

RESEARCH / ARAŞTIRMA

# Gençlerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Beslenme Alışkanlıkları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

## Examining the Relationship Between Social Media Addiction and Dietary Habits among Young Adults

Özlem PERSİL-ÖZKAN<sup>1</sup>, Dilek ÖZÇELİK-ERSÜ<sup>2</sup>, Özüm Sena İRTÜRK<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Beslenme ve Diyetetik Bölümü, Balıkesir, Türkiye

<sup>2</sup>İstanbul Arel Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Beslenme ve Diyetetik Bölümü, İstanbul, Türkiye

<sup>3</sup>Acıbadem Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Beslenme ve Diyetetik Bölümü, İstanbul, Türkiye

Geliş tarihi /Received: 02.06.2023

Kabul tarihi/Accepted: 11.01.2024

Sorumlu Yazar/Corresponding Author:

Özlem Persil-Özkan, Doç. Dr.

Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi Sağlık

Bilimleri Fakültesi Beslenme ve Diyetetik

Bölümü, Balıkesir/TÜRKİYE

E-mail: ozlempersil@yahoo.com

ORCID: 0000-0003-2871-0090

Dilek ÖZÇELİK-ERSÜ, Dr. Öğr. Üyesi

ORCID: 0000-0002-0247-5347

Özüm Sena İRTÜRK, Diyetisyen

ORCID: 0009-0003-1792-1957

Bu bildiri, 10-12 Mart 2022 tarihinde gerçekleşen 5. Uluslararası Sağlık Bilimleri ve Yaşam Kongresi'nde sözel bildiri olarak sunulmuştur.

### Öz

**Amaç:** Sosyal medya ve internet bağımlılığı, artan yeme bozuklukları riski, obezite kaygısı ve kilo vermeye olan ilginin artmasıyla ilişkilidir. Bu çalışmanın amacı Beslenme ve Diyetetik öğrencilerinin sosyal medya kullanımı sırasındaki yeme davranışlarını araştırmak ve öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı ile yeme alışkanlıklarına ilişkin farkındalıkları arasındaki ilişkiyi değerlendirmektir.

**Gereç ve Yöntem:** Tanımlayıcı tipte kesitsel olan araştırmanın örneklemini, 2020-2021 eğitim-öğretim yılında Beslenme ve Diyetetik bölümünde eğitim gören 148 öğrenci oluşturmaktadır. Verilerin toplanmasında tanıtıcı bilgi formu, Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği, Yeme Farkındalığı Ölçeği-30 kullanılmıştır.

**Bulgular:** Katılımcıların yaş ortalaması  $22,36 \pm 3,5$  yıl ve %84,5'i normal vücut ağırlığına sahiptir. Katılımcıların beden kütle indeksleri ile Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Yeme Farkındalığı Ölçeği-30 arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Katılımcıların çoğunluğu Yeme Farkındalığı Ölçeği-30 alt boyut özelliklerine sahipken, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği sonuçlarına göre yarısından fazlası az bağımlı olarak belirlenmiştir. Yeme farkındalığı özelliklerine sahip katılımcılar genellikle sosyal medya kullanımında az bağımlıdır. Katılımcıların %67,6'sı sosyal medyada geçirilen sürenin uyku düzenlerini etkilemediğini belirtirken %62,8'i fiziksel aktivite düzeylerini azalttığını belirtmiştir. Sosyal medya kullanırken katılımcıların yarısı ana-ara öğün sayısı ve porsiyon miktarında değişiklik yaşamadığını, diğer yarısı ise daha sık atıştırmalık tüketimi ve dışarıdan yemek sipariş etme düşüncesine sahip olduğunu belirtmiştir.

**Sonuç:** Sosyal medya ve internet kullanımı, beslenme alışkanlıkları ve fiziksel aktivite düzeyleri üzerinde belirgin bir etkiye sahip olabilir. Genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığı, sağlıklı beslenme davranışları ve fiziksel aktivitenin önemi hakkında farkındalıklarının artırılmasının önemli olduğu düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Beslenme, sosyal medya, sosyal medya bağımlılığı.

### Abstract

**Objective:** Social media and internet addiction are associated with an increased risk of eating disorders, obesity, anxiety, and increased interest in weight loss. This study aimed to investigate the eating behaviors of Nutrition and Dietetics students during social media use and evaluate the association between students' social media addiction and their awareness of eating habits.

**Materials and Method:** The sample of the descriptive cross-sectional study consists of 148 students studying in the Nutrition and Dietetics department in the 2020-2021 academic year. Information form, the Social Media Addiction Scale, and Mindful Eating Questionnaire were used to collect data.

**Results:** The mean age of the participants was  $22.36 \pm 3.5$  years, and 84.5% had a normal body weight. There was no significant relationship between the participants' body mass indexes and the Social Media Addiction Scale and Mindful Eating Questionnaire. While the majority of the participants had the characteristics of the Mindful Eating Questionnaire sub-dimension, more than half of them were determined to be less dependent according to the results of the Social Media Addiction Scale. While 67.6% of the participants stated that the time they spent on social media did not affect their sleep patterns, 62.8% reported that they reduced their physical activity levels. While half of the participants stated that they did not experience any change in the number of main and snack meals and portion sizes while using social media, the other half stated that the idea of consuming snacks more frequently and ordering food from outside emerged.

**Conclusion:** Social media and internet use can have a significant impact on dietary habits and physical activity levels. It is thought that it is important to increase young adults' awareness of social media addiction, healthy eating behaviors, and the importance of physical activity.

**Keywords:** Nutrition, social media, social media addiction.

## 1. Giriş

İletişim alanındaki gelişmeler sayesinde bloglar, mikrobloglar, forumlar, sanal oyun ortamları, sosyal ağlar, ses ve müzik paylaşım ağları ve wikiler gibi geniş kitlelere ulaşma potansiyeli yüksek, interaktif ve manipülasyona açık "sosyal medya" adlı yeni bir medya türü ortaya çıkmıştır. Sosyal medya, kullanıcıların kendileriyle ilgili kişisel haberler paylaşabileceği, arkadaşlıklar kurabileceği, arkadaşlarıyla etkileşimde bulunabileceği, resim ve video paylaşabileceği, çeşitli etkinlikler düzenleyebileceği web sitelerini genel olarak tanımlar. Facebook, Twitter, Instagram ve YouTube gibi internet tabanlı bilgi yayma ve paylaşma platformları en popülerleri arasında yer almaktadır (1). Sosyal medya platformlarına olan ilgi sürekli artmakta olup, sosyal medya siteleri bağımlılık yaratma potansiyeline de sahiptir (2). Sosyal medya bağımlılığı genel olarak, "bilişsel, davranışsal ve duygusal alanlardaki sorunlarla karakterize edilen, kişinin yaşamındaki tüm alanları etkileyebilecek şekilde duygu durum bozuklukları, iletişim sorunları ve meşguliyet gibi çeşitli sorunlara yol açabilen psikolojik ve iletişimsel bir problemdir" (3).

