

## Lisans Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sağlıklı Beslenmeye İlişkin Tutumlarının Değerlendirilmesi- İstanbul'da Bir Üniversite Örneği

### Evaluation of Undergraduate Students' Healthy Eating Attitudes Related Social Media Addiction- A Case of a University in Istanbul

Gözde GÜRSOY COŞKUN<sup>1\*</sup>, Bahar ATMACA DEMİR<sup>2</sup>

<sup>1</sup>İstanbul Rumeli Üniversitesi, Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, İstanbul, Türkiye

<sup>2</sup>İstanbul Rumeli Üniversitesi, Sanat, Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, İstanbul, Türkiye

#### Özet

Günümüzde yeni medya teknolojilerinin gelişmesi ile ortaya çıkan sosyal medya ağları özellikle genç yetişkinlerin ilgi odağında bulunmaktadır. Sosyal medya ile haber alma, eğitim, kültür, eğlence vb. ihtiyaçlarını gideren genç yetişkinler aynı zamanda yemek ve beslenme alanındaki içerikleri de ilgiyle takip etmektedirler. Bu araştırmada amaç, üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile sağlıklı beslenmeye ilişkin tutumları arasında nasıl bir ilişki olduğunu ortaya koymaktır. Araştırmanın evreni, İstanbul Rumeli Üniversitesi'nde öğrenim gören lisans öğrencilerinden oluşmaktadır. Araştırmada, nicel araştırmalarda en sık kullanılan veri toplama araçlarından biri olan "anket" tekniğinden yararlanılmış olup, anket soruları katılımcılara ait genel bilgiler, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği – Yetişkin Formu (SMBÖ – YF) ve Sağlıklı Beslenmeye İlişkin Tutum Ölçeği (SBİTÖ) olmak üzere 3 bölümden oluşmaktadır. Online olarak oluşturulan anket formu ile katılımcılardan elde edilen verilerin istatistiksel değerlendirmesinde SPSS 22 paket programı kullanılmıştır. SBİTÖ ile SMBÖ – YF arasında yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre, beslenme hakkında bilgi alt boyutu ile sanal tolerans alt boyutu arasında zayıf negatif korelasyon ( $r=-0.136$ ,  $p<0,05$ ), beslenmeye yönelik duygu alt boyutu ile sanal tolerans alt boyutu arasında zayıf negatif korelasyon ( $r=-0.256$ ,  $p<0,001$ ), olumlu beslenme alt boyutu ile sanal tolerans alt boyutu arasında zayıf negatif ( $r=-0.276$ ,  $p<0,001$ ), kötü beslenme alt boyutu ile sanal tolerans alt boyutu arasında zayıf negatif ( $r=-0.266$ ,  $p<0,001$ ) ve sanal iletişim alt boyutu arasında zayıf negatif korelasyon ( $r=-0.278$ ,  $p<0,001$ ) saptanmıştır. Araştırmanın sonucunda üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı arttıkça, sağlıklı beslenmeye ilişkin tutumlarının olumsuz yönde değiştiği sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** sosyal medya bağımlılığı, beslenme, yeme tutumu

#### Abstract

At the present time, social media networks that have emerged with the development of new media technologies are especially in the focus of attention of young adults. Young adults, who meet their needs such as receiving information and news, education, culture, entertainment, etc. with social media, also follow the contents in the field of food and nutrition with interest. The aim of this study is to reveal the relationship between university students' social media addiction and their attitudes towards healthy eating. The population of the research consists of undergraduate students studying at Istanbul Rumeli University. In the study, the "questionnaire" technique, which is one of the most frequently used data collection tools in quantitative research, was used, and the questionnaire consisted of 3 parts: general information about the participants, Social Media Addiction Scale - Adult Form (SMAS-AF) and Attitude Scale for Healthy Nutrition (ASHN). SPSS 22 package program was used in the statistical evaluation of the data obtained from the participants with the online questionnaire form. According to the results of the correlation analysis between ASHN and SMAS-AF, there was a low negative correlation ( $r=-0.136$ ,  $p<0.05$ ) between the information on nutrition sub-dimension and the virtual tolerance sub-dimension, and a low negative correlation ( $r=-0.256$ ,  $p<0,001$ ) between the emotion for nutrition sub-dimension and the virtual tolerance sub-dimension. There was a low negative correlation ( $r=-0.276$ ,  $p<0.001$ ) between the positive nutrition sub-dimension and the virtual tolerance sub-dimension. A low negative correlation

( $r=-0.266$ ,  $p<0.001$ ) was found between the malnutrition sub-dimension and the virtual tolerance sub-dimension, and the virtual communication sub-dimension ( $r=-0.278$ ,  $p<0.001$ ). It was concluded that as the social media addiction of university students increased, their attitudes towards healthy eating changed negatively.

