T.C.
TRAKYA ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
BESLENME VE DİYETETİK ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

Tez Yöneticisi
Prof. Dr. Aydan ERCAN

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMININ BEDEN ALGISI ÜZERİNE ETKİSİNİN SAPTANMASI

(Yüksek Lisans Tezi)

Busenur ALTIKULAÇ

EDİRNE-2023

T.C.
TRAKYA ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
BESLENME VE DİYETETİK ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

Tez Yöneticisi
Prof. Dr. Aydan ERCAN

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMININ BEDEN ALGISI ÜZERİNE ETKİSİNİN SAPTANMASI

(Yüksek Lisans Tezi)

Busenur ALTIKULAÇ

EDİRNE-2023

TEŞEKKÜR

Tez çalışmam süresince danışmanlığımı yürüten, her konuda yol gösteren ve her zaman desteğini hissettiğim çok değerli hocam Prof. Dr. Aydan ERCAN'a teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ VE AMAÇ…… 1

GENEL BİLGİLER……3

SOSYAL MEDYA……..4

BEDEN ALGISI……...12

GEREÇ VE YÖNTEMLER…… 18

BULGULAR……...23

TARTIŞMA……61

SONUÇLAR……...73

ÖNERİLER…….……...75

ÖZET……..77

SUMMARY……79

KAYNAKLAR……...81

ÖZGEÇMİŞ……97

EKLER

SİMGE VE KISALTMALAR

BD : Beslenme ve Diyetetik

BFBÖ : Bergen Facebook Bağımlılığı Ölçeği

BKİ : Beden Kütle İndeksi

BSMBÖ : Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

OBKÖ : Olumsuz Beden Konuşmaları Ölçeği

PDR : Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık

SEGE : Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması

GİRİŞ VE AMAÇ

İnsanların iletişim, etkileşim ve sosyalleşme olanaklarını arttırması ile devrim yaratan sosyal medya, yaşamın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Sosyal medya, kullanıcı tarafından oluşturulan içerikleri üretmek (çevrimiçi içerik), paylaşmak ve içerikler üzerinde işbirliği yapmak, diğer kullanıcı içeriklerine doğrudan ulaşmak vb. imkanlar sunan dijital bir ortamı temsil etmektedir. Sosyal medya kullanımı, web günlükleri, içerik toplulukları, sosyal ağ siteleri, sanal oyun dünyaları, sanal sosyal dünyalar gibi çok çeşitli sosyal uygulamaları içerisinde barındırmaktadır. Bu platformlar kişisel veya genel bilgileri, fikirleri, resimleri, fotoğrafları, videoları kapsayan içerikleri makale, blog gibi farklı şekillerde üretmeyi ve paylaşmayı sağlamaktadır. Kullanıcılar arası şahsi mesajlaşmalara ve görünür şekilde yorumlar ya da paylaşımlar yapmaya açık bir ortam oluşturmaktadır (1-3).

Sosyal medyada geçirilen sürede kullanıcılar çeşitli etkileşimlerde bulunmaktadır. Bu etkileşimler sonucu, insanlar üzerinde olumlu ve olumsuz birçok etki görülmektedir. Sosyal medyanın etkilerinin görüldüğü en önemli konulardan biri, beden algısı olarak göze çarpmaktadır. Sosyal medya yalnızca ünlü veya tanınmış kişileri öne çıkarmakla kalmayıp her kullanıcının kendilerine ait idealize görünüşlerini sunmalarına, kusursuz görüntüler yakalamaya çalışmalarına başkalarının bunlara dair yorum yapmalarına ve kullanıcıların kendilerini aile, arkadaşlar, ünlüler, yabancılar gibi başkalarıyla karşılaştırmasına neden olmaktadır (1,4,5).

Dijital teknoloji devrinde doğan Z kuşağı, sosyal medyanın en büyük kullanıcı kitlesi olmaktadır. Z kuşağı, 1990'lı yılların ortalarından 2010 yılına kadar olan aralıkta doğmuş olan genç yetişkinleri temsil etmektedir. Genç yetişkinler, sosyal medyayı iletişim kurma, bilgiye ulaşma, eğlence gibi çeşitli amaçlarla kullanmaktadır. Gençler üzerinde ilgi çekici etkileri olan sosyal medya kullanımının beden algısı başta olmak üzere olumlu ve olumsuz birçok etkiyi

barındırmaktadır. Genel olarak beden algısı endişelerinin genç kadınlar üzerinde belirgin olduğu düşünülse de sosyal medya kullanımının, genç erkekler üzerinde de beden algısı endişeleri ile ilişkili olduğu gösterilmiştir. Önemli sayıda araştırma, medyaya maruz kalmanın genç yetişkinler arasında beden algısı kaygılarıyla ilişkili olduğunu bulmuştur. Çünkü idealize edilen görüntüler, kadınlar için zayıflık ve erkekler için kaslılık vurgusu gibi belirli bir güzellik idealini temsil ederek görünüş karşılaştırmalarına sebep olmaktadır. Bu karşılaştırmalar sonucu vücut memnuniyetsizliği, kendini nesneleştirme, zayıf olma dürtüsü ortaya çıkmaktadır (5-7).

Toplumun geleceğini temsil eden genç yetişkinlerin, sağlıklı bir yaşam sürdürmeleri için sosyal medya ile etkileşimlerini takip etmek ve bu konuda bilinçlendirmek önem arz etmektedir. Bu çalışma, üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımının, beden algısı ile ilişkisini ve beden algısı üzerindeki etkilerini değerlendirmek amacıyla planlanmıştır. Bozulmuş beden algısına sahip olan gençler, olumsuz beslenme davranışları veya yeme bozukluğu riski vb. açısından risk altında bulunmaktadır. Bu durumun engellemesi adına erken tespit edilmesi önem taşımaktadır. Bu yüzden, bu çalışma aynı zamanda toplum sağlığının korunması ve geliştirilmesine katkı sağlamayı da amaçlamaktadır.

GENEL BİLGİLER

İnsanların büyüme, gelişme ve sağlıklı bir yaşam sürdürmesi için gerekli olan beslenme; insanın anne karnına düştüğü andan, son nefesini verinceye kadar önem arz etmektedir. Beslenme, yaşam için gerekli besin öğelerinin vücuda alınıp kullanılmasına denmektedir. Sağlıklı beslenme, vücut fonksiyonlarının sürdürülmesi, geliştirilmesi, hastalıklardan korunma ve hastalık risklerinin azaltılmasını sağlayarak kaliteli ve verimli bir hayatın en temel unsurunu oluşturmaktadır. Bireyin günlük besinsel ihtiyaçları ve yaş, cinsiyet, gebelik vb. kişisel koşulları göz önüne alınarak gereken her besin öğesinden yeterli ve dengeli beslenmesi; sağlıklı, mutlu ve başarılı bir yaşamın anahtarı olmaktadır (8-10).

Günümüzde kentleşmenin, sanayileşmenin ve çalışan sayısının artması, yaşam şartlarındaki ekonomik ve kültürel değişikler; yeterli ve dengeli beslenme üzerinde etki göstermektedir. İş ve yaşam dengesi, vakit yetersizliği, maliyet gibi konular besin seçiminde bireyleri, aileleri dolasıyla toplumu etkilemektedir. Besin değeri düşük, hijyenik olmayan, ucuz, pratik besinlere ulaşmanın kolaylığı ve beslenme konusundaki bilgisizlik; sağlıksız ve kalitesiz beslenmeyi bireyler arasında yaygınlaştırarak toplumsal sağlık üzerinde olumsuz etkiler bırakmaktadır. Toplumda sıkça karşılaşılan ve beslenmeye bağlı olan vitamin-mineral eksiklikleri; obezite; kalp damar hastalıkları, diyabet, kanser çeşitleri gibi kronik hastalıklar yaşam kalitesini düşürmektedir. Sağlıksız bireyler, sağlıksız ve mutsuz bir topluma neden olmaktadır. Toplum içinde beslenme açısından bebekler, çocuklar, kadınlar, genç yetişkinler, yaşlılar, işçiler, azınlıklar, göçmenler, engelliler ve bazı kronik hastalığa sahip bireyler risk altında bulunmaktadır (11-14).

Genç yetişkinlik, bireylerin bağımsızlığını kazandığı ve yaşam boyu sürecek yeme alışkanlıklarını edindiği önemli bir geçiş dönemini tanımlamaktadır. Genç yetişkinlerin

beslenme biçimleri; sodyum, şekerle tatlandırılmış içecekler ve hazır yiyecekler açısından zengin, meyve ve sebzeler açısından yetersiz gözükmektedir. Bu tür bir beslenme, hastalıklara yakalanma riskini artırmaktadır. Gençler, ailesinden, akranlarından ve geleneksel medyadan etkilendiği gibi sosyal medyadan da etkilenmektedir. Sosyal medyada sürekli çeşitli bilgilere maruz kalmak ise, gençlerin davranışları üzerinde etki gösterebilmektedir. Sağlık, beslenme ve besin konuları sosyal medyada paylaşım yapılan ortak konular arasında bulunmaktadır (15,16).