Dijital 2022 raporuna göre, Türkiye'nin internet penetrasyon oranı 2022 başında toplam nüfusun %82'si olarak gerçekleşmiştir. Türkiye 2022 sosyal medya istatistiklerine göre, Ocak 2022 itibarıyla Türkiye'de 68,9 milyon sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır ve toplam nüfusun %80,8'ini temsil etmektedir. Kepios analizine göre, Türkiye'deki sosyal medya kullanıcı sayısı 2021 ile 2022 yılları arasında 8,9 milyon (%14,8) artış göstermiştir. 2022 başı itibarıyla, Facebook'un Türkiye'de 34,4 milyon, YouTube'un 57,4 milyon, Instagram'ın 52,15 milyon, TikTok'un 26,56 milyon, Facebook Messenger'ın 16,8 milyon, LinkedIn'in 12 milyon, Snapchat'in 12,9 milyon ve Twitter'ın 16,1 milyon kullanıcısı bulunmaktadır (4).

Genç yetişkinler arasında internetin ve sosyal medya kullanımının yaygın olması ve sosyal medya bağımlılığı geliştirme potansiyelleri göz önünde bulundurulduğunda, sosyal medya bağımlılığı önemli bir konu olarak ele alınmaktadır (5). Üniversiteye geçiş dönemi, yeme bozuklukları, sağlıksız beslenme davranışları gibi bazı psikolojik sorunların ortaya çıkması ve bireylerin yaşam biçiminde meydana gelen değişiklikler nedeniyle obezite riski açısından da kritik bir süreçtir (6). Davranışsal Risk Faktörü Gözetim Sistemi'ne göre, hafif şişman ve obezite oranındaki en büyük artış 18-29 yaşları arasında gerçekleşmektedir; bu nedenle, üniversite öğrencilerinin beslenme alışkanlıkları önemli bir konu olarak kabul edilmektedir (7).

İnternet bağımlılığı, kötü kontrol edilen internet kullanımı ile karakterize edilmektedir (6, 8). Uygunsuz internet kullanımı, "internet bağımlılığına" dönüşebilmektedir (9). Sosyal ağlar, internet üzerinden gerçekleştirilen uygulamalar olduğundan, internetten bağımsız düşünülemez. İnternet aracılığıyla sosyal medya platformlarına erişim sağlandığı düşünüldüğünde, internet ve sosyal medya bağımlılığının bazı yönlerden birbirine yakın değerlendirilebileceği söylenebilir. İnternet bağımlılığında görülen belirtiler, sosyal medya bağımlılığında da benzer şekilde gözlemlenmektedir (5). Sosyal ağların vazgeçilmezliği, aşırı kullanım, bağımlılık ve genel sağlığı olumsuz etkileyen bazı sağlık sorunlarına yol açabilmektedir (9-11). İnternete bağlı sorunlar arasında

kaygı, depresyon, stres, uyku bozuklukları, dikkat eksikliği ve hiperaktivite bozukluğu gibi çeşitli sağlık problemleri bulunmaktadır (12).

İnternet bağımlılığının yaşam tarzıyla ilgili çeşitli faktörler üzerinde olumsuz etkileri olduğu bildirilmektedir; düzensiz beslenme alışkanlıkları, internette geçirilen sürenin uzaması, fiziksel hareketsizlik, kısa uyku süreleri ve artan alkol ve tütün kullanımı gözlemlenebilmektedir (13). İnternet kullanımı, vücut yağ dağılımı ve vücut ağırlığındaki bazı olumsuz değişikliklerle ilişkilendirilmektedir (14). İnternet bağımlılığı, diyet kalitesinin düşmesine ve besin alımında artışa (öğünleri atlama ve daha fazla atıştırma tüketme) neden olmaktadır (13). Potansiyel internet bağımlılığı olan bireylerin, olmayanlara göre önemli ölçüde daha yüksek beden kütle indeksi (BKI) sahip olduğu ve yüksek BKI'nin internet bağımlılığı için potansiyel bir risk faktörü olduğu belirtilmiştir (11).

Üniversite eğitim ve öğretimi sürecinde, diyet özelliklerinin ve fiziksel aktivite düzeylerinin bu popülasyonu gelecekteki sağlık sorunlarına yatkın hale getirdiği öne sürülmektedir (7). Bu nedenlerle, bu popülasyonda yeme farkındalığının olması önemlidir. Yeme farkındalığının düzensiz yeme davranışını azaltarak stresi önlemede, ağırlık kaybında, obezitede ve vücut ağırlığı ile ilgili yeme bozukluklarında etkili olduğu bildirilmektedir. Ayrıca, yeme farkındalığı sorunu yeme davranışlarını ve yiyecek alımını kontrol altına almaya yardımcı olur (15), besin aşermelerini azaltır (16) ve ağırlık kontrolünün sağlanmasında rol oynar (17).

Yeme farkındalığı, 'Ne yenildiğinden çok, nasıl ve neden yeme davranışının oluştuğunu fark ederek, fiziksel açlık-tokluk kavramını içselleştirip duygu ve düşüncelerin etkisinin farkında olarak, çevresel etmenlerden etkilenmeden, besin seçimlerini yargılamadan burada ve şu anda tüketilecek olan besine odaklanarak yeme' olarak tanımlanmaktadır. Yeme davranışına verilen dikkatin artırılması, tüketilen besinin içselleştirilmesi ile besin tüketimi sırasında düşünce ve duygulara olan hassasiyetin azaltılması, daha sağlıklı besin seçimleri yapılabilmesine katkıda bulunmaktadır (18, 19).

Sorunlu internet kullanımı yaşayan bireyler, internet ile sürekli meşgul oldukları için ne kadar yediklerinin farkında olmayabilirler, öğün atlayabilirler veya sağlıksız atıştırma tüketebilirler. Farkında olmadan gerçekleştirilen bu davranışlar yeme bozukluklarına yol açabilir ve istenmeyen vücut ağırlık artışları, psikolojik ve sosyal sorunlar ortaya çıkabilir (20). Sosyal medya bağımlılığının, kişilerin günlük yaşamındaki birçok alanı etkileyerek ve kişileri bilişsel, duygusal ve ruhsal alanlarda etkileyebilen bir faktör olduğu anlaşılmaktadır (5). Sosyal medya bağımlılığının yeme davranışı bozukluğu riskinin artmasıyla ilişkili olduğu, ayrıca sosyal medyada beslenme ile ilgili paylaşımların sık okunmasının ortoreksiya nervoza eğilimi ve yeme davranışının bozulması riski ile pozitif ilişkili olduğu bildirilmektedir (21).

Bu araştırma, Beslenme ve Diyetetik Bölümü'nde öğrenim gören gençlerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını, sosyal medya kullanırken sergiledikleri yeme ve yaşam tarzı davranışlarını ve sosyal medya bağımlılık düzeylerinin yeme farkındalıkları ile ilişkisini incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir.

## 2. Materyal ve Metod

2.1. Araştırma Tipi, Yeri, Zamanı ve Evren/Örneklem Seçimi  
Tanımlayıcı tipte kesitsel olan bu araştırmanın evrenini, 2020-2021 eğitim-öğretim yılında bir vakıf üniversitesinin Beslenme ve Diyetetik bölümünde eğitim gören toplam 217 öğrenci oluşturmaktadır. Örneklem hesabında %95 güven aralığında Raosoft çevrimiçi uygulama kullanılarak 139 örneklem sayısı hesaplanmıştır. Örneklem grubu, 133 kadın (%89,9) ve 15 erkek (%10,1) toplamda 148 üniversite öğrencisinden oluşmaktadır. Araştırmaya, 18 yaşını tamamlamış, özel bir diyet uygulamayan, kronik hastalık veya yeme bozukluğu tanısı almamış ve çalışmaya katılmaya gönüllü olan bireyler dahil edilmiştir.

