiz yapmaya hatta kendi kendini kusturmaya ya da laksatif-diüretik kullanımı gibi sağlıksız davranışlar gerçekleştirmesine itebilir. AN'li bireylerin kiloları gittikçe azalır ve bu durum kişilerin sağlığını önemli derecede tehlikeye sokar. Kişinin beden algısı bozuk olduğundan ne kadar zayıf olduğunun bilincinde değildir ve aksine şişman olduğunu zanneder. Bozukluğun ne denli ciddi olduğunu kabul etmez ve tedaviyi reddederler. Bozukluğun genellikle ortaya çıkma yaşı 14-18 olarak belirtilmektedir. Cinsiyet açısından da belirgin bir fark söz konusudur, kadınlarda görülme sıklığı erkeklerde görülme sıklığından 20 kat fazladır

(Sarı, 2020). Mortalite oranı psikolojik bozukluklar arasında en yüksek olan psikolojik bozukluktur (Nalbant vd., 2020). AN'nın etiyolojisine bakıldığında, genetik, nörobiyolojik ve psikososyal etkenler görülmektedir (Terzioğlu vd., 2019).

Anoreksiya Nervosa DSM-5 Tanı Kriterleri

A. İhtiyaçlarına göre enerji alımında kısıtlama, kişinin yaşı, cinsiyeti, gelişimsel olarak izlediği yol ve vücut sağlığı bakımından belirgin bir şekilde düşük bir vücut ağırlığının olmasına yol açar. Apaçık bir biçimde düşük vücut ağırlığı, olağan en düşüğün altında ya da çocuklar ve gençler için olması gerekenin altında olarak tanımlanmaktadır.

B. Kilo almaktan, şişmanlamaktan aşırı korkma. Belirgin bir şekilde düşük vücut ağırlığında olmasına karşın kilo almayı güçleştirecek davranışlarda bulunma

C. Kişinin vücut ağırlığını ya da biçimini algılamasında bir bozukluk vardır, kişi kendini değerlendirirken vücut ağırlığı ve şekline anlamsız bir değer yükler ya da o sıradaki düşük vücut ağırlığının ciddiyetini hiçbir zaman kavrayamaz (Amerikan Psikiyatri Birliği, 2013).

Bulimiya Nervosa

Bulimiya Nervosa (BN)'da, sürekli ve tekrarlayıcı tıknırcasına yeme atakları ve ardından bu ataklar sırasında kontrol duygusunun yitimi hissi hâkimdir. Aşırı yeme davranışı sonrasında kişiler uygun olmayan, atakları telafi edici davranışlar (kendi kendini kusturma, laksatif, diüretik kullanımı, aç kalma veya aşırı egzersiz yapma gibi) gösterebilmektedir. Bozukluğa çoğunlukla geç ergenlik ve erken yetişkinlik döneminde rastlanmaktadır. BN'lı hastalar duygularını düzgün bir biçimde hissedemedikleri, anlayamadıkları ve içlerindeki boşluk duygusundan kurtulamadıklarını ifade ederler. Bu sebeple bahsedilen boşluk duygusunu yeme nöbetleri ile doldurmaya çabalarlar. Kişilerde dürtülerine hâkim olamama durumu göze çarpar. BN'lı bireyler kendilerine zarar verici davranışlar gösterebilirler. Sürekli kusma ve laksatif-diüretik kullanımının sebep olduğu elektrolit eksikliği önemli kardiyak sorunlara ve bazen de beklenmedik mortaliteye sebep olabilir. Bu kişilerde kusmaktan dolayı dişlerinin aşınması, parotis bezinde büyüklük, mide sorunları (gastrit), yemek borusu sorunları (özefajit, özefagus rüptürü) görülebilmektedir Ayrıca kilolarında oluşan ani değişiklik sebebiyle regl düzensizliği de yaşayabilmektedirler (Sarı, 2020).

Bulimiya Nervosa DSM-5 Tanı Kriterleri

Tekrar eden tıknırcasına yeme dönemleri. Bir tıknırcasına yeme dönemi aşağıdakilerden her iki belirtinin olması gerekmektedir.

B) Benzer koşullarda, aynı surede, çoğu kişinin yiyebileceğinden daha çok yiyeceği, ayrı bir zaman biriminde (herhangi iki saatlik bir süre içinde) yeme. Bu dönem esansında yemek yemeye ilgili kontrolün kalktığı hissini olması (kişinin yemek yemeyi durduramadığı duygusu ne ya da ne denli yediğini kontrole altına alamadığı duygusu. Kilo almaktan kaçınmak için kendi kendini kusturma, laksatif, idrar söktürücü ilaçlar kullanma. Hiç yemek yememe ya da aşırı spor yapma gibi tekrarlayan, uygunsuz davranışlarında bulunma.

C) Bu tıknırcasına yeme davranışlarının ve uygunsuz ödünleyici davranışların her ikisi de yaklaşık üç ay içinde en az haftada bir kez olmuştur.

D) Kendini değerlendirirken vücut şeklinden ve ağırlığında anlamsız bir şekilde etkilenme

E) Bu bozukluk sadece Anoreksiya Nervosa dönemleri sırasında ortaya çıkmamaktadır.

Ağır olmayan: Yaklaşık haftada bir-üç kez uygunsuz ödünleyici davranışın olması.

Orta derecede: Yaklaşık haftada dört-yedi kez uygunsuz ödünleyici davranışın olması.

Ağır: Yaklaşık sekiz- on üç kez uygunsuz ödünleyici davranışın olması.

Aşırı düzeyde: Yaklaşık haftada on dört ya da daha çok uygunsuz ödünleyici davranışın olması (Amerikan Psikiyatri Birliği, 2013).

Tıknırcasına Yeme Bozukluğu

Tıknırcasına Yeme Bozukluğu (TYB) isimli bozukluk, kişinin yeme davranışlarına ilişkin herhangi bir denetim ve yönetim sahibi olmadığı, sürekli tekrar eden aşırı ve sık yeme dönemlerinin olduğu psikolojik bir bozukluktur. Kişi tıknırcasına yeme nöbetlerinin yaratacağı sonuçları giderebilmek için herhangi bir yonteme başvurmamaktadır. Bozukluğun başlangıç yaşı genellikle yirmili yaşların ilk yıllarıdır ve TYB erkeklerde de görülmesine karşın kadınların bu bozukluğa yakalanma olasılığının 1.75 kat daha fazla olduğu bilinmektedir (Turan vd., 2015).

Tıknırcasına Yeme Bozukluğu DSM-5 Tanı Kriterleri

A) Tekrarlayan tıknırcasına yeme dönemleri. Bir tıknırcasına yeme dönemi aşağıdaki belirtilerin her ikisinde bulunmalıdır:

1. Benzer koşullarda, aynı sürede, çoğu kişinin yiyebileceğinden açıkça daha fazla yiyeceği, farklı bir vakitte (Örn. herhangi iki saatlik bir sürede) yeme.

B) Bu dönem esnasında, yemek yemeyle ilgili denetimin kalktığı hissini olması (Örn. Kişinin yemek yemeyi durduramadığı hissi ne ya da ne derece de yediğini kontrol edemediği duygusudur. Tıkınırcasına yeme döneminde aşağıdakilerden üçü ya da daha fazlası görülmektedir.

- 1) Normalden daha hızlı yeme.
- 2) Sıkıntı verecek düzeyde tokluk hissedinceye kadar yeme.
- 3) Açlık hissi duymuyorken çok miktarlarda yeme.
- 4) Ne kadar çok yediğinden utandığı için kimse yokken yalnız yeme.
- 5) Yemeden sonra kendinden tiksime, çökkünlük yasama ve suçluluk duyma.

C) Tıkınırcasına yeme ile ilgili oluşan sıkıntı duygusu

D) Tıkınırcasına yeme davranışının ortalama üç ay içinde en az haftada bir kez görülmüş olmasıdır.

E) Tıkınırcasına yeme, Bulimiya Nervozada görüldüğü gibi uygunsuz davranışlar eşlik etmez ve Tıkınırcasına yeme, Bulimiya Nervozaya ya da Anoreksiya Nervozanın gidişi sırasında ortaya çıkmamaktadır (Amerikan Psikiyatri Birliği, 2013).

Pika

Pika, yiyecek değeri olmayan ve/veya yiyecek olmayan şeylerin sistematik ve yüksek miktarda tüketildiği bir yeme bozukluğu çeşidini ifade eder. Her etnikten ve yaştan gruplarda rastlanabilmektedir. Fakat cinsiyet bakımından erkeklerde daha çok görülmektedir. Özellikle yaşça küçük olan çocukların boya maddeleri, sıva maddesi, iplik ve türevleri, saç teli, kumaş gibi şeyleri yedikleri gözlemlenirken, büyük çocukların toprak/taş, hayvanların dışkısı, silgi ve kâğıt gibi kırtasiye maddelerini yedikleri gözlemlenmiştir. Pika daha çok mental retardasyon ve gelişimsel problemlerle bağlantılıdır ve kognitif yetersizliği olan çocuklarda daha çok gözlemlenmektedir. Dolayısıyla kişilerin zekâ seviyeleri düştükçe pikanın görülme olasılığı da artmaktadır. Pikanın toplumlarda bilhassa düşük sosyo-ekonomik durum, çocuğun ihmali, istismarın söz konusu olduğu durumlarda ve yetersiz anne/çocuk etkileşimi ile güçlü bir ilişkinin var olduğu belirtilmektedir (Kaçar & Hocaoğlu, 2019).

Kaçıngan/Kısıtlı Yiyecek Alımı Bozukluğu

Kaçıngan/Kısıtlı Yiyecek Alımı Bozukluğu (KKYAB), kişilerde vücut ağırlığı veya beden şekli ile ilgili bir durum temelli olmadan beslenmelerini karşılamada sürekli olarak eksik kalan ve yeme bozukluğu olan her yaşta bireyde görülebilen bir bozukluktur. Rapor edilen vakalarda 4 ile 56 yaş arasındaki kişilerde teşhis edilmiştir. KKYAB, yakın zamanda tanımlanmış bir bozukluktur ve bugüne

kadar sadece birkaç KKYAB olgusu bildirilmiştir (Dhiman vd., 2021).

Geri Çıkarma Bozukluğu

Geri çıkarma bozukluğu, çoğunlukla istemeden veya alışkanlık halinde gerçekleşen, tekrar eden gıdanın mideden ağıza gelmesi ile karakterize edilen bir yeme bozukluğudur. Ruminasyon nadiren görülmektedir. Kişilerde ruminasyon bozukluğu genellikle kognitif yetersizlik ile beraber seyreder (Kaçar & Hocaoglu, 2019).

Sosyal Görünüş Kaygısı

İnsanlar sosyal canlılardır ve nesiller boyu diğer insanların kendileri hakkındaki izlenimlerini merak etmişlerdir. Diğer insanlara çekici görünme ve onlar üzerinde iyi bir etki bırakma istekleri taşımaktadırlar (Hart vd., 2008). Sosyal görünüş kaygısı, kişilerin dış görünüşlerinin öteki kişilerce değerlendirilmesine karşı duydukları endişe, sıkıntı ve gerginlik olarak tanımlanabilir. Bu kaygı çeşidi yalnızca kişilerin tek bir fiziksel görünüşlerinden kaynaklanan kaygılar değildir, daha bütüncüdür. Gümüş (2000)'ün açıklamasına göre, bireylerin fiziksel görünüşe dair algılarının esas ayırt edici kısmı, kişinin benliği hakkındaki olumlu ya da olumsuz duygularıdır. Bu hissedilen duygularla sosyal görünüşe ait duygular birbirine tamamen paralel biçimdedir (Yıldırım, 2020).

Rieger vd., (2010) yeme bozukluğuyla ilgili olarak görünümün sosyal olarak ele alınmasının, fiziksel görünümünü dikkate alan kişilerde yeme bozukluğu semptomlarına yol açtığını iddia etmiştir. Bu iddiaları çalışmalarıyla besleyen Levinson ve Rodebaugh (2012), kişilerdeki sosyal görünüş kaygısının, düzensiz yeme davranışıyla ilişkilendirmiş ve sosyal görünüş kaygısının, bir lisans öğrencisindeki düzensiz yeme ve sosyal kaygı için yaygın ve genel bir risk unsuru olduğunu bulmuşlardır. Bir diğer örnekte Koskina vd., (2011) klinik bir olguda BN tanısı alan kişilerin sosyal görünüm kaygısının anlamlı düzeyde yüksek olduğunu bulmuşlardır.

Claes vd., (2012) YB tanılı kadınlarda sosyal görünüş kaygısının, vücut kitle indeksi (BMI), zayıflık dürtüsü ve vücut memnuniyetsizliği ile pozitif ilişkili olduğunu bulmuştur. Var olan sonuçlar, YB tanılı kadınların sosyal görünüş kaygısının arttığını belirten çalışma sonuçlarıyla tutarlıdır. Bu bağlamda, sosyal görünüş kaygısı, yeme bozukluklarında henüz tam anlamıyla keşfedilmemiş bir olgu olmasına rağmen sosyal kaygı hem de beden imajı bozukluğu tanılı kişiler tarafından yaygın olarak deneyimlendiğinden, BN hastaları için potansiyel olarak anlamlı olduğu ifade edilmektedir (Koskina vd., 2013).

Valkenburg vd., (2006) ile Doğan ve Çolak (2016)'a göre, kişiler sosyal medya profilleriyle ilgili olumlu geri dönüşler aldığıında görünüm kaygıları azalırken, olumsuz geri dönüşler aldığıında görünüş kaygıları artmaktadır (Balcı, 2019).

Hart ve çalışma arkadaşlarının (1989, 2008) çalışmalarında sosyal ve fiziksel kaygı kavramlarının yerine kişilerin çekici olmalarıyla ilgili kaygı yaşayabildiklerini söylemişlerdir. Onlara göre, sosyal görünüm kaygısı diğer insanlar üzerinde olumlu bir izlenim yaratma gereksinimiyle ilişkilidir ve bireylerin yetersizlik algısıyla daha da güçlenmektedir (Ürün & Öztürk, 2020).

Görünüşe dayalı etkinliklerin yanı sıra sosyal medyanın sağladığı bedensiz ortamlar, görünülerinden memnun olmayan bireylerin kendi en iyi çevrimiçi öz sunumlarını yaratmalarına ve yönetmelerine olanak tanıyabilir bu da daha yüksek ve potansiyel olarak sorunlu sosyal medya kullanımına yol açmaktadır. (Boursier vd., 2020).

Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci

Günümüzde görsel temelli sosyal medya platformlarının kullanımı oldukça yaygın hale gelmiştir. İnsanlar, fiziksel görünülerini vurgulayan sosyal medya platformlarında fotoğraflarını paylaşmakta ve bu platformlardaki fiziksel çekiciliklerini daha belirgin kılmayı amaçlayan davranışlar gösterebilmektedirler. Kişilerin öz benlik oluşumu ve gelişimini ve sosyal etkileşimini negatif yönde etkileyen dış görünüş algısına ilişkin olumsuzluklar; düşük yaşam kalitesi, psikolojik sorunlar, sağlıksız ve kötü beslenme davranışları ve yeme bozukluklarıyla ilişkilendirilmektedir. Sosyal medya bilinci kavramı, insanların sosyal medya platformlarını aktif olarak kullanması ve paylaştıkları şeylerin toplumsal ve bireysel sonuçlarının bilincinde olmaları olarak ifade edilmektedir (Doğan & Durmuş, 2023).

Fardouly ve çalışma arkadaşlarının araştırması, yüksek sosyal medya bilincine sahip olan kişilerin sosyal platformlardaki paylaşımları daha eleştirel bir şekilde değerlendirmesi, beden olumsuzlamayı ve kabulünü destekleyen paylaşımları takip etmesi ve olumsuz içeriklerden uzak durmalarının bedenleriyle daha olumlu bir ilişkilerinin olmasına yardımcı olduğunu belirtmektedir. Bu doğrultuda, sosyal medyayı bilinçli bir şekilde kullanmak, kişilerin beden imgeleri üzerinde olumlu bir etkiye sahip olabilmektedir (Doğan & Durmuş, 2023).

Olumsuz beden imajı kişilerde birtakım eğilimlere neden olabilmektedir. Kişinin bedeninden memnun olmaması, bedeniyle ilgili olumsuz düşüncelere sahip olması, fiziksel görünüme aşırı önem vermesi, yaşam kalitesinin azalması, benlik saygısının azalması, yüksek sosyal kaygı, depresyon, insanların onu olumsuz değerlendireceğine dair düşünmesinden dolayı sosyal ortamlardan kaçmak gibi.

(Öngören vd., 2021).

Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular

Levinson vd., (2020) Yeme bozukluğu (YB) tanılı bireylerin %97 oranla komorbid psikiyatrik bir tanısı olduğunu belirtmiştir. Anksiyete Bozuklukları (AB)'nin ise YB ile birlikte ilerleyen komorbid sorunlardan olduğu ifade edilmektedir. Bulimiya Nervoza (BN)'lı hastaların %25'inin yaşam süreleri boyunca anksiyete bozukluklarına dair herhangi bir tür gözlemlenmiştir. Bu durum Anoreksiya Nervoza (AN)'lı hastalar için ise %23-75 aralığında olduğu ifade edilmektedir (Kahraman & Kerimler, 2021). Bu durumla alakalı literatürde çeşitli araştırmalar bulunmaktadır. Pallister ve Waller (2008), YB ve AB'nin ortak kökenli unsurları taşıyor olabileceklerini belirtmiş ve bu unsurların kişilerde bu iki bozukluğa da sahip olma riskini yükseltebileceğini vurgulamışlardır. Levinson ve Williams (2020) ise YB ve AB hastalığı olan kişilerin ortak mizaç ve kişilik özellikleri olduğunu vurgulamıştır.

Yeme bozukluklarının tedavisi kapsamında, Porras-Garcia vd., (2021) yaptığı çalışmada, maruz bırakma yönteminin AN teşhisli hastaların tedavisi üzerindeki rolünü araştırmıştır. Dijital simülasyon aracılığıyla ana korkularıyla yüzleştirilip maruz bırakılan AN'li hastaların beden algısına karşı duygusal, davranışsal ve düşüncesele reaksiyonları pozitif biçimde değişmiş olduğu belirtilmektedir (Kahraman & Kerimler, 2021).

Son olarak Levinson ve Williams (2020) yaptığı çalışmada, yeme bozukluğuna ilişkin korkuları ve semptomları arasındaki ilişkilerin anlaşılmasını hedeflemişlerdir. Bulgular, kilo alma korkusu ve içsel korkularla ilişkili sonuçların (yani yargılanmanın) en merkezinde yeme bozukluğuna ilişkin korkular olduğu fikrini desteklemektedir.

İlgili Araştırmalar

Bu bölümde Türkiye'den ve dünyanın birkaç ülkesinden güncel araştırmalara yer verilmiştir.