Sosyal medya, genç yetişkinleri sağlıklı beslenmeyi sürdürme ve beslenme hakkında bilgi edinme konusunda desteklemektedir. Ancak sosyal medya, sıklıkla birbiriyle çelişen mesajların yer aldığı çok sayıda besin ve beslenme içeriğini barındırmaktadır. Bireylerin, özellikle genç yetişkinlerin, bu çelişkilerle karşı karşıya kalması, istenmeyen beslenme davranışlarına yol açabilmektedir. Sosyal medya, vücut memnuniyetsizliği, diyet yapma, yiyeceklerin kısıtlanması, aşırı yeme gibi olumsuz etkiler için de bir ortam oluşturmaktadır (17,18).

SOSYAL MEDYA

Medya; kitlesel düzeyde iletişimi gerçekleştiren araçlar (gazete, dergi, radyo, televizyon, internet vb.) şeklinde tanımlanmaktadır. Geleneksel medya, yazılı ve görsel basının insanlara haber aktarmasını sağlamaktadır. İletişim teknolojilerinin gelişmesi sonucu ortaya çıkan yeni medya kavramı ise; içeriklerin hem üretilmesi hem de tüketilmesi şeklinde karşılıklı etkileşim alanı oluşturmaktadır. İnsan hayatına internetin ardından, sosyal medyanın dahil olmasıyla yeni medya başka bir boyuta ulaşmıştır (19).

Sosyal Medya Tanımı

Yaşadığımız çağın sağladığı teknolojik gelişmeler, gazete, radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçlarından oluşan geleneksel medyanın yerini, dijital medya ve teknolojileri olan sosyal medyanın almasına sebep olmuştur. Kullanıcılar tarafından değiştirilebilir içerikler oluşturulmasını, paylaşılmasını ve farklı düzeylerde (kişisel, profesyonel, iş, toplumsal vb.) geniş kitleler ile iletişim kurmayı kolaylaştıran, internet tabanlı uygulamalara, sosyal medya denmektedir (20,21).

Sosyal medya; insan ilişkilerinde destek sağlayan, aktif katılım imkanı veren, görüntülenebilir veya indirilebilir içerikler üretilebilen, sosyal tabanlı Web 2.0 teknolojilerinin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Bu teknolojiler, kullanıcı katılımına dayalı ve kolay kullanılabilir olması açısından önem taşımaktadır. Çevrimiçi işbirliğini vurgulayan Web 2.0

aşaması ile farklı teknolojileri içeren bloglar, wikiler, sosyal ağ siteleri, podcast siteleri, sanal sosyal dünyalar, içerik toplulukları, sanal oyun siteleri gibi uygulamalar sosyal medyanın altında gruplanmıştır (22).

Sosyal varlıklar olan insanların iletişim ihtiyaçlarını kolaylıkla karşılayabilmesi ve çeşitli biçimlerdeki içerikleri dünyanın her yerine ulaştırabilmesi, sosyal medyaya olan rağbeti artırmaktadır. Sosyal medya, kullanıcıların bireysel veya topluluk içinde var olabileceği; ticari, sosyal, politik, eğitimsel alanlarda iş birliği, etkileşim ve paylaşım sağlayabileceği bir alanı sunmaktadır. Ayrıca kullanıcıların, karşılıklı etkileşimde bulunması ve istenilen zamanda her türden bilgiye anlık erişiminin olması, sosyal medya ile karakterize edilmektedir (23,24).

Temel olarak, sosyal medyanın özellikleri arasında; basit kullanım şekli, mobil erişim, maddi olarak uygunluk, kolay içerik paylaşımı, neredeyse sınırsız paylaşıma ulaşım ve eş zamansız (zaman ve mekan kısıtlaması olmaksızın) iletişim sayılmaktadır. Günlük yaşantının yansıtılmasında, sosyal iletişim ve ilişkilerin oluşturulması ve sürdürülmesinde, kullanıcılar hem takipçi hem de takip edilen olabilmektedir (25,26).

Sosyal medya; sürekli bilgi akışı, hızlı güncellenebilme, esneklik ve kolay ulaşabilme fırsatları tanıyarak artan kullanıcı sayısı ile çeşitli amaçlarla kullanılmaktadır. Bu amaçlar ise; iletişim kurma, bilgi ve düşünce paylaşımı, yalnız kalmama, gündemi takip etme, eğlenme, organizasyon, ürün ve hizmet alışverişi, pazarlama, reklamcılık vb. olarak sıralanabilmektedir (27-29).

Kullanıcıların sosyal medyada etkileşime girdikleri her saniye, görünmeyen kalıp ve davranışsal eğimleri içeren veriler için geniş hacimler yaratmaktadır. Özellikle Web 3.0 teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte kişiselleşmiş algoritmalar tarafından, her kullanıcıya özel içerikler sunulması, içerikleri daha ilgi çekici hale getirmektedir. Kullanıcılar, hem kendi ilgi alanlarına maruz kalmakta hem de beğenme, paylaşma, yorum yapma gibi eylemler ile sürece dahil olmaktadır. Böylelikle kullanıcı verileri ve davranışları devamlı incelenerek yeniden yapılanmakta ve insanlar, çevrimiçi daha fazla vakit harcayarak sosyal medyada daha fazla bulunmaktadır. Sosyal medya, çağdaş toplumun ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (30-32).

Sosyal Medya Platformları

Sosyal medya kullanımı, son yıllarda hızla büyümüş ve aşamalı olarak gelişme göstermiştir. Sosyal medya platformları ise, sosyal ağ siteleri (Facebook, Google Plus, Myspace…); sosyal yayın ve paylaşım araçları olan bloglar, mikrobloglar, wikiler (Twitter, Tumblr, Wikipedia…); fotoğraf ve video paylaşım siteleri (Instagram, Pinterest, YouTube,

Flickr, Vimeo…), sanal dünyalar ve sanal oyun ortamlarından (WeeWorld, Webkinz World, Playstation Network…) oluşmaktadır. Bu platformlar, çevrimiçi video izleme, canlı sohbet, anlık mesajlaşma, karşılıklı yorumlar yapma, sanal oyunlar oynama, içerik yönetimi ve işbirlikleri gibi pek çok farklı hizmet vermektedir. Bilgiyi arama ve paylaşma kanalları sunmaktadır. Kullanıcılar, benzer ilgi alanlarında buluşabilmekte ve ortak çalışma fırsatı yakalayabilmektedir (33-35).

Bir web sitesi olan blog, yazılar yayınlamayı sağlamaktadır. Genellikle kronolojik olarak en yeni yazıları öncelikli göstermektedir. Çoğunlukla metin şeklinde olsa da grafik, fotoğraf, video gibi farklı materyaller kullanılarak oluşturulan çeşitleri de bulunmaktadır. Blog ziyaretçileri, yazılara yorumlar yapabilmektedir (36).

Wikiler ise, bir dizi web sitesinden oluşurken herkes tarafından kullanılabilmektedir. Böylece içeriklerin ortaklaşa ve eşzamanlı oluşturulabilmesine, değiştirilebilmesine veya kaldırılabilmesine izin vermektedir. En bilineni Wikipedia'dır (37).

Sanal sosyal dünyalar, kullanıcıların oluşturdukları avatarlar sayesinde birbirleri ile iletişim kurmasını sağlayan simülasyonlar olmaktadır. Sosyalleşmek için konum veya zaman sınırlaması olmadan sanal dünyalar keşfedilebilmektedir. Sanal oyun dünyaları ise geniş oyun evrenlerinde, oyuncu avatarları buluşturmaktadır (38).

Son olarak; kullanıcıların herkese açık veya yarı açık profiller oluşturarak, gerçek hayattaki arkadaşlarıyla etkileşim kurabilecekleri ve yabancı insanlarla ortak ilgi alanlarına, deneyimlerine veya fikirlerine dayalı olarak tanışabilecekleri sanal topluluklara, sosyal ağ siteleri denmektedir. Tüm sosyal ağ sitelerinin ana özelliği; kullanıcıların temsili olan profiller oluşturmasını ve sitelere entegre edilmiş e-posta, anlık mesajlaşma vb. iletişim yollarını kullanmasını sağlamaktır. Sosyal ağ siteleri (sosyal ağlar), sosyal medyanın tartışmasız en popüler biçimleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal ağ siteleri arasında en çok vakit geçirilenler; Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, TikTok olarak yer almaktadır (23,39,40).

Facebook en çok kullanılan sosyal ağ sitesi olarak fotoğraf ve video paylaşma, yorum yapma, hikaye oluşturma, durum güncelleme, özel mesajlaşma, etiketleme özelliklerini taşımaktadır. Gün geçtikçe canlı akış yayınlama gibi farklı yetenekler geliştirmektedir. Sosyal etkileşimde gruplar kurma veya gruplara üye olma, telefon ve görüntülü arama olanakları sağlamaktadır (40).