**Keywords:** social media addiction, nutrition, eating attitude

**Atf için (how to cite):** Gürsoy Coşkun, G., Atmaca Demir, B. (2021). Lisans Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı İle Sağlıklı Beslenmeye İlişkin Tutumlarının Değerlendirilmesi- İstanbul'da Bir Üniversite Örneği. Fenerbahçe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi 2021;1(3), 195-205.

## 1. Giriş/ Introduction

Son yıllarda yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte yeni medyanın hayatımıza girmesi sonucu iletişim süreci büyük bir değişime uğramıştır. İletişim teknolojilerini şekillendiren yeni medyanın geleneksel medyadan farklı olarak kendine özgü ana özellikleri bulunmaktadır. Rogers (1986:6-8), bu özellikleri etkileşim, kitesizleştirme ve eşzamansızlık olmak üzere üç başlık altında belirtir. Yeni medyanın etkileşimi, yeni veriler sağlayan ve geçmişte olduğundan farklı veri toplama ve analiz metodolojilerinin kullanılmasına izin veren bilgisayarlar tarafından mümkün kılınmaktadır. Bireyler arasındaki iletişim sürecinde mesajı ileten kaynak, alıcı durumuna geçebiliyorken alıcı da kaynak durumuna geçebilmekte ve karşılıklı olarak etkileşimde bulunabilmektedir. Kitesizleştirme özelliğinde, yeni medyanın bireyselleştirilmiş, kitesellikten arındırılmış doğası ile mesaj içeriği bir değişken haline gelir ve her birey etkileşimli bir iletişim sisteminden oldukça farklı bilgiler alabilir. Eşzamansızlık ise, bireylerin birbirleri ile olan iletişiminde farklı zamanlarda ve mekânlarda bulunabileceğini ifade eder.

Yeni medyanın hızla gelişmesi sonucu ortaya çıkan sosyal medya mecraları aracılığıyla bireyler, kendilerinin belirleyebilecekleri içerikler ile istedikleri zaman ve istedikleri mekânda etkileşimde bulunabilme fırsatına kavuşmuştur. Sosyal medya araçlarının farklı ihtiyaçlar ve farklı teknolojiler sonucu ortaya çıkması, onların gördüğü işlevleri ve hedef kitlelerini birbirinden farklılaştırmaktadır (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012:28). Bireyler farklı ihtiyaçları doğrultusunda (haber alma, eğitim, eğlence, kültür-sanat, mal ve hizmetleri tanıma vb.) sosyal medya araçlarını kullanabilme imkânına sahiptirler. Sosyal medyada hem kaynak, hem de alıcı durumunda olabilen bireyler yazılı, görsel-işitsel vb. içerikler üretebilme ve hedef kitleleri ile paylaşma konusunda aktiftirler.

Dünyanın büyük bir kısmının Covid-19 pandemisi sebebiyle karantinada olduğu 2020 yılında internet ve sosyal medya kullanımının arttığı raporlara yansımaktadır. We are Social ve Hootsuite ortaklığında yapılan araştırma verilerine göre, bireyler en çok sırasıyla internette şu konuları araştırmıştır: Bilgi bulmak, arkadaşlar ve aile ile iletişimde kalmak, haber ve olaylardan haberdar olmak, bir şeylerin nasıl yapıldığını araştırmak, video, dizi ve film izlemek, yeni fikirler veya ilham bulmak, ürün ve marka araştırması yapmak, müziğe erişme veya müzik dinlemek, boş zaman doldurmak ve genel tarama yapmak, eğitim ve çalışma ile ilgili faaliyetler, yerleri, seyahatleri ve tatilleri araştırmak, sağlık ve sağlık ürünleri araştırmak, finans yönetimi, oyun oynamak, iş ile ilgili araştırma yapmak, yeni insanlarla tanışmak.

We are Social ve Hootsuite raporundaki küresel sosyal medya kullanımı verilerine bakıldığında ise, dünya genelinde 4,20 milyar sosyal medya kullanıcısı olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Sosyal medya kullanıcılarının sayısı şu anda dünya nüfusunun (7,83 milyar) % 53,6'sını oluşturmaktadır. Sosyal medya kullanma nedenleri ise sırasıyla; haberler ve güncel olaylar ile güncel kalma, komik veya eğlenceli içerik bulma, boş zaman doldurma, arkadaşlarının ne yaptıklarıyla ilgili bağlantıda kalma, fotoğrafları veya videoları başkalarıyla paylaşma, satın almak için ürün araştırma, diğer insanlarla genel ağ kurma, birçok arkadaşı sosyal medyada bulunuyor diye orada bulunma, fikrini paylaşma, yeni insanlarla tanışma, iş için ağ kurma, hiçbir şeyi kaçırmadığından emin olma ("fomo": gelişmeleri kaçırma korkusu), spor etkinliklerini izleme veya takip etme, ünlüleri ve ünlü haberlerini takip etme, günlük hayatında ne yaptığının ayrıntılarını paylaşma, hayırsever nedenleri teşvik etme veya destekleme olmuştur.