Olası Yeme Bozukluklarının Yaygınlığı ve İlişkili Risk Faktörleri: Kuzey İrlanda Gençlik Refah Araştırması'nın SCOFF Kullanılarak Yapılan Bir Analizi:

Çalışmadaki temel amaçlar, Kuzey İrlanda'da 11-19 yaş arası gençlerden oluşan temsili bir örnekleme yeme bozukluğunun yaygınlığını tahmin etmek ve olası yeme bozukluğu ile bir dizi risk faktörü arasındaki ilişkileri araştırmaktır. Ulusal temsili geniş bir hane halkı araştırması yapılmıştır ve demografik, ailesel, ekonomik ve psikolojik risk faktörleri ile olası yeme bozukluğu arasındaki iki değişkenli ve çok değişkenli ilişkiler değerlendirilmiştir. Olası yeme bozukluğu

yaygınlığı; kadın olmak (2,44), zihinsel sağlık sorunları olan bir ebeveyne sahip olmak (1,68), duygudurum veya kaygı bozukluğu (2,55), sosyal medya kullanım bozukluğu (2,95), fiziksel zorbalığa maruz kalma (1,71) ve sigara içme (2,46) şeklindedir. Bu sayede çalışma, Kuzey İrlanda'daki gençler arasında olası yeme bozukluğunun ilk yaygınlık tahminlerini literatüre sunmaktadır (Nolan vd., 2022).

Lübnanlı Üniversite Öğrencilerinde Problemlili Sosyal Medya Kullanımı ile Bulimiya Nervoza Arasında Kaygı ve Depresyonun Aracı Rolü:

Bulimiya nervoza (BN), aşırı besin tüketme ve kiloyu kontrol etmek için uygun olmayan telafi edici davranışlarla bilinen bir hastalıktır. Bu çalışmanın amacı, Lübnanlı üniversite öğrencilerinden oluşan bir örneklemede problemlili sosyal medya kullanımı (PSMK) ile BN arasındaki kaygı ve depresyonun aracılık rolünü değerlendirmektir. Toplam 363 üniversite öğrencisi çalışmaya alınmıştır. Yol A için; PSMK'nın depresyon ve anksiyete üzerindeki etkisine ilişkin regresyon katsayısı belirlenmiştir. Yol B'de, BN'deki zihinsel sağlık sorunları arasındaki ilişki incelemiştir ve yol C'de ise, PSMK'nın BN üzerindeki doğrudan etkisi değerlendirilmiştir. Sonuçlar, depresyon ve anksiyetenin PSMK ile BN arasındaki ilişkiye kısmen aracılık ettiği yönündedir. Bulgularda, yüksek PSMK seviyeleri daha fazla depresyon ve anksiyete ile ilişkilendirilmiştir. Yüksek depresyon ve anksiyete ise daha fazla BN ile ilişkilendirilmiştir. PSMK, BN ile doğrudan ve önemli ölçüde ilişkili olduğu anlaşılmıştır. Yüksek PSMK, daha fazla depresyonla ve kaygıyla, bu da daha fazla bulimiya ile önemli ölçüde ilişkilidir. Yüksek PSMK, bulimiya ile doğrudan ve anlamlı bir şekilde ilişkilidir (Sfeir vd, 2023).

Sosyal Medyanın İslamabad'daki Gençlerde Beden İmgesi ve Yeme Bozuklukları Üzerindeki Etkisi:

Çalışma, sosyal medyanın ergenlerin beden imajı görüşleri üzerindeki etkisini ve bunun yeme bozukluklarının başlangıcıyla olan potansiyel ilişkisini araştırmaktadır. Sosyal medya ve beden imajıyla ilgili bazı temel hususlar araştırılmıştır; Body shaming (kişinin fiziksel görünüşüyle dalga geçme, kişiyi fiziksel görünüşünden dolayı utandırma, zorbalama) kavramının sosyal medya platformları üzerindeki etkisi, idealize edilmiş beden imajlarına maruz kalmanın etkileri ve sosyal medyadaki influencerlarla (sahip olduğu sosyal medya kanalı aracılığı ile kitlelere yön veren kişi) kıyaslanmanın etkileri. Nitel yaklaşımla 18-26 yaş aralığındaki, sosyal medya platformlarıyla yüksek düzeyde etkileşim sergileyen bireylerle gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmelerde bulunulmuştur. Çalışmada, genç yetişkinler ve ergenler arasında düzensiz beslenme ve vücut memnuniyetsizliğinin yaygınlığının, onların idealleştirilmiş vücut ideallerine maruz

kalmalarına ve influencerların faaliyetlerine atfedilebileceği sonucuna ulaşılmıştır (Faiz vd, 2023).

Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının Yeme Davranışları ve Fiziksel Aktiviteye Etkisi:

Bu kesitsel araştırmada, üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanım süresi, yeme bozuklukları ve fiziksel aktivite düzeyi arasındaki ilişki değerlendirilmiştir. Araştırmaya 18-29 yaş arası toplam 562 üniversite öğrencisi dâhil edilmiştir. Çalışma verileri, anket formu, bazı sosyo-demografik bilgiler, sosyal medya kullanım bilgileri, Yeme Tutum Testi-26 (EAT-26) ölçeği ve Uluslararası Fiziksel Aktivite Anketi-Kısa Formu içeren çevrimiçi anket sistemi aracılığıyla toplanmıştır. Araştırma verileri, sosyal medya kullanım süresi arttıkça bireylerin hareketsiz davranışlarının arttığını, görsel içerikli sosyal medya hesaplarının kullanımının yeme bozuklukları riskiyle ilişkili olduğunu göstermektedir (Güneş & Demirel, 2023).

Genç Erişkinlerde Sosyal Medya ve Yeme Bozuklukları Arasındaki İlişki:

Araştırma, genç erişkinlerde sosyal medya ile yeme bozukluklarının ortaya çıkma eğilimi arasındaki ilişkinin değerlendirilmesini amaçlamaktadır. Genç yetişkinlerin yaş aralığında 76 kişiye ayrıntılı bir anket dağıtılmıştır. Ankette yaş, cinsiyet, meslek gibi genel sorular ile sosyal medyayı kullanıp kullanmadıkları, günde kaç saat kullandıkları, vücut yapılarından ve diyetlerinden memnun olup olmadıkları, spora ihtiyaçları olup olmadığı gibi doğrudan sorular bulunmaktadır. Araştırmaya katılan 76 genç yetişkinin yüzde 32,9'u 18-24 yaş grubunda, yüzde 67,1'i 25-35 yaş grubunda olup, yüzde 55,3'ü kadın, yüzde 44,7'si erkektir. 76 hastanın 73'ü sosyal medya kullanmakta ve 3'ü ise sosyal medya platformlarını kullanmamaktadır. En öne çıkan sosyal medya platformları Facebook ve Instagram'dır. %55,4'ü belirtilen platformları günde 3 saatten fazla kullanmaktadır. %35,5'i fitness ve diyet konusunda sosyal medya paylaşımlarından, videolarından ve influencerların motivasyon podcastlerinden etkilenmektedir ve %55,2'si fitness veya diyet videolarından ve sosyal medya platformlarındaki gönderilerden hoşlanmaktadır, %68,4'ü ise sosyal medyadaki influencerları takip etmektedir. Öte yandan yüzde 55,3'ü mevcut vücut tipinden memnundur, yüzde 44,7'si memnun değildir, yüzde 52,6'sı ise mevcut diyetinden memnun değildir. %60,5'i şu anda sahip oldukları vücut ağırlığını daha iyi bir şekilde korumak için diyetlerini değiştirme ihtiyacı duymaktadır. Sosyal medyanın etkisiyle toplumda bireyler giderek daha fazla body shaming yaşamaktadır. En savunmasız yaş grubu olan

gençlerin, modern sosyal standartları karşılayabilmek için vücut şekillerini ve beslenme şekillerini değiştirmeleri gerekmektedir. Kendilerini değiştirmenin en olası yolu ise, yedikleri yiyecek miktarını azaltmaktır. Bu, yalnızca gençlerde yeme bozukluklarının değil, aynı zamanda depresif spektrum dâhil diğer zihinsel bozuklukların da dolaylı bir nedeni olarak görülmektedir (Wickramatunga vd., 2023).

Sosyal Medyanın Beden İmajı Tatminsizliği ve Yeme Bozuklukları Geliştirmedeki Etkisi:

Bu çalışmanın amacı, sosyal medyanın beden imajına ilişkin gelişen memnuniyetsizlik ve ardından yeme bozuklukları üzerindeki etkisine ilişkin mevcut bilgi durumunu sunmaktır. Bu makalenin yazılması amacıyla mevcut literatür gözden geçirilmiştir. Tıbbi yayınların yer aldığı veri tabanı – PubMed veri tabanı ve kamuya açık kitaplar, sosyal medya ve beden imajı bozuklukları, yeme bozuklukları gibi anahtar kelimeler kullanılarak taranmıştır. İncelenen araştırmalara göre, sosyal medyayı takip etmeye daha fazla zaman ayırmak, hem genç kadınlarda hem de erkeklerde, dış görünüşlerinin olumsuz şekilde karşılaştırılmasının bir sonucu olarak beden imajı bozukluklarını arttırmaktadır. Sorunlu, pasif ve imaj odaklı platformlara odaklanan bir sosyal medya kullanımı, kişisel tatminsizlik ve beden kaygıları geliştirme riskini de arttırmaktadır. Düzensiz yeme davranışlarının, imajla ilgili sosyal medya platformlarının sık kullanımıyla önemli ölçüde bağlantılı olduğu anlaşılmıştır (Górska vd., 2023).

Orta Yaşlı Kadınlar Arasında Sosyal Medya ve Yeme Bozuklukları: Sadece Ergenlerin Sorunu Değil

Bu çalışma orta yaşlı kadınlar arasında sosyal medya kullanımının ve yeme bozuklukları üzerindeki karşılaştırmanın etkisini inceleyen ender çalışmalardan biridir. Literatürde genellikle ergen ve genç yetişkin kadınlar üzerine çalışmalar çoğunluktadır. Yaşları 40-63 olan 347 katılımcı sosyal medya kullanıcıları, sosyal karşılaştırmalar ve yeme bozuklukları (bulimik belirtiler, diyet kısıtlaması ve geniş yeme patolojisi) hakkında çevrimiçi bir anketi tamamlamışlardır. Sonuçlar, orta yaşlı kadınların %89'unun geçtiğimiz yıl sosyal medya kullandığını göstermektedir. Katılımcıların %75'i Facebook'u kullanmakta ve en az dörtte biri Instagram veya Pinterest'i kullanmaktadır. Yaklaşık %65'i en az her gün sosyal medya kullanmaktadır. Yaş ve vücut kitle indeksini kontrol eden sosyal medyaya özgü sosyal karşılaştırma, bulimik belirtiler, diyet kısıtlaması ve geniş yeme patolojisi ile pozitif olarak ilişkilidir. Sosyal medya kullanım sıklığını ve sosyal medyaya özel sosyal karşılaştırmayı birlikte değerlendiren çoklu regresyon modelleri şunu ortaya

çıkarmıştır: Sosyal karşılaştırma, bulimik belirtilerde, diyet kısıtlamasında ve geniş yeme patolojisinde, sosyal medya kullanım sıklığının ötesinde önemli miktarda varyansı açıklamaktadır. Instagram, diğer sosyal medya platformlarıyla karşılaştırıldığında diyet kısıtlamasındaki varyansın önemli bir kısmını açıklamıştır. Sonuç olarak bu çalışmanın bulguları, literatürde yeterince çalışılmamış bir nüfus olan orta yaşlı kadınların büyük bir yüzdesinin sıklıkla bir tür sosyal medyayla etkileşime girdiğine dair kanıt sunmaktadır (Thompson vd., 2023).

Medya Okuryazarlığının Kadın Sporcuların Yeme Bozukluklarına Etkisi ve Beden İmajının Aracı Rolü:

Sosyal medya, çoğu zaman gerçekçi olmayan ve kadınlar için zayıflığın önemini vurgulayan ideal vücut için kültürel standartların belirlenmesinde çok önemli bir rol oynamaktadır. Bu araştırma, medya okuryazarlığının yeme bozuklukları üzerindeki etkisini İran'ın Izeh şehrindeki kadın sporcuların beden imajının aracı rolüyle araştırmayı amaçlamaktadır. Çalışma korelasyoneldir. Araştırma, 2021'den 2022'ye kadar profesyonel ve profesyonel olmayan spor faaliyetleriyle uğraşan Izeh şehrindeki 256 kadını içermektedir. Veri toplamak için 4 anket kullanılmıştır. Kişisel özellikler anketi, standart bir medya okuryazarlığı anketi, standart bir yeme bozuklukları anketi ve standart bir vücut imajı anketi. Medya okuryazarlığı kadın sporcuların yeme bozukluklarını ve beden imajını olumsuz ve anlamlı şekilde etkilemektedir. Ayrıca beden imajının kadın sporcuların yeme bozukluklarını olumsuz ve anlamlı düzeyde etkilediği belirlenmiştir. Medya okuryazarlığı, vücut imajının aracılık rolüyle kadın sporcuların yeme bozukluklarını dolaylı ve anlamlı bir şekilde etkilemiştir. Sonuç olarak medya okuryazarlığının kadınlarda yeme bozuklukları üzerindeki etkisi göz önüne alındığında, sağlık kuruluşlarının okullardaki eğitim konularına sağlıklı beslenme ve yeme bozukluklarının sonuçlarını dâhil etmesi gerektiği belirtilmiştir (Ferdowsi & Shahvalipoor, 2023).

Bangladeş'te Bir Üniversitedeki Genç Kız Öğrenciler Arasında Yeme Bozukluğu Riski ve Modern Kültüre İlgisi ile İlişkisi: Kesitsel Bir Çalışma:

Yeme bozuklukları (YB) en sık ergen kızlarda ortaya çıkmaktadır. YB gelişiminin temel nöral ve psikiyatrik mekanizmaları bilinmemekle birlikte, sosyokültürel modernleşmeyle birlikte görülme sıklığı artmıştır. Modern kültürün hangi yönlerinin YB'lerle ilişkili olduğunu belirlemek için, Bangladeş'teki genç kadın üniversite öğrencileri arasında YB'lere yatkınlık ile çeşitli modern kültürel faktörlere olan ilgi arasındaki ilişki incelenmiştir. Bangladeş'teki bir üniversitede 18-29 yaş arası 196 kız öğrenciden oluşan bir popülasyonda kesitsel bir çalışma

yürütülmüştür. YB'lere yatkınlıkları Yeme Tutumları Testi-26 (EAT-26) kullanılarak incelenmiştir ve modern kültüre olan ilgileri, moda kıyafetlere, Hint TV şovlarına/dizilerine, lüks yemeklere ve sosyal ağ etkinliklerine olan ilginin derecelendirilmesi incelenerek değerlendirilmiştir. Daha sonra YB'lere yatkınlık ile modern kültüre ilgi arasındaki ilişki incelenmiştir. EAT-26 puanı ile vücut kitle indeksi (BMI) arasındaki ilişki de incelenmiştir. Bulgular, EAT-26, katılımcıların %37'sinin YB geliştirme riski altında olduğunu ortaya çıkarmıştır. Korelasyon analizleri, yüksek EAT-26 puanının moda uygun kıyafetlere ve Hint TV şovlarına/dizilerine olan yüksek ilgiyle ilişkili olduğunu, ancak lüks yiyeceklere veya sosyal ağ etkinliklerine yüksek ilgiyle veya oyun oynamak, yiyecek yemek gibi kültürel etkinliklere katılımı ilişkili olmadığını göstermiştir. Ayrıca, diyet kategorisindeki ve oral kontrol kategorisindeki EAT-26 soruları, Bulimiya ve yiyeceklerle meşguliyet kategorisindekiler kültürel faktörlere olan ilgiyle ilişkili değildir. EAT-26 skoru BMI ile anlamlı bir korelasyon göstermemiştir. Bu çalışmanın sonuçları YB riskinin modern kültürün çeşitli yönlerine olan ilgiyle ilişkili olduğunu göstermektedir. Çalışmada, sürekli olarak modern kültüre maruz kalan ve YB'lere karşı oldukça duyarlı olan ergen kadınların kültürel ilgilerinin izlenmesi YB'lerin önlenmesine katkı sağlayacağı belirtilmiştir (Ahasan vd., 2023).

Genç Kadınlarda Instagram Sık Kullanımı ile Beden İmajı Sorunları Arasındaki İlişkinin Araştırılması:

Çalışma, Maldivli genç kadınlar arasında Instagram'ın sık kullanımı ile beden imajı sorunları arasında bir ilişki olup olmadığını araştırmayı amaçlamaktadır. Beden imajı, bireyin kendisi hakkında oluşturduğu öznel bir zihinsel temsildir. Çevrimiçi bir anket aracılığıyla, Instagram kullanan 19 ila 25 yaşlarındaki 100 Maldiv'li kadına ulaşılmıştır. Bulgular, Instagram kullanımı ile beden imajı sorunları arasında güçlü bir ilişki olduğunu göstermiştir. Beden Kontrolü Anketi alt ölçeklerinin analizine göre, kendine özgü kontrol ritüelleri, belirli vücut bölümlerini kontrol etme, genel görünüm ve Instagram kullanım sıklığının karşılaştırılması, üç değişkenin tümü ile Instagram kullanım sıklığı arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstermiştir. Araştırmanın bulguları, Instagram'ın sık kullanımının genç Maldiv'li kadınların beden imajını olumsuz etkilediğini vurgulamaktadır. Araştırmanın verileri ayrıca Instagram'ın bağımlılık düzeyinde kullanımının son derece yüksek olduğunu göstermektedir. Araştırmalar Instagram'da düzenlenmiş fotoğrafları görüntülemenin ve yüklemenin gençlerin vücut imajlarına ilişkin algılarına zarar verebileceğini göstermektedir. Güzellik ideallerini içselleştirilen kadınlar, vücutlarının işlevselliğine odaklanmak yerine dışarıdan bir gözlemci için vücut imajlarının estetiğine odaklanarak kendilerini nesneleştirmektedir (Thooba & Nasheeda, 2023).

BÖLÜM III

Yöntem

Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada, Türkçe dilini bilen 18 yaş üstü ve sosyal medya kullanan bireylerin yeme bozukluklarına ilişkin korkularla görünüş kaygısı ve görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ilişkisinin incelenmesi hedeflenmektedir. Bu çalışma nicel bir çalışmadır ve korelasyonel/ilişkisel araştırma yöntemine uygun olarak yapılması planlanmıştır. Korelasyonel/ilişkisel araştırma yöntemi, iki ya da daha fazla değişken arasındaki olası ilişkileri tespit etmek ve neden – sonuç mevcudiyetini ortaya koymak ve ayrıca mevcut veri ve bilgilerden olayları tahmin etmek maksadıyla kullanılmaktadır (Curtis vd., 2016).

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini sosyal medya kullanan, Türkçe bilen 18 yaş üstü yetişkin kadın ve erkek bireyler oluşturmaktadır. Araştırma, amaca yönelik örnekleme yöntemi kapsamında 18 yaş ve üzeri sosyal medya kullanan 387 bireyden oluşmaktadır. Amaca yönelik örnekleme yöntemi olasılığa dayanmamakla birlikte araştırmaya sosyal medya kullanan kişilerin dâhil edilmesi söz konusu olduğundan amaca yönelik örnekleme tekniği kullanılmıştır.