Instagram, gençler ve genç yetişkinlerin favorileri arasında yer edindiğinden kullanımı hızlı bir şekilde artmaktadır. Görsel bir sosyal ağ sitesi olarak fotoğraf, video, hikaye veya canlı içerikler yayınlanmasını sağlamaktadır. Kullanıcılar fotoğraf çekebilmekte ve fotoğrafları,

filtreleme vb. biçimde düzenleyebilmektedir. Yorum yapma, doğrudan mesajlaşma özellikleriyle kullanıcılar arası etkileşim kurulabilmektedir (41).

YouTube, en çok ziyaret edilen video sitesi olarak yer almaktadır. Video paylaşma, videoları değerlendirme (beğenme/beğenmeme) ve bunlara yorum yapma haklarını tüm kullanıcılara sağlamaktadır. Amatör ve profesyonel hizmetler verilebilmektedir. Görsellik ve işitselliğin yanında videoları duraklatma, yavaşlatma veya hızlandırma seçeneklerini de sunmaktadır (41, 42).

TikTok, kısa süreli video oluşturma, paylaşma ve canlı yayın yapılmasını sağlayan sosyal ağ sitelerinden biri olmaktadır. Video süresi on beş saniye ile üç dakika arasında sürmekte ve videolar dans, güldürü, eğitim vb. türlerinde çekilebilmektedir. Kronolojik olarak yeni bir ağ olmasına rağmen hızlı büyüyerek popüler bir siteye dönüşmüştür (43).

WhatsApp, anlık mesajlaşma temelli bir sosyal ağ olarak iletişim kurmayı sağlamaktadır. Sesli/görüntülü aramayı, hikaye oluşturmayı ve metin, fotoğraf, video, belge ve konum gibi birçok farklı türde içeriği göndermeyi ve almayı desteklemektedir (44).

Sosyal Medyanın Dünyada ve Türkiye Kullanımı

Dijital 2023 Temmuz Ayı Küresel İstatistik Raporu'na (Digital 2023 July Global Statshot Report) göre dünya nüfusunun, %64,5'i internet ve %60,6'sı sosyal medya kullanmaktadır. Aile ve arkadaşlar ile iletişim kurmak, sosyal medya kullanımının birincil amacı olmuştur. Sosyal medyada, günlük 2 saat 26 dakika kadar vakit geçirilmektedir. Dünyanın en çok kullanılan sosyal medya platformları sırasıyla Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram olarak yer almıştır. WhatsApp, gün içinde en çok kullanılan ve en favori sosyal medya platformu olmuştur. Ancak, 16-24 yaş grubunun favorisi Instagram olarak kayda geçmiştir (45).

Dijital 2023 Türkiye Raporu (Digital 2023: Turkey) ele alındığında, ülkemiz nüfusunun %83,4'ü internet ve %73,1'i sosyal medya kullanmaktadır. Ülkemizde, internette geçirilen zamanın yarısından fazlası, sosyal medyada geçirilerek ortalama 2 saat 54 dakika kadar vakit ayrılmaktadır. Sosyal medya kullanımının ilk amacı; gündemi takip etmek olmuştur. En çok kullanılan sosyal medya platformları ise; Instagram, WhatsApp, Facebook, Twitter şeklinde sıralanmıştır. En favori sosyal medya platformu, Instagram olmuştur. Instagram ve Tiktok en çok vakit geçirilen platformlar olmuştur (46).

Türkiye İstatistik Kurumu'nun hazırladığı, Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması-2023 Raporu'na göre; 16-24 yaş gençlerin son 3 aylık internet kullanım oranı

%96,6 olarak belirtilmiştir. Ancak gençlerin sosyal medya kullanım oranı yer almamıştır (47).

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun hazırlamış olduğu, Gençlerin Medya Kullanımı ve Dijital Okuryazarlık Araştırması 2022 ise ülkemizde gençlerin sosyal medya kullanımı ile ilgili verileri sunan en kapsamlı araştırma olmuştur. Bu araştırmaya, 15-21 yaş grubu gençler dahil edilmiştir. Her 10 gençten 9'unun sosyal medya hesabı olduğu belirtilmiştir. Sosyal medya hesabına, günde 1-3 saat arasında giren gençlerin oranı %62,4 iken; 4 saatten fazla girenlerin oranı ise %37,6 olmuştur (48).

Genç Yetişkinlerde Sosyal Medya Kullanımı

Genç yetişkinler, gelecek toplumun başarısında kritik bir önem taşımaktadır. Bu nedenle, yakından takip edilmesi gereken bir grup olarak öne çıkmaktadır. Ergenliğin bitişi olan onlu yaşların sonu ve yetişkinliğin başlangıcı olan yirmili yaşların başı arasındaki dönem, geç ergenleri/üniversitelileri/genç yetişkinleri temsil etmektedir. Bu dönem, ileri yaşam için hem olumlu değişikliklerin kazanılabileceği hem de riskli davranışların oluşturulabileceği bir dönem olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca, burada fiziksel ve psikososyal gelişim de devam etmektedir (13,49).

Genç yetişkinlik, kimlik inşasının gerçekleştiği, kişilerin kendilerine ve çevrelerine sorumluluk bilincinin ortaya çıktığı, yeni sosyal ilişkilerin kurulduğu, yaşam memnuniyetinin sorgulandığı, ihtiyaçlar ve kaynaklar arasındaki dengenin yönetildiği, yurttaş olma rolünün üstlenildiği kritik bir gelişim dönemini ifade etmektedir. Gençler bu süreçte, alışılagelmiş aile ortamları ve çevrelerinden uzaklaşmakta, dış faktörlerden daha fazla etkilenmekte ve kendi seçimlerini özgürce yapabilmektedir. Bunlara bağlı olarak adaptasyon sürecinde, dışardan beslenme, fast-food tüketiminde artış, yetersiz beslenme, yeni beslenme alışkanlıkları, yeme tutum ve davranışlarında değişiklikler, yeme bozuklukları vb. durumlar gelişebilmektedir (13,50).

Genç yetişkinler, dijital teknolojilerin tam ortasında yer alan bir nesil olmaktadır. Bu nedenle gençlerin yaşamları teknoloji ile iç içe geçmekte ve sosyal medya kullanımı gün içinde çok fazla yer kaplamaktadır. Bireysel kimlik veya fikirlerin ifade edilmesi, aile ve çevre ile iletişimin sürdürülmesi, yeni sosyal ilişkilerin kurulması, sosyal katılım, toplumsal aidiyet ihtiyacının karşılanması gibi nedenler, gençlerin sosyal medya kullanım motivasyonlarını oluşturmaktadır. Genç yetişkinler için sosyal grupların bir parçası olmak; sevilmek, ait olma ihtiyacını karşılamak, psikososyal refah ve öz yeterlilik için gerekmektedir. Sosyal medya, birçok kişiye etkileşim sağlayarak kullanışlı bir iletişim alanı oluşturduğu için arkadaşlarının

paylaşımlarına ve sosyal paylaşımlara ilgili olan üniversite öğrencileri, sosyal medya aracılığı ile buluşmaktadır (5,51,52).

Sosyal medya, gençlere aidiyet, psikososyal sağlık ve kimlik gelişimi gibi fırsatlar sunarken bir yandan da onları potansiyel olumsuz sonuçlarla karşılaştırmaktadır. Bu noktada sosyal medya, genç yetişkinlerin sağlığı için önemli bir yerde bulunmaktadır. Sosyal medya gençler tarafından, sağlık tavsiyelerinin araştırıldığı ve sağlık davranışları hakkında bilgi alınan bir araç olabilmektedir. Gençlerin sağlık durumları ve davranışlarını anlamak, üretken bir gelecek oluşturabilmelerini etkilemektedir. Fakat bilgi paylaşma olanakları ve yayılma hızı düşünüldüğünde sosyal medyadaki paylaşımların tamamının doğru olması mümkün görülmemektedir. Bu durum; sağlık alışkanlıklarının kazanıldığı gençlik döneminde, beslenme algı, tutum ve inançlarında değişikliklerine yol açarak besin seçimi, yiyecek porsiyonları, diyet uygulamaları, beden algısı üzerinde etki göstermektedir. Sosyal medyada ideal beden görüntülerinin betimlenmesi, genç yetişkinlere belirli bir güzellik anlayışı sunmakta ve kendi görünümlerini başkalarıyla karşılaştırma eğilimlerini artırmaktadır. Dolayısıyla; beden algısında endişeler oluşarak beden hoşnutsuzluğu, zayıf olma dürtüsü vb. durumları ortaya çıkmaktadır (53,54).

Sosyal Medya Kullanımının Olumlu ve Olumsuz Etkileri

Teknolojinin hızlı gelişimi sonucu dizüstü bilgisayarlar, akıllı telefonlar gibi küçük iletişim cihazları ile sosyal medyaya her zaman, her yerden erişilebilmektedir. Sosyal medya, değişik amaçlar ile kullanılmaktadır. Farklı alanlardaki kullanımı, insan üzerinde farklı etkiler bırakmaktadır. Bu alanlar arasında eğitim, sağlık, iş, iletişim vb. bireye ve topluma hitap eden her şey bulunmaktadır (55).