### 2.2. Veri Toplama Araçları

Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine ilişkin bilgiler için tanıtıcı bilgi formu, sosyal medya bağımlılık durumunun değerlendirilmesi için Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) (10) ve yeme farkındalığı değerlendirilmesi için Yeme Farkındalığı Ölçeği-30 (YFÖ-30) (18) kullanılmıştır. Araştırmanın verilerinin toplanabilmesi için hazırlanan formlar, Google Forms üzerinden katılımcılarla paylaşılmıştır ve bir kez doldurulamalarına olanak sağlanmıştır.

Tanıtıcı Bilgi Formu ile katılımcıların vücut ağırlığı (kg), boy uzunluğu (cm), BKİ (kg/m<sup>2</sup>), yaş, cinsiyet, sosyal medya kullanırken sergiledikleri yeme ve yaşam tarzı davranışları hakkında veriler toplanmıştır. Katılımcılar boy uzunluklarını ve vücut ağırlıklarını kendileri beyan etmişlerdir. BKİ ise katılımcıların boy uzunluğu ve vücut ağırlıkları kullanılarak araştırmacılar tarafından aşağıdaki formülle hesaplanmıştır.

$$BKİ (kg/m^2) = \text{Vücut Ağırlığı (kg)} / \text{Boy Uzunluğu (m}^2)$$

Katılımcıların BKİ'leri Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) BKİ sınıflandırmasına göre gruplandırılmıştır (22).

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği, Tutgun-Ünal'ın (10) geliştirdiği, sosyal medya bağımlılığını ölçmek için uygulanan bir ölçektir. 5'li likert tipindeki ölçek 41 madde ve 4 faktörden (Meşguliyet, Duygu Durum Düzenleme, Tekrarlama ve Çatışma) oluşmaktadır. SMBÖ'den alınabilecek en düşük toplam puan 41, en yüksek toplam puan ise 205'tir. Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği'nin toplamında ortaya çıkan 0,967 Cronbach Alfa değeri yüksek derecede güvenilirliği göstermektedir. Ölçekte "Meşguliyet" boyutu ile ilgili 12 madde sosyal medyanın kişiyi meşgul etme etkisini ölçmektedir. "Duygu Durum Düzenleme" boyutu ile ilgili 5 madde sosyal medyanın kişinin duygularını etkilemesini ölçmektedir. "Tekrarlama" boyutu ile ilgili 5 madde kişinin sosyal medya kullanımını denetim altına alamaması, aynı dozda kullanımının tekrarlamasını ölçmektedir. "Çatışma" boyutu ile ilgili 19 madde sosyal medyanın kişinin hayatında olumsuz sonuçlara yol açmaya etkisini ölçmektedir.

Bu çalışmanın verileri değerlendirildiğinde SMBÖ'nün toplamında ortaya çıkan 0,962 Cronbach Alfa değeri yüksek derecede güvenilirliği göstermektedir.

Yeme Farkındalığı Ölçeği-30, Gizem Köse ve arkadaşları (18) tarafından Türkçe'ye uyarlanmıştır. 5'li likert tipindeki bu ölçek 30 madde ve 7 faktörden (Düşünmeden Yeme, Duygusal Yeme, Yeme Kontrolü, Farkındalık, Yeme

Disiplini, Bilinçli Beslenme ve Enterferans) oluşmaktadır. Ölçek puanlanırken alt boyutların ve toplam puanın aritmetik ortalaması alınmaktadır. Ölçeğin her bir alt boyutundan alınan 3 ve üzeri puan bireyin ilgili alt boyutun değerlendirdiği özelliğe sahip olduğunu göstermektedir. Ölçek ayrıca toplam yeme farkındalığı puanı vermektedir. YFÖ-30 ölçeğinde Cronbach alfa değeri 0,733 olarak bulunmuştur. Ölçekte "Düşünmeden Yeme" boyutu ile ilgili 5 madde, "Duygusal Yeme" boyutu ile ilgili 5 madde, "Yeme Kontrolü" ile ilgili 4 madde, "Farkındalık boyutu" ile ilgili 5 madde, "Yeme Disiplini" ile ilgili 4 madde, "Bilinçli Beslenme" ile ilgili 5 madde, "Enterferans" (Dış etmenlerden etkilenme) ile ilgili 2 madde bulunmaktadır.

Bu çalışmanın verileri değerlendirildiğinde YFÖ-30 ölçeğinin Cronbach Alfa değeri 0,826 olarak bulunmuştur.

### 2.3. İstatistiksel Analiz

Verilerin istatistiksel analizi SPSS 23.0 programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Normal dağılıma uygunluk, çarpıklık, basıklık değerleri, Kolmogorov Smirnov testi, histogram ve Q-Q grafik yöntemi ile değerlendirilmiştir. Normal dağılım varsayımlarının yerine getirilmesi sonucunda, analizlerde parametrik testler kullanılmıştır. Araştırmaya katılanların özelliklerinin değerlendirilmesinde, normal dağılıma sahip sayısal değişkenler için ortalama, standart sapma ve minimum-maksimum değerler alınmıştır. Ölçeklerin alt boyutlarına ait sıklık dağılımları, sayı ve yüzde olarak sunulmuştur. Ek olarak, SMBÖ ve YFÖ-30 ölçeklerine ait toplam puan ve alt boyut ortalama puanları için de ortalama, standart sapma ve minimum-maksimum değerler kullanılmıştır. Kategorik değişkenler arasındaki ilişkilerin belirlenmesinde ki-kare testi kullanılmıştır. İstatistiksel testlerde güven aralığı olarak %95 seçilmiş ve p<0,05 değeri anlamlılık düzeyi olarak kabul edilmiştir.

### 2.4. Araştırmanın Etik Yönü

Bu çalışma için T.C. İstanbul Arel Üniversitesi Etik Kurulu'ndan 05.07.2021 tarih ve 2021/10 sayılı "Etik Kurul Onayı" alınmıştır. Her katılımcı, araştırma başlangıcında Helsinki Bildirgesi'ne uygun şekilde gönüllü onam formunu okuyup imzalamıştır.

## 3. Bulgular

Katılımcılara ait özelliklerin ortalama, standart sapma, minimum ve maksimum değerleri Tablo 1'de verilmiştir. Katılımcıların yaş ortalaması 22,36±3,5 yıl, BKİ ise ortalama 19,87±1,8 kg/m<sup>2</sup> olarak saptanmıştır. Bireylerin ortalama uyku süresi ise 7,78±1,4 saattir. Örneklem %89,9'u (s=133) kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcılar DSÖ'nün BKİ sınıflamasına göre; %84,5'i (s=125) normal vücut ağırlığına sahiptir ve %15,5 (s=23) zayıftır. Katılımcıların SMBÖ ve YFÖ-30 ile BKİ, vücut ağırlığı, günlük toplam uyku saati arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı belirlenmiştir (p>0,05).