Araştırmanın örnekleminde yer alacak yeterli katılımcı sayısının tespit edilmesi maksadıyla evreni bilinmeyen örneklem formülü kullanılmıştır. Formüle ilişkin detaylar aşağıda gösterilmiştir.

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{d^2} = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,50 \cdot 0,50}{(0,50)^2} = 384$$

Bu durumda evreni bilinmeyen örnekleme formüllü kullanılmıştır. Bu formül, %95 güven düzeyinde ve %5 örneklem hatasında araştırmaya katılması gereken örneklem sayısının 384 katılımcı olduğu yönündedir.

Evren ve Örneklem

Tablo 1. Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri

	Sayı (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet		
Kadın	222	57,36
Erkek	165	42,64
Yaş grubu		
18-23 yaş	82	21,19
24-29 yaş	168	43,41
30-35 yaş	78	20,16
36 yaş ve üstü	59	15,25
Eğitim Durumu		
Lise	31	8,01
Üniversite ve üzeri	356	91,99
Çalışma Durumu		
Evet	263	67,96
Hayır	124	32,04
Gelir Düzeyi		
Düşük	48	12,40
Orta	294	75,97
Yüksek	45	11,63
Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi		
1 saat ve altı	100	25,84
2-3 saat	109	28,17
4-5 saat	105	27,13
6 saatten fazla	73	18,86
Kullanılan Sos. Med. Uygulamaları		
Instagram	346	89,41
Youtube	260	67,18
Twitter	215	55,56
Facebook	76	19,64
Pinterest	41	10,59
Diğer	40	10,34
Sosyal Medya Kullanım Amacı		
Gündemi Takip Etmek	170	43,93
Eğlence	167	43,15
İletişim	50	12,92
Fotoğraflarda filtre ya da photoshop uygulama		
Evet	152	39,28
Hayır	235	60,72

Tablo 1’de katılımcıların sosyo-demografik özellikleri yer almaktadır. Tablo 1 incelendiğinde, katılımcıların %57,36’sının kadın, %42,64’ünün erkek olduğu, %21,19’unun 18-23 yaş arasında, %43,41’inin 24-29 yaş arasında, %20,16’sının 30-35 yaş arasında, %15,25’inin 36 yaş ve üzerinde olduğu, %8,01’inin lise mezunu, %91,99’unun üniversite veya üzeri mezunu olduğu, %67,96’sının çalıştığı, %32,04’ünün çalışmadığı, %12,40’ının düşük gelir seviyesine, %75,97’sinin orta düzey gelir seviyesine, %11,63’ünün yüksek düzey gelir seviyesine sahip olduğu, %25,84’ünün günlük 1 saat ve daha az, %28,17’sinin günlük 2-3 saat arası, %27,13’ünün günlük 4-5 saat arası, %18,86’sının günlük 6 saatten fazla sosyal medya kullandığı, katılımcıların %89,41’inin Instagram, %67,18’inin Youtube, %55,56’sının Twitter, %19,64’ünün Facebook, %10,59’unun Pinterest, %10,34’ünün diğer sosyal medya uygulamalarını kullandığı, %43,93’ünün gündemi takip etmek için, %43,15’inin eğlence için, %12,92’sinin iletişim için sosyal medyayı kullandığı, katılımcıların %39,28’inin fotoğraflarında filtre ya da photoshop uyguladığı, %60,72’sinin fotoğraflarında filtre ya da photoshop uygulamadığı belirlenmiştir.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplamak için, Ek-1 katılımcı bilgilendirme ve onam formu, Ek-2 araştırmacı tarafından hazırlanan Sosyo-demografik Bilgi Formu, Ek-3 Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Ek-4 Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği ve Ek- 5 Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği kullanılmıştır.

Sosyo-Demografik Bilgi Formu

Araştırmada, sosyal medya kullanan katılımcıların kişisel bilgilerine ulaşmak amacıyla sosyo-demografik bilgi formu hazırlanmıştır. Form araştırmacı tarafından literatür bilgileri doğrultusunda hazırlanmıştır. Bu formda, cinsiyet, yaş, eğitim durumu, çalışma durumu, gelir düzeyi, katılımcıların günlük sosyal medya kullanım süresi, katılımcıların kullandıkları sosyal medya uygulamaları, katılımcıların sosyal medya kullanım amacı ve katılımcıların fotoğraflarına filtre ya da photoshop uygulayıp uygulamadıkları sorulmuştur (Ek-2).

Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği

Sosyal Görünüş Kaygı Ölçeğinin oluşturulma maksadı, vücut şekli de dâhil olmak üzere kişinin genel görünümünü nedeniyle başkaları tarafından olumsuz değerlendirilmesine ilişkin kaygıyı ölçmektir. Hart ve çalışma arkadaşlarının 2008 yılında oluşturduğu bu ölçeğin orijinal ismi The Social Appearance Anxiety Scale (SAAS)'dir. Yapılan çalışmada, lisans öğrencisi örnekleminde psikometrik özellikleri incelenmiştir. SAAS'ın Cronbach Alpha değeri; $\alpha \geq 0,947$ 'dir ve tek faktörlü bir yapı göstermiştir. Sosyal görünüş kaygısı ölçeği, 16 maddelik bir ölçektir. Olası puanlar 16 ile 80 arasında değişmektedir. Yüksek puanlar sosyal görünüş kaygısının yüksek olduğunu göstermektedir. SAAS'ın maddeleri 1 (hiç) ile 5 (son derece) arasında değişen 5'li Likert ölçeğinde derecelendirilebilmektedir. Anket, "Görünüşüm nedeniyle insanların beni sevmeyeceğinden endişeleniyorum" veya "Görünüşümün hayatı benim için daha zorlaştıracığından endişeleniyorum." gibi maddeleri kapsamaktadır (Hart vd., 2008).

Ölçeğin Türkçe uyarlaması, geçerlilik ve güvenilirlik çalışmasını 2010 yılında Tayfun Doğan yapmıştır. Yapılan uyarlama araştırmasına 143 kadın öğrenci ve 197 erkek öğrenci olmak üzere toplam 340 üniversite öğrencisi dâhil edilmiştir. Ölçeğin geçerliliğini ölçmek için çalışmada Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Ölçeği Kısa Formu (ODKÖ) kullanılmış olup doğrulayıcı faktör analizleri yapılmıştır. Ardından, analizler ölçeğin tıpkı orijinalinde olduğu gibi tek boyutlu olduğunu göstermiştir. Bulgulara göre, cronbach alpha değeri “.93”tür. Tüm analizler neticesinde, SGKÖ' nün geçerlilik ve güvenilirlik değerlerini barındırdığı anlaşılmıştır (Doğan, 2011). SGKÖ ölçeği 15 maddeden oluşmaktadır. Cinsiyet fark etmeksizin yetişkinler ve üniversite öğrencilerine uygulanabilmektedir. Ölçek 5' li Likert tipindedir; (1) Hiç Uygun Değil, (5) Tamamen Uygun şeklindedir. Ölçekten yüksek puan almak, görünüş kaygısının da yüksek olduğunu ifade etmektedir (Doğan, 2011), (Ek-3).

Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği

Levinson vd. 2019 yılında “Eating Disorder Fear Questionnaire and Interview” orijinal isimli ölçeği oluşturmuştur. Levinson ve arkadaşları, anksiyete ve yeme bozukluklarının ilişkisini vurgulamış ve bu doğrultuda bir ölçek geliştirmişlerdir. Çalışmada, iki örneklem üzerinde çalışılmıştır. Bir örnekleme yeme bozukluğu korkusu anketi diğer örnekleme yeme bozukluğu röportajı yapılmıştır. Katılımcılara uygulanan yeme bozukluğu korku anketinde, kilo alma korkusu, sosyal

sonuçları, kişisel sonuçları, fiziksel duyuları ve sosyal yemeyi değerlendiren alt ölçeklerden oluşan 5 faktörlü bir güçlü kanıt bulunmuştur. Yeme bozukluğu röportajında ise yiyecek korkusu, kilo alma, fiziksel duyular, kişisel sonuçlar, sosyal sonuçlar ve egzersizle ilgili korkuları değerlendiren alt ölçeklerden oluşan altı faktörlü için de sonuçlar aynı şekildedir. Cronbach alpha değeri “.96” olarak bulunmuştur. Ölçek toplam 20 sorudan oluşmaktadır. Ölçek, 7’li Likert şeklindedir. Bu ölçek, “Kesinlikle katılmıyorum” ve “kesinlikle katılıyorum”a doğru derecelendirme yapılmasına izin vermektedir (Levinson vd., 2019).

Bu ölçek, Süleyman Kahraman ve Alara Kerimler tarafından 2021 yılında Türkçe diline uyarlanmıştır. Katılımcılardan 395’i kadın, 11’i erkektir. Katılımcıların öğrenim düzeyleri şu şekildedir; 7 kişi ilköğretim mezunu, 53 kişi lise mezunu, 47 kişi yükseköğretimden mezundur. İlişkisi olmayan 220 katılımcı varken 128 katılımcının ilişkisi vardır. 58 katılımcının medeni durumu evlidir. Katılımcıların %89,7’si hayatlarında daha önce diyet yapmıştır. %10,3 katılımcıysa diyet yapmamıştır. Ölçeğin orijinali beş faktöre sahipken (kilo alma korkusu, sosyal sonuçlar korkusu, bireysel sonuçlar korkusu, fiziksel duyular korkusu ve sosyal yeme korkusu) yapılan faktör analizi neticesinde kilo alma korkusu ve fiziksel duyular korkusu alt boyutları çıkarılmıştır. Son haliyle ölçek, 3 faktörlü ve 17 sorudan oluşan bir hal almıştır. Cronbach Alfa değeri “.99” ile “.98” arasındadır. Bu doğrultuda YBKÖ, eşdeğer test güvenilirliğine sahiptir. Ölçekten katılımcıların alınabilecekleri en düşük puan 17 iken, en yüksek puan 119’dur. Ölçekten yüksek puan almak, yeme bozukluğuna sahip olma korkusunun arttığını temsil etmektedir (Kahraman & Kerimler, 2021), (Ek-4).

Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği

2020 yılında Sophia Choukas-Bradley ve çalışma arkadaşları bu ölçeği geliştirmişlerdir. Ölçeğin orijinal ismi “The Appearance-Related Social Media Consciousness Scale”dir. Görünümle ilişkili sosyal medya bilincini, insanların düşünsel ve davranışsal faaliyetlerinin, diğer bir sosyal medya kullanıcılarına çekici görünüp görünmeyeceğine ilişkin farkındalıklarını yansıtmaya derecesi olarak tanımlamışlardır ve bu tanımlamadan hareketle bu ölçeği geliştirmişlerdir. Üç farklı çalışma yapılmıştır. Ölçeğin Cronbach alfa değeri “.95” şeklindedir. 13 maddelik bir ölçektir. Kendini nesnelleştirme, vücut gözetimi, vücut utanıcı, beden karşılaştırması, düzensiz yeme ve depresif belirtiler ölçeğin alt boyutlarıdır (Choukas-Bradley vd., 2020).

Öngören ve arkadaşları tarafından 2021 yılında Türkçeye uyarlanması gerçekleştirilmiştir. Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği (GİSMBÖ), ölçeğin orijinal amacıyla aynı amaç doğrultusunda geliştirmiştir. GİSMBÖ'nün Cronbach alfa değeri $\alpha=0.935$ 'tir. GİSMBÖ, tek faktörlü yapıdadır. 13 maddelik ve 7'li likert olan bu ölçek, ergenlik çağındaki kişilere, yetişkinlere ve sosyal medya kullanan kişilere uygulanabilmektedir. 7'li likert tipinde olan bu ölçekte, "1:Asla", "2:Neredeyse Hiçbir Zaman", "3:Nadiren", "4:Bazen", "5:Sıklıkla", "6: Neredeyse Her Zaman", "7: Her Zaman" şeklindedir. Ölçeğin puanlaması 13-91 puan arasında değişmektedir. Değerlendirme aşamasında ise, katılımcı eğer yüksek bir puana sahipse bu görünümle ilişkili sosyal medya kullanım bozukluğuna sahip olduğu anlamına gelmektedir. Eğer katılımcı bundan daha da yüksek bir puan almışsa görünümle ilişkili sosyal medya bilinç seviyelerinin daha düşük vücut saygısı ve daha yüksek depresif semptomlarla ilişkili olduğu belirtilmektedir. Bu durum da negatif vücut algısını vurgulamaktadır (Öngören vd., 2021), (Ek-5).

Verilerin Toplanma Süreci

Katılımcılara anketten önce Katılımcı Bilgilendirme ve Aydınlatılmış onam formu verilmiştir. Araştırmanın içeriği, katılımın gönüllülük esasına dayalı olduğu ve yanıtların gizli kalacağı bilgileri katılımcıya bildirilmiştir. Veri toplama süresi 3 aydır. Elektronik ortamda veri toplama süreci Google Forms üzerinden yapılmıştır. Anketler, Whatsapp, Instagram, Telegram gibi platformlardan dağıtılmıştır. Katılımcılara katılımlarından dolayı herhangi bir ödeme yapılmamıştır. Katılımcıların onayı Google Forms üzerinden elektronik olacak şekilde alınmıştır.

Veri Analizi

Araştırma verileri Sosyal Bilimler İçin İstatistik Paket Programı (SPSS) 26.0 kullanılarak çözümlenmiştir. Katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeğine vermiş oldukları yanıtların güvenilirliği için Cronbach Alfa testi uygulanmıştır. Edinilen alfa sayıları Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği için 0,950, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği için 0,946 ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği için 0,941 şeklindedir. Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre dağılımı frekans analiziyle saptanmış, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği puanları için betimleyici istatistikler incelenmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği

	Kolmogorov-Smirnov			Çarpıklık	Basıklık
	İst.	sd	p		
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği	0,107	387	0,000*	0,882	0,191
Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği	0,059	387	0,002*	0,508	-0,122
Bireysel sonuçlar korkusu	0,078	387	0,000*	0,111	-1,058
Sosyal sonuçlar korkusu	0,170	387	0,000*	0,971	0,020
Sosyal yeme korkusu	0,301	387	0,000*	0,994	1,467
Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği	0,085	387	0,000*	0,521	-0,424

* $p < 0,05$

Tablo 2.'de katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği puanları normallik testleri için Kolmogorov-Smirnov testi ve çarpıklık/basıklık değerleri kullanılmıştır.

Tablo 2. incelendiğinde, Kolmogorov-Smirnov testi analizine göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği puanlarının normal dağılım göstermediği görülmüş ($p > 0,05$) ancak çarpıklık/basıklık değerlerinin $\pm 1,5$ aralığında bulunmasından dolayı verilerin normal dağılıma uyduğu saptanmıştır. Tabachnick ve Fidell (2013) bir veri setine ait çarpıklık/basıklık değerlerinin $\pm 1,5$ aralığında olmasının normal dağılıma uyduğunu gösterdiğini ifade etmiştir.

Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği puanları karşılaştırılırken iki gruplu karşılaştırmalar için t testi, ikiden fazla gruplu karşılaştırmalar için ise ANOVA uygulanmış ve ileri analizler için Tukey testi gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği puanlarının arasındaki ilişkiler Pearson testiyle test edilmiş ve yordayıcılık için çoklu regresyona başvurulmuştur.

Araştırma Planı ve Süreci

Araştırmanın ilk aşamasında, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Yeme Bozukluklarına İlişkin Korkular Ölçeği ve Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci Ölçeği'ni uyarlayan araştırmacılardan ölçeğin kullanımına yönelik gerekli izinler alınmıştır.

İkinci aşamada, Yakın Doğu Üniversitesi Enstitüsü Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu'na araştırmanın etik kurul formu gönderilmiş ve gerekli izinler alındıktan sonra araştırmaya başlanmıştır.

Üçüncü aşamada, amaçsal örneklem ile belirlenen 18 yaş ve üzeri Türkçe dilini bilen bireylere çevrim içi platformlarda ölçekler ulaştırılmış ve veri toplama sürecine başlanmıştır.

Dördüncü aşamada, verilerin toplanma süreci devam ederken araştırmanın kavramsal temelleri ve ilgili araştırmaların incelemesi yapılmıştır.

Son aşamada, örneklem grubundan elde edilen verilerin istatistik analizleri yapılmıştır. Analiz sonucu elde edilen bulgular literatür kapsamında tartışılmıştır. Bu bağlamda, çalışmanın sonucuna ulaşılmış ve araştırmacılara, devlete ve klinisyenlere yönelik önerilerde bulunulmuştur.

BÖLÜM IV

Bulgular

Tablo 3. Katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği puanları

	n	\bar{x}	s	Min	Max
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği	387	31,87	12,78	16	72
Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği	387	40,18	16,52	13	91
Bireysel sonuçlar korkusu	387	29,21	14,17	8	56
Sosyal sonuçlar korkusu	387	18,34	11,87	7	49
Sosyal yeme korkusu	387	3,75	2,90	2	14
Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği	387	51,30	24,97	17	119

Tablo 3'te katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği puanları verilmiştir.

Tablo 3 incelendiğinde, katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeğinden ortalama $31,87 \pm 12,78$ puan, minimum 16, maksimum 72 puan aldıkları, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeğinden ortalama $40,18 \pm 16,52$ puan, minimum 13, maksimum 91 puan aldıkları, katılımcıların Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeğine ait Bireysel sonuçlar korkusu alt boyutundan ortalama $29,21 \pm 14,17$ puan, minimum 8, maksimum 56 puan, Sosyal sonuçlar korkusu alt boyutundan ortalama $18,34 \pm 11,87$ puan, minimum 7, maksimum 49 puan, Sosyal yeme korkusu alt boyutundan ortalama $3,75 \pm 2,90$ puan, minimum 2, maksimum 14 puan aldıkları, Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği genelinden ise ortalama $51,30 \pm 24,97$ puan, minimum 17, maksimum 119 puan aldıkları tespit edilmiştir.

Tablo 4. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği Puanlarının Karşılaştırma Bulguları

	Cinsiyet	n	\bar{x}	s	T	p
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği	Kadın	222	33,60	13,09	3,122	0,002*
	Erkek	165	29,55	11,99		
Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği	Kadın	222	43,47	16,39	4,670	0,000*
	Erkek	165	35,75	15,67		
Bireysel sonuçlar korkusu	Kadın	222	31,94	14,09	4,512	0,000*
	Erkek	165	25,53	13,47		
Sosyal sonuçlar korkusu	Kadın	222	19,71	12,16	2,662	0,008*
	Erkek	165	16,49	11,23		
Sosyal yeme korkusu	Kadın	222	3,89	3,11	1,103	0,271
	Erkek	165	3,56	2,58		
Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği	Kadın	222	55,55	25,32	3,954	0,000*
	Erkek	165	45,58	23,38		

* $p < 0,05$

Tablo 4’te katılımcıların cinsiyetlerine göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği puanları bağımsız örneklem t testi kullanılarak karşılaştırılmıştır ve bulguları verilmiştir.

Tablo 4 incelendiğinde, araştırmaya katılanların cinsiyetlerine göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde fark olduğu görülmektedir ($p < 0,05$). Kadınların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları, erkeklerin Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarından istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek hesaplanmıştır.