Sosyal medyaya çevrimiçi ve anlık ulaşım kolaylığı; her alanda iletişim, etkileşim, bilgi alışverişi, haber takibi ve kendini güncelleme seçeneklerini mümkün kılmaktadır. Bu açıdan sosyalleşme, bağlantı kurma, topluluklara dahil olma, sağlık danışmanlığı alma, kişisel deneyimleri paylaşma, problem çözme, tavsiye alma, eğitimlere katılma, müşteri portföylerine ulaşma, reklam yapma gibi çok farklı imkanları sunmaktadır. Ayrıca sosyal medya kullanımı, enerji ve zaman harcamak dışında neredeyse masrafsız sayılmaktadır (56).

Sosyal medya sayesinde yeni insanlarla tanışılmakta, duygu ve düşünceler coğrafi sınırların ötesine iletilmekte, kitlelere kolay ulaşılmakta, demokratik katılım sağlanmakta ve sınırsız kaynaklara anında erişilmektedir. Son dönemde iş geliştirme, istihdam yaratma, ekip

çalışması, evden çalışma, çeşitli konularda tanıtım ve farkındalık oluşturma gibi amaçlara da yardımcı olmaktadır (56,57).

Özetle, sosyal medya aracılığı ile bilgi ve iletişim alışverişi, veri paylaşımı ve çeşitli hizmetlere ulaşım kolaylaşmaktadır. Ancak sosyal medya kullanımının tüm bu olumlu yönlerinin yanında; güvenlik eksikliği, sosyal medyada fazla zaman geçirilmesi, bağımlılık, aşırı bilgi yüklemesi, bilgi kirliliği, manipülasyon, azalmış araştırma yetenekleri, mahremiyet ihlali, yüzeysel kimlik ve ilişkilerin oluşturulması, sosyal iletişimin ve gerçek insana temasın azalması vb. olumsuz yönler de ortaya çıkmaktadır (58,59).

Dinamik yapısı ve güncellenme hızına bakıldığında sosyal medya, geleneksel haber kuruluşlarının yerini almıştır. Haberleri aramak, paylaşmak ve yorumlamak için pratik bir seçim olmakta ve benzeri olmayan miktarda içeriğe doğrudan erişim sağlamaktadır. Bu cezbedici özelliklere rağmen; geleneksel medya ile karşılaştırıldığında haberlerin kalitesi daha düşük olmaktadır. Devasa miktarda içerik; eksik, şüpheli, sahte veya yanlış bilgileri de barındırmaktadır. Paylaşılan hatalı bilgiler toplum üzerinde önyargılara ve yanlış inançların kabulüne neden olmaktadır. Kullanıcıların tercihlerini ve tutumlarını dikkate alarak içeriklerin kolayca karşılarına çıkmasını sağlayan algoritmalar sebebiyle yanlış bilgiler ve sahte haberler gerçek olanlardan daha hızlı yayılabilmektedir (60,61).

Yanlış bilgilendirme ve bilgi kirliliği, karar vermeyi ve kavramada zorlanmayı ortaya çıkarmaktadır. Tercihleri değiştirmekte ve birçok konuda bireysel kararları etkilemektedir. Doğru bilgiye ulaşmanın zorluğu ve gereksiz bilgiler arasında kaybolmak gerçek bilgilerin doğruluğunu sorgulatmaktadır (62,63).

Sosyal medyadaki bilgi kirliliği, insanların sağlığına zarar verebilmektedir. Sağlık alanındaki bilgilerin konu dağılımı ele alındığında, önemli oranda besinler, beslenme ve diyet konularının araştırıldığı görülmektedir. İnsanların besinlere ve sağlıklı beslenmeye karşı artan ilgisi, sosyal medyada buna ilişkin bilgileri ve haberleri arttırmaktadır. Doğru kaynaktan bilgi alamayan okuyucularda, bilgi kirliliği artışı yüzünden karışıklıklar ortaya çıkarak beslenme hakkında yanlışlıklar (popüler diyetler, detoks vb.) yapılmaktadır. Özellikle toplumun güvenini kazanmış beslenme ve diyetetik alanına mensup olmayan sağlık çalışanları, medyatik kimseler, sanatçılar gibi kişilerin beyanları halk tarafından ilgi görmektedir. Ancak alanında uzmanlığı olmadığı halde yetersiz ve yanlış paylaşım yapan kişiler sonucu, önceki bilgisini genişleten veya yeni bilgi edinen kişilerde, sağlık sorunları ve ciddi komplikasyonlar görülebilmekte hatta; hayati riske yol açacak durumlar söz konusu olabilmektedir (63-65).

Bilgi kirliliği veya hatalı/yanlış uygulamalar ve tavsiyeler dışında sosyal medya, kullanıcıların kendisi veya başkalarının; yeme ve egzersiz alışkanlıkları, şişmanlık/kilo

endişeleri ve ideal vücut şekilleri hakkında konuştukları sanal bir forum sağlamaktadır. Yüzyıllardır değişen ideal vücut algısı veya belirlenen bir standarda uyulması fikrinin, medya ve toplum tarafından karşılıklı olarak pekiştirilip sunulması göz önüne alınırsa; sosyal medyanın, beden algısına etkisi yadsınamaz bir gerçeklik olmaktadır. Sosyal medyanın görünüş odaklı olması, kullanıcıların iyi veya çekici buldukları fotoğraflarını paylaşmalarına sebep olmakta ve belirli bir görünüm ve vücut standardı oluşturmaktadır. Sosyal medyada idealize edilmiş, düzenlenmiş ve poz verilmiş görüntülere maruz kalan kullanıcılar, görüntüleri içselleştirebilmekte ve sosyal karşılaştırmalar yapabilmektedir. Bu karşılaştırmalar beden algısına zarar verebilmektedir (3,65,66).

Sosyal Medyanın Sağlıklı Beslenme Üzerine Etkisi

Sosyal medya, insanların temel ihtiyacı olan beslenme ve besinler hakkında etki göstermektedir. Beslenme haberlerine gün içinde pek çok kez maruz kalmak; insanları sağlıklarına dair daha fazla düşündürmektedir. Okuma ve araştırma güdülerinin uyarılması, endişe seviyelerini arttırmaktadır. İnsanlar, hangi besinleri tüketmesi veya tüketmemesi gerektiği hakkında telaşlanmaktadır. Yanlış yönlendirmelerin tamamı zararsız bilgilerden oluşmadığı için, bazı yanlış bilgiler halk sağlığı açısından sorun teşkil etmektedir (67,68).

Sosyal medyada besinlere ilişkin çeşitli bilgiler yer almaktadır. Bunlar; besin özelliklerinin abartılı bir biçimde anlatılması, besinde var olmayan işlevsel yetilerden varmışçasına bahsedilmesi, besinin sağlıksız veya tehlikeli olduğuna dair ifadeler kullanılması vb. şeklinde kendini göstermektedir. Bilimsellikten uzak şekilde yapılan bu tarz açıklamalar, tüketicilerin halk otoritelerine karşı güvenlerini sarsmakla kalmayıp konusu geçen besinlerin, bir süreliğine veya tamamen tüketiminin bırakılması ile sonuçlanabilmektedir (69).

Markalar, ürünlerini pazarlamak için sosyal medya platformlarını kullanmaktadır. Reklamcılar ve gıda şirketleri, reklam amacının; tüketicileri bilinçlendirmek olduğunu iddia etmelerine rağmen, reklamlar tüketici duygularını manipüle etmektedir. Örneğin; fast food zincirleri, salatalarını; kahve zincirleri, smoothie (meyveli soğuk içecek) vb. sağlıklı görünen ürünlerini öne çıkarmaktadır. Gıda reklamlarına maruz kalmak, özellikle çocukların ve gençlerin, diyet seçimlerini etkilemekte ve besin alımını artırmaktadır. Fazla işlenmiş, ucuz yiyeceklerin pazarlanması ile obezite görülme riski artmaktadır (70).

Kısa sürede, hızlı sonuç veren veya kesin kilo kaybını iddia eden moda diyetler; medya aracılığıyla okuyucuya ulaşmaktadır. Herhangi bir kanıta dayanmayan bu diyetler (Dukan veya Atkins diyeti gibi yüksek proteinli diyetler, sıvı diyetler, çiğ besin diyetleri, kan gruplarına göre

diyetler, alkali diyetler vb.), tek bir besin veya besin öğesini içerebilmektedir. Bu tür diyetler; vücuda gereğinden daha az kalori vermekte, hızlı kilo kaybı ve azalmış enerji ile bitkinliğe neden olmaktadır (71).

Beslenme ve diyet alanından olmayan sağlık profesyonellerinin, sanatçıların veya topluma mal olmuş kişilerin söylemlerinin rağbet görmesi sonucu; insanlar, sağlıksız diyetleri uygulayabilmektedir. Bu sebeple, yağ dokusundan ziyade kas ve su kaybı gerçekleşmektedir. Sıklıkla, bu tarz diyetlerin uygulanması vücudun bazal metabolizma hızını yavaşlatmaktadır. Vücut ağırlığını kaybetmek için sağlıksız uygulamalar; besin öğeleri yetersizliklerine veya bunlar arasındaki dengenin bozulmasına yol açabilmektedir. İleri durumlarda, böbrek ve karaciğer yetmezlikleri, azalmış bilişsel fonksiyonlar ve hayati riskler ortaya çıkabilmektedir. (64).