**Tablo 1. Katılımcılara Ait Özelliklerin Ortalama, Standart Sapma, Minimum ve Maksimum Değerleri**

	Sayı	Ortalama±Standart Sapma	Minimum-Maksimum	
Katılımcılara Ait Özellikler	Yaş (yıl)	148	22,4±3,5	18-23
	BKİ (kg/m <sup>2</sup> )	148	19,9±1,8	17,7-24
	Günlük toplam uyku (saat)	148	7,8±1,4	5-12

BKİ; Beden kütlesi indeksi.

**Tablo 2. Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği ve Yeme Farkındalığı 30 Ölçeği Toplam Puan ve Alt Boyut Puanlarının Ortalama Ve Standart Sapma Değerleri İle Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeğine Göre Bağımlılık Düzeylerinin Dağılımları**

	Ortalama±Standart Sapma	Minimum-Maksimum	Bağımlılık Yok		Az Bağımlı		Orta Bağımlı		Yüksek Bağımlı		Çok Yüksek Bağımlı	
			Sayı (%)	Sayı (%)	Sayı (%)	Sayı (%)	Sayı (%)	Sayı (%)				
<b>SMBÖ Toplam</b>	90,03±27,9	41-205	41(27,7)	75(50,7)	26(17,6)	4(2,7)	2(1,4)					
<b>Meşguliyet</b>	33,73±10,4	12-60	21(14,2)	36(24,3)	53(35,8)	35(23,6)	3(2,0)					
<b>Duygu-Durum Değerlendirme</b>	12,84±5,1	5-25	37(25)	33(22,3)	42(28,4)	24(16,2)	12(8,1)					
<b>Tekrarlama</b>	9,74±4,8	5-25	75(50,7)	33(22,3)	27(18,2)	9(6,1)	4(2,7)					
<b>Çatışma</b>	33,72±14,0	19-95	95(64,2)	31(20,9)	16(10,8)	5(3,4)	1(0,7)					
			Alt Boyut Özelliğine Sahip Olan	Alt Boyut Özelliğine Sahip Olmayan								
<b>YFÖ-30 Toplam Puan</b>	104,98±14,0	67-139										
<b>Düşünmeden Yeme</b>	17,97±4,0	5-25	122(82,4)	26(17,6)								
<b>Duygusal Yeme</b>	17,55±5,1	5-25	108(73)	40(27)								
<b>Yeme Kontrolü</b>	15,58±3,4	5-20	131(88,5)	17(11,5)								
<b>Farkındalık</b>	15,86±2,0	11-21	114(77)	34(23)								
<b>Yeme Disiplini</b>	13,32±3,2	5-20	108(73)	40(27)								
<b>Bilinçli Beslenme</b>	17,16±2,7	10-24	126(85,1)	22(14,9)								
<b>Dış Etmenlerden Etkilenme</b>	7,54±1,8	2-10	130(87,8)	18(12,2)								

YFÖ; Yeme Farkındalığı Ölçeği, SMBÖ; Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği.

**Tablo 3. Yeme Farkındalığı Ölçeği Alt Boyut Özelliklerini Karşılayanların Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeğine Göre Bağımlılık Durumlarının Dağılımı**

YFÖ-30 Alt Boyutlar		SMBÖ Genel			χ <sup>2</sup>	p*
		Bağımlılık Yok	Az Bağımlı	Orta ve Üstü Bağımlı		
		Sayı (yüzde)	Sayı (yüzde)	Sayı (yüzde)		
<b>Düşünmeden Yeme</b>	Alt Boyut Özelliğine Sahip Olan	37(30,3)	59(48,4)	26(21,3)	2,493	0,288
	Alt Boyut Özelliğine Sahip Olmayan	4(15,4)	16(61,5)	6(23,1)		
<b>Duygusal Yeme</b>	Alt Boyut Özelliğine Sahip Olan	34(31,5)	51(47,2)	23(21,3)	3,020	0,221
	Alt Boyut Özelliğine Sahip Olmayan	7(17,5)	24(60,0)	9(22,5)		
<b>Yeme Kontrolü</b>	Alt Boyut Özelliğine Sahip Olan	37(28,2)	67(51,1)	27(20,6)	0,709	0,701
	Alt Boyut Özelliğine Sahip Olmayan	4(23,5)	8(47,1)	5(29,4)		
<b>Farkındalık</b>	Alt Boyut Özelliğine Sahip Olan	34(29,8)	57(50,0)	23(20,2)	1,331	0,514
	Alt Boyut Özelliğine Sahip Olmayan	7(20,6)	18(52,9)	9(26,5)		
<b>Yeme Disiplini</b>	Alt Boyut Özelliğine Sahip Olan	35(32,4)	51(47,2)	22(20,4)	4,423	0,110
	Alt Boyut Özelliğine Sahip Olmayan	6(15,0)	24(60,0)	10(25,0)		
<b>Bilinçli Beslenme</b>	Alt Boyut Özelliğine Sahip Olan	37(29,4)	66(52,4)	23(18,3)	5,778	0,056
	Alt Boyut Özelliğine Sahip Olmayan	4(18,2)	9(40,9)	9(40,9)		
<b>Dış Etmenlerden Etkilenme</b>	Alt Boyut Özelliğine Sahip Olan	38(29,2)	65(50,0)	27(20,8)	1,356	0,508
	Alt Boyut Özelliğine Sahip Olmayan	3(16,7)	10(55,6)	5(27,8)		

χ<sup>2</sup>:Ki-kare \*Bekllenen hücre sayısı 5'ten küçük olanların sayısı %20'den küçük ve eşit olma durumunda olasılık değeri pearson ki-kare, büyük olma durumunda exact olasılık değeri kullanılmıştır.YFÖ; Yeme Farkındalığı Ölçeği, SMBÖ; Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği.

Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği ve Yeme Farkındalığı Ölçeği toplam puan ve alt boyut puanlarının ortalama ve standart sapma değerleri ile SMBÖ'ne göre bağımlılık düzeylerinin dağılımları Tablo 2'de verilmiştir. YFÖ-30 ölçeği 7 alt boyuttan (Düşünmeden Yeme, Duygusal Yeme, Yeme Kontrolü, Farkındalık, Yeme Disiplini, Bilinçli Beslenme ve Enterferans) oluşmaktadır. Ölçeğin her bir alt boyutundan alınan 3 ve üzeri puan bireyin ilgili alt boyutun değerlendirdiği özelliğe sahip olduğunu göstermektedir. Katılımcıların çoğunun YFÖ-30 alt boyut özelliklerine sahip olduğu saptanmıştır. Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği sonuçlarına göre ise çalışmaya katılan bireylerin %50,7'si az bağımlı olarak tespit edilmiştir. Aynı ölçeğin alt boyut özelliklerine bakıldığında ise meşguliyet ve duygu-durum değerlendirme alt boyutlarında orta bağımlı, tekrarlama ve çatışma alt boyutlarında ise bağımlılık olmadığı gösterilmiştir.

Yeme farkındalığı ölçeği alt boyut özelliklerini karşılayanların SMBÖ'ne göre bağımlılık durumlarının dağılımı Tablo 3'te verilmiştir. Çalışmada YFÖ-30 alt boyut özelliklerine sahip olan bireylerin SMBÖ'ne göre az bağımlı olduğu gösterilmiştir ancak aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır (p>0,05).