Katılımcıların cinsiyetlerine göre Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde fark vardır ($p < 0,05$). Kadınların Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği puanları, erkeklerin Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği puanlarından istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksektir.

Katılımcıların cinsiyetine göre Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği genel puanları ve Bireysel sonuçlar korkusu, Sosyal sonuçlar korkusu alt ölçek puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde fark vardır ($p < 0,05$). Kadınların

Bireysel sonuçlar korkusu, Sosyal sonuçlar korkusu puanları ile yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği genel puanları, erkeklerin Bireysel sonuçlar korkusu, Sosyal sonuçlar korkusu puanları ile yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği genel puanlarından istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Tablo 5. Katılımcıların Yaşlarına Göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği Puanlarının Karşılaştırma Bulguları

	Yaş	n	\bar{x}	s	Min	Max	F	P	Fark
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği	18-23 yaş	82	33,11	12,26	16	70	8,401	0,000*	a-c
	24-29 yaş	168	34,60	13,78	16	72			b-c
	30-35 yaş	78	26,68	10,59	16	60			a-d
	36 yaş ve üstü	59	29,24	10,65	16	62			b-d
Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği	18-23 yaş	82	41,93	14,98	13	80	10,042	0,000*	a-c
	24-29 yaş	168	44,13	17,77	13	88			b-c
	30-35 yaş	78	34,82	15,01	13	91			a-d
	36 yaş ve üstü	59	33,58	12,68	13	73			b-d
Bireysel sonuçlar korkusu	18-23 yaş	82	27,54	14,86	8	56	1,021	0,383	
	24-29 yaş	168	30,29	14,46	8	56			
	30-35 yaş	78	27,90	13,72	8	56			
	36 yaş ve üstü	59	30,17	12,87	8	56			
Sosyal sonuçlar korkusu	18-23 yaş	82	18,59	11,60	7	49	3,760	0,011*	a-c
	24-29 yaş	168	19,74	12,04	7	49			b-c
	30-35 yaş	78	14,45	10,50	7	49			c-d
	36 yaş ve üstü	59	19,14	12,56	7	49			
Sosyal yeme korkusu	18-23 yaş	82	4,35	3,39	2	14	2,298	0,077	
	24-29 yaş	168	3,79	2,81	2	14			
	30-35 yaş	78	3,18	2,42	2	14			
	36 yaş ve üstü	59	3,58	2,88	2	14			
Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği	18-23 yaş	82	50,48	26,57	17	116	2,087	0,101	
	24-29 yaş	168	53,82	25,62	17	119			
	30-35 yaş	78	45,53	23,17	17	111			
	36 yaş ve üstü	59	52,88	22,25	17	107			

* $p < 0,05$

Tablo 5'te katılımcıların yaşlarına göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin

Korkular Ölçeği puanları ANOVA testi kullanılarak karşılaştırılmıştır ve bulguları verilmiştir. Tablo 5 incelendiğinde, araştırmaya katılanların yaşlarına göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde fark olduğu belirlenmiştir ($p<0,05$). Yaşı 18-23 arasında olan katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları, yaşı 30-35 arasında olan ve yaşı 36 ve üzerinde olan katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarından istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek, yaşı 24-29 arasında olan katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları, yaşı 30-35 arasında olan ve yaşı 36 ve üzerinde olan katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarından istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Katılımcıların yaşlarına göre Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde fark vardır ($p<0,05$). Yaşı 18-23 arasında olan katılımcıların Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği puanları, yaşı 30-35 arasında olan ve yaşı 36 ve üzerinde olan katılımcıların Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği puanlarından istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur, yaşı 24-29 arasında olan katılımcıların Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği puanları, yaşı 30-35 arasında olan ve yaşı 36 ve üzerinde olan katılımcıların Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği puanlarından istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Katılımcıların yaşlarına göre Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeğine ait Sosyal sonuçlar korkusu alt ölçek puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde fark vardır ($p<0,05$). Yaşı 30-35 arasında olan katılımcıların Sosyal sonuçlar korkusu puanları, yaşı 18-23 arasında olan, 24-29 arasında olan ve 36 ve üzerinde olan katılımcıların Sosyal sonuçlar korkusu puanlarından istatistiksel olarak anlamlı düzeyde düşük bulunmuştur.

Tablo 6. Katılımcıların Eğitimlerine Göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği Puanlarının Karşılaştırma Bulguları

	Eğitim Durumu	n	\bar{x}	s	T	p
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği	Lise	31	35,39	14,07	1,601	0,110
	Üni. ve üzeri	356	31,56	12,63		
Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği	Lise	31	40,65	18,02	0,165	0,869
	Üni. ve üzeri	356	40,13	16,41		
Bireysel sonuçlar korkusu	Lise	31	29,71	16,58	0,206	0,837
	Üni. ve üzeri	356	29,16	13,97		
Sosyal sonuçlar korkusu	Lise	31	17,29	14,13	-0,512	0,609
	Üni. ve üzeri	356	18,43	11,67		
Sosyal yeme korkusu	Lise	31	4,29	3,41	1,079	0,281
	Üni. ve üzeri	356	3,71	2,85		
Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği	Lise	31	51,29	28,67	-0,002	0,999
	Üni. ve üzeri	356	51,30	24,67		

Tablo 6’da katılımcıların eğitim durumuna göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği puanları bağımsız örneklem t testi kullanılarak karşılaştırılmıştır ve bulguları verilmiştir.

Tablo 6 incelendiğinde, araştırmaya katılanların eğitim durumuna göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde fark olmadığı tespit edilmiştir ($p>0,05$). Lise mezunu ve üniversite mezunu katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları benzerdir.

Katılımcıların eğitim durumuna göre Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde fark yoktur ($p>0,05$). Lise mezunu olan ve üniversite mezunu olan katılımcıların Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği puanları benzer bulunmuştur.

Katılımcıların eğitim durumuna göre Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği genel puanları, Bireysel sonuçlar korkusu, Sosyal sonuçlar korkusu, Sosyal Yeme Korkusu alt ölçek puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde fark yoktur ($p>0,05$). Lise mezunu olan ve üniversite mezunu olan katılımcıların Bireysel sonuçlar korkusu, Sosyal sonuçlar korkusu, Sosyal Yeme Korkusu ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği genel puanları benzer bulunmuştur.

Tablo 7. Katılımcıların Çalışmalarına Göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği Puanlarının Karşılaştırma Bulguları

	Çalışma Durumu	n	\bar{x}	s	T	p
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği	Evet	263	30,76	12,61	-2,498	0,013*
	Hayır	124	34,22	12,86		
Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği	Evet	263	39,24	16,69	-1,627	0,104
	Hayır	124	42,16	16,03		
Bireysel sonuçlar korkusu	Evet	263	29,38	14,26	0,350	0,726
	Hayır	124	28,84	14,03		
Sosyal sonuçlar korkusu	Evet	263	18,20	12,39	-0,340	0,734
	Hayır	124	18,64	10,71		
Sosyal yeme korkusu	Evet	263	3,51	2,62	-2,451	0,015*
	Hayır	124	4,27	3,36		
Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği	Evet	263	51,08	25,11	-0,245	0,807
	Hayır	124	51,75	24,77		

* $p < 0,05$

Tablo 7’de katılımcıların çalışma durumuna göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği puanları bağımsız örneklem t testi kullanılarak karşılaştırılmıştır ve bulguları verilmiştir.

Tablo 7 incelendiğinde, araştırmaya katılanların çalışma durumuna göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde fark olduğu belirlenmiştir ($p < 0,05$). Çalışmayan katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları, çalışan katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarından istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Katılımcıların çalışma durumuna göre Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde fark yoktur ($p > 0,05$). Çalışan ve çalışmayan katılımcıların Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği puanları benzerdir.

Katılımcıların çalışma durumuna göre Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeğine ait Sosyal Yeme Korkusu alt ölçek puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde fark vardır ($p < 0,05$). Çalışmayan katılımcıların Sosyal Yeme Korkusu puanları, çalışan katılımcıların Sosyal Yeme Korkusu puanlarından istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Tablo 8. Katılımcıların Gelirlerine Göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği Puanlarının Karşılaştırma Bulguları

	Gelir	n	\bar{x}	s	Min	Max	F	P	Fark
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği	Düşük ^a	48	36,23	14,44	17	72	4,113	0,017*	a-b
	Orta ^b	294	30,90	12,04	16	72			a-c
	Yüksek ^c	45	33,58	14,63	16	66			
Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği	Düşük	48	43,54	16,33	13	75	1,416	0,244	
	Orta	294	39,44	16,01	13	91			
	Yüksek	45	41,40	19,57	13	85			
Bireysel sonuçlar korkusu	Düşük	48	29,21	15,01	8	56	0,029	0,972	
	Orta	294	29,28	13,82	8	56			
	Yüksek	45	28,73	15,79	8	56			
Sosyal sonuçlar korkusu	Düşük	48	19,98	12,22	7	49	1,096	0,335	
	Orta	294	17,84	11,52	7	49			
	Yüksek	45	19,87	13,60	7	49			
Sosyal yeme korkusu	Düşük	48	3,79	2,39	2	11	0,705	0,495	
	Orta	294	3,67	2,89	2	14			
	Yüksek	45	4,22	3,38	2	14			
Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği	Düşük	48	52,98	26,80	17	107	0,253	0,777	
	Orta	294	50,79	24,00	17	119			
	Yüksek	45	52,82	29,35	17	111			

* $p < 0,05$

Tablo 8’de katılımcıların gelir düzeyine göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği puanları ANOVA testi kullanılarak karşılaştırılmıştır ve bulguları verilmiştir.

Tablo 8 incelendiğinde, araştırmaya katılanların gelir düzeyine göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde fark olduğu tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Düşük gelire sahip olan katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları, orta düzey ve yüksek düzey gelire sahip olan katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarından istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Katılımcıların gelir düzeyine göre Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde fark yoktur ($p > 0,05$). Düşük, orta ve yüksek gelire sahip katılımcıların Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği puanları benzer bulunmuştur.

Katılımcıların gelir düzeyine göre Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği genel puanları, Bireysel sonuçlar korkusu, Sosyal sonuçlar korkusu, Sosyal Yeme Korkusu alt ölçek puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde fark yoktur ($p>0,05$). Düşük, orta ve yüksek gelire sahip katılımcıların Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği genel puanları, Bireysel sonuçlar korkusu, Sosyal sonuçlar korkusu ve Sosyal Yeme Korkusu alt ölçek puanları benzerdir.

Tablo 9. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Sürelerine Göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği Puanlarının Karşılaştırma Bulguları

	Süre	n	\bar{x}	s	Min	Max	F	P	Fark
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği	1 saat ve altı	100	29,31	10,95	16	69	3,019	0,030*	a-d
	2-3 saat	109	31,92	12,08	16	72			
	4-5 saat	105	31,96	13,93	16	72			
	6 saatten fazla	73	35,18	13,81	16	70			
Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği	1 saat ve altı	100	34,38	13,95	13	73	7,267	0,000*	a-d
	2-3 saat	109	40,40	15,35	13	79			
	4-5 saat	105	41,79	16,74	13	85			
	6 saatten fazla	73	45,45	18,91	13	91			
Bireysel sonuçlar korkusu	1 saat ve altı	100	27,63	13,84	8	56	0,948	0,417	
	2-3 saat	109	29,12	13,08	8	56			
	4-5 saat	105	29,34	15,00	8	56			
	6 saatten fazla	73	31,30	14,96	8	56			
Sosyal sonuçlar korkusu	1 saat ve altı	100	16,90	10,81	7	49	2,698	0,046*	a-d
	2-3 saat	109	18,10	10,83	7	49			
	4-5 saat	105	17,58	12,27	7	49			
	6 saatten fazla	73	21,75	13,61	7	49			
Sosyal yeme korkusu	1 saat ve altı	100	3,36	2,23	2	14	2,239	0,083	
	2-3 saat	109	4,14	3,34	2	14			
	4-5 saat	105	3,43	2,66	2	14			
	6 saatten fazla	73	4,18	3,22	2	14			
Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği	1 saat ve altı	100	47,89	22,87	17	111	2,062	0,105	
	2-3 saat	109	51,36	23,37	17	116			
	4-5 saat	105	50,35	25,95	17	119			
	6 saatten fazla	73	57,23	27,91	17	119			

* $p < 0,05$

Tablo 9’da katılımcıların sosyal medya kullanım sürelerine göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği puanları ANOVA testi kullanılarak karşılaştırılmıştır ve bulguları verilmiştir. Tablo 9 incelendiğinde, araştırmaya katılanların sosyal medya kullanım sürelerine göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde fark olduğu görülmüştür ($p < 0,05$).

Sosyal medyayı 6 saatten fazla kullanan katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları, sosyal medyayı 1 saat ve altında kullanan katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarından istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Katılımcıların sosyal medya kullanım sürelerine göre Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde fark vardır ($p<0,05$). Sosyal medyayı 6 saatten fazla kullanan katılımcıların Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği puanları, sosyal medyayı 1 saat ve altında kullanan katılımcıların Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği puanlarından istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Katılımcıların sosyal medya kullanım sürelerine göre Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeğine ait Sosyal sonuçlar korkusu alt ölçek puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde fark vardır ($p<0,05$). 6 saatten fazla sosyal medya kullanan katılımcıların Sosyal sonuçlar korkusu puanları, 1 saat ve altında sosyal medya kullanan katılımcıların Sosyal sonuçlar korkusu puanlarından istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Tablo 10. Katılımcıların Fotoğraflarda Filtre ya da Photoshop Uygulama Durumlarına Göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği Puanlarının Karşılaştırma Bulguları

	Filtre/photoshop uygulama	n	\bar{x}	s	T	p
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği	Evet	152	34,57	12,99	3,382	0,001*
	Hayır	235	30,13	12,35		
Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği	Evet	152	49,12	15,90	9,507	0,000*
	Hayır	235	34,39	14,19		
Bireysel sonuçlar korkusu	Evet	152	32,43	14,83	3,661	0,000*
	Hayır	235	27,12	13,35		
Sosyal sonuçlar korkusu	Evet	152	21,23	13,10	3,927	0,000*
	Hayır	235	16,47	10,61		
Sosyal yeme korkusu	Evet	152	4,07	3,16	1,755	0,080
	Hayır	235	3,54	2,70		
Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği	Evet	152	57,74	27,51	4,165	0,000*
	Hayır	235	47,13	22,27		

* $p<0,05$

Tablo 10'da katılımcıların fotoğraflarda filtre ya da photoshop uygulama durumlarına göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği puanları bağımsız örneklem t testi kullanılarak karşılaştırılmıştır ve bulguları verilmiştir.

Tablo 10 incelendiğinde, araştırmaya katılanların fotoğraflarda filtre ya da photoshop uygulama durumlarına göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde fark olduğu görülmüştür ($p<0,05$). Fotoğraflarda filtre ya da photoshop uygulayan katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları, fotoğraflarda filtre ya da photoshop uygulamayan katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarından istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Katılımcıların fotoğraflarda filtre ya da photoshop uygulama durumlarına göre Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde fark vardır ($p<0,05$). Fotoğraflarda filtre ya da photoshop uygulayan katılımcıların Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği puanları, fotoğraflarda filtre ya da photoshop uygulamayan katılımcıların Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği puanlarından istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Katılımcıların fotoğraflarda filtre ya da photoshop uygulama durumlarına göre Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği genel puanları ve Bireysel sonuçlar korkusu ile Sosyal sonuçlar korkusu alt ölçek puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde fark vardır ($p<0,05$). Fotoğraflarda filtre ya da photoshop uygulayan katılımcıların Bireysel sonuçlar korkusu, Sosyal sonuçlar korkusu puanları ile yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği genel puanları, fotoğraflarda filtre ya da photoshop uygulamayan katılımcıların Bireysel sonuçlar korkusu, Sosyal sonuçlar korkusu puanları ile yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği genel puanlarından istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur.

Tablo 11. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçlarına Göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği Puanlarının Karşılaştırma Bulguları

	Sos. Med. Kul. Amacı	n	\bar{x}	s	Min	Max	F	p
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği	Gündemi Takip Etmek	170	31,35	12,78	16	70	0,381	0,684
	Eğlence	167	32,04	13,04	16	72		
	İletişim	50	33,08	12,02	16	61		
Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği	Gündemi Takip Etmek	170	38,79	16,91	13	88	1,079	0,341
	Eğlence	167	41,18	16,93	13	91		
	İletişim	50	41,54	13,37	14	79		
Bireysel sonuçlar korkusu	Gündemi Takip Etmek	170	29,52	14,19	8	56	0,478	0,621
	Eğlence	167	29,43	14,35	8	56		
	İletişim	50	27,38	13,64	8	56		
Sosyal sonuçlar korkusu	Gündemi Takip Etmek	170	18,32	11,79	7	49	0,151	0,860
	Eğlence	167	18,11	12,17	7	49		
	İletişim	50	19,16	11,29	7	47		
Sosyal yeme korkusu	Gündemi Takip Etmek	170	3,74	2,90	2	14	1,591	0,205
	Eğlence	167	3,57	2,83	2	14		
	İletişim	50	4,40	3,04	2	14		
Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği	Gündemi Takip Etmek	170	51,59	25,07	17	119	0,021	0,979
	Eğlence	167	51,11	25,28	17	119		
	İletişim	50	50,94	24,04	17	102		

Tablo 11’de katılımcıların sosyal medya kullanım amaçlarına göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği puanları ANOVA testi kullanılarak karşılaştırılmıştır ve bulguları verilmiştir.

Tablo 11 incelendiğinde, araştırmaya katılanların sosyal medya kullanım amaçlarına göre Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde fark olmadığı tespit edilmiştir ($p>0,05$). Sosyal medya kullanım amaçları fark etmeksizin katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları benzerdir.

Katılımcıların sosyal medya kullanım amaçlarına göre Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde fark yoktur ($p>0,05$). Sosyal medyayı gündemi takip etmek için, eğlence için veya iletişim için kullanan bireylerin Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği puanları benzerdir.

Katılımcıların sosyal medya kullanım amaçlarına göre Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği genel puanları, Bireysel sonuçlar korkusu, Sosyal sonuçlar korkusu, Sosyal Yeme Korkusu alt ölçek puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde fark bulunmamaktadır ($p>0,05$). Sosyal medya kullanım amaçları fark etmeksizin katılımcıların Bireysel sonuçlar korkusu, Sosyal sonuçlar korkusu, Sosyal Yeme Korkusu ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği genel puanları benzer bulunmuştur.