İnternet kullanımının artması ile birlikte sosyal medya araçlarının kullanımının da arttığı ülkemizde, Türkiye İstatistik Kurumu tarafından yapılan, 2021 yılı Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması istatistiklerine göre; "son üç ay (Ocak ile Mart ayları arası) içinde internet kullanan bireylerin interneti özel kullanma amaçları" verilerinde, 16-74 yaş arası kullanıcıların %73,8'i sosyal medya (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat vb.) üzerinde profil oluşturma, mesaj gönderme veya fotoğraf vb. içerikler paylaştıkları sonucuna ulaşılmaktadır. Kullanıcıların %69,6'sı ise, internette sağlıkla ilgili bilgi (yaralanmalar, hastalıklar, **beslenme**, sağlığın iyileştirilmesi gibi) aramaktadır. Bu kullanıcıların cinsiyetlerine göre oranlarına bakıldığında ise, %71,7'sinin kadın, %67,7'sinin erkek olduğu görülmektedir.

Sosyal medya bağımlılığı, internet bağımlılığının bir alt dalı olarak, bireylerin sosyal medyayı aşırı derecede kullanma, sosyal medyaya giriş yapma konusunda karşı konulamaz dürtülerinin olması olarak ifade edilmektedir (Hou ve ark, 2019; Kıran ve ark, 2020; Longstreet ve Brooks, 2017). Davranışsal bir bağımlılık türü olan sosyal medya bağımlılığı anksiyete, depresyon, yalnızlık, uyku bozuklukları, dikkat eksikliği gibi psikolojik sorunlara yol açabilmektedir (Tutgun-Ünal, 2020; Kalaichandran ve ark, 2021).

Sosyal medya araçlarının kullanımı ile beslenme arasındaki ilişki birçok faktöre (cinsiyet, yaş, öğrenim durumu vb.) göre değişmektedir. Özellikle modern endüstriyel toplumda öne çıkan güzellik algısını temel alan sosyal medya paylaşımlarına maruziyetin, olumsuz beden imajı üzerinden yeme bozuklukları eğilimini artırabileceği düşünülmektedir (Imperatori ve ark, 2021; Padín ve ark, 2021). Bununla birlikte, üniversite öğrencileri hem ergenlikten genç yetişkinliğe geçiş sürecini yaşadıklarından hem de aile evinden ayrılıp bireysel (özerk) yaşama geçtiklerinden beslenme alışkanlıklarındaki değişim bakımından önemli bir gruptur (Akdevelioğlu ve Yörüsün, 2019). Bu çalışma kapsamında yukarıdaki raporlarda yer alan veriler göz önüne alındığında, sosyal medya bağımlılığı ile sağlıklı beslenme tutumu arasında ilişkinin olup olmadığı, ilişki var ise düzeyinin ne derece olduğunu araştırma ihtiyacı doğmuştur. Konuyla ilgili literatür incelendiğinde, üniversite öğrencilerinin yalnızca sosyal medya bağımlılığını ya da yalnızca beslenme alışkanlıklarını ele alan çalışmalar olduğu görülmüş, ancak sosyal medya ve beslenme ilişkisini birlikte inceleyen az sayıda araştırma bulunmuştur. Sosyal medya mecralarını kullanım amaçları arasında sağlıklı beslenmeye ilişkin verilerin değerlendirildiği bu çalışmada, internet teknolojilerinin içerisine doğan ve 'dijital yerli' olarak nitelendirilen kuşak örneklem olarak seçilmiştir.

## 2. Yöntem/Material and Method

Kesitsel ve tanımlayıcı tipte planlanmış olan araştırmanın evrenini İstanbul Rumeli Üniversitesi bünyesinde bulunan 5 fakültenin 2019-2020 eğitim-öğretim döneminde kayıtlı 1687 lisans öğrencisi oluşturmaktadır. Araştırmada örnek seçimi yapılmamış olup, çevrimiçi ortamda tüm öğrencilere gönderilen anket formunu yanıtlamayı kabul eden herkes araştırmaya dahil edilmiştir (n=355). Araştırma için İstanbul Rumeli Üniversitesi Etik Kurulu'ndan 09.11.2020 tarihli 2020/16-04 sayılı onay alınmıştır. Veri toplama aracı olarak kullanılan online anket formu katılımcılara yönelik genel bilgiler (cinsiyet, yaş, öğrenim görülen fakülte vb.), Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği – Yetişkin Formu (SMBÖ-YF) ve Sağlıklı Beslenmeye İlişkin Tutum Ölçeği (SBİTÖ) ile ilgili sorular içermektedir.