Katılımcıların sosyal medya kullanım farklılıkları ile ilgili özelliklerine ve sosyal medya etkisi ile denedikleri besinlere göre dağılımları Tablo 4'te verilmiştir. Katılımcıların %54,7'si sosyal medyada 3 saatten fazla vakit geçirmektedir. En çok kullanılan sosyal medya uygulaması Instagram'dır (%72,3). Katılımcıların %81,1'i sosyal medyada sağlıklı beslenmeye ilgili konuları takip etmektedir. Sağlıklı beslenme ile ilişkili zaman geçirilen sosyal medya uygulamalarında, Instagram (%72,3), Google (%70,9) ve YouTube (%48,6) en popüler

**Tablo 4. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Farklılıkları İle İlgili Özelliklerine Ve Sosyal Medya Etkisi ile Denedikleri Besinlere Göre Dağılımları**

	Sayı	Yüzde (%)	
<b>Sosyal medyadan takip edilen beslenme ilişkili konular</b>	Sağlıklı beslenmeyle ilgili	120	81,1
	Zayıflama ile ilgili	57	38,5
	Yemek tarifleri	102	68,9
	Diyet yemek tarifleri/diyet atıştırılmalık tarifleri	88	59,5
	Sporcu beslenmesi	2	1,4
<b>Sosyal Medyada Günlük Geçirilen Süre</b>	1 saatten az	10	6,8
	1-3 saat arası	57	38,5
	4-6 saat arası	65	43,9
	7 saatten fazla	16	10,8
<b>Sosyal Medyada geçirilen sürenin uyku düzenine etkisi</b>	Etkisi yok	100	67,6
	Daha az uyku	45	30,4
	Daha fazla uyku	3	2
<b>Sosyal Medyada geçirilen sürenin fiziksel aktiviteye etkisi</b>	Etkisi yok	48	32,4
	Daha az aktivite	93	62,8
	Daha fazla aktivite	7	4,8
<b>Sağlıklı beslenme ile ilişkili zaman geçirilen sosyal medya uygulamaları</b>	Instagram	107	72,3
	Facebook	3	2
	Twitter	8	5,4
	Youtube	72	48,6
	Google	105	70,9
	Online gazete/dergi	49	33,1
	Forumlar	18	12,2
	Kişisel Bloglar	28	18,9
	Kinoa	13	8,8
<b>Sosyal Medya Etkisi ile denenilen besinler/ürünler</b>	Avokado	35	23,6
	Probiyotik Yoğurt	12	8,1
	Protein Bar	29	19,6
	Besin destekleri	9	6,1
	Hindistan cevizi yağı	28	18,9
	Chia tohumu	25	16,9
	Zayıflama çayı	3	2
	Detox suları	21	14,2
	Enerji içecekleri	1	0,7
	Glutensiz ürünler	20	13,5
	Şekersiz diyet ürünler	39	26,4
	Detox suları	32	21,6
	Zayıflama çayları	14	9,5
<b>Sosyal medyada katılımcıların en çok dikkatini çeken ürünler</b>	Probiyotikli yoğurtlar	32	21,6
	Proteinli bar	45	30,4
	Şekerli/şekersiz gazlı içecek	12	8,1
	Çikolata/gofret/bisküvi vb.	51	34,5
	Fast food	54	36,5
	Diğer	10	6,8

olarak öne çıkmaktadır. Katılımcıların %67,6'sı sosyal medyada geçirilen sürenin uyku düzenlerini etkilemediğini belirtirken %62,8'i fiziksel aktivite düzeylerini azalttığını belirtmiştir. Katılımcıların sosyal medya etkisi ile en sık denedikleri ilk 3 besin sırasıyla şekersiz diyet ürünleri (%26,4), avokado (%23,6) ve protein barlar (%19)'dur. En çok dikkat çeken ürünler ise fast food (%36,5), çikolata/

gofret/bisküvi vb. (%34,5) ve proteinli barlar (%30,4) olarak belirtilmiştir.

Katılımcıların sosyal medya kullanılan süre boyunca beslenme davranışında ve tüketilen besinlerde görülen değişiklikler Tablo 5'te verilmiştir. Buna göre bireylerin yarısında atıştırılmalık tüketimi ve dışarıdan yemek sipariş

**Tablo 5. Sosyal Medya Kullanılan Süre Boyunca Beslenme Davranışında ve Tüketilen Besinlerde Görülen Değişiklikler**

	Arttı		Azaldı		Değişiklik Yok		
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	
<b>Beslenme Davranışında Görülen Değişiklikler</b>	Atıştırma yapma düşüncesi	78	52,7	8	5,4	62	41,9
	Sağlıklı beslenmeye özen gösterme	47	31,8	27	18,2	74	50,0
	Paketli besin tüketimi	52	35,1	18	12,2	78	52,7
	Dışardan yemek sipariş etme	74	50,0	13	8,8	61	41,2
	Tüketilen öğün sayısı	27	18,2	18	12,2	103	69,6
	Ara Öğün Tüketme Durumu	27	18,2	19	12,8	102	68,9
	Tüketilen porsiyon miktarı	19	12,8	14	9,5	115	77,7
<b>Tüketilen Besinlerde Görülen Değişiklikler</b>	Yağlı Tohum	34	23,0	1	0,7	109	73,6
	Hamur işi	60	40,5	11	7,3	74	50,0
	Makarna/pirinç/bulgur	21	14,2	10	6,8	116	78,4
	Pizza	38	25,7	11	7,4	92	62,2
	Paketli tuzlu besinler	35	23,6	17	11,5	90	60,8
	Paketli tatlı besinler	55	37,2	11	7,4	78	52,7
	Cips/patlamış mısır ve vb.	49	33,1	11	7,4	78	52,7
	Şeker tüketimi	33	22,3	17	11,5	89	60,1
	Kahve	75	50,7	4	2,7	65	43,9
	Siyah çay	44	29,7	2	1,4	96	64,9
	Bitki çayı	42	28,4	7	4,7	92	62,2
	Meyve suyu	12	8,1	18	12,2	96	64,9
	Kola/gazoz	21	14,2	17	11,5	84	56,8

etme düşüncesi artmıştır. Sosyal medya kullanılan sürede bireylerin %50,7'sinde kahve tüketimi artarken diğer besinlerde önemli bir değişiklik bulunmamıştır.

#### 4. Tartışma

Araştırma bulguları incelendiğinde, katılımcıların yarısından fazlası SMBÖ'ye göre düşük bağımlılık seviyesine sahipti, aynı zamanda meşguliyet ve duygudurum değerlendirme alt boyutlarında orta düzeyde bağımlı oldukları belirlendi. Bu çalışma, katılımcıların çoğunluğunun YFÖ-30 alt boyutlarından olan bilinçli beslenme, farkındalık, yeme kontrolü, yeme disiplini, düşünmeden yeme ve duygusal yeme gibi özellikleri karşıladıklarını göstermektedir. Bu da katılımcıların yeme alışkanlıkları ve beslenme tutumları konusunda belirli bir düzeyde farkındalık ve kontrol sahibi olduklarını düşündürmektedir. Yeme farkındalığı ölçeği alt boyut özelliklerini karşılayanlar SMBÖ'ye göre az bağımlı olarak belirlendi ancak aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki görülmedi.