Tablo 12. Katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği Puanlarının Arasındaki Korelasyonlar

	Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği	Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği	Bireysel sonuçlar korkusu	Sosyal sonuçlar korkusu	Sosyal yeme korkusu	Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği	r 1					
Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği	r 0,541	1				
	p 0,000*					
Bireysel sonuçlar korkusu	r 0,325	0,474	1			
	p 0,000*	0,000*				
Sosyal sonuçlar korkusu	r 0,490	0,501	0,632	1		
	p 0,000*	0,000*	0,000*			
Sosyal yeme korkusu	r 0,316	0,297	0,343	0,480	1	
	p 0,000*	0,000*	0,000*	0,000*		
Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği	r 0,454	0,541	0,908	0,889	0,538	1
	p 0,000*	0,000*	0,000*	0,000*	0,000*	

Tablo 12’de katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği ve Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği puanlarının arasındaki korelasyonlar verilmiştir.

Tablo 12 incelendiğinde, araştırma kapsamına alınan bireylerin Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları ile Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği

puanları arasında pozitif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı düzeyde korelasyon olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarının artması, Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği puanlarını istatistiksel olarak anlamlı düzeyde attırmaktadır.

Katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları ile Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği genel puanları ve ölçeğe ait Bireysel sonuçlar korkusu, Sosyal sonuçlar korkusu, Sosyal Yeme Korkusu alt ölçek puanları arasında pozitif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı düzeyde korelasyon vardır ($p<0,05$). Katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanları arttıkça, Bireysel sonuçlar korkusu, Sosyal sonuçlar korkusu, Sosyal Yeme Korkusu puanları ile Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği genel puanları artmaktadır ve söz konusu artış istatistiksel olarak anlamlı düzeydedir.

Araştırma kapsamındaki bireylerin Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği puanları ile Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği genel puanları ve ölçeğe ait Bireysel sonuçlar korkusu, Sosyal sonuçlar korkusu, Sosyal Yeme Korkusu alt ölçek puanları arasında pozitif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı düzeyde korelasyon vardır ($p<0,05$). Buna göre bireylerin Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği puanlarının artması, Bireysel sonuçlar korkusu, Sosyal sonuçlar korkusu, Sosyal Yeme Korkusu puanları ile Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği genel puanlarını istatistiksel olarak anlamlı düzeyde arttırmaktadır.

Tablo 13. Katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği ve Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği Puanlarının Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği Puanlarını Yordayıcılığı

	Std. Olm. B	Std. S.H.	Std. Beta	t	p	F p	R2 DüzR2
(Sabit)	11,699	3,109		3,763	0,000*	94,488	0,330
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği	0,445	0,097	0,228	4,588	0,000*	0,000*	0,326
Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği	0,632	0,075	0,418	8,422	0,000*		

* $p<0,05$

Tablo 13.'te katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği ve Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği puanlarının Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği puanlarını yordayıcılığı için yapılan çoklu regresyon analizi bulgularına yer verilmiştir.

Tablo 13. incelendiğinde, katılımcıların Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puanlarının Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği puanlarını istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif şekilde yordadığı belirlenmiştir($\beta=0,228;p<0,05$).

Katılımcıların Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği puanlarının Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği puanlarının istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir yordayıcısı olduğu tespit edilmiştir ($\beta=0,418;p<0,05$). Modelde Görünüş Kaygısı Ölçeği ve Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği puanları Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği puanlarındaki varyansın %32,6'sını açıkladığı görülmüştür.

BÖLÜM V

Tartışma

Çalışmada, Türkçe dilini bilen 18 yaş üstü ve sosyal medya kullanan bireylerin yeme bozukluklarına ilişkin korkularla görünüş kaygısı ve görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ilişkisi incelenmiştir. Çalışma, 222 kadın 165 erkek yetişkin katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılan kişilerin sosyal medya kullanımının bu bireylerin yeme bozukluklarına ilişkin korkularla, görünüş kaygısı ve görünümle ilişkili sosyal medya kullanım bilinci arasında anlamlı bir ilişki var mıdır, katılımcıların yeme bozukluklarına ilişkin korkularla görünüş kaygısı ve görünümle ilişkili sosyal medya bilinci sosyo-demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir ve sosyal görünüş kaygısı ve görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ile yeme bozukluğuna ilişkin korkular sosyal medya kullanımını yordamakta mıdır sorularına cevap aranmıştır.

Katılımcıları cinsiyetlerine göre değerlendirdiğimizde, sosyal görünüş kaygısı düzeylerinde cinsiyete göre farklılık görülmektedir. Kadınların sosyal görünüş kaygısı, erkeklerin sosyal görünüş kaygısından yüksektir. Literatür incelendiğinde, Kaplan'ın (2022) çalışmasında, kız öğrencilerin sosyal görünüş kaygı puan ortalamaları, erkek öğrencilerin sosyal görünüş kaygı puan ortalamalarına göre daha yüksek düzeydedir. Cinsiyet faktörü açısından kadınların erkeklere oranla sosyal görünüş kaygısının yüksek olduğu bu araştırma gibi başka araştırmalar da olmasına karşın tam aksi sonuca ulaşan araştırmalar da mevcuttur. Alemdar ve Öncü'nün (2015) çalışmasında, sosyal görünüş kaygısı puanları erkek katılımcılarda kadın katılımcılara göre daha yüksek bulunmuştur. Literatür tarandığında cinsiyet bakımından ilişki bulunmayan araştırmalar da mevcuttur. Şimşir vd., (2019) çalışmasında yapılan meta analizi sonucunda istatistiksel olarak cinsiyetler arası anlamlı bir farklılığın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu doğrultuda, literatürde sosyal görünüş kaygısının cinsiyetler üzerinde fark gösterip göstermediği hususunda ortak bir paydada buluşulamamıştır. Ayrıca Hyde (2005), cinsiyet temelli değerlendirmelerde kadın ve erkeklerin birbirlerinden ayrılmadığını, farklılaşmadığını söylemiştir. Öte yandan Fredrickson ve Roberts (1997) tarafından ileri sürülen ve temelini feminist perspektiften alan nesneleştirme kuramını incelediğimizde, kadınların hayatlarında sürekli maruz kaldıkları bir cinsiyetçilik çeşidi olan cinsel nesneleştirmenin kadınların hayatlarını nasıl etkilediğini ve ne gibi sonuçlar ortaya çıkardığının altını çizmektedir. Cinsel nesneleştirme kavramı, kişiyi yalnızca cinsel arzu nesnesi olarak tanımlamaktır. Kadınlar, sosyal medya platformları aracılığıyla cinsel nesneleştirmeye maruz kalmaktadırlar. Kadın, kendi

bedenine yönelik nesneleştirici bakışı içselleştirirse eğer, bedenini gözlemlenen, değerlendirilen ve başkalarını memnun etmek için kullanılan bir nesne olarak görebilmektedir. Toplumun kabul gördüğü estetik standartlar, kadınları "güzel", "çekici" ve "zayıf" olmak zorunda hissettirip, onları dış görünüşlerine önem vermeye zorlamaktadır. Belirlenen standartları karşılayan kadınlar toplumda daha rahat yer edinebilmektedir. Bu sebeple kadınlar idealize edilmiş bir bedene sahip olmaya çalışmaktadırlar. Nesneleştirmenin olumsuz sonuçlarından bir diğeri kişilerde kaygı yaratmasıdır. Sosyal görünüş kaygısı, kişilerin devamlı bedenleri ile meşgul olmalarının psikolojik bir sonucu olarak görülmektedir. Sosyal görünüş kaygısı nedeniyle kendini nesneleştiren kadınlarda ise yeme bozuklukları görülebilmektedir (Kızılkaya & Özkaya, 2023).

Araştırmada, katılımcı kadınların görünümle ilişkili sosyal medya bilinci, erkeklere göre düşüktür. Literatürde görünümle ilişkili sosyal medya bilinci üzerine çalışmalar oldukça kısıtlıdır. Doğan ve Durmuş (2023) çalışmasında, cinsiyet değişkeni ile görünümle ilişkili sosyal medya bilinç ölçeği arasında kadınların, erkeklere nazaran daha yüksek puan aldıklarını tespit etmiştir. Ölçeklerden alınan yüksek puanlar, kişilerdeki düşük sosyal medya bilinç düzeyini temsil etmektedir. Cinsiyet faktörü temelinde son olarak, kadınların bireysel sonuçlar korkusu, sosyal sonuçlar korkusu ile yeme bozukluğuna ilişkin korkuları, erkeklerden yüksektir. Bu durum, sosyal medyanın kadınlar üzerindeki baskıcı etkisini göstermekle beraber kadınları hedef alan güzellik standartları, kozmetik dünyası, ince ve zayıf olanın güzel olduğu dayatması, gün geçtikçe kadınların omuzlarında birikmeye ve çeşitli yeme bozuklukları sorunlarıyla burun buruna getirmeye devam ettiğini düşündürmektedir.

Sosyal medya platformlarını kullanan katılımcılar arasında yaş aralığı temelinde de farklılıklar bulunmaktadır. Araştırmada, 18-23 yaş aralığında olan katılımcıların sosyal görünüş kaygısı ve görünümle ilişkili sosyal medya bilinci, yaşı 30-35 arasında olan ve yaşı 36 ve üzerinde olan katılımcıların sosyal görünüş kaygısı ve görünümle ilişkili sosyal medya bilincinden yüksektir.

Yaşı 24-29 arasında olan katılımcıların ise, sosyal görünüş kaygısı ve görünümle ilişkili sosyal medya bilinci yaşı 30-35 arasında olan ve yaşı 36 ve üzerinde olan katılımcıların sosyal görünüş kaygısı ve görünümle ilişkili sosyal medya bilinci yüksektir.

Öte yandan, katılımcıların yaşlarına göre yeme bozukluğuna ilişkin korkuları ve sosyal sonuçlar korkusu arasında da anlamlı düzeyde fark görülmüştür. Yaşı 30-35 arasında olan katılımcıların sosyal sonuçlar korkusu, yaşı 18-23 arasında olan, 24-29 arasında olan ve 36 ve üzerinde olan katılımcıların sosyal sonuçlar korkusundan düşüktür. Yaş aralığı ve sosyal görünüş kaygısı, görünümle ilişkili

sosyal medya bilinci, yeme bozukluklarına ilişkin korkular literatür çerçevesinde incelendiğinde, herhangi bir araştırmaya rastlanmamıştır.

Katılımcıların eğitim durumuna göre sosyal görünüş kaygısı, görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ve yeme bozukluğuna ilişkin korkuları, bireysel sonuçlar korkusu, sosyal sonuçlar korkusu, sosyal yeme korkusu arasında herhangi bir fark bulunamamıştır. Literatür incelendiğinde, Mitchison ve Hay (2014) çalışmasında, toplam 149 makale incelemiştir. Bunların 86'sında sosyo-demografik ilişkiler, 57'sinde çevresel ilişkiler ve 13'ünde genetik ilişkilere ilişkin veriler yer almaktadır. İncelemeler sonucunda, etnik köken, sosyoekonomik durum, eğitim durumu faktörlerinin yeme bozukluklarının epidemiyolojisi ile güçlü bir ilişkisi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Öte yandan Maxwell vd., (2011) çalışmasında, kişilerde eğitim düzeyinin yeme bozukluklarıyla ilişkili olabileceğine dair sonuçlar elde etmiştir. Bu çalışmaya ek olarak, Lähteenmäki ve çalışma arkadaşlarının (2013) çalışmasında yeme bozukluğu grubunun %78,1'inin liseyi bitirmiş veya daha üst düzeyde eğitim görmüş kişilerden oluştuğunu belirtmiştir.

Ahrén-Moonga vd., (2009), ebeveynleri ve anne tarafından büyükanne ve büyükbabaları daha yüksek eğitilmiş kadınların daha yüksek risk altında olduğunu belirtmiştir. Ayrıca ailenin sosyal özelliklerinden bağımsız olarak, okul notları en yüksek olan kadınların yeme bozukluğu riski daha yüksek bulunmuştur. Bu nedenle, daha yüksek ebeveyn ve büyükanne/büyükbaba eğitimi ve daha yüksek okul notları, muhtemelen yüksek iç ve dış talepler nedeniyle kız çocuklarında yeme bozuklukları nedeniyle hastaneye kaldırılma riskini arttırabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde eğitim durumu ve yeme bozuklukları ilişkisine bakıldığında herhangi bir ortak kanıya varılamamıştır. Bu sebeple genellenebilir bir yorumda bulunmak söz konusu değildir.

Çalışmayan katılımcıların sosyal görünüş kaygısı, çalışan katılımcıların sosyal görünüş kaygısından yüksek bulunmuştur. Çalışan ve çalışmayan katılımcıların görünümle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyleri benzerdir. Çalışmayan katılımcıların sosyal yeme korkusu, çalışan katılımcıların sosyal yeme korkusundan yüksek bulunmuştur.

Yeme bozuklukları genellikle yüksek sosyo-ekonomik düzeydeki bireylerin sahip olduğu hastalıklar olarak düşünülmektedir. Araştırmada, düşük gelire sahip olan katılımcıların sosyal görünüş kaygısı, orta düzey ve yüksek düzey gelire sahip olan katılımcıların sosyal görünüş kaygısından yüksekken, görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ve yeme bozukluğuna ilişkin korkuları, bireysel sonuçlar korkusu, sosyal sonuçlar korkusu, sosyal yeme korkusu arasında fark görülmemektedir. Literatür araştırmalarına bakıldığında ise, bu konuya ilişkin bir cevap verilebilmesi için daha çok alan çalışması yapılmalıdır. Mulders-Jones vd., (2017), yeme

bozukluklarının sadece yüksek gelirli kişilerin hastalığı olmadığını, her gelir türünden kişilerde görülebildiğini söylemektedir.

Bireyleri sağlıklı yeme alışkanlıklarına ve ince vücut tiplerine teşvik eden içerikler sosyal medyada oldukça yaygın haldedir. Çalışmada, katılımcıların sosyal medya kullanım sürelerine bakıldığında, 6 saatten fazla sosyal medya kullanan bireylerin sosyal görünüş kaygıları, yeme bozukluğuna ilişkin korkuları diğer bireylere göre yüksektir. Öte yandan bu kişilerin görünümle ilişkili sosyal medya bilinçleri diğer bireylere göre düşüktür. Rodgers ve Melioli (2016) yaptıkları çalışmada, internet ve sosyal medya kullanımı ile beden imajı ve yeme kaygıları arasındaki ilişkiyi inceleyen literatürü gözden geçirmiş ve ana bulguları özetlemişlerdir. Sonuç olarak, yaptıkları incelemelerde internetin ve özellikle de görünüş odaklı sosyal medyanın kullanımının, artan vücut imajı ve yeme endişeleriyle ilişkili olduğunu belirtmişlerdir. Bandura'nın açıkladığı sosyal öğrenme teorisine göre sosyal kaygının oluşmasındaki ana etken, başka kişileri taklit etmek ve görünüşlerinin önemini altını çizmektir. Sosyal medyanın da etkisiyle fiziksel görünüm oldukça önemli bir hale gelmiş ve bu doğrultuda sosyal kaygı sorunu yaygınlaşmıştır. Kişiler, medya temsilleri aracılığıyla vücut şekillerini diğerleriyle karşılaştırmaya başlamışlar ve bu doğrultuda bedenlerine yönelik düşünce ve tutumları değişmeye başlamıştır. Sahnelerdeki rol modeller, beden imajı standartları için kaynak görevi görmekte ve daha sonra kişiler bu örnek davranışları hayata geçirmek için kilo alma veya kilo vermek için egzersiz yapma gibi davranışlar gerçekleştirebilmektedir (Kızılkaya & Özkaya, 2023).

Katılımcılar fotoğraflarda filtre ya da photoshop uygulama durumlarına göre incelendiğinde, fotoğraflarda filtre veya photoshop uygulayan katılımcıların sosyal görünüş kaygısı ve yeme bozukluklarına ilişkin korkuları fotoğraflarda filtre veya photoshop uygulamayan kişilere göre yüksek bulunmuştur. Bu kişilerin, görünümle ilişkili sosyal medya bilinçlerinin de düşük olduğu anlaşılmaktadır. İnsanların güzel ve çekici görünme isteği tarihler boyu süregelmiştir. Photoshop veya filtreler kişilerin görüntüleri birçok şekilde değiştirme olanağı sağlamaktadır. Özellikle sosyal platformlarda oldukça yaygın olan bu filtreler insan vücudunu gerçekçi olmayacak şekillerde değiştirmek için kullanılmaktadır. İnsanlar bu filtreler sayesinde vücutlarında hoşlanmadıkları kısımlarını değiştirebilmektedir. Sosyal medya uygulamalarının popülerliğiyle birlikte photoshop ve filtrelerin yavaş yavaş güzelliğin ne olduğunu tanımlamaya başladığı düşünülmektedir. Özellikle dijital reklam sektöründe kullanılan gerçek dışı photoshop uygulamaları, fotoğraflanan kadınların veya erkeklerin mükemmel görünmeleri için etki edici faktörler olduğu düşünülmektedir ve dolayısıyla kişilerin photoshop aracılığıyla mükemmellik idealarını gerçek kılmaktadır. Photoshop yapılan kişilerin ne kadar "güzel/yakışıklı"

görüldüğünden dolayı insanlar nasıl görünmeleri gerektiğiyle meşgul olmaya başlamıştır. Diğer bir deyişle sosyal medya platformları, erkeklere ve kadınlara adeta nasıl görünmeleri gerektiğini anlatmaktadır. Herhangi bir derginin kapak kadınının burnunu küçülterek rötuş yapmak, cildindeki tüm kusurları gidermek, diğer kadınların da fotoğraftaki sahte birine benzemek için çabalamasına neden olmaktadır. Bu durum dolaylı olarak gerçek dışı bir fizik çabasına da yol açmakta ve buna bağlı olarak kişiler yeme bozuklukları geliştirebilmektedir (Hildesheimer & Gur-Arie, 2015).

Sigmund Freud'un psikanalitik teorisine bakıldığında, bireylerdeki kaygının oluşmasının ana nedeni id, ego ve süperegö arasındaki uyumsuzluktur. Denge sağlanamadığında kişilerde çeşitli patolojiler ortaya çıkabilmektedir. Sosyal kaygı temelinde süperegö, çevrenin önemine ve aşırı eleştiriye yönelik bir baskı mekanizması oluşturur. Sosyal görünüş kaygısı, bu kaygının bir durum ya da nesneyle bütünleşmesiyle görülebilir. Ayrıca, bireylerin diğer bireylerden olumlu geri dönüşler almak, toplumda iyi bir yerde olmak ve takdir edilmek için bilinçsiz güdüleri olabilmektedir ve sosyal görünüş kaygısı, kişilerin bilinçsizce dikkat çekme isteği temelinde ortaya çıkmaktadır. Bu doğrultuda, birey eğer istediği hedeflere ulaşamazsa sosyal kaygı yaşamaması ve dolayısıyla bilinçaltı karmaşası yaşamaması muhtemeldir (Kızılkaya & Özkaya, 2023).

Katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları incelendiğinde, amaçlarının farklılıklarına göre sosyal görünüş kaygısı, yeme bozukluklarına ilişkin korkular ve görünümle ilişkili sosyal medya bilinçleri arasında herhangi bir anlamlı fark görülemediği görülmüştür. Fakat literatürde kullanım amaçlarının farklılığının önemini vurgulayan çalışmalar mevcuttur. Hamurcu (2023) çalışmasında, sosyal medyanın sosyal etkileşim ve iletişim amaçlı kullanımı arttıkça, yeme davranışları puanlarının en az %15,2 arttığı sonucuna varmıştır. Kişiler hangi amaçla sosyal medya platformlarını kullanıyor oluyorsa olsun, literatür incelendiğinde sosyal medya kullanımının kullanım amacından bağımsız yeme bozukluklarıyla olan ilişkisini görülmektedir. Gül ve Akyüz (2019), yeni tarihli birçok araştırmada, başta Anoreksiya Nervoza olmak üzere diğer yeme bozukluklarına özendirici internet tabanlı platformların, kadınların beden algılarını olumsuz yönde etkilediğini belirtmiştir. Cataldo vd., (2021)'ne göre, sosyal medya kullanımının hangi amaçla olursa olsun yeme bozuklukları ve olumsuz beden imajı algısı açısından ciddi bir risk faktörü olabileceği yönündedir (Şengönül & Aydın, 2023).

Sosyal görünüş kaygısı ile görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arasında pozitif yönde ve anlamlı düzeyde korelasyon olduğu tespit edilmiştir. Yani kişilerin sosyal görünüş kaygısı puanları arttıkça görünümle ilişkili sosyal medya bilinç puanları da artmaktadır. Görünümle ilişkili sosyal medya bilinci, kişilerin düşünsel

ve davranışsal faaliyetlerinin öteki kullanıcılar için çekici görünüp görünmeyeceğine ilişkin farkındalıklarıdır. Katılımcıların anketten aldıkları yüksek puanlar, negatif beden imajı algısını desteklemektedir (Öngören vd., 2021). Sosyal medya platformlarının yarattığı gerçek dışı ideal bedene ulaşımının zorlaşması bireylerde ciddi beden memnuniyetsizliklerine sebep olmaktadır. Bu durum da beraberinde sosyal görünüş kaygısını doğurmaktadır (Öngören vd., 2021). Choukas-Bradley ve arkadaşlarının (2018) çalışmasında üniversiteli kadınlardan oluşan bir örnekleme, daha yüksek görünümle ilişkili sosyal medya bilinci düzeylerinin daha düşük beden saygısı ile bağlantılı olduğu bulunmuştur (Choukas-Bradley vd., 2020). Türkçapar (1999)'ın aktardığı bilişsel-davranışçı kuram temelinde sosyal kaygının, koşullanma ve pekiştirme yoluyla öğrenilmiş bir davranış olduğu vurgulanmaktadır. Kuram, bu koşullanmayı üç ayrı biçimde incelemektedir. İlki koşullanmadır. Bireyin üzerinde davranışın etkisi ve sonuçları tekrarlandıkça kişi bu davranışı öğrenmektedir. Fiziksel görünümüyle barışık olmayan ve bu konuda olumsuz geri bildirim alan kişilerin sosyal görünüş kaygısının yüksek olması doğrudan koşullanma olarak ifade edilmektedir. İkincisi gözlem yöntemidir. Kişi, başkalarının eylemlerini ve sonuçlarını gözlemleyerek bir davranış edinir ve fiziksel görüntüsü nedeniyle alay edilen ve aşağılanan bir kişiyi gözlemlemek, kişilerin sosyal görünüş kaygısını arttırabilmektedir. Üçüncüsü bilgi aktarımıdır. Dış görünüşle ilgili bir konuşmanın ardından birey bununla ilgili kaygı geliştirebilir. Bu konuda olduğu gibi öğrenme de edinilen bilgi ve tutumlarla gerçekleşebilmektedir (Kızılkaya & Özkaya, 2023).

Araştırma kapsamına alınan bireylerin sosyal görünüş kaygısı ile yeme bozukluğuna ilişkin korkular arasında pozitif ve anlamlı düzeyde korelasyon olduğu tespit edilmiştir. Buna göre katılımcıların sosyal görünüş kaygıları arttığında bireysel sonuçlar korkusu, sosyal sonuçlar korkusu, sosyal yeme korkusu ile yeme bozukluğuna ilişkin korkuları da artmaktadır. Kişilerdeki olumsuz değerlendirilme korkusu, sosyal kaygı için bilişsel bir risk faktörü olarak kabul edilmektedir (Öztürk, 2014). Yeme bozukluğu alanında Rieger ve çalışma arkadaşları, görünümün sosyal olarak değerlendirilmesinin, fiziksel görünümüne önem veren bireylerde yeme bozukluğu gibi belirtilere yol açtığını ileri sürmüştür (Levinson, 2013). Bu önermeleri destekleyen Levinson ve Rodebaugh (2012), sosyal görünüş kaygısının, düzensiz yeme ile ilişkili olduğunu bulmuşlardır. Murray ve çalışma arkadaşları (2016) tarafından besinler, kilo artışının sonuçlarına dair duyulan korkuların etkili bir ifadesi olarak kabul edilmiştir (Kahraman & Kerimler, 2021). Besin tüketmekten korkan bireyler, kalori miktarını düşürüp, yemek sürecine uyumsuz davranmaktadır ve dolayısıyla bu tutum hastalığın tedavi seyrini negatif biçimde etkileyebilmektedirler.

Katılımcıların görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ile yeme bozukluğuna ilişkin korkuları ve bireysel sonuçlar korkusu, sosyal sonuçlar korkusu, sosyal yeme korkusu arasında pozitif ve anlamlı düzeyde korelasyon vardır. Buna göre bireylerin görünümle ilişkili sosyal medya bilinç puanlarının artması, bireysel sonuçlar korkusu, sosyal sonuçlar korkusu, sosyal yeme korkusu puanları ile yeme bozukluğuna ilişkin korkularını da arttırmaktadır. Bu doğrultuda, çalışmadaki katılımcıların görünümle ilişkili sosyal medya bilinç puanlarının yüksek oluşu, düşük bir bilince sahip olduklarını temsil etmektedir ve kişilerin puanlarının artması doğrultusunda yeme bozukluğuna ilişkin korkuları da artmaktadır.

Katılımcıların, sosyal görünüş kaygısının yeme bozukluğuna ilişkin korkularını anlamlı ve pozitif şekilde yordamaktadır. Bu bağlamda, kişilerde sosyal görünüş kaygısı arttıkça yeme bozukluğuna ilişkin korkuları da artmaktadır. İnsanlar yeni bir çevreye dâhil olduklarında etrafa iyi bir izlenim bırakmak isterler. Kişilerin beden imaj algısına ilişkin bırakmak istedikleri izlenim üzerine yaşadıkları kaygı durumu sosyal görünüş kaygısıdır. Bireylerdeki bu sosyal görünüş kaygısı, yeme tutumu ve davranışları üzerinde ise anlamlı bir etkiye sahiptir (Doğan, 2015).

Levinson ve Rodebaugh (2012), sosyal anksiyete ve yeme bozukluklarının sıkça birlikte görülen hastalıklar olduğunu belirtmişlerdir. Sosyal kaygıyı yeme bozukluğuyla ilişkilendiren olası kavramlar olarak sosyal görünüş kaygısı ve olumsuz değerlendirilme korkusunu araştırmışlardır. Özellikle sosyal kaygının bu beş alanı üzerinde yoğunlaşmışlardır. Bunlar, sosyal etkileşim kaygısı, incelenme korkusu, olumlu değerlendirilme korkusu, olumsuz değerlendirilme korkusu ve sosyal görünüş kaygısıdır. Araştırmaların sonuçları ise, kişilerdeki sosyal görünüş kaygısının, vücut memnuniyetsizliği, bulimik belirtiler, şekil kaygısı, kilo kaygısı ve yeme kaygısını yordadığını göstermiştir. Buna ek olarak, Gilbert ve Meyer (2005) çalışmalarında, olumsuz değerlendirilme korkusunun bulimik tutumları yordadığını belirtmiştir. Bulik ve çalışma arkadaşları (1991), Anoreksiya Nervozalı 23 kadın, Bulimiya Nervozalı 54 kadın, 50 üniversite öğrencisi kadın ve 43 sosyal fobili kadını incelemiştir. İnceleme sonuçlarında, Anoreksiya Nervozalı ve Bulimiya Nervozalı hastalarının, sosyal kaygı ölçümlerinde sosyal fobi sahibi kadınlara kıyasla nispeten yüksek puanlar aldığını ve bu korkuların toplum içinde yeme veya içme korkularıyla sınırlı olmadığı vurgulanmıştır. Bu bağlamda çalışma, yeme bozukluğu olan kadınlarda olumsuz değerlendirilme korkularının, vücut şekli ve boyutunun incelenmesi korkularının ötesinde daha geleneksel sosyal durumlara genellenebileceğini belirtmektedir.

Katılımcıların görünümle ilişkili sosyal medya bilinci, yeme bozukluğuna ilişkin korkuların anlamlı ve pozitif bir yordayıcısıdır. Bu doğrultuda, kişilerde görünümle ilişkili sosyal medya bilinç arttıkça yeme bozukluğuna ilişkin korkular da

artmaktadır. Araştırmada kullanılan görünümle ilişkili sosyal medya bilinç ölçeğinde katılımcıların yüksek puanlar alması “bilinçsizlik” düzeylerinin de o kadar yüksek olması anlamına gelmektedir. Görünümle ilişkili sosyal medya kullanımında, katılımcıların bilinçsizliği oldukça yüksektir ve yeme bozukluklarına ilişkin korkularıyla da pozitif yönde anlamlı bir ilişki halindedir. Literatürde, görünümle ilişkili sosyal medya bilincine dair araştırmalar mevcuttur. Choukas-Bradley ve çalışma arkadaşları (2018) araştırmasında, genç kadınlar arasında çok yaygın bir dizi deneyimi yansıtabileceğini ve daha yüksek seviyelerin psikolojik uyum açısından uyumsuz olabileceğini göstermektedir. Yüksek puan alan genç kadınların, düşük düzeyde vücut saygısı, vücut karşılaştırması ve vücut gözetimi (kendini metalaştırma) yüksek bulunmuştur. Özalp ve Akbulut (2022), üniversite öğrencilerini görünüşle ilgili sosyal medya bilinç düzeylerini cinsiyet, sanat eğitimi alma ve psikolojik belirtiler (depresyon, kaygı, stres) değişkenleri açısından incelemiştir. Araştırmada, depresyon, kaygı, stres gibi psikolojik belirtilerin görünüşle ilişkili sosyal medya bilinci üzerinde %14,9 oranında anlamlı bir açıklayıcı değere sahip olduğu bulunmuştur.

Araştırmada, katılımcılarda sosyal görünüş kaygısı ve görünümle ilişkili sosyal medya bilinci, yeme bozukluğuna ilişkin korkulardaki varyansın %32,6’sını açıklamaktadır.

BÖLÜM VI

Sonuç ve Öneriler

Sonuçlar

Katılımcıların sosyal görünüş kaygısı, görünümle ilişkili sosyal medya bilinci, yeme bozukluğuna ilişkin korkular düzeyi ve bireysel sonuçlar korkusu ve sosyal sonuçlar korkusunun cinsiyete göre farklılaştığı bulunmuştur. Buna göre, kadın katılımcıların sosyal görünüş kaygısı, görünümle ilişkili sosyal medya bilinci, yeme bozukluğuna ilişkin korkular ölçeği genel puanları ve bireysel sonuçlar korkusu ve sosyal sonuçlar korkusu düzeylerinin erkek katılımcılardan daha yüksek olduğu bulunmuştur.

Katılımcıların, sosyal görünüş kaygı düzeylerinin yaş gruplarına göre farklılaştığı bulunmuştur. Yaşı 18-23 arasında olan katılımcıların sosyal görünüş kaygısı düzeyleri, yaşı 30-35 arasında olan ve yaşı 36 ve üzerinde olan katılımcıların sosyal görünüş kaygısı düzeylerinden yüksek, yaşı 24-29 arasında olan katılımcıların sosyal görünüş kaygısı düzeyleri, yaşı 30-35 arasında olan ve yaşı 36 ve üzerinde olan katılımcıların sosyal görünüş kaygısı düzeylerinden yüksek bulunmuştur.

Katılımcıların, görünümle ilişkili sosyal medya bilinç düzeylerinin yaş gruplarına göre farklılaştığı bulunmuştur. Yaşı 18-23 arasında olan katılımcıların görünümle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyleri, yaşı 30-35 arasında olan ve yaşı 36 ve üzerinde olan katılımcıların görünümle ilişkili sosyal medya bilinç düzeylerinden yüksek bulunmuş, yaşı 24-29 arasında olan katılımcıların görünümle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyleri, yaşı 30-35 arasında olan ve yaşı 36 ve üzerinde olan katılımcıların görünümle ilişkili sosyal medya bilinç düzeylerinden yüksek bulunmuştur.

Katılımcıların, yeme bozukluğuna ilişkin korkular düzeylerinin yaş gruplarına göre farklılaştığı bulunmuştur. Sosyal sonuçlar korkusu alt ölçek puanları arasında fark bulunmaktadır. Yaşı 30-35 arasında olan katılımcıların sosyal sonuçlar korkusu düzeyleri, yaşı 18-23 arasında olan, 24-29 arasında olan ve 36 ve üzerinde olan katılımcıların sosyal sonuçlar korkusu düzeylerinden düşük bulunmuştur.

Katılımcıların çalışma durumuna göre sosyal görünüş kaygısı düzeyleri arasında fark olduğu belirlenmiştir. Çalışmayan katılımcıların sosyal görünüş kaygısı düzeyi, çalışan katılımcıların sosyal görünüş kaygısı düzeyinden yüksek bulunmuştur.

Katılımcıların çalışma durumuna göre yeme bozukluğuna ilişkin korkular ölçeğine ait sosyal yeme korkusu alt ölçek düzeyleri arasında fark tespit edilmiştir.

Çalışmayan katılımcıların sosyal yeme korkusu düzeyleri, çalışan katılımcıların sosyal yeme korkusu düzeylerinden yüksek bulunmuştur.

Katılımcıların gelir düzeyine göre sosyal görünüş kaygısı düzeyleri arasında fark olduğu tespit edilmiştir. Düşük gelire sahip olan katılımcıların sosyal görünüş kaygısı düzeyleri, orta ve yüksek gelire sahip olan katılımcıların sosyal görünüş kaygısı düzeylerinden yüksek bulunmuştur.

Katılımcıların sosyal medya kullanım sürelerine göre sosyal görünüş kaygısı düzeylerinde fark olduğu görülmüştür. Sosyal medyayı 6 saatten fazla kullanan katılımcıların sosyal görünüş kaygısı düzeyleri, sosyal medyayı 1 saat ve altında kullanan katılımcıların sosyal görünüş kaygısı düzeylerinden yüksek bulunmuştur.

Katılımcıların sosyal medya kullanım sürelerine göre görünümle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyleri arasında fark tespit edilmiştir. Sosyal medyayı 6 saatten fazla kullanan katılımcıların görünümle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyleri, sosyal medyayı 1 saat ve altında kullanan katılımcıların görünümle ilişkili sosyal medya bilinç düzeylerinden yüksek bulunmuştur.

Katılımcıların sosyal medya kullanım sürelerine göre yeme bozukluğuna ilişkin korkular ölçeğine ait sosyal sonuçlar korkusu alt ölçek puanları arasında fark bulunmuştur. 6 saatten fazla sosyal medya kullanan katılımcıların sosyal sonuçlar korkusu düzeyleri, 1 saat ve altında sosyal medya kullanan katılımcıların sosyal sonuçlar korkusu düzeylerinden yüksek bulunmuştur.

Katılımcıların fotoğraflarda filtre ya da photoshop uygulama durumlarına göre sosyal görünüş kaygısı düzeyleri arasında fark olduğu görülmüştür. Fotoğraflarda filtre ya da photoshop uygulayan katılımcıların sosyal görünüş kaygısı düzeyleri, fotoğraflarda filtre ya da photoshop uygulamayan katılımcıların sosyal görünüş kaygısı düzeylerinden yüksek bulunmuştur.

Katılımcıların fotoğraflarda filtre ya da photoshop uygulama durumlarına göre Görünümle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyleri arasında fark bulunmaktadır. Fotoğraflarda filtre ya da photoshop uygulayan katılımcıların görünümle ilişkili sosyal medya bilinç ölçeği düzeyleri, fotoğraflarda filtre ya da photoshop uygulamayan katılımcıların görünümle ilişkili sosyal medya bilinç düzeylerinden yüksek bulunmuştur.

Katılımcıların fotoğraflarda filtre ya da photoshop uygulama durumlarına göre yeme bozukluğuna ilişkin korkular ölçeği genel puanları ve bireysel sonuçlar korkusu ile sosyal sonuçlar korkusu alt ölçek puanları arasında fark tespit edilmiştir. Fotoğraflarda filtre ya da photoshop uygulayan katılımcıların bireysel sonuçlar korkusu, sosyal sonuçlar korkusu puanları ile yeme bozukluğuna ilişkin korkular ölçeği genel puanları, fotoğraflarda filtre ya da photoshop uygulamayan katılımcıların bireysel sonuçlar korkusu, sosyal sonuçlar korkusu puanları ile yeme

bozukluğuna ilişkin korkular ölçeği genel puanlarından yüksek bulunmuştur.

Sosyal görünüş kaygısı ile görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arasında pozitif yönde ve anlamlı düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Buna göre katılımcıların sosyal görünüş kaygısı düzeyleri arttıkça görünümle ilişkili sosyal medya bilinci düzeylerinin de arttığı bulunmuştur.

Katılımcıların sosyal görünüş kaygısı ile yeme bozukluğuna ilişkin korkular ve bireysel sonuçlar korkusu, sosyal sonuçlar korkusu, sosyal yeme korkusu arasında pozitif yönde ve anlamlı düzeyde ilişki olduğu tespit edilmiştir. Kişilerin sosyal görünüş kaygısı düzeyleri arttıkça yeme bozukluğuna ilişkin korkular ve bireysel sonuçlar korkusu, sosyal sonuçlar korkusu, sosyal yeme korkusu düzeylerinin de arttığı anlaşılmıştır.

Araştırma kapsamındaki bireylerin görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ile yeme bozukluğuna ilişkin korkular ve bireysel sonuçlar korkusu, sosyal sonuçlar korkusu, sosyal yeme korkusu arasında pozitif yönde ve anlamlı düzeyde ilişki bulunmaktadır. Bu doğrultuda, kişilerin görünümle ilişkili sosyal medya bilinci düzeyleri arttıkça yeme bozukluğuna ilişkin korkular ve bireysel sonuçlar korkusu, sosyal sonuçlar korkusu, sosyal yeme korkusu düzeyleri artmaktadır.

Katılımcıların görünümle ilişkili sosyal medya bilinç düzeylerinin yeme bozukluğuna ilişkin korkular ölçeği düzeylerini anlamlı ve pozitif yönde yordadığı tespit edilmiştir. Sosyal görünüş kaygısı ve görünümle ilişkili sosyal medya bilinç düzeyleri yeme bozukluğuna ilişkin korkular düzeylerindeki varyansın %32,6'sını açıklamaktadır.