SMBÖ-YF 18-60 yaş aralığındaki yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıklarını belirlemek amacıyla Şahin ve Yağcı (2017) tarafından geliştirilen, sanal tolerans ve sanal iletişim olmak üzere 2 alt boyuttan oluşan 5'li Likert tipinde bir ölçektir. Ölçekten alınabilecek en düşük puan 20, en yüksek puan ise 100'dür. Puanın yüksek olması bireyin kendisini "sosyal medya bağımlısı" olarak algıladığı biçiminde değerlendirilmektedir. Ölçeğin cronbach alfa güvenilirlik katsayısı 0,94'dür.

SBİTÖ, 21 madde ve 4 faktörden (beslenme hakkında bilgi, beslenmeye yönelik duygu, olumlu beslenme ve kötü beslenme) oluşan geçerli ve güvenilir bir ölçme aracıdır (Tekkurşun-Demir ve Cicioğlu, 2019). Ölçekten alınabilecek en düşük ve en yüksek puanlar sırasıyla 21 ve 105'tir. SBİTÖ puanı arttıkça ideal düzeyde yüksek sağlıklı beslenmeye ilişkin tutuma sahip olduğu şeklinde yorumlanmaktadır. Ölçeğin iç tutarlılık katsayıları, beslenme hakkında bilgi faktörü için 0,90 beslenmeye yönelik duygu faktörü için 0,84, olumlu beslenme faktörü için 0,75 ve kötü beslenme faktörü için 0,83 olarak belirtilmiştir.

Verilerin istatistiksel değerlendirilmesinde SPSS 22 paket programı kullanılmıştır. Verilerin normal dağılıma uygunluğu histogram, Q-Q grafikleri ve Shapiro-Wilk testi ile değerlendirilmiştir. Varyans homojenliğinin belirlenmesinde Levene testi kullanılmıştır. İkili gruplar arası karşılaştırımda nicel değişkenler için Mann-Whitney U, ikiden fazla gruplar arası karşılaştırmada Kruskal Wallis testi kullanılmıştır. Kategorik değişkenlerin karşılaştırılmasında Pearson ki kare testi kullanılmıştır. Çoklu karşılaştırmalar için Dunn-Bonferonni testi uygulanmıştır. Anlamlılık düzeyi  $p < 0.05$  olarak kabul edilmiştir.

## 3. Bulgular/Results

Araştırmaya katılanların sosyal medya kullanımına ilişkin veriler incelendiğinde, katılımcıların %92,4'ü Instagram, %65,1'i Youtube kullandıklarını belirtirken, sosyal medya kullanmayanların oranı %0,6 olarak belirlenmiştir (Tablo 1). Katılımcıların %42,8'inin günde 1-3 saat, %35,4'ünün ise günde 3-5 saat sosyal medyada aktif zaman geçirdikleri saptanırken, sosyal medyada sağlıklı beslenme ve özel diyetler ile ilgili paylaşımları bilinçli olarak takip edenlerin oranı %42'dir.

**Tablo 1.** Katılımcıların Genel Özellikleri ve Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Veriler

	<b>N (355)</b>	<b>%</b>
<b>Cinsiyet</b>		
Kadın	198	55,8
Erkek	157	44,2
<b>Aktif olarak kullanılan sosyal medya mecraları</b>		
Facebook	28	7,9
Twitter	130	36,6
Instagram	328	92,4
Youtube	231	65,1
Pinterest	58	16,3
Snapchat	58	16,3
Diğer	24	6,8
Sosyal medya kullanmıyorum	2	0,6
<b>Gün içerisinde sosyal medyaya ayrılan zaman</b>		
0-1 saat	27	7,6
1-3 saat	152	42,8
3-5 saat	125	35,2
5 ve üzeri	51	14,4
<b>Sosyal medyada sağlıklı beslenme ve özel diyetler ile ilgili paylaşımları takip etme durumu</b>		
Evet, bilinçli olarak takip ederim	149	42
Hayır, ama sayfamda karşıma çıktığı zaman incelerim	165	46,5
Hayır, hiç ilgilenmem	41	11,5
<b>Takip ediliyorsa, en çok takip edilen kaynak*</b>		
Fenomenler/Ünlüler	146	46,2
Diyetisyen/Doktor	161	50,9
Spor eğitmenleri	159	50,3
Gıda firmaları	34	10,8

\*Çoklu yanıt sorusu olduğundan N sayısı örneklem sayısını geçmektedir.

Katılımcıların SMBÖ – YF ve SBİTÖ ölçeklerinden aldıkları puanlara ilişkin istatistikler Tablo 2’de gösterilmiştir. Buna göre SMBÖ – YF toplam puanı ortalaması 51,02±12,6, SBİTÖ toplam puan ortalaması ise 77,7±11,0 olarak belirlenmiştir.