Sosyal medya, özellikle kadınlar için tipik bir vücut algısı oluşturmak suretiyle, kişilerin var olan fiziksel görüntülerinden memnun olmamalarına neden olarak yeme bozuklukları, laksatif (müshil) kullanımı ve zayıflama ilaçları kullanımı gibi beslenme davranışlarında bozukluklara ortam hazırlamaktadır. Bu davranışsal bozukluklar; polikistik over sendromu, gastrointestinal sistem hastalıkları, vitamin ve mineral yetersizliğine bağlı komplikasyonlar görülmesine neden olabilmektedir (72,73).

Ergenlik öncesi kızlarda, kadın lise ve lisans öğrencilerinde yapılan Facebook kullanımı ile alakalı araştırmalar; zayıflık, zayıf idealin içselleştirilmesi, vücut gözetimi, kendini nesneleştirme, görünüm karşılaştırmaları ve diyet yapma sıklığının, kullanıcı olmayanlara göre daha fazla olduğunu bildirmektedir (4).

Sosyal medya, önemli bir sağlık bilgisi kaynağı haline gelmiştir. Kullanıcılar, hem güvenilir halk sağlığı kaynaklarından hem de bireysel deneyimler, reklamlar gibi doğruluğu kesin olmayan kaynaklardan içeriklere ulaşmaktadır. Bu içeriklerin tümü, filtrelemeye ve kalite kontrolüne tabi tutulamamaktadır. Ayrıca; güncelliğini yitirmiş, eksik ve hatalı olmaya eğilimli bilgileri içermektedir. Çoğunlukla içerikler, kabul edilmiş bilimsel kanıtlar olmadan paylaşılabilmektedir. Hatta aldatıcı, etik dışı ve yanıltıcı özellikler taşıyabilmektedir. Beslenme ve diyet alanındaki bilgiler de bu durumdan etkilenmektedir (74).

BEDEN ALGISI

Beden Algısının Tanımı

Beden ifadesi, bedenin iç yapısı ve dış görünüşüne dair tüm algı ve bilgi için kullanılmaktadır. Avustralyalı psikiyatrist Paul F. Schilder tarafından geliştirilen beden algısı kavramı ise, zihinde şekillenen beden görüntüsünü anlatmaktadır. Bu mental algı, kişinin kendi bedenini nasıl gördüğü ve algıladığı ile ilişkili olmaktadır (75).

Beden algısı, birden fazla bileşenden oluşan çok yönlü bir yapı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bileşenlerden bilişsel ve duygusal olanlar, vücut hakkındaki kişisel düşünceler ve hisleri; algısal olanlar, kişinin kendi bedeninin boyutu ve şeklini zihinsel olarak nasıl canlandırdığını; davranışsal olanlar ise, kişinin vücudunu değiştirmek, kontrol etmek, gizlemek gibi amaçlarla ölçülü yeme, aşırı spor yapma benzeri eylemlerde bulunmasını ifade etmektedir (76,77).

Günlük yaşantıda bireyler, fiziksel görünüşlerine dair düşüncelerini etkileyen diyaloglar, reklam panoları, dergi kapakları, mağaza vitrinleri vb. pek çok uyaranla karşılaşmaktadır. Bireylere baskı yaratan bu uyaranlar, onların beden algısında değişiklikler meydana getirmektedir. Ayrıca psikolojik faktörler, vücut ağırlığı, sağlık davranışları, sosyo-ekonomik durum, medya, estetik cerrahilerin artışı, kilo kontrol ilaçlarının satışı vb. hem kişisel hem de çevresel olan başka etmenler de beden algısını etkilemektedir. Özellikle, toplumların insan vücudunun güzelliğine fazla önem vermesi; göreceli bir kavram olan güzelliği, genellikle zayıflık ile bağdaştırmaktadır. Zayıflık, güzellik dışında genç olmak, bakımlı görünmek gibi farklı anlamları da barındırabilmektedir. Bireylerin beden algıları sabit olmayıp yaşam boyu farklı biçimlere bürünerek kimi zaman toplumsal standart ve beklentilerle örtüşebilmekte, kimi zaman farklı doğrultularda ilerleyebilmektedir. Genel olarak topluma ait ideal beden algısı, bireylerin kendi bedenlerine ilişkin hoşnutluk veya tatminsizlik hissetmelerine sebep olmaktadır (75,78).

Vücut memnuniyeti, kişinin mevcut vücut özelliklerinden ne derecede memnun olduğunu göstermektedir. Beden algısında memnuniyeti gösteren en güvenilir faktör vücut ağırlığı olmaktadır. Örneğin; vücut ağırlığındaki artış, vücut ağırlığını düşürmeye yönelik sosyal baskıları artırarak vücut memnuniyetinin azalmasına neden olabilmekte veya düşük vücut memnuniyeti, sağlıksız beslenme davranışlarına yol açabilmektedir. Vücut memnuniyetinde azalma, olumsuz beden algısı yaratarak bireylerin sık sık tartılmasına, ayna kontrolü yapmasına, benlik saygısında azalmaya, sosyal kaygıya, depresyona benzer olumsuz sonuçlara sebebiyet verebilmektedir (77,78).

Beden algısını etkileyen sosyokültürel etkenlere kişinin ailesi, akranları ve medya dahil olmaktadır. Bunlar arasında beden algısındaki problemlerin gelişimi ve sürdürülmesinde, medyanın rolü vurgulanmaktadır. Ağırlıklı olarak modellerin, ünlülerin veya diğer yabancıların

görüntülerini içeren ve benliğin idealize halini sunma eğiliminde olan sosyal medya, bireylerin çeşitli türlerde görüntülerini içermektedir. Burada medyaya maruz kalma, görünüş karşılaştırmalarını artırarak vücut memnuniyetsizliğinin oluşmasına sebep olmaktadır (79).

Beden Algısına Sosyal Medyanın Etkisi

Aile ve akranlar gibi beden algısını etkileyen bir dizi sosyokültürel faktör olmasına rağmen, en yaygın ve etkili olanın kitle iletişim araçları olduğu öne sürülmüştür. Televizyon, dergiler, reklamlar vb. geleneksel medyaya maruz kalmanın kadın ve erkeklerde beden algısını etkilediği gösterilmiştir. Son yıllarda, internetin yükselişi ve sosyal medya kullanımı da geleneksel medyaya benzer şekilde beden algısı üzerinde etkisini göstermektedir (80).

Sosyal medyanın beden algısına etkisi, Festinger'ın sosyal karşılaştırma teorisi ile açıklanmaktadır. Bu teoriye göre; nesnel ölçütlerin yokluğunda, insanlar yetenek ve görüşlerini değerlendirmek için, içgüdüsel olarak, kendilerini başkalarıyla karşılaştırmaktadır. Sosyal karşılaştırmaların hızlı, kolay biçimde, çok sayıda ve birden çok kişiyle yapılabileceği yer olan sosyal medya, bu noktada büyük önem taşımaktadır. Sosyal medyada, idealize edilmiş görüntülere maruz kalmak yetersizlik hissi ile vücut memnuniyetsizliği oluşturabilmektedir. Ayrıca sosyal ağlarda geçirilen zamanın artması, vücut memnuniyetsizliğinin ortaya çıkması ile pozitif ilişkili bulunmuştur (66,81).

Mevcut sosyo-kültürel güzellik idealleri erkekler için, v şeklinde kaslı bir üst vücudu; kadınlar için, ince ve fit bir görüntüyü idealize etmektedir. Sosyal medyada, özellikle Instagram, Snapchat gibi görüntünün esas olduğu ağlar, paylaşılan fotoğrafların en kusursuz şekilde sunulmasına odaklanmaktadır. Kullanıcıların, kendi profilinde paylaştığı görüntüleri düzenlemeye ve geliştirmeye eğilimli olduklarını gösteren çalışmalar bulunmaktadır. Mükemmelliğe olan saplantı ve zayıf ideale uyma baskısı, ideal beden algısı üzerine düşünmeyi daha da artırmaktadır. Fit ve ince olma idealinin (kilo verme teşviki, düzensiz yeme davranışlarının yüceltilmesi vb.) sosyal medyada trend haline gelmesi, daha fazla vücut memnuniyetsizliği ile ilişkili bulunmuştur. Vücut memnuniyetsizliği zorunlu egzersiz, anabolik steroid kullanımı, yeme bozuklukları ve zayıf zihinsel sağlık (depresyon, kaygı…) dahil olmak üzere bir dizi olumsuz sonuçla ilişkilendirilmiştir (3,80,82).

Sağlıklı bir bireyin beden algısı çocuklukta şekillenmekte, ergenlik ve genç erişkinlik döneminde ise hızlı fiziksel ve duygusal değişimler sonucunda büyük ölçüde gelişmektedir. Genç yetişkinlerin yarısından fazlasının, vücutlarının ağırlığı veya başka vücut memnuniyetsizliklerini dile getirmesi ve gençlerin sosyal ağları en çok kullananlar olması; bu

grubun sosyal medya kullanımı ile beden algısı arasındaki ilişkiyi açıklamak bakımından önemli hale gelmektedir (83,84).