Bu çalışma, sosyal medya kullanımının, bireylerdeki sosyal görünüş kaygısını ve yeme bozukluklarına ilişkin korkularını yüksek düzeyde etkilediğini açık bir şekilde göstermektedir. Görünümle ilişkili sosyal medya bilincinin ise bu denli düşük oluşu beraberinde birçok soru işaretini getirmektedir. Aynı zamanda literatürde sosyal medya kullanan bireylerde yeme bozukluklarına ilişkin korkularla görünüş kaygısı ve görünümle ilişkili sosyal medya bilinci ilişkisini inceleyen başka herhangi bir çalışmaya rastlanmadığı için bu çalışmanın alan yazına büyük katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Dijital çağın kendine özgü güzellik standartlarının sosyal medya tarafından bireylere empoze edilmesi, özendirici ince bedenler, sıkı diyetler, ağır egzersiz programlarının sosyal platformlarda pazarlanması ve daha niceleri kişilerin kendini diğer insanlarla kıyaslamasına ve sonuç olarak sağlıklarını kaybetmelerine neden olabilmektedir. Önemli olanın, gerçek ve sahte olan imgeleri ayırt edebilmek ve sağlığımızı önemseyerek her insanın birbirinden farklı olduğu gerçeğini anlayıp daha bilinçli bireyler haline gelmek olduğu düşünülmektedir.

Öneriler

Araştırmacılara Yönelik Öneriler

Sosyal medya olgusunun yeme psikopatolojisine sahip bireylerde rol oynayan faktörlerin kapsamlı bir biçimde araştırılmasının bozuklukların tedavi süreci açısından gerekli olduğu düşünülmektedir. Bu araştırma, sadece Türkiye'deki bir örneklem üzerinde gerçekleştirilmiştir, bu nedenle benzer çalışmaların diğer ülkelerdeki farklı toplumlar üzerinde yapılması ile farklı sonuçlar elde etmek alan açısından yararlı bulunmaktadır. 387 yetişkin üzerinde yapılan bu araştırmanın daha geniş bir popülasyonda yapılması, sonuçların genellenebilirliği açısından faydalı kanıtlar sunacaktır. Yapılabilecek yeni bir çalışmaya eklenecek ikinci bir görüşme yöntemi ile çalışma desteklenebilir.

Devlete Yönelik Öneriler

Eski ve yeni medya platformlarında yürürlüğe girebilecek yenilikçi bir modellik endüstrisi yasası yeme bozukluklarıyla mücadele açısından atılabilecek faydalı bir adım olarak düşünülmektedir. Çoğu ülkenin de uygulamaya geçirdiği benzer yasalar sayesinde, ultra ince modellerin kullanımına ve filtre ve/veya photoshop uygulamalarının kullanımına kısıtlama getirmektedir. Kamusal bir düzlemde hem erkekler hem de kadınlar için kültürel güzellik normlarına yönelik etkin çalışmalar düzenlemek ve sosyal medya kullanımı açısından halkı bilinçlendirecek etkinliklerin yaygınlaştırılmasının yardımcı olabileceği düşünülmektedir.

Klinisyenlere Yönelik Öneriler

Sosyal medya tüketimi, etkileri ve yeme bozukluğu patolojisi için risk faktörleri konusunda artan klinisyen kılavuzlarına ve pratik araştırmalara ihtiyaç vardır. Sosyal medya kullanımının pozitif yola evrilmesi yolunda klinisyenlerin kabul ve kararlılık terapisinden faydalanabilecekleri düşünülmektedir. Değerler ve amaçlı eylemlerin benimsetilmesi faydalı olacaktır.

Danışanların kendi temel değerleriyle temasa geçmelerini sağlamak ve sosyal medya uygulamalarında empoze edilenler yerine bu temel değerlerle uyumlu davranış değişiklikleri göstermeleri ilk adımlar olabilmektedir. Değerlere dayalı davranış değişikliği, değer odaklı eylemlerde bulunmak anlamına gelmektedir.

Danışanlar kendilerine empoze edilen değerleri (aşırı zayıflık, gerçek dışı

güzellik standartları gibi) tanımaya başlayabilir ve ardından buna uygun davranış değişikliğine geçebilirler. Bu adımlar, sosyal medyayla olan sağlıksız bağlantıyı ve sosyal medyanın danışanın günlük yaşamındaki önemini azaltabilmektedir.

KAYNAKÇA

- Ahasan, M. M., Patwari, M.S.Q. & Yamaguchi, M. (2023). Risk of eating disorders and the relationship with interest in modern culture among young female students in a university in bangladesh: A cross-sectional study. *BMC Women's Health*, 23,35.
- Ahrén-Moonga, J., Silverwood, R., Klinteberg, B. A., & Koupil, I. (2009). Association of higher parental and grandparental education and higher school grades with risk of hospitalization for eating disorders in females: The uppsala birth cohort multigenerational study. *American Journal of Epidemiology*, 170(5), 566-575.
- Alemdağ, S. & Öncü, E. (2015). Öğretmen adaylarının fiziksel aktiviteye katılım ve sosyal görünüş kaygılarının incelenmesi. *International Journal of Science Culture and Sport (IntJSCS)*, 3(3), 287-300.
- Amerikan Psikiyatri Birliği, (2014). *Ruhsal bozuklukların tanısasal ve sayımsal el kitabı (DSM 5), Tanı ölçütleri el kitabı*. (Çev: Köroğlu, E.) Ankara: Hekimler Yayın Birliği.
- Balakrishnan, J. & Griffiths, M. D. (2017). Social media addiction: What is the role of content in YouTube?. *Journal of behavioral addictions*, 6(3), 364-377.
- Başoğlu, U. D. & Yanar, Ş. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ve alışkanlıklarının belirlenmesi. *Kilis 7 Aralık Üniversitesi Beden Eğitimi Ve Spor Bilimleri Dergisi*, 1(2), 6-13.
- Binark, M. & Bayraktutan-Sütücü, G. (8-10 Kasım, 2007). *Ankara mikro ölçeğinde internet kafeler kullanım biçimleri*. XII. "Türkiye'de İnternet" Konferansı, Ankara.
- Bjursten, A., Lampeitl, A. & Åberg, P. (2017). *The social media battle of the younger generation-Snapchat vs. Facebook*. LBMG Corporate Brand Management and Reputation-Masters Case Serie, Sweden.
- Boursier, V., Gioia, F. & Griffiths, M. D. (2020). Do selfie-expectancies and social appearance anxiety predict adolescents' problematic social media use?. *Computers in Human Behavior*, 110, 106395.
- Boursier, V., Gioia, F. & Griffiths, M. D. (2020). Objectified body consciousness, body image control in photos, and problematic social networking: The role of appearance control beliefs. *Frontiers in Psychology*, 11, 147.

- Brown, M. L. & Levinson, C. A. (2022). Core eating disorder fears: Prevalence and differences in eating disorder fears across eating disorder diagnoses. *The International Journal of Eating Disorders*, 55(7), 956–965.
- Bulik, C. M., Beidel, D. C., Duchmann, E., Weltzin, T. E., & Kaye, W. H. (1991). An analysis of social anxiety in anorexic, bulimic, social phobic, and control women. *Journal of Psychopathology and Behavioral Assessment*, 13, 199-211.
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic journal of communication*, 23(1), 46-65.
- Cavga, Z. (2019). *Lise öğrencilerinde aile yaşam doyumu ile psikolojik dayanıklılık ve sosyal medya kullanım bozukluğu arasındaki ilişkinin incelenmesi* [Yayımlanmış Yüksek Lisans tezi]. İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi.
- Choukas-Bradley, S., Nesi, J., Widman, L., & Galla, B. M. (2020). The appearance-related social media consciousness scale: *Development and validation with adolescents*. *Body Image*, 33, 164-174.
- Choukas-Bradley, S., Nesi, J., Widman, L., & Higgins, M. K. (2019). Camera-ready: Young women's appearance-related social media consciousness. *Psychology of Popular Media Culture*, 8(4), 473.
- Courtney C., Simpson & Suzanne E. Mazzeo (2017) Skinny is not enough: A content analysis of fitspiration on Pinterest. *Health Communication*, 32(5), 560-567.
- Curtis, E. A., Comiskey, C. & Dempsey, O. (2016). Importance and use of correlational research. *Nurse researcher*, 23(6).
- Çelik, D. & Kılınç, N. (2016). Sosyal medyanın moda tasarımı öğrencilerinin tasarımları üzerindeki etkileri: Örnek bir uygulama. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(2), 311-323.
- Çetinkaya, A., Metin, A., Erbiçer, E. S. & Yavuz, E. (2022). Adaptation of appearance-related social media consciousness scale into Turkish: A validity and reliability study on adolescents. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 8(1), 63-70.
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4).
- Deniz, R. S. (2021). *Sosyal medyanın yeme bozuklukları üzerindeki etkisinin incelenmesi* [Yayımlanmış Yüksek Lisans tezi]. Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi.

- Dhiman, R., Verma, N., Gupta, M. & Kumar, K. (2021). Kaçınan/kısıtlı yiyecek alımı bozukluğunda (KKYAB) görülen ağır beslenme eksikliği ve psikososyal eksiklik: Olgu sunumu. *Turk Psikiyatri Dergisi*, 32(3).
- Dogan, P. K., & Durmus, G. (2023). Salon dansçıları ve halk oyuncularının beden imgesi esnekliği ile görünümle ilişkili sosyal medya bilinci arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Journal of ROL Sport Sciences*, 721-738.
- Doğan, T. (2011). Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nin psikometrik özelliklerinin ergenlerden oluşan bir örnekleme incelenmesi. *İlköğretim Online*, 10(1), 12-19.
- Dogrue, N., Menevi, I., & Eyyam, R. (2011). What is the motivation for using Facebook?. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 15, 2642-2646.
- Durak, H., & Seferoğlu, S. S. (2016). Türkiye'de sosyal medya okuryazarlığı ve sosyal ağ kullanım örüntülerinin incelenmesi. *Journal of International Social Research*, 9(46).
- Ediger, D., Jiang, K., Riedy, J., Bader, D. A., Corley, C., Farber, R., & Reynolds, W. N. (Eylül, 2010). Massive social network analysis: Mining twitter for social good. *39th international conference on parallel processing*, 583-593.
- Eren, E. Ş. (2014). Sosyal medya kullanım amaçları ölçeğinin geliştirilmesi ve bazı kişisel değişkenlere göre incelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(4), 230-243.
- Eser, A. (2023). *Geç ergenlerde sosyal medya kullanımı, sosyal karşılaştırma ve sosyal görünüş kaygısı arasında ilişkinin incelenmesi* [Yüksek Lisans tezi] İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Faraji, H. & Fırat, B. (2022). Yeme bozuklukları ve duygular. *Fenerbahçe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 153-174.
- Ferdowsi, M. H. & Shahvalipoor, Z. (2023). The effect of media literacy on eating disorders of female athletes with the mediating role of body image. *Iranian Journal of Health Sciences*, 11(3), 175-186.
- Fiaz, F. A., Nadeem, M. A., & Zafar, M. U. (2023). Impact of social media on body imaging and eating disorders. *Global Sociological Review*, 7 (2), 282-292.
- Göbel, P., Şanlıer, N., Yılmaz, S., & Kocabaş, Ş. (2023). Social appearance anxiety and self-esteem in women: Could body mass index have a mediating role?. *Psicología Conductual*, 31(1), 25-37.

- Gölcü, A., Balcı, Ş. & Gölcü, A. A. (2019). Sosyal medya kullanımı ile kendini gizleme ve yaşam doyumu arasında bir bağlantı var mı?. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 173-190.
- Gül, A. & Akyüz, E. Y. (2019). Sosyal medya kullanımı: yeme bozukluğu nedeni olabilir mi? *Sağlık Profesyonelleri Araştırma Dergisi*, 1(1), 28-32.
- Güliz, Uluç & Yarcı, A. (2017). Sosyal medya kültürü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (52), 88-102.
- Gümüş, Ç. & Alver, E. (2020). Toplum sağlığının korunması bağlamında bir sosyal sorumluluk ve bilinçlendirme kampanyası: Anoreksiya nervoza fenomeni. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 8(23), 365-381.
- Güneş, M., Demirer, B. (2023). The effect of social media use on eating behaviors and physical activity among university students. *J Public Health (Berl.)*
- Güzel, C. (2020). Sosyal medyanın neliği, gelişimi ve kullanım alanları üzerine kuramsal bir inceleme. *Sosyolojik Düşün*, 5(2), 93-112.
- Hamurcu, P. (2023). Yeme davranışı, yeme bozukluğu ve ortoreksiya nervoza yordayıcıları olarak sosyal medya bağımlılığı ve kullanım amaçları: Genç yetişkinler üzerine bir çalışma. *Bağımlılık Dergisi*, 24(2), 133-145.
- Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması (26 Ağustos, 2022). Türk İstatistik Kurumu.
- Hart, T. A., Flora, D. B., Palyo, S. A., Fresco, D. M., Holle, C. & Heimberg, R. C. (2008). Development and Examination of the Social Appearance Anxiety Scale. *Assessment*, (15), 48-59.
- Hildesheimer, G. & Gur-Arie, H. (2015). Just modeling? The modeling industry, eating disorders, and the law. *International Journal of Feminist Approaches to Bioethics*, 8(2), 103-138.
- Holland, G. & Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body image*, 17, 100-110.
- Internet in Europe Stats Internet User Statistics & 2022 Population for the 53 European countries and regions, (2022). Internet World Stats.
- Kaçar, M. & Hocaoğlu, Ç. (2019). Pika, geri çıkarma bozukluğu nedir? Tanı ve tedavi yaklaşımları. *Klinik Psikiyatri Dergisi*, 22(3), 347-354.

- Kahraman, S, & Kerimler, A. (2021). Yeme bozukluğuna ilişkin korkular ölçeğinin türkçe geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(2), 40-53.
- Kaplan, V. (2022). Öğrencilerin sosyal görünüş kaygı düzeylerinin incelenmesi (Kayseri ili örneği). *Humanistic Perspective*, 4(1), 107-125.
- Kara, T. (2013). Sosyal medya endüstrisi. *İstanbul: Beta Yayıncılık*, 11.
- Karaağaç, G. & Çakır, E. (2021). Spor salonlarına giden bireylerin sağlıklı beslenme tutumları ve sosyal görünüş kaygı düzeylerinin belirlenmesi. *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 23(3) , 167-177.
- Kardaş, İ. (2021). *İstanbul gelişim üniversitesi öğrencileri arasında sosyal medya kullanımının beden algısı ve olası ortoreksiya nervoza ile ilişkisi* [Yayımlanmış Yüksek Lisans tezi] İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Kaya, S. (2021). Sosyal medya kullanıcılarının dijital kimlik inşası sürecinde kültürel faaliyet ve sanat ile ilgili paylaşımlarının rolü. *Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 11(4), 1403-1419.
- Keel, P. K., Brown, T. A., Holland, L. A., & Bodell, L. P. (2012). Empirical classification of eating disorders. *Annual Review of Clinical Psychology*, (8), 381-404.
- Kızılkaya, M. & Özkaya, A. S. (2023). Examination of social appearance anxiety through psychological theories. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 15(3), 398-406.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business horizons*, 54(3), 241-251.
- Koskina, A., Van den Eynde, F., Meisel, S., Campbell, I. C., & Schmidt, U. (2011). Social appearance anxiety and bulimia nervosa. *Eating and Weight Disorders-Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, (16), 142-145.
- Kurtuluş, S., Özkan, E. & Öztürk, S. (2015). How do social media users in Turkey differ in terms of their use habits and preferences?. *International Journal of Business and Information (IJBI)*, 10(3), 337-364.
- Lähteenmäki, S., Saarni, S., Suokas, J., Saarni, S., Perälä, J., Lönnqvist, J., & Suvisaari, J. (2014). Prevalence and correlates of eating disorders among young adults in Finland. *Nordic Journal of Psychiatry*, 68(3), 196-203.

- Lenza, C. (2020). Eating disorders in ‘millennials’: Risk factors and treatment strategies in the digital age. *Clin Soc Work J* (48), 46–53.
- Levinson, C. A. & Rodebaugh, T. L. (2012). Social anxiety and eating disorder comorbidity: The role of negative social evaluation fears. *Eating behaviors*, 13(1), 27-35.
- Levinson, C. A., Rodebaugh, T. L., White, E. K., Menatti, A. R., Weeks, J. W., Iacovino, J. M. & Warren, C. S. (2013). Social appearance anxiety, perfectionism, and fear of negative evaluation. Distinct or shared risk factors for social anxiety and eating disorders?. *Appetite*, (67), 125-133.
- Levinson, C. A., Vanzhula, I. A., & Christian, C. (2019). Development and validation of the eating disorder fear questionnaire and interview: Preliminary investigation of eating disorder fears. *Eating behaviors*, 35, 101320.
- Levinson, C. A. & Williams, B. M. (2020). Eating disorder fear networks: Identification of central eating disorder fears. *International Journal of Eating Disorders*, 53(12), 1960-1973.
- Lewallen, J. & Behm-Morawitz, E. (2016). Pinterest or Thinterest?: Social Comparison and Body Image on Social Media. *Social Media + Society*, 2(1).
- Marks, R. J., De Foe, A., & Collett, J. (2020). The pursuit of wellness: Social media, body image and eating disorders. *Children and youth services review*, 119, 105659.
- Maxwell, M., Thornton, L. M., Root, T. L., Pinheiro, A. P., Strober, M., Brandt, H. & Bulik, C. M. (2011). Life beyond the eating disorder: Education, relationships, and reproduction. *International Journal of Eating Disorders*, 44(3), 225-232.
- Mitchison, D. & Hay, P. J. (2014). The epidemiology of eating disorders: Genetic, environmental, and societal factors. *Clinical epidemiology*, 89-97.
- Montag, C., Yang, H. & Elhai, J. D. (2021). On the psychology of TikTok use: A first glimpse from empirical findings. *Frontiers in public health*, 9, 641673.
- Mulders-Jones, B., Mitchison, D., Girosi, F. & Hay, P. (2017). Socioeconomic correlates of eating disorder symptoms in an Australian population-based sample. *PloS one*, 12(1), 0170603.
- Nalbant, K., Kalaycı, B. M. & Akdemir, D. (2020). Anoreksiya nervoza tanısı alan ergenlerde algılanan duygu dışavurumu ve bağlanma güvenliği. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 31(1), 22-30.
- Nolan, E., Bunting, L., McCartan, C., Davidson, G., Grant, A., Schubotz, D. &

- risk factors: An analysis of the Northern Ireland Youth Wellbeing Survey using the SCOFF. *British Journal of Clinical Psychology*, 62(1), 180-195.
- Number of internet and social media users worldwide as of October 2023 (2023), Statista.
- Ozturk, M. U. & Ozturk, M. S. (2022). The analysis of fine arts students' social media awareness levels related to appearance. *International Journal of Education in Mathematics, Science and Technology*, 10(3), 722-739.
- Ökten, M. S. (2023). Sosyal medya kullanım amaçları ölçeği: Üniversite öğrencileri üzerinde bir validasyon çalışması. *Mavi Atlas*, 11(2), 238-254.
- Öngören, B., Durdu, Z., Dongaz, Ö. İ., Bayar, B. & Bayar, K. (2021). Görünümle ilişkili sosyal medya bilinç ölçeğinin Türkçe uyarlaması: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Karya Journal of Health Science*, 2(2), 33-38.
- Özalp, H. K. & Akbulut, Ö. F. (2022). Does gender, getting an art education, and mental health explain the appearance-related social media consciousness?. *Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal*, 12(66), 431-441.
- Özkan, Y. (2017). *Ergenlerde sosyal görünüş kaygısı ile duygusal yeme arasındaki ilişkinin incelenmesi* [Yayımlanmış Yüksek Lisans tezi], İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Öztürk, A. (2014). Sosyal kaygıyı açıklayan yaklaşımlar. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(48), 15-26.
- Öztürk, M. F. & Talas, M. (2015). Sosyal medya ve eğitim etkileşimi. *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 7(1), 101-120.
- Pallister, E., & Waller, G. (2008). Anxiety in the eating disorders: Understanding the overlap. *Clinical psychology review*, 28(3), 366-386.
- Polivy, J. & Herman, C. P. (2002). Causes of eating disorders. *Annual review of psychology*, 53(1), 187-213.
- Rodgers, R.F., Melioli, T. (2016). The relationship between body image concerns, eating disorders and internet use, part I: A review of empirical support. *Adolescent Res Rev* (1), 95–119
- Sarı, A. S. (2020). Ergenlerde yeme bozuklukları yönetimi. *Aile Hekimliğinde Güncel Yaklaşımlar*.
- Seki, T. (2014). *Ergenlerin sosyal görünüş kaygısı ve öznel iyi oluşlarının sahip oldukları değerler açısından incelenmesi*. [Yayımlanmış Doktora tezi], Necmettin Erbakan Üniversitesi.