**Tablo 2.** SMBÖ – YF ve SBİTÖ Ölçeklerine İlişkin Veriler

	N	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart sapma
<b>SMBÖ – YF</b>	355	21	88	51,02	12,6
<b>SBİTÖ</b>	355	45	101	77,7	11,0

Katılımcıların “Sosyal medyada sağlıklı beslenme ve özel diyetler ile ilgili paylaşımları takip eder misiniz?” sorusuna verdikleri cevaplara göre SBİTÖ toplam puan ve alt boyut puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark saptanmıştır (Tablo 3). Bu fark sağlıklı beslenme ve özel diyetler ile ilgili paylaşımları bilinçli olarak takip edenlerin SBİTÖ puanlarının ortanca değerlerinin diğerlerinden yüksek olmasından kaynaklanmaktadır.

**Tablo 3.** Sağlıklı Beslenme ve Özel Diyetler ile İlgili Paylaşımları Takip Etme Durumu ile SBİTÖ Karşılaştırması

SBİTÖ	<i>Sosyal medyada sağlıklı beslenme ve özel diyetler ile ilgili paylaşımları takip eder misiniz?</i>				p
	Hayır hiç ilgilenmem (n=41)	Hayır ama sayfamda karşıma çıktığı zaman incelerim (n=165)	Evet bilinçli olarak takip ederim (n=149)	Toplam (n=355)	
<b>Beslenme Hakkında Bilgi</b>	3.50 (3.08-3.75) <sup>a</sup>	3.67 (3.33-4.17) <sup>a</sup>	3.83 (3.50-4.17) <sup>b</sup>	3.67 (3.33-4.17)	0.002
<b>Beslenmeye Yönelik Duygu</b>	2.33 (2.00-3.17) <sup>a</sup>	2.67 (2.17-3.17) <sup>ab</sup>	3.00 (2.42-3.67) <sup>b</sup>	2.67 (2.33-3.33)	<0.001
<b>Olumlu Beslenme</b>	3.00 (2.58-3.58) <sup>a</sup>	3.17 (2.67-3.67) <sup>a</sup>	3.50 (3.00-3.83) <sup>b</sup>	3.17 (2.83-3.83)	0.001
<b>Kötü Beslenme</b>	3.50 (2.67-3.83) <sup>a</sup>	3.33 (2.83-3.83) <sup>a</sup>	3.67 (3.17-4.00) <sup>b</sup>	3.50 (2.83-3.83)	0.001
<b>SBİTÖ Toplam</b>	3.52 (3.17-3.81) <sup>a</sup>	3.57 (3.29-3.95) <sup>a</sup>	3.95 (3.57-4.24) <sup>b</sup>	3.71 (3.33-4.05)	<0.001

Veriler ortanca (1. çeyrek/3. çeyrek) şeklinde belirtilmiştir.

Sosyal medyada sağlıklı beslenme ve özel diyetler ile ilgili paylaşımları takip edenlerin, bu paylaşımları daha çok hangi kaynaklardan takip ettikleri cinsiyet değişkenine göre incelendiğinde; kadınların %65,1’i diyetisyen/doktor hesaplarını takip ederken; erkeklerin %70,8’i spor eğitimcilerini takip ettiğini

belirtmiştir (Tablo 4). Her iki cinsiyette de fenomenler/ünlüler seçeneği beslenme konusunda en çok takip edilen ikinci kaynak durumundadır (kadın %45,7; erkek %46,9).

**Tablo 4.** Cinsiyete Göre Sağlıklı Beslenme ve Özel Diyetler ile İlgili Takip Edilen Kaynaklar

Cinsiyet	<i>Sosyal medyada sağlıklı beslenme ve özel diyetler ile ilgili paylaşımları takip ediyorsanız, daha çok hangi kaynakları takip ediyorsunuz?*</i>				Toplam
	Fenomenler/ Ünlüler	Diyetisyen/ Doktor	Spor eğitmenleri	Gıda firmaları	
<b>Kadın</b>					
N	85	121	67	15	186
%	45,7	65,1	36,0	8,1	
<b>Erkek</b>					
N	61	40	92	19	130
%	46,9	30,8	70,8	14,6	
Toplam	146	161	159	34	316

\*Koşullu soru ve çoklu yanıt seçeneği olduğundan örneklem ve N sayısı farklılık göstermektedir.