Katılımcıların büyük çoğunluğu (%84,5) DSÖ'nün BKİ sınıflandırmasına göre normal vücut ağırlığına sahipti. Bu sonucun katılımcıların tamamının beslenme ve diyetetik bölümünde öğrenim gören öğrencilerden oluşmasından kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Zira üniversite öğrencileri ile yapılan bir çalışmada, potansiyel internet bağımlılığı olan öğrencilerin BKİ değerlerinin daha yüksek olduğu görülmüştür (6). Bu çalışmada, katılımcıların BKİ değerleri incelendiğinde fazla kilolu ve obez sınıfında bulunan katılımcı yoktu, bununla birlikte SMBÖ ve BKİ arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmedi. Alpaslan ve arkadaşları (11), adolesanlarla gerçekleştirdikleri çalışmada, internet bağımlılığı olan ve olmayan gruplar arasında BKİ açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunduğunu bildirmişlerdir. Bir meta-analiz çalışmasında, cep telefonu ve internetin aşırı ve bağımlılık yapıcı

kullanımı nedeniyle fiziksel aktivitenin azaldığı ve fazla kilolu olma potansiyelinin arttığı belirlenmiştir (23). Eliaçık ve arkadaşları (20) tarafından yapılan çalışmanın sonuçları, internet bağımlılığı ve daha az fiziksel aktivite ile obezite olasılığının artması arasında bir ilişki olduğunu göstermiştir. Mevcut çalışmamızda, sosyal medyada geçirilen sürenin fiziksel aktivite üzerindeki etkisini incelediğimizde, literatürle uyumlu olarak, katılımcıların çoğunluğunun (%62,8) daha az fiziksel aktivite yaptıklarını ifade ettikleri görülmektedir.

Bu çalışmada, katılımcıların sosyal medyada geçirdikleri süreler bakıldığında, %43,9'unun 4-6 saat ve %38,5'inin 1-3 saat arasında zaman harcadığı görülmektedir. Benzer şekilde, Kartal ve Ayhan (6) tarafından yapılan bir çalışmada, potansiyel internet bağımlısı olan öğrencilerin ortalama 4,5 saat ile normal internet kullanıcılarına kıyasla daha uzun süre internet üzerinde vakit geçirdikleri tespit edilmiştir. Tutgun-Ünal ve Deniz (24) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada, sosyal medyayı 3 saatten fazla kullanan bireylerin, daha az kullananlara göre sosyal medya kullanımında süreklilik sağladığı belirtilmiştir. İnternet kullanımı ile fazla kilolu ve obez olma arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla yapılan bir sistematik derleme ve meta-analiz çalışması, en yüksek internet kullanımının (günde  $\geq 5$  saat) en düşük düzeye kıyasla fazla kilolu ve obez olma olasılığını anlamlı şekilde artırdığını göstermiştir. İnternet kullanıcılarının fazla kilolu veya obez olma olasılığının %47 daha yüksek olduğu, ayrıca, her ek 1 saatlik internet kullanımının fazla kilolu ve obez olma olasılığını %8 artırdığı belirlenmiştir (12).

Çalışmamızda katılımcıların çoğunluğu, sosyal medyada geçirilen sürenin uyku düzenlerine etkisi olmadığını bildirdiği ve günlük uyku saatleri ortalamasına bakıldığında da sorun olmadığı görülmektedir. Adolesanlarla yapılan bir çalışmada (25), internet bağımlılığı ile uyku sürelerinin

azalması anlamlı olarak ilişkiliyken, mevcut çalışmamızda anlamlı bir ilişki yoktur. Başka bir çalışmanın sonuçlarına göre, yüksek riskli internet kullanıcıları, hiç risk taşımayan internet kullanıcılarına kıyasla daha düzensiz uyku saatleri ve uyku bozuklukları yaşadıkları bildirilmiştir (26).

Çalışmamızda katılımcıların sosyal medya kullanım farklılıklarına ve ilgi alanlarına göre sosyal medyada en sık takip ettikleri konu başlığı sağlıklı beslenmeyle ilgili konulardır. Ayrıca, sosyal medyada sağlıklı beslenme ile ilişkili zaman geçirilen uygulamalar arasında sırasıyla Instagram, Google ve YouTube en sık kullanılanlardı. Sosyal medyada takip edilen beslenme ile ilişkili konular arasında sağlıklı beslenme ile ilgili konular, yemek tarifleri ve diyet yemek tarifleri/diyet atıştırma tarifleri ilk üçte yer almaktaydı. Tutgun-Ünal ve Deniz (24) tarafından gerçekleştirilen bir çalışmada, Z kuşağı (2000 ve sonrası doğumlu) tarafından en çok kullanılan uygulamanın Instagram olduğu ve ikinci sırada YouTube'un yer aldığı bildirilmiştir, bu da mevcut çalışmamızın sonuçlarıyla benzerdir. Ancak, çalışmamızda yemek tarifleri ve diyet yemek tarifleri/diyet atıştırma tarifleri ilgili konular, sosyal medyada takip edilen başlıklar arasında ilk sıralardayken, Tutgun-Ünal ve Deniz (24) tarafından yapılan çalışmada, Z kuşağının yemek tarifleri ile ilgili konulara yönelik beğenilerinin az olduğu belirtilmiştir. Bu iki araştırmanın farklı sonuçlara sahip olmasının nedeni, çalışmamızdaki katılımcıların Beslenme ve Diyetetik lisans eğitimi alan öğrenciler olması olarak düşünülmektedir. Ayrıca, sosyal medyanın beslenme üzerindeki etkisini inceleyen bir çalışmada, yetişkinlerin sosyal medyada gördükleri sağlıklı tariflerden etkilendikleri belirlenmiştir (27). Instagram, yemek fotoğrafları paylaşma ve istenen kişileri takip etme gibi özellikleri sayesinde kullanıcıları düzenli olarak belirli görüntülere maruz bırakmakta ve sağlıklı beslenme içeriklerinin paylaşılması, insanları etkileyebilmektedir (21, 28). Yurtdaş-Depboylu ve arkadaşları (21), adolesanlarda sosyal medya bağımlılığı arttıkça ortoreksiya nervoza eğiliminin de arttığını bildirmişlerdir. Üniversite öğrencileri ile yapılan başka bir çalışmada, internet bağımlılık düzeyi arttıkça yeme bozuklukları riski, obezite kaygısı ve kilo vermeye aşırı ilginin de aynı anda arttığı bildirilmiştir (29).

Bu çalışmada, sosyal medya kullanım süresi boyunca beslenme davranışlarında ve tüketilen besinlerde görülen değişiklikleri incelediğimizde, katılımcıların yarısından fazlası öğün sayısı, ara öğün tüketimi ve porsiyon miktarında değişiklik yaşamadığını ifade etti. Bu sonuçların, katılımcıların çoğunluğunun bilinçli beslenme, farkındalık, yeme kontrolü ve yeme disiplini gibi YFÖ' nün alt boyut özelliklerine sahip olmasından kaynaklanabileceği düşünülmektedir. Bununla birlikte, katılımcıların yarısı atıştırma tüketiminin ve dışarıdan yemek sipariş etme düşüncesinin arttığını ifade etti.