Üniversite Öğrencilerinde Olumsuz Beden Algısının Sağlıklı Beslenmeye Etkisi

Genç yetişkinlik (üniversite öğrencileri), ergenlik ve yetişkinlik arasındaki geçiş dönemi olan 18-25 yaş aralığını tanımlamaktadır. Bu dönemde gençler; birey olarak toplum içinde var olma, tercihlerinde özgür olma/bağımsızlık kazanma, temel ihtiyaçlarını karşılama vb. adaptasyon sürecine dahil olmakta ve birden fazla psiko-sosyal değişiklik ile karşılaşmaktadır. Yeni beceriler, alışkanlıklar geliştirmekte ve yeni davranışlar sergilemektedir. Üniversite öğrencileri sosyal, kültürel, ekonomik sorunlar gibi çeşitli alanlardaki sorunlarla başa çıkmaktadır. Fakat, riskleri göz ardı etme potansiyeli ve yaşam deneyimi eksikleri, gençleri savunmasız bırakabilmektedir. Bu noktada, üniversiteye geçiş sonrası aileyle olan iletişimi azalan üniversite öğrencilerinin, karar verme mekanizması üzerinde arkadaşlarla artan ilişkileri ön plana çıkmaktadır (13,85).

Bireyler arasındaki iletişimin yoğunlaştığı üniversite döneminde, gençler her gün çeşitli araçlar ile arkadaşları ve arkadaş gruplarıyla iletişime geçmektedir. Sosyalleşme ve sosyal bir çevre edinme noktasında, gençlerin tercihi olan en popüler araç sosyal medya olmaktadır. Sosyal medya yeni arkadaşlar edinme, kişisel düşünce ve deneyimler hakkında akranlardan onay alma, aidiyet duygusunu destekleme, kendilik imajı oluşturma, takdir edilme vb. açılardan gençler tarafından tercih edilmektedir (52,56,86).

Akran etkileşimini artıran sosyal medya, bu etkileşim ve geri bildirim mekanizmasına duyarlı olan genç yetişkinler üzerinde güçlü bir etki kaynağı olmaktadır. Hatta, gençlere tanınma, fark edilme, popülerlik kazanma gibi ihtiyaçlar oluşturmaktadır. Üniversite öğrencileri, yeni trendlere karşı savunmasız kalmaktadır. Özellikle, sosyal medyanın yoğun bir biçimde kullanıldığı bu dönemde, sağlıkla ilgili risk faktörleri ve riskli davranışların ortaya çıkması arasında ilişki bulunmuştur (87,88).

Sosyal medyanın, bilgi alışverişi, deneyim paylaşımı, akran desteği, farkındalık ve sosyal becerileri geliştirme vb. birçok faydası olsa da, artan kullanım toksik etkilere yol açabilmektedir. Bu olumsuz etkiler arasında, sosyal karşılaştırmalar ve olumsuz beden algısı göze çarpmaktadır. Fotoğraf paylaşmanın popülerliği, akran etkileşimleri ve mobil teknoloji erişilebilirliği gibi faktörler, sosyal medya kullanıcılarının beden algısı endişelerine önemli biçimde etki etmektedir. Çünkü; ideal beden algısının hakim olduğu sosyal medya ve sosyal ağların görsel kültürü; ince ideali içselleştirme, kendini nesneleştirme ve akranlarıyla görünüş karşılaştırmaları yapma olasılığını arttırmaktadır (58,84,89).

Genç yetişkinler, sosyal medyada fiziksel ve zindelik başarılarını teşvik etmeye verilen önem yüzünden; kendilerinin ideal görüntülerini sunmaları konusunda baskı hissetmektedir. Yapılan çalışmalar, deneysel ve gözlemsel literatür incelemeleri; üniversite sırasında sosyal ağlara maruz kalmanın, beden algısında memnuniyetsizliği arttığını göstermiştir. İdeal bedene ulaşmaya yönelik yetersiz kaynakların kullanılması, psikolojik ve fiziksel hasarlara neden olmaktadır. Olumsuz beden algısı, düşük benlik saygısı ve düşük yaşam kalitesi ile ilişkili bulunmaktadır. Bu durum, çok sayıda ciddi sonuçlara yol açarak uzun vadede aşırı yeme, oruç tutma, kalori sayma, kendini kusturma vb. sağlıksız yeme davranışlarının ortaya çıkma riskini artırmaktadır. Sosyal medya etkisine karşı savunmasız olan sağlıklı genç yetişkin nüfusta, beden algısı olumsuz etkilenmektedir (90,91).

İnce-ideal içeriğe maruz kalma, zayıf olma dürtüsü ve yeme bozukluklarını tetiklemektedir. Düzensiz yeme gibi vücut şeklini değiştirmeye yönelik belli davranışlar, gerçekçi olmayan görünüm standartlarına ulaşmak için yalnızca belli başlı uygulamaların olduğu inancını güçlendirmektedir. Psikolojik sağlığın buna benzer düşüncelerle olumsuz etkilenmesi, özellikle anoreksiya ve bulimia nervozanın gelişme riskini ortaya çıkarmaktadır. Zayıflık dürtüsü, ince veya daha ince bir vücuda sahip olma eğilimini ve kilo verme motivasyonunu artırmaktadır. Bedenle ilgili hoşnutsuzluğu azaltmak veya ortadan kaldırmak için yeme kısıtlaması davranışları ve vücut şekline/ağırlığına olan meşguliyet artmaktadır. Vücut memnuniyetsizliği, düzensiz beslenme, zorunlu egzersiz, diyet takviyeleri ve anabolik steroid kullanımı için zemin hazırlamaktadır (92,93).

Zayıf ideal ve bu idealin içselleştirilmesi kilo kaygısına (şişmanlamaktan korkma vb.) neden olmaktadır. Zayıflık idealinin yokluğunda kendini aç bırakma, kendini kusturma vb. yöntemler geliştirilebilmektedir. Şişmanlama korkusu kaynaklı, yeterli enerji ve karbonhidrat alımı kısıtlanmaktadır. Kronikleşen düşük enerji alımı sonucu aşırı kilo kaybı, amenore ve düşük kemik mineral yoğunluğu gibi olumsuz sağlık sonuçları meydana gelebilmektedir (94).

Daha zayıf bir vücuda ulaşmak için; çeşitli kısıtlayıcı diyetlerin düzenli olarak uygulanması, yağlı kabul edilen besinlerin sürekli olarak kısıtlanması, öğün atlanması ve açlık belirtilerinin göz ardı edilmesi gibi yöntemler uygulanmaktadır. Bu yöntemler sonucu, stres nedeniyle aşırı yeme atakları, diyet bozulunca suçluluk duyma, yiyecekleri iyi/kötü ya da yağsız/yağlı olarak etiketleme gibi sağlıksız davranışlar görülebilmektedir. Vücut şeklini değiştirmek için, egzersiz yapma, zayıflama hapları tüketme ve "moda diyetleri" uygulama yöntemleri de bulunmaktadır. Moda diyetler, genellikle, yağları yok ettiğine inanılan içecekleri (zayıflama çayları, lifli içecekler vb.) ve tek tip besin (sadece protein/meyve/sebze gibi) tüketimini içermektedir. Sağlıksız ve yaygın olan moda diyetler, uzun vadade; yetersiz besin

alımı, bozulmuş metabolik süreçler (hipoglisemi), ketozis, sıvı-elektrolit dengesinin bozulması, böbrek hasarı vb. sağlık sorunlarının görülme riskini artırmaktadır (95-97).

Üniversite döneminde öğrencilerin, arkadaşlarının diyet alışkanlıklarından etkilenmesi vücut memnuniyetsizliğini artırmaktadır. Bu durum, vücut ağırlığı kontrolünde sağlıksız ve aşırı davranışlara (örneğin, oruç tutma, kendi kendine kusma, aşırı yeme vb.) yol açmaktadır. Üniversite temelli bir örneklemin 10 yıllık takibinde (98); oda arkadaşlarının diyet yapma sıklığının, kişilerde zayıflık istemi ve bulimik semptomlar (kusma, müshil/idrar söktürücü kullanımı…) gösterme gibi dürtüleri ortaya çıkardığı görülmüştür. İdeal bedene ulaşma çabalarında en önemli risk faktörü yeme bozuklukları olmaktadır. Yeme bozuklukları sonucu; erken kas yorgunluğu, bozulmuş termoregülasyon, kemik kaybı, enfeksiyonlara karşı artan duyarlılık, anemi, gastrointestinal bozukluklar ve dehidrasyon gibi önemli ve hayati sonuçlar görülmektedir. Psikololojik sağlık açısından depresyona, kaygıya ve düşük benlik saygısına yatkınlık artmaktadır (95,98).

GEREÇ VE YÖNTEMLER

ARAŞTIRMANIN YERİ, ZAMANI VE ÖRNEKLEM SEÇİMİ

Bu çalışma, üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımının, beden algısı üzerindeki etkilerini değerlendirmek amacıyla planlandı.