**Tablo 5.** SMBÖ – YF ve SBİTÖ Alt Boyutları Arasındaki Korelasyon

	1	2	3	4	5	6
<b>1. Beslenme Hakkında Bilgi</b>	1.000	0.197**	0.265**	0.194**	-0.136*	-0.010
<b>2. Beslenmeye Yönelik Duygu</b>		1.000	0.211**	0.464**	-0.256**	-0.173**
<b>3. Olumlu Beslenme</b>			1.000	0.316**	-0.276**	-0.026
<b>4. Kötü Beslenme</b>				1.000	-0.266**	-0.278**
<b>5. Sanal Tolerans</b>					1.000	0.599**
<b>6. Sanal İletişim</b>						1.000

\*p<0.05, \*\* p<0.001

Tablo 5'te SMBÖ – YF alt boyutları ile SBİTÖ alt boyutları arasında yapılan korelasyon analizi sonuçları gösterilmiştir. Buna göre, SBİTÖ beslenme hakkında bilgi alt boyutu ile SMBÖ – YF sanal tolerans alt boyutu arasında zayıf negatif korelasyon ( $r=-0.136$ ,  $p<0,05$ ) bulunmaktadır. Beslenmeye yönelik duygu alt boyutu ile sanal tolerans alt boyutu arasında zayıf negatif korelasyon ( $r=-0.256$ ,  $p<0,001$ ) bulunmaktadır. Olumlu beslenme alt boyutu ile sanal tolerans alt boyutu arasında zayıf negatif korelasyon ( $r=-0.276$ ,  $p<0,001$ ) bulunmaktadır. Kötü beslenme alt boyutu ile sanal tolerans alt boyutu

arasında zayıf negatif korelasyon ( $r=-0.266$ ,  $p<0,001$ ), sanal iletişim alt boyutu arasında zayıf negatif korelasyon ( $r=-0.278$ ,  $p<0,001$ ) bulunmaktadır.

#### 4. Tartışma/Discussion

Lisans düzeyinde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları ile sağlıklı beslenmeye ilişkin tutumlarını değerlendirmeyi amaçlayan bu çalışmada, katılımcıların %96,4'ünün sosyal medya kullanıcısı olduğu, en çok kullanılan sosyal medya platformunun ise Instagram olduğu belirlenmiştir (Tablo 1). Sipahi ve Demirel (2021), yaşları 25-65 arası değişen 350 birey ile yürüttükleri çalışmalarında bu çalışma ile benzer olarak en çok kullanılan sosyal medya platformunun Instagram olduğunu saptamışken, üniversite öğrencileri ile yapılan başka bir çalışmada (Altın ve Kıvrak, 2018) Facebook en çok kullanılan sosyal medya platformu olarak gösterilmiştir.

Sosyal medyada geçirilen süreye bakıldığında katılımcıların %42,8'inin günde 1-3 saat, %35,4'ünün ise günde 3-5 saat sosyal medyada aktif zaman harcadığı görülmektedir. Duran ve arkadaşları (2019) tarafından yapılan çalışmada katılımcıların %46,9'unun günlük 4 saatten daha fazla sosyal medyaya zaman ayırdıkları saptanmıştır. Yine başka bir çalışmada katılımcıların %48,15'i sosyal medyada günde 1-3 saat arasında zaman geçirirken, %20,32'si 3-5 saat arası zaman geçirdiklerini belirtmişlerdir (Kıran ve ark, 2020). Mevcut bulgular değerlendirildiğinde katılımcıların sosyal medyada geçirdikleri süreler önceki çalışmalar ile benzerdir.

Kıngır ve Kardeş (2019), üniversite öğrencileri ile yaptıkları çalışmada "*Beslenme ve gıda konularını medyadan takip eder misiniz?*" sorusuna katılımcıların %31,6'sının "Evet", %29,9'unun "Rastlarsam okurum/izlerim" yanıtını verdiklerini belirlemiştir. Aynı araştırmada beslenme ve gıda konularında en çok takip edilen kaynak olarak öğrencilerin %37,4'ü diyetisyenleri, %20,9'u doktorları ve %15,2'si sosyal medya ünlülerini göstermiştir. Bu çalışmada ise katılımcıların %42'si sosyal medyada sağlıklı beslenme ve özel diyetler ile ilgili paylaşımları bilinçli olarak takip ederken, %46,5'i rastladıklarında incelediklerini bildirmiştir. Sağlıklı beslenme ve özel diyetler ile ilgili paylaşımlar konusunda en çok takip edilen kaynak olarak ise %50,9 diyetisyen/doktor seçeneğini %50,3 ile spor eğitmenleri, %46,2 ile fenomenler/ünlüler takip etmektedir. 350 yetişkin birey ile yapılan başka bir çalışmada katılımcıların %58,6'sı diyetisyenler, %54,3'ü doktorlar tarafından yapılan beslenme ile ilgili paylaşımları güvenilir bulurken, ünlüler tarafından yapılan paylaşımların güven oranı ise %1,4 olarak saptanmıştır (Sipahi ve Demirel, 2021). Sağlıklı beslenme ile ilgili paylaşımlarda en çok beslenme uzmanları ve doktorların takip edilmesi literatür ile benzerlik gösterirken, fenomenlerin/ünlülerin önceki çalışmalardan farklı olarak daha fazla takip edildiği görülmektedir. Bu farklılık çalışmadaki katılımcıların üniversite öğrencilerinden oluşmasından ve yaş ortalamalarının daha düşük olmasından kaynaklanabilir.