Kim ve arkadaşları (13) tarafından yapılan bir çalışmada, yüksek riskli internet kullanıcılarının daha küçük öğünler yediği, daha az iştahlı olduğu, öğün atlama sıklığının daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, yüksek riskli internet kullanıcılarının önerilen besin gruplarını yetersiz tüketirken, yağlı, kızartılmış, tuzlu ve şekerli yiyecekleri fazla tükettikleri belirlenmiştir. Çalışmamızda da sosyal medya kullanılan süre boyunca beslenme davranışında ve tüketilen besinlerde görülen değişiklikler incelendiğinde katılımcıların yarısından fazlası benzer şekilde daha sık atıştırma düşünceleri olduğunu ifade etti. Katılımcıların

sosyal medya etkisiyle en çok dikkatini çeken ürünler arasında ilk üçte sırasıyla fast food, çikolata/gofret/bisküvi vb., protein barlar olmasına rağmen sosyal medya etkisiyle en sık denedikleri ilk üç besin sırasıyla şekerli diyet ürünleri, avokado ve protein barlar idi. Katılımcıların Beslenme ve Diyetetik bölümü lisans öğrencisi olmaları ve yeme farkındalıklarının yüksek olması bu sonucun ortaya çıkmasında etkili olduğu düşünülmektedir. Benzer şekilde sağlık yüksekokulu öğrencilerinin yeme farkındalığı durumlarının değerlendirildiği bir başka çalışmada Beslenme ve Diyetetik bölümü öğrencilerinin hemşirelik bölümü öğrencilerine göre daha düşük BKİ ortalamasına sahip olduğu, bu durumun Beslenme ve Diyetetik öğrencilerinin ortalama YFÖ-30 puanının daha yüksek olmasından kaynaklanıyor olabileceği bildirilmiştir (30).

Byun ve arkadaşları (31)'nin çalışmasında, uzun süreli internet kullanımının şekerli içecek, fast food ve sağlıksız atıştırma tüketimini artırdığı, meyve ve sebze tüketimini azalttığı bildirilmiştir. Sampasa-Kanyinga ve arkadaşları (32) adolesanlarda yaptıkları çalışmanın sonucunda, sosyal medya kullanılmasıyla kahvaltının atlandığını ve enerji içeceği tüketiminin arttığını belirlemişlerdir. Ayrıca sosyal medya maruziyeti ile günlük şeker ve kafein alımı (33), şekerli içecekler, şekerlemeler ve kızartmaların tüketim sıklığı (34) arasında doz-bağımlı bir ilişki olduğunu bildirilmiştir. Çalışmamızın sonuçlarına göre, sosyal medya kullanım süresi boyunca bireylerin %50,7'sinde kahve tüketimi artarken, diğer besinlerin tüketim durumunda önemli bir değişiklik yoktu.

Bu çalışmanın bazı kısıtlılıkları bulunmaktadır. İlk olarak, çalışmanın kesitsel tipte ve katılımcı sayısının sınırlı olması nedeniyle farklı özelliklere sahip bir grupta sonuçları karşılaştırmak mümkün olmamıştır. İkinci olarak, katılımcılar ankete kendi kendilerine cevap vermişlerdir ve Beslenme ve Diyetetik öğrencileri olmaları nedeniyle beslenme davranışları farklı olsa bile doğru davranışın hangisi olduğunu bildikleri için verdikleri cevapların bu durumdan etkilenebileceği ihtimali göz önünde bulundurulmalıdır.

## 5. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmanın sonuçlarına göre, katılımcıların yeme farkındalığı yüksek olmasına rağmen yarısı sosyal medya kullandıkları süre boyunca atıştırma tüketiminin ve dışarıdan yemek sipariş etme düşüncesinin arttığını ifade etmektedir. Ayrıca sosyal medyada geçirilen sürenin daha az fiziksel aktivite yapmaya neden olduğu görülmektedir. Gençler arasında sosyal medya ve internetin popülerliği göz önüne alındığında, gençlerin sosyal medya bağımlılığı, sağlıklı beslenme davranışları ve fiziksel aktivitenin önemi hakkında farkındalıklarının artırılmasının önemli olduğu düşünülmektedir.

## 6. Alana Katkı

Sosyal medya ve internet bağımlılığının artması, yeme bozukluklarına, obezite korkusuna ve kilo verme eğilimine yol açabilmektedir. Bu durum, sosyal medya ve internetin dengeli ve bilinçli bir şekilde kullanılmasının önemini göstermektedir. Çalışmanın sonuçlarına göre, sosyal medyanın en çok takip edilen konuları arasında yemek tarifleri ve diyet yemek/atıştırma tarifleri bulunurken, kullanıcıların en çok ilgisini çeken ürünler fast food ve çikolata, gofret, bisküvi gibi atıştırma ürünlerdir. Sosyal medya ve internetin özellikle gençler arasında popüler

olduğu dikkate alındığında, sosyal medya bağımlılığına karşı, gençlerin beslenme alışkanlıkları ve fiziksel aktivite düzeyleri dikkatli bir şekilde değerlendirilmelidir.

### Araştırmanın Etik Yönü

Bu çalışma için T.C. İstanbul Arel Üniversitesi Etik Kurulu'ndan 05.07.2021 tarih ve 2021/10 sayılı "Etik Kurul Onayı" alınmıştır. Her katılımcı, araştırma başlangıcında Helsinki Bildirgesi'ne uygun şekilde gönüllü onam formunu okuyup imzalamıştır.

### Çıkar Çatışması

Bu makalede herhangi bir nakdi/aynı yardım alınmamıştır. Herhangi bir kişi ve/veya kurum ile ilgili çıkar çatışması yoktur.

### Yazar Katkısı

**Fikir/Kavram:** ÖPÖ, ÖSİ; **Tasarım:** ÖPÖ, ÖSİ; **Denetleme:** ÖPÖ, ÖSİ, DÖE; **Kaynak ve Fon Sağlama:** ÖPÖ, ÖSİ, DÖE; **Malzemeler:** - ; **Veri Toplama ve/veya İşleme:** ÖPÖ, ÖSİ, DÖE; **Analiz/Yorum:** ÖPÖ, ÖSİ; **Literatür Taraması:** ÖPÖ, ÖSİ, DÖE; **Makale Yazımı:** ÖPÖ, ÖSİ, DÖE; **Eleştirel İnceleme:** ÖPÖ, ÖSİ, DÖE.

### References

1. Uluç G, Yarıç A. Sosyal medya kültürü. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 2017; (52), 88-102.
2. Aygür BB, Uzun B. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'nin geliştirilmesi: Geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları. Addicta: The Turkish Journal on Addictions. 2018; 5(3), 1-19. DOI: 10.15805/addicta.2018.5.3.0046.
3. Ünlü F. Orta yaş üstü bireylerde sosyal medya bağımlılığı ve sosyal izolasyon. PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi. 2018; 4(1), 161-172.
4. Datareportal.com [Internet]. Turkey: Digital 2022: 2023 [cited 2023 May 26]. Available from: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-turkey>.
5. Özdemir Z. Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı. Beykoz Akademi Dergisi. 2019; 7(2), 91-105. DOI: 10.14514/BYK.m.26515393.2019.7.2.91-105.
6. Tayhan Kartal F, Yabancı Ayhan N. Relationship between eating disorders and internet and smartphone addiction in college students. Eat Weight Disord. 2021; 26(6), 1853-1862. DOI: 10.1007/s40519-020-01027-x.
7. Racette SB, Deusinger SS, Strube MJ, Highstein GR, Deusinger RH. Weight Changes, Exercise, and Dietary Patterns During Freshman and Sophomore Years of College. J Am Coll Health Assoc. 2005; 53(6), 245-251. DOI: 10.3200/JACH.53.6.245-251.
8. Minaz A, Bozkurt ÖÇ. Üniversite Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılık Düzeylerinin ve Kullanım Amaçlarının Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 2017; 9 (21), 268-286. DOI: 10.20875/makusobed.306903.
9. Odacı H, Kalkan M. Problematic Internet use, loneliness and dating anxiety among young adult university students. Comput Educ. 2010; 55 (3), 1091-1097. DOI: 10.1016/j.compedu.2010.05.006.
10. Tutgun Ünal A. Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Ana Bilim Dalı Bilişim Bilim Dalı; 2015.
11. Alpaslan AH, Koçak U, Avcı K, Uzel TH. The association between internet addiction and disordered eating attitudes among Turkish high school students. Eating and Weight Disorders-Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity. 2015; 20, 441-448. DOI:10.1007/s40519-015-0197-9.