Araştırma Eylül 2022-Mart 2023 tarihleri arasında Trakya Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi Beslenme ve Diyetetik bölümü ile Eğitim Fakültesi Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık bölümü olarak iki bölüm üzerinde gerçekleştirilerek 1. sınıftan 4. sınıfa kadar okuyan öğrencilerin katılımı ile yürütüldü.

Çalışmaya dahil edilme kriterleri; Trakya Üniversitesi'nde, Beslenme ve Diyetetik veya Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık bölümünde öğrenim görmek, 18-30 yaş aralığında olmak, sosyal medyayı aktif olarak kullanıyor olmak ve çalışmaya gönüllü katılım sağlamaktı. Çalışmadan dışlanma kriterleri ise; belirtilen bölümler dışında öğrenime devam eden, sosyal medyayı kullanmayan ve gönüllü olmayan kişiler olarak belirlendi.

Beslenme ve Diyetetik ile Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık bölümleri; öğrenim ve meslek hayatlarında beden algısına dair sorunlarla en sık karşılaşan ve bu konuda danışanlarına sağlıklı beden algısında yol gösterici meslek grupları olduğu için tercih edildi.

Bu çalışmada, Beslenme ve Diyetetik Bölümü'nde 207 öğrenci gönüllü katılım sağladı. Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bölümü'nde ise 203 öğrenci tarafından gönüllü katılım sağlandı. Bunlar arasında, sosyal medya kullanmadığını belirten veya anket sorularını eksiksiz doldurmayan 6 adet öğrencinin formları, istatistik verilerine dahil edilmedi.

Bu çalışma, Trakya Üniversitesi Tıp Fakültesi Dekanlığı Girişimsel Olmayan Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu tarafından (09.05.2022, TÜTF GOBAEK 2022/111) ile onaylandı

(Ek-1). Trakya Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi Dekanlığı ve Eğitim Fakültesi Dekanlığı'ndan kurum izinleri alındı (Ek-2).

ARAŞTIRMANIN GENEL PLANI

Trakya Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi Beslenme ve Diyetetik bölümü ile Eğitim Fakültesi Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık bölümü öğrencilerine; akademik dönemdeki derslerin yürütücüsü olan, öğretim görevlileri, bilgilendirilip izin alınarak ulaşıldı. Öğrencilere, araştırmanın amacı ve planı açıklandıktan sonra çalışmaya katılmayı kabul edenlere; bilgilendirilmiş gönüllü olur formu imzalatıldı (Ek-3). Sonrasında anket formu, araştırmacı gözetiminde, yüz yüze dağıtılarak uygulandı.

Veri Toplama Aracı

Çalışma verilerinin toplanmasında kullanılan form, üç bölümden oluşmaktadır (Ek-4). Bu formun ilk bölümünde; literatür taraması sonrasında araştırmacı tarafından geliştirilen anket bulunmaktadır (99-101). Anketin ikinci bölümünde, Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği; üçüncü bölümünde ise Olumsuz Beden Konuşmaları Ölçeği bulunmaktadır. Ancak, ölçek isimlerinin öğrenciler üzerinde olumsuz etki oluşturmaması için; form üzerindeki başlıklar sırasıyla Bergen Sosyal Medya Ölçeği ve Beden Konuşmaları Ölçeği olarak yazıldı.

Birinci bölüm

Birinci bölümde öğrencilerin demografik özelliklerine (yaş, cinsiyet, eğitim görülen bölüm, yaşanılan şehir, aile eğitim durumu vb.), antropometrik bilgilerine, sosyal medya kullanımına, sosyal medya ile beslenme ilişkisine ve beden algısına dair sorular yer almaktadır. Anket, 26 soruyu içermektedir.

Antropometrik ölçüm bilgileri (boy uzunluğu ve vücut ağırlığı) beyana dayalı alınarak; öğrencilerin kendi beden algılarına yaklaşımlarını kavramak amaçlandı. Bu bilgiler ile beden kütle indeksi hesaplandı.

Beden kütle indeksi: Katılımcıların beyanına dayalı olarak vücut ağırlığı (kg) ve boy (m) bilgileri toplandı. Beden Kütle İndeksi (BKİ) hesaplaması, beyan edilen değerler üzerinden vücut ağırlığının boy uzunluğunun karesine bölünmesi ile hesaplandı. Dünya Sağlık Örgütü, BKİ hesaplaması sonuçlarına göre; 18,5 kg/m² altındaki değerler zayıf; 18,5-24,9 kg/m² arasındaki değerler normal; 25,0-29,9 kg/m² arasındaki değerler fazla hafif kilolu; 30 kg/m² ve üzerindeki değerler ise şişman/obez olarak sınıflandırılmıştır (102).

Demografik özellikler arasında, öğrencilerin yaşadıkları şehirler sorgulanarak bu şehirlerin gelişmişlik seviyesi ile toplumsal ve kültürel etkinin beden algısına etkisi görülmek istendi.

Şehirlerin gelişmişlik düzeyi: Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması (SEGE) Araştırmaları, ilçe, il ve bölgelerin gelişmişlik düzeylerini ve eğilimlerini tespit etmektedir. Türkiye'deki iller altı gelişmişlik kademesinde, bölgeler ise dört gelişmişlik kademesinde gruplandırılmıştır. SEGE-2017 çalışmasına göre ülkemizdeki illerin sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralaması aşağıdaki gibidir:

1. Birinci gelişmişlik kademesinde sırasıyla; İstanbul, Ankara, İzmir, Kocaeli, Antalya, Bursa, Eskişehir, Muğla, Tekirdağ,
2. İkinci gelişmişlik kademesinde sırasıyla; Denizli, Sakarya, Yalova, Bolu, Konya, Aydın, Isparta, Kayseri, Kırklareli, Bilecik, Çanakkale, Edirne, Karabük, Manisa, Balıkesir,
3. Üçüncü gelişmişlik kademesinde sırasıyla; Mersin, Trabzon, Adana, Zonguldak, Uşak, Gaziantep, Samsun, Burdur, Kırıkkale, Düzce, Karaman, Rize, Kütahya,
4. Dördüncü gelişmişlik kademesinde sırasıyla; Amasya, Hatay, Nevşehir, Afyonkarahisar, Elazığ, Kırşehir, Malatya, Sivas, Bartın, Erzincan, Kastamonu, Artvin, Çorum, Aksaray,
5. Beşinci gelişmişlik kademesinde sırasıyla; Sinop, Giresun, Osmaniye, Çankırı, Tokat, Niğde, Kahramanmaraş, Tunceli, Ordu, Erzurum, Kilis, Yozgat, Gümüşhane, Bayburt,
6. Altıncı gelişmişlik kademesinde yer alan illerin tamamı ise Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yer almaktadır (103).

İkinci bölüm

Bergen sosyal medya bağımlılığı ölçeği: Andreassen ve ark. tarafından "Bergen Facebook Bağımlılığı Ölçeği (BFBÖ) geliştirilmiştir. Bu ölçek, 18 maddeden oluşmaktadır. Her madde için 1 ile 5 arasında değişen puana göre; ölçeğin tamamından en az 18 puan, en çok 90 puan alınabilmektedir. Puanlar ise 20'ye kadar normal kullanımı, 21-39'da hafif bağımlılığı, 40-69'da orta derecede bağımlılığı ve 70- 90'da şiddetli bağımlılığı göstermektedir (104,105).

Andreassen ve ark. BFBÖ'yü yeniden tasarlayarak Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (BSMBÖ) şeklinde sosyal medya bağımlılığını ölçmek için değiştirmiştir. Ölçeğin, Türkçe geçerlik ve güvenirliği Demirci tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu ölçek, 6 maddeden

oluşmakta ve her maddesi temel bağımlılık kriterlerini (zihinsel uğraş, duygudurum değişikliği, tolerans, yoksunluk, çatışma ve başarısız bırakma girişimi) karşılamaktadır. Her madde, çok nadiren (1) ile çok sık (5) arasında değişen 5'li Likert tipinde derecelendirilmektedir. Ölçek puanı, 6-30 arasında değişmektedir. Özgün ölçeğin iç tutarlılığı ise 0.88 olarak bulunmuştur (105,106).

Üçüncü bölüm

Olumsuz beden konuşmaları ölçeği: Olumsuz Beden Konuşmaları Ölçeği (OBKÖ), Engeln-Maddox ve ark. tarafından, 2012 yılında, kişilerin bedenleri hakkındaki konuşmalarını ölçmek için geliştirilmiştir. Ölçeğin Türkçe geçerlik ve güvenirliği, 2019 yılında Bayköse ve Yazıcı tarafından yapılmıştır. Ölçek, 13 madde ve 2 alt boyuttan oluşmaktadır. İlk alt boyutu olan Beden Endişeleri, 7 maddeyi içermektedir. İkinci alt boyutu olan Beden Kıyaslama ise 6 maddeden oluşmaktadır. Ölçekteki sorular, hiç (1) ile her zaman (7) arasında 7'li Likert şeklinde derecelendirilmektedir. Ölçeğin beden endişesi alt boyutu ve beden kıyaslama alt boyutu için iç tutarlık katsayıları, sırasıyla 0.87 ve 0.90 iken; genel iç tutarlık katsayısı ise 0.92 olarak bulunmuştur (107,108).