İnternet bağımlılığı olan lise ve üniversite düzeyindeki öğrencilerde yeme tutum testi skorları anlamlı derecede yüksek, başka bir deyişle yeme davranışı bozukluğuna yatkın olarak bulunmuştur (Alpaslan ve ark, 2015; Ayran ve ark, 2021; Tayhan-Kartal ve Yabancı-Ayhan, 2021). 18 – 34 yaş aralığında olan bireylerle yapılan benzer bir çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile yeme bozukluğu ve kas dismorfisi arasında korelasyon bulunmuştur (Imperatori ve ark, 2021). Yeme bozukluğu olan ve olmayan üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları kıyaslandığında yeme bozukluğu olan grubun selfie



(özçekim) çekme ortalaması daha yüksek bulunmuştur (Eow ve Gan, 2018). Yine başka bir çalışmada beslenme ve diyetetik bölümü öğrencilerinde, anormal yeme tutumu gösterenlerin %93,7'sinin sosyal medyaya karşı olumlu, %0,4'ünün ise olumsuz tutum sergilediği ve aradaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğunu saptanmıştır (Aktaş ve ark, 2021). Ek olarak sosyal medyada her zaman çevrimiçi olanların, günde birkaç kez çevrimiçi olanlara göre daha anormal yeme tutumu sergiledikleri araştırmacılar tarafından belirtilmiştir. 573 kız üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada Sosyal medya bağımlılığı ile Yetişkinler İçin Beslenme Bilgi Düzeyi Ölçeği (YETBİD) puanları arasında pozitif korelasyon bulunmuştur (Özgür ve Uçar, 2020). Bu korelasyon araştırmacılar tarafından sosyal medya bağımlılığı olanların sosyal medyada yer alan sağlıklı beslenme paylaşımlarına erişimlerinin daha olası olabileceği şeklinde yorumlanmıştır. Bu çalışmada SBİTÖ ve SMBÖ-YF ölçeklerinin alt boyutları arasında saptanan negatif yönlü düşük düzeyde korelasyonlar, önceki çalışmalarda elde edilen bulguları destekler niteliktedir. Bu bağlamda literatür bulguları ve eldeki çalışma sonuçları değerlendirildiğinde, üniversite öğrencilerinde medya okuryazarlığının ve sağlıklı beslenme tutumunun geliştirilmesi yönünde yapılacak çalışmaların artırılması, sosyal medya platformlarında kanıta dayalı, doğru ve güvenilir kaynaklardan beslenme bilgilerine ulaşılmasının teşvik edilmesi gibi yaklaşımlar sosyal medya kullanımı ile beslenme tutumu arasındaki etkileşimin olumlu yönde değişmesinde fayda sağlayabilir.

Sosyal medyanın genç yetişkinler için günlük hayatın önemli bir parçası haline geldiği düşünüldüğünde, sosyal medyanın kontrolsüz kullanımının fiziksel ve mental sağlık üzerinde önemli etkileri olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Bununla birlikte; sosyal medya mecralarında özellikle beslenme ve sağlık kavramları üzerinden vurgulanmaya çalışılan mükemmeliyetçi beden imajı algısı, genç yetişkinlerde kaygı ve yeme davranış bozukluklarına meyil yaratabilmektedir (Rounsefell ve ark, 2019).

## 5. Sonuç/Conclusion

Çalışmadan elde edilen bulgular literatürdeki araştırmalar ile birlikte değerlendirildiğinde, üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ile sağlıklı beslenme tutumu arasında zıt yönlü ilişki bulunduğu belirlenmiştir. Sosyal medyada sağlıklı beslenme ile ilgili paylaşımlara olan ilgi yüksek bulursa da, kaynak olarak doğru, güvenilir ve kanıta dayalı bilgiler sunan uzmanların tercih edilmesi konusunda bilgilendirici ve teşvik edici bir yaklaşımın benimsenmesi genç yetişkinlerde sağlıklı beslenme tutumu kazanılmasında destekleyici bir yöntem olabilir.

Bu araştırma kapsamında tek bir üniversite örnekleme dahil edildiğinden, bundan sonra yapılacak olan araştırmalar için daha geniş örneklem üzerinde çalışılması önerilmektedir. Ayrıca araştırmanın yürütüldüğü dönemde koronavirüs pandemisi sebebiyle katılımcıların beslenme ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarında değişimler meydana gelmiş olabilir.

## 6. Yazarların Katkısı/Author Contributions

Çalışmanın tasarımı ve planlama GGC, BAD; veri toplama GGC, BAD; veri analizi GGC, BAD; makale yazımı GGC, BAD; gözden geçirme: GGC, BAD

## 7. Çıkar Çatışması/Conflict of Interest

Yazarlar arasında çıkar çatışması olmadığı beyan edilmiştir.