- Semiz, T. & Bora, B. (2014). *Sosyal medya*. Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü ve Sinop Üniversitesi, İşletme Bölümü.
- Sfeir, M., Rahme, C., Obeid, S. & Hallit, S. (2023). The mediating role of anxiety and depression between problematic social media use and bulimia nervosa among Lebanese university students. *Journal of Eating Disorders*, 11(1), 1-11.
- Sidani, J. E., Shensa, A., Hoffman, B., Hanmer, J. & Primack, B. A. (2016). The association between social media use and eating concerns among US young adults. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, 116(9), 1465-1472.
- Smith, A. R., Zuromski, K. L. & Dodd, D. R. (2018). Eating disorders and suicidality: what we know, what we don't know, and suggestions for future research. *Current Opinion In Psychology*, (22), 63-67.
- Steinhausen, H. C. (2009). Outcome of eating disorders. *Child and adolescent psychiatric clinics of North America*, 18(1), 225-242.
- Şardağı, E. (2017). Sosyal medyada kurumsal kimlik: Türkiye'deki vakıf ve derneklerin Twitter kullanımının değerlendirilmesi. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(3), 337-362.
- Şener, G. (2009). Türkiye'de Facebook kullanımı araştırması. *XIV. Türkiye'de İnternet Konferansı*, 12-13.
- Şengönül, M. & Aydın, B. N. (2023). Genç Yetişkinlerde sosyal medya kullanımına dair özellikler ile sosyal görünüş kaygısı ve yeme tutumları ilişkisi. *Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 113-134.
- Şimşir, Z., Seki, T. & Dilmaç, B. (2019). Sosyal görünüş kaygısında cinsiyet farklılıkları: Bir meta analiz çalışması. *OPUS International Journal of Society Researches*, 10(17), 615-637.
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., & Ullman, J. B. (2013). Using multivariate statistics. *Boston, MA: Pearson*, (6), 497-516.
- Tayhan, F. (2023). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı, beden algısı, vücut kompozisyonu ve yeme bozuklukları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Karya Journal of Health Science*, 4(2), 139-145.
- Tekeli, Ş. C. (2017). *Beden eğitimi ve spor öğretmen adayları ile diğer öğretmen adaylarının sosyal görünüş kaygısı ve akademik öz-yeterlik düzeylerinin karşılaştırılması* [Yayımlanmış Yüksek Lisans tezi], Bartın Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

- Terzioğlu, M. A., Varma, G. S., Uğurlu, T. T. & Özdel, O. (2018). Anoreksiya Nervoza tanılı bir ergenin tedavisinde yaşanan güçlükler. *In Yeni Symposium* 56(4).
- Thompson, J. K. & Heinberg, L. J. (1999). The media's influence on body image disturbance and eating disorders: We've reviled them, now can we rehabilitate them?. *Journal of Social Issues*, 55(2), 339-353.
- Thompson, K. A., Miller, A. J., Walsh, E. C. & Bardone-Cone, A. M. (2023). Social media and disordered eating among middle-aged women: Not just an adolescent concern. *Eating Behaviors*, (50), 101748.
- Thooba, M., & Nasheeda, A. (2023). Investigating the Relationship between Frequent use of Instagram and Body Image Issues in Young Women. *International Journal of Social Research & Innovation*, 7(1), 29-47.
- Toker, D. E. & Hocaoğlu, Ç. (2009). Yeme bozuklukları ve aile yapısı: Bir gözden geçirme. *Düşünen Adam*, 22(1-4), 36-42.
- Treasure, J., Cardi, V. & Kan, C. (2012). Eating in eating disorders. *European Eating Disorders Review*, 20(1), e42-e49.
- Treasure, J., Duarte, T. A. & Schmidt, U. (2020). Eating disorders. *Lancet (London, England)*, 395(10227), 899–911.
- Turan, S., Poyraz, C. A. & Özdemir, A. (2015). Tikinircasına Yeme Bozukluğu/Binge Eating Disorder. *Psikiyatride Guncel Yaklasimler*, 7(4), 419.
- Ürün, Ö. D. & Öztürk, C. Ş. (2020). Yetişkin bireylerde sosyal görünüş kaygısı ile sosyal kaygı, benlik saygısı ve yaşam doyumu arasındaki ilişkiler. *Adnan Menderes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 4(1), 37-45.
- Vardarlıer, P. & Öztürk, C. (2020). Sağlık iletişiminde sosyal medya kullanımının rolü. *Sosyolojik Düşün*, 5(1), 1-18.
- Vaterlaus, J. M., Barnett, K., Roche, C. & Young, J. A. (2016). “Snapchat is more personal”: An exploratory study on Snapchat behaviors and young adult interpersonal relationships. *Computers in Human Behavior*, (62), 594-601.
- Wickramatunga, L. T. S. S., Geekiyanage, T. P., & Dissanayake, D. M. D. I. (2023). Relationship between social media and eating disorders in young adults. *Gomel Devlet Tıp Üniversitesi*. 9(7), 229-230.
- Yanik, A. (2016). Yeni medya nedir ne değildir?. *Journal of International Social Research*, 9(45), 898-910.

- Yıldırım, E. (2021). *Geç ergenlik dönemindeki bireylerde duygusal yemenin yordayıcıları olarak irrasyonel inanışlar ve sosyal görünüş kaygısı* [Yayımlanmış Yüksek Lisans tezi], Işık Üniversitesi.
- Yiğit, H. (2022). Ergenlerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile sosyal görünüş kaygıları ve yeme tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi [Yayımlanmış Yüksek Lisans tezi], İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi.
- Yücel, B. (2009). Estetik bir kaygıdan hastalığa uzanan yol: Yeme bozuklukları. *İlk Söz*, 22(4), 39-45.

Ekler

EK-1 Katılımcı Bilgilendirme ve Onam Formu

Bu çalışma Yakın Doğu Üniversitesi Klinik Psikoloji Yüksek Lisans öğrencisi Büşra Turan tarafından Yrd. Doç. Dr. Ayşe Buran süpervizyonluğunda gözetiminde gerçekleştirilen bir çalışmadır. Bu çalışmanın amacı 18 yaş üstü yetişkin ve sosyal medya kullanan bireylerin sosyal medya kullanımının sosyal görünüş kaygısı ve yeme bozuklukları ile ilişkisini incelemektir. Çalışma yaklaşık 10 dakikanızı alacaktır. Çalışmaya katılımınız gönüllülük esasına dayanmaktadır. Katılım zorunlu değildir ve reddetme hakkına sahipsiniz. Çalışmadan istediğiniz anda çekilebilirsiniz. Araştırmadan çekilmeniz durumunda, veriler yok edilecektir ve araştırmada kullanılmayacaktır. Eğer araştırmaya katılmaya karar verir ve tamamlarsanız, cevaplar ve anketler gizlilikle korunacaktır. Demografik bilgiler, anketin geri kalan kısımlarından ayrı olarak tutulacaktır. Veriler, araştırma tamamlandıktan sonra en çok 6 yıl boyunca muhafaza edilecektir. Verilerin analizinden sonra, araştırma ile ilgili bir rapor yayınlanabilir fakat bu rapor kesinlikle kişisel bilgilerinizi içermeyecektir. Kişisel Bilgi Formu ve ölçeklere tümüyle yanıt vermeniz araştırmaya katılmaya onay verdiğiniz şeklinde yorumlanacaktır.

Katılımınız için teşekkür ederim.

Yakın Doğu Üniversitesi, Psikoloji Bölümü.

Tel: 0552 302 97 35

Mail: pskbusraturan@gmail.com

Büşra Turan, Yakın Doğu Üniversitesi,
Psikoloji Bölümü

Yukarıda yer alan ve araştırmadan önce katılımcıya verilmesi gereken bilgileri okudum ve katılmam istenen çalışmanın kapsamını ve amacını, gönüllü olarak üzerime düşen sorumlulukları anladım. Çalışma hakkında yazılı ve sözlü açıklama yukarıda adı belirtilen araştırmacı tarafından yapıldı. Kişisel bilgilerimin özenle korunacağı konusunda yeterli güven verildi. Bu koşullarda söz konusu araştırmaya kendi isteğimle, hiçbir baskı ve telkin olmaksızın katılmayı kabul ediyorum.

Katılımcının imzası

Tarih

EK-2 Sosyo-demografik Bilgi Formu

Değerli katılımcı,
Kişisel bilgilerin doğru verilmesi çalışmadan elde edilen sonuçlar açısından büyük önem taşımaktadır.

Cinsiyet: Kadın Erkek

Yaş:

Eğitim Durumu: İlkokul Ortaokul Lise Üniversite ve üzeri

Çalışıyor musunuz?: Evet Hayır

Gelir Düzeyi: Düşük Orta Yüksek

Günlük Sosyal Medya Kullanım Süreniz Nedir?:

Hangi Sosyal Medya Aracını Kullanıyorsunuz?: Twitter Instagram

Facebook Pinterest Youtube Diğer:

Hangi Sosyal Medya Aracını En Sık Kullanıyorsunuz?: Twitter Instagram ()

Facebook Pinterest Youtube Diğer:

Fotoğraflarınıza filtre ya da photoshop uyguluyor musunuz? Evet Hayır

Sosyal Medya Kullanım Amacınız Nedir? Arkadaş Edinmek İletişim Amaçlı

Gündemi Takip Etmek Eğlence Amaçlı Diğer:

EK - 3 Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ):

		Hiç Uygun Değil	Uygun Değil	Biraz Uygun	Uygun	Tamamen Uygun
1	Dış görünüşümle ilgili kendimi rahat hissedirim.	1	2	3	4	5
2	Fotoğrafım çekilirken kendimi gergin hissedirim.	1	2	3	4	5
3	İnsanlar doğrudan bana baktıklarında gerilirim.	1	2	3	4	5

EK - 4 Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği:

Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği

Sizin için ne kadar doğru olduklarını (şu anda veya geçmişte) yansıtmak için lütfen aşağıdaki ifadeleri 1'den (kesinlikle katılmıyorum/ hiç) 7'ye (kesinlikle katılıyorum/ tamamıyla) yanıtlayın.

Hiç.....Tamamıyla

	1	2	3	4	5	6	7
1. Kilo almaktan endişe duyarım.							
2. Kilo almaktan korkarım.							
3. Şişman olursam başkaları tarafından reddedileceğimden korkarım.							

EK - 5 Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği:

Ek 1. Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği

Aşağıdaki sorular sosyal medya ile ilgili deneyiminize ilişkindir. Bu ölçek için "sosyal medya" dediğimizde fotoğraf temelli sosyal medya sitelerine ve Facebook, Snapchat, Instagram gibi uygulamalara atıfta bulunuyoruz. Tinder gibi flört web sitelerinden veya uygulamalardan bahsetmiyoruz.

Lütfen her bir ifadeyi okuyun ve bunun sizin için ne sıklıkla olacağına karar verin.

- 1 = Asla,
 2 = Neredeyse Hiçbir Zaman,
 3 = Nadiren,
 4 = Bazen,
 5 = Sıklıkla,
 6 = Neredeyse Her Zaman,
 7 = Her Zaman

No	Maddeler	Asla	Neredeyse Hiçbir Zaman	Nadiren	Bazen	Sıklıkla	Neredeyse Her Zaman	Daima
1	İnsanlar fotoğrafımı çekerken, fotoğraflar sosyal medyada paylaşılsa nasıl görüneceğimi düşünürüm.							
2	İnsanlar sosyal medyada resimlerimi gördüklerinde vücudumun belirli bölgelerinin nasıl görüneceğini düşünürüm.							
3	Yalnız olduğumda bile, bir sosyal medya resminde vücudumun nasıl görüneceğini hayal ederim.							

Ölçek İzinleri

Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) İzni:

Ölçek Kullanım İzni

Gelen Kutusu

☆

BÜŞRA TURAN

Dün

Alicılar: tayfun ▾

← ⋮

Sayın hocam merhabalar, Yakın Doğu Üniversitesi Klinik Psikoloji alanında yüksek lisans yapmaktayım. 18 yaş üstü yetişkin ve sosyal medya kullanan bireylerin sosyal medya kullanımının sosyal görünüş kaygısı ve yeme bozuklukları ile ilişkisinin incelenmesi üzerine tez yazmaktayım. Araştırmam için uyarlamasını yaptığınız Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeğini kullanabilir miyim?

T

Tayfun Dogan

10:56

Alicılar: ben ▾

← ⋮

Merhaba,
Ölçeği web sitemden indirerek kullanabilirsiniz.
İyi çalışmalar dilerim.

Tayfun Doğan
www.tayfundogan.net

07.03.2023, 21:34, "BÜŞRA TURAN" <pskbusraturan@gmail.com>:

[Alıntılanan metni göster](#)

Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeği İzni:

Ölçek İzni

Gelen Kutusu

☆

BÜŞRA TURAN

Dün

←

⋮

Alıcılar: suleymankahraman ▾

Sayın hocam merhabalar, Yakın Doğu Üniversitesi Klinik Psikoloji alanında yüksek lisans yapmaktayım. 18 yaş üstü yetişkin ve sosyal medya kullanan bireylerin sosyal medya kullanımının sosyal görünüş kaygısı ve yeme bozuklukları ile ilişkisinin incelenmesi üzerine tez yazmaktayım. Araştırmam için uyarlamasını yaptığımız Yeme Bozukluğuna İlişkin Korkular Ölçeğini kullanabilir miyim?

Süleyman KAHRAMAN

10:12

←

⋮

Alıcılar: ben ▾

Sayın Turan YBKÖ yü kullanabilirsiniz. İyi çalışmalar.

Dr. Süleyman KAHRAMAN

Gönderen: BÜŞRA TURAN <pskbusraturan@gmail.com>
Gönderildi: 7 Mart 2023 Salı 21:42
Kime: suleymankahraman@outlook.com
 <suleymankahraman@outlook.com>
Konu: Ölçek izni

Alıntılanan metni göster


Tüm iletiyi görüntüle

Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinç Ölçeği İzni:

Ölçek İzni

Gelen Kutusu

☆



BÜŞRA TURAN

Dün

←

⋮

Alicılar: bulentongoren ▾

Sayın hocam merhabalar, Yakın Doğu Üniversitesi Klinik Psikoloji alanında yüksek lisans yapmaktayım. 18 yaş üstü yetişkin ve sosyal medya kullanan bireylerin sosyal medya kullanımının sosyal görünüş kaygısı ve yeme bozuklukları ile ilişkisinin incelenmesi üzerine tez yazmaktayım. Araştırmam için uyarlamasını yaptığınız Görünümle İlişkili Sosyal Medya Ölçeğini kullanabilir miyim?

B

Bülent ÖNGÖREN

11:40

←

⋮

Alicılar: ben ▾

Kullanabilirsin. Kolay gelsin

Dr. Bülent Öngören
0252 211 57 53
Mu la Selke Keçmen Üniversitesi
Seydikemer Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
Sosyal Hizmet Bölümü

Gönderen: BÜŞRA TURAN <pskbusraturan@gmail.com>

Gönderildi: 7 Mart 2023 Salı 21:44

Kime: Bülent ÖNGÖREN

Konu: Ölçek izni

[Alıntılanan metni göster](#)

Tüm iletiyi görüntüle

Öz Geçmiş

Büşra Turan, 1 Ocak 1997 tarihinde Ağrı'da doğmuştur. İlköğretim ve ortaöğretimi Ağrı'da, lise öğrenimini ise Ankara Aydınlikevler Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nde tamamlamıştır. 2019 yılında İzmir Ekonomi Üniversitesi'nde psikoloji lisans eğitimini tamamladıktan sonra Manisa Ruh Sağlığı ve Hastalıkları Hastanesi'nde stajını tamamlamıştır. Akabinde, 2021- 2022 bahar döneminde Yakınoğu Üniversitesi klinik psikoloji yüksek lisansına başlamıştır. Yüksek lisans eğitim dönemlerinde staj programını Yakınoğu Üniversitesi Hastanesi'nde başarıyla tamamlamıştır. Aile danışmanlığı ve bilişsel davranışçı terapi eğitimini almıştır.

İntihal Rapor Oranı

SOSYAL MEDYA KULLANAN BİREYLERDE YEME
BOZUKLUKLARINA İLİŞKİN KORKULARLA GÖRÜNÜŞ KAYGISI
VE GÖRÜNÜMLE İLİŞKİLİ SOSYAL MEDYA BİLİNCİ İLİŞKİSİNİN
İNCELENMESİ

ORIGINALITY REPORT

3%
SIMILARITY INDEX

%
INTERNET SOURCES

3%
PUBLICATIONS

%
STUDENT PAPERS

Etik Kurul Onay Formu



BİLİMSEL ARAŞTIRMALAR ETİK KURULU

04.04.2023

Sayın Büşra Turan

Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu'na yapmış olduğunuz YDÜ/SB/2023/1561 proje numaralı ve **“Sosyal Medya Kullanan Bireylerde Yeme Bozukluklarına İlişkin Korkularla Görünüş Kaygısı ve Görünümle İlişkili Sosyal Medya Bilinci İlişkinin İncelenmesi”** başlıklı proje önerisi kurulumuzca değerlendirilmiş olup, etik olarak uygun bulunmuştur. Bu yazı ile birlikte, başvuru formunuzda belirttiğiniz bilgilerin dışına çıkmamak suretiyle araştırmaya başlayabilirsiniz.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'A. KIRAZ'.

Prof. Dr. Aşkın KİRAZ

Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu Koordinatörü