12. Aghasi M, Matinfar A, Golzarand M, Salari-Moghaddam A, Ebrahimpour-Koujan S. Internet Use in Relation to Overweight and Obesity: A Systematic Review and Meta-Analysis of Cross-Sectional Studies. Adv Nutr. 2020; 11(2), 349-356. DOI: 10.1093/advances/nmz073.
13. Kim Y, Park JY, Kim SB, Jung IK, Lim YS, Kim JH. The effects of Internet addiction on the lifestyle and dietary behavior of Korean adolescents. Nutr Res Pract. 2010; 4 (1), 51-57. DOI: 10.4162/nrp.2010.4.1.51.
14. Barrense-Dias, Y, Berchtold A, Akre C, Suris JC. The relation between internet use and overweight among adolescents: a longitudinal study in Switzerland. Int J Obes. 2016; 40(1), 45-50. DOI: 10.1038/ijo.2015.146.
15. Özkan N, Bilici S. Yeme Davranışında Yeni Yaklaşımlar: Sezgisel Yeme ve Yeme Farkındalığı. Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi. 2018; 3 (2), 16-24.
16. Thewissen R, Raes L. Dealing with problematic eating behavior: The effects of a mindfulness-based intervention on eating behavior, food cravings, dichotomous thinking and body image concern. Appetite. 2012; 58: 847-851. DOI: 10.1016/j.appet.2012.01.009.
17. Forman EM, Butryn ML, Hoffman KL, Herbert JD. An open trial of an acceptance-based behavioral intervention for weight loss. Cogn Behav Pract. 2009; 16 (2): 223-235. Evan M., Meghan L. Butryn, Kimberly L. Hoffman, James D. Herbert
18. Köse G, Tayfur M, Birincioğlu İ, Dönmez A. Yeme farkındalığı Ölçeği'ni Türkçeye uyarlama çalışması. Bilişsel Davranışçı Psikoterapi ve Araştırmalar Dergisi. 2016; 3 (1), 125-134. DOI: 10.5455/JCBPR.250644.
19. Baer RA, Fischer S, Huss DB. Mindfulness and acceptance in the treatment of disordered eating. J Ration Emot Cogn Behav Ther. 2005; 23, 281-300. DOI: 10.1007/s10942-005-0015-9.
20. Eliacik K, Bolat N, Koçyiğit C, Kanik A, Selkie E, Yılmaz H, et al. Internet addiction, sleep and health-related life quality among obese individuals: a comparison study of the growing problems in adolescent health. Eating and Weight Disorders-Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity. 2016; 21, 709-717. DOI 10.1007/s40519-016-0327-z.
21. Yurtdaş-Depboylu G, Kaner G, Özçakal S. The association between social media addiction and orthorexia nervosa, eating attitudes, and body image among adolescents. Eating and Weight Disorders-Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity. 2022; 1-11. DOI: 10.1007/s40519-022-01521-4.
22. WHO.int [Internet]. Cut-off for BMI according to WHO standards; 2023 [cited 2023 May 29]. Available from: [https://gateway.euro.who.int/en/indicators/mn\\_survey\\_19-cut-off-for-bmi-according-to-who-standards/](https://gateway.euro.who.int/en/indicators/mn_survey_19-cut-off-for-bmi-according-to-who-standards/)
23. Hinojo-Lucena FJ, Aznar-Díaz I, Cáceres-Reche MP, TrujilloTorres JM, Romero-Rodríguez JM. Problematic internet use as a predictor of eating disorders in students: a systematic review and meta-analysis study. Nutrients. 2019; 11(9): 2151. DOI: 10.3390/nu11092151.
24. Tutgun-Ünal A, Deniz L. Sosyal medya kuşaklarının sosyal medya kullanım seviyeleri ve tercihleri. OPUS International Journal of Society Researches. 2020; 15 (22), 1289-1319. DOI: 10.26466/opus.626283.
25. Lam LT, Peng ZW, Mai JC, Jing J. Factors associated with Internet addiction among adolescents. Cyberpsychology & behavior: the impact of the Internet, multimedia and virtual reality on behavior and society. 2009; 12 (5), 551-555. DOI: 10.1089=cpb.2009.0036
26. Choi K, Son H, Park M, Han J, Kim K, Lee B, et al. Internet overuse and excessive daytime sleepiness in adolescents. Psychiatry Clin Neurosci. 2009; 63(4), 455-462. DOI: 10.1111/j.1440-1819.2009.01925.x.
27. Klassen KM, Douglass CH, Brennan L, Truby H, Lim MS. Social media use for nutrition outcomes in young adults: a mixed-methods systematic review. Int J Behav Nutr Phys Act 2018;15 (1): 70. DOI: 10.1186/s12966-018-0696-y.
28. Güney M, Taştepe T. Social media usage and social media addiction in adolescents. Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi. 2020; 9 (2): 183-190. DOI: 10.46971/ausbid.757713.



- 29.** Keküllüoğlu M, Kaya Cebioğlu İ. The Association Between Internet Addiction and Eating Attitudes of University Students: A Cross-Sectional Design. *Türkiye Klinikleri Sağlık Bilimleri Dergisi*. 2023; 8 (2): 208-16. DOI: 10.5336/healthsci.2022-94415.
- 30.** Karataş Y.F, Müftüoğlu S. Sağlık Yüksekokulu Öğrencilerinin Yeme Farkındalığı Durumlarının Değerlendirilmesi. *Sağlık Bilimlerinde Eğitim Dergisi*, 2020; 3 (1): 24-33.
- 31.** Byun D, Kim R, Oh H. Leisure-time and study-time Internet use and dietary risk factors in Korean adolescents. *Am J Clin Nutr*. 2021; 114(5), 1791–1801.
- 32.** Sampasa-Kanyinga H, Chaput JP, Hamilton HA. Associations between the use of social networking sites and unhealthy eating behaviours and excess body weight in adolescents. *Br J Nutr*. 2015; 114 (11), 1941–1947. DOI: 10.1017/S0007114515003566.
- 33.** Bradbury KM, Turel O, Morrison KM. Electronic device use and beverage related sugar and caffeine intake in US adolescents. *PloS one*. 2019; 14(10), e0223912. DOI: 10.1371/journal.pone.0223912.
- 34.** Qutteina Y, Hallez L, Raedschelders M, De Backer C, Smits T. Food for teens: how social media is associated with adolescent eating outcomes. *Public Health Nutr*. 2022; 25 (2), 290–302. DOI:10.1017/S1368980021003116.