## Kaynakça/References

- Akdevelioğlu, Y., Yörüsün, T.Ö. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Yeme Tutum ve Davranışlarına İlişkin Bazı Faktörlerin İncelenmesi. *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 4(1): 19-28.
- Aktaş, Ş., Kargin, D., Güneş, F.E. (2021). The relationship between social media use, eating attitude and body mass index among nutrition and dietetic female students: A cross-sectional study. *The Spanish Journal of Human Nutrition and Dietetics*, 25(1): 78 – 86.
- Alpaslan, A.H., Koçak, U., Avcı, K., Uzel-Taş., H. (2015). The association between internet addiction and disordered eating attitudes among Turkish high school students. *Eating and Weight Disorders*, 20:441–448.
- Altın, M., Kıvrak, A.O. (2018). The Social Media Addiction Among Turkish University Students. *Journal of Education and Training Studies*, 6 (12): 13-20.
- Ayran, G., Süleyman, Z., Avcı, Ü., Arık, U. (2021). The effect of Internet addiction on eating attitude and body image in university students. *Journal of Child and Adolescent Psychiatric Nursing*, 34:199–205.
- Duran, S., Çetinbaş, A., Başaran, T., Kara, A., Elgün, B., Keklik, N. (2019). Üniversite Öğrencilerinde Stres ve Sosyal Medya Kullanımının Yeme Davranışları Üzerine Etkisi. *Eurasian Journal of Family Medicine*, 8(4):149-54.
- Eow, S.Y., Gan, W.Y. (2018). Social Media Use, Body Image, and Body Weight Status: Comparison Between University Students With and Without Disordered Eating In Universiti Putra Malaysia. *International Journal of Public Health and Clinical Sciences*, 5(1): 129-145.
- Hou, Y., Xiong, D., Jiang, T., Song, L., & Wang, Q. (2019). Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 13(1), Article 4. <https://doi.org/10.5817/CP2019-1-4>.
- Imperatori, C., Panno, A., Carbone, G.A., Corazza, O., Taddei, I., Bernabei, L., Massullo, C., Prevete, E., Tarsitani, L., Pasquini, M., Farina, B., Biondi, M., Bersani, F.S. (2021). The association between social media addiction and eating disturbances is mediated by muscle dysmorphia-related symptoms: a cross-sectional study in a sample of young adults. *Eating and Weight Disorders - Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, <https://doi.org/10.1007/s40519-021-01232-2>.
- Irak, D., Yazıcıoğlu, O. (2012). *Türkiye ve Sosyal Medya*. İstanbul: Okuyan Us.
- Kalaichandran, K., Swarnakumari, P., Sankar, R. (2021). A Survey on Social Media Addiction and its Impact on Attention for Teen Aged Students. *International Journal Of Innovative Research In Technology*, 7(8): 264-268.
- Kıngır, S., Kardeş, N. (2019). Medyanın Sağlıklı Beslenme Davranışı Üzerindeki Etkisi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2): 163-176.
- Kıran, S., Küçükboşancı, H., Emre, İ.E. (2020). Sosyal Medya Kullanımının Kişiler Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 13 (4): 435-441.
- Longstreet, P., Brooks, S. (2017). Life satisfaction: A key to managing internet & social media addiction. *Technology in Society* 50: 73-77.
- Özgür, M., Uçar, A. (2020). Üniversitede eğitim gören kız öğrencilerde sosyal medya bağımlılığı ve beden algısı ile beslenme bilgi düzeylerinin karşılaştırılması. *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi (ASBD)*, 46-54.

Padín, P. F., González-Rodríguez, R., Verde-Diego, C., & Vázquez-Pérez, R. (2021). Social media and eating disorder psychopathology: A systematic review. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 15(3), Article 6. <https://doi.org/10.5817/CP2021-3-6>.

Rogers, E.M. (1986). *Communication Technology: The New Media in Society*. New York: The Free Press.

Rounsefell, K., Gibson, S., McLean, S., et al. (2020). Social media, body image and food choices in healthy young adults: A mixed methods systematic review. *Nutrition & Dietetics*; 77: 19–40.

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

Şahin, C., Yağcı, M. (2017). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği- Yetişkin Formu: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 18(1): 523-538.

Tayhan-Kartal, F., Yabancı-Ayhan. (2021). Relationship between eating disorders and internet and smartphone addiction in college students. *Eating and Weight Disorders - Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 26:1853–1862.

Tekkurşun Demir, G., Cicioğlu, H.İ. (2019). Sağlıklı Beslenmeye İlişkin Tutum Ölçeği (SBİTÖ): Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 4(2), 256-274.

Tutgun-Ünal, A. (2020). A Comparative Study of Social Media Addiction Among Turkish and Korean University Students. *Journal of Economy Culture and Society*, 62: 307-322.

TÜİK. (2021). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437) Erişim Tarihi: 10.09.2021.

<https://wearesocial.com/digital-2021> Erişim Tarihi: 29.09.2021.