Verilerin İstatiksel Olarak Değerlendirilmesi

Çalışma verileri SPSS 22.0 paket programı ile analiz edilmiştir. Veriler ortalama, standart sapma, medyan, 1. çeyreklik, 3. çeyreklik, sayı ve yüzde olarak özetlenmiştir. Kategorik değişkenlerin ilişki tespiti için Ki-Kare testi kullanılmıştır. İlişki testi sonucu anlamlı bulunan 2x2'den büyük tablolarda ilişkinin hangi gruplardan kaynakladığını saptamak için Z testi kullanılmıştır. Normallik varsayımına uyum kontrolü Shapiro-Wilk ile test edilmiştir. Varsayımı sağlamayan değişkenlerin ikili grup karşılaştırmalarında Mann Whitney U testi kullanılmıştır. Yine normallik varsayımı sağlayamayan değişkenlerin ikiden fazla grup karşılaştırmalarında Kruskal Wallis testi kullanılmıştır. Sürekli değişkenler arasındaki ilişkiler Spearman korelasyon analizi ile değerlendirilmiştir. İstatistiksel anlamlılık düzeyi $p<0,05$ olarak alınmıştır.

ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Bu araştırma, Trakya Üniversitesi'nde aktif olarak öğrenimlerine devam eden öğrencilerden toplanan verilerle sınırlandı. Çalışma verilerinin topladığı sürede meydana gelen, 6 Şubat 2023 tarihli, Kahramanmaraş merkezli deprem felaketi ve son sınıfların stajlarından

dolayı bir kısmının okulda olmayışı sebepleri ile ulaşılabilen öğrenci sayısı kısıtlandı. Öğrencilerin cinsiyete göre dağılımında kadın ve erkek sayısı eşit değildi.

BULGULAR

Araştırmaya katılım sağlayan gönüllü 404 öğrencinin genel özelliklerine göre dağılımları Tablo.1'de gösterildi. Öğrencilerin %86,39'u kadın, %13.61'i erkekti. Sınıfların dağılımına göre, öğrencilerin %27,5'i 1. sınıfta, %24'ü 2. sınıfta, %22'si 3. sınıfta ve %26,5'i 4. sınıfta okumaktadır. Üniversite öncesinde yaşadıkları şehirlerin, sosyo-ekonomik gelişmişlik seviyelerine bakıldığında, en yüksek katılım (%68,6) orta-az gelişmiş seviyedeki şehirlerden sağlandı. Gelişmiş şehirlerden gelen %24,5 öğrenci, gelişmemiş şehirlerden %2,2 öğrenci vardı. Öğrencilerin %4,7'si ise yurtdışından okumaya gelenlerdi. Çalışmaya katılan tüm öğrencilerde ve Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık (PDR) bölümünde, gelişmemiş şehirlerde yaşayan erkek oranının, kadınlara göre daha yüksek olması istatistiksel olarak anlamlı bulundu ($p<0,05$). Üniversiteye geçiş sonrası ise öğrencilerin %46,8'i devlet yurdunda, %17.1'i özel yurtta, %12,1'i ev arkadaşlarıyla, %12,9'u ailesiyle ve %11,1'i yalnız yaşamaktadır. Öğrencilerin annelerinin eğitim durumları incelendiğinde, %2.2'si okuryazar olup %54,7'si ilk ve ortaokuldan, %32,9'u lise ve ön lisans, %10,1'i lisans ve lisansüstünden mezun olmuştur. Öğrencilerin babalarının eğitim durumlarına bakıldığında, %40,6'sı ilk ve ortaokul, %44,1'i lise ve ön lisans, %15,3'ü lisans ve lisansüstü öğrenim görmüştür.

Tablo 1. Öğrencilerin bölümlere ve cinsiyete göre demografik özelliklerinin dağılımı

Demografik Özellikler	Fakülteler ve Bölümler																			
	Beslenme ve Diyetetik							Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık							Toplam					
	Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam		
	S	%	S	%	S	%	P_1*	S	%	S	%	S	%	P_2*	S	%	S	%	S	%	P_3*
Sınıflar																				
1	57	30,2	3	23,1	60	29,7		43	26,9	8	19,0	51	25,2		100	28,7	11	20,0	111	27,5	
2	45	23,8	5	38,5	50	24,8	0,489	36	22,5	11	26,2	47	23,3	0,135	81	23,2	16	29,1	97	24,0	0,114
3	48	25,4	4	30,8	52	25,7		33	20,6	4	9,5	37	18,3		81	23,2	8	14,5	89	22,0	
4	39	20,6	1	7,7	40	19,8		48	30,0	19	45,2	67	33,2		87	24,9	20	36,4	107	26,5	
Yaşanılan Kentin Gelişim Kademesi																				
Gelişmiş	39	20,6	2	15,4	41	20,3		46	28,8	12	28,6	58	28,7		85	24,4	14	25,5	99	24,5	
Orta-Az Gelişmiş	140	74,1	11	84,6	151	74,8	0,793	101	63,1	25	59,5	126	62,4	**0,031**	241	69,1	36	65,5	277	68,6	**0,037**
Gelişmemiş	3	1,6	0	0,0	3	1,5		2	1,3	4	9,5	6	3,0		5	1,4	4	7,3	9	2,2	
Yurtdışından katılım	7	3,7	0	0,0	7	3,5		11	6,9	1	2,4	12	5,9		18	5,2	1	1,8	19	4,7	
Güncel Yaşam Ortamı																				
Devlet yurdu	88	46,6	5	38,5	93	46,0		78	48,8	18	42,9	96	47,5		166	47,6	23	41,8	189	46,8	
Özel yurt	35	18,5	0	0,0	35	17,3		24	15,0	10	23,8	34	16,8		59	16,9	10	18,2	69	17,1	
Ev arkadaşları	20	10,6	4	30,8	24	11,9	0,138	21	13,1	4	9,5	25	12,4	0,442	41	11,7	8	14,5	49	12,1	0,819
Aile evi	23	12,2	2	15,4	25	12,4		23	14,4	4	9,5	27	13,4		46	13,2	6	10,9	52	12,9	
Yalnız	23	12,2	2	15,4	25	12,4		14	8,8	6	14,3	20	9,9		37	10,6	8	14,5	45	11,1	
Anne Eğitim Durumu																				
Okur Yazar	2	1,1	0	0,0	2	1,0		4	2,5	3	7,1	7	3,5		6	1,7	3	5,5	9	2,2	
İlkokul & Ortaokul	95	50,3	4	30,8	99	49,0	0,237	97	60,6	25	59,5	122	60,4	0,523	192	55,0	29	52,7	221	54,7	0,293
Lise, Ön lisans	69	36,5	5	38,5	74	36,6		48	30,0	11	26,2	59	29,2		117	33,5	16	29,1	133	32,9	
Lisans, Lisansüstü	23	12,2	4	30,8	27	13,4		11	6,9	3	7,1	14	6,9		34	9,7	7	12,7	41	10,1	
Baba Eğitim Durumu																				
Okur Yazar	0	0,0	0	0,0	0	0,0		0	0,0	0	0,0	0	0,0		0	0,0	0	0,0	0	0,0	
İlkokul & Ortaokul	69	36,5	4	30,8	73	36,1	0,522	67	41,9	24	57,1	91	45,0	0,184	136	39,0	28	50,9	164	40,6	0,245
Lise, Ön lisans	86	45,5	5	38,5	91	45,0		72	45,0	15	35,7	87	43,1		158	45,3	20	36,4	178	44,1	
Lisans, Lisansüstü	34	17,5	4	30,8	38	18,8		21	13,1	3	7,1	24	11,9		55	15,8	7	12,7	62	15,3	

P* Ki-Kare Testi; p<0,05

Öğrencilerin bölümlere, sınıflara ve cinsiyete göre BKİ ortalamaları Tablo 2'de gösterildi. Bu tablodaki verilere bakıldığı zaman; kadın öğrencilerin BKİ ortalamaları 21,30±3,06 kg/m² ve erkeklerin ise 24,43±5,17 kg/m² olarak belirlendi ($p>0,05$). Beslenme ve Diyetetik (BD) öğrencilerinin toplam BKİ ortalaması 21,44±2,96 kg/m²; kadınlar için 21,28±2,92 kg/m², erkekler için 23,70±2,68 kg/m² şeklinde bulundu ($p=0,002$). Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık bölümü öğrencilerinin genel BKİ ortalaması ise 22,01±4,10 kg/m²; kadınlar için 21,32±3,23 kg/m², erkekler için 24,65±5,73 kg/m² olarak saptandı ($p<0,001$). Hem BD bölümü hem de PDR bölümü öğrencilerinde, erkeklerin BKİ ortalaması kadınlara göre daha yüksek bulundu ($p<0,05$).

Tablo 2. Öğrencilerin bölümlere ve cinsiyete göre beden kütle indeksi ortalamaları

Sınıflar	Beslenme ve Diyetetik							Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık							Toplam							
	Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam			
	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P_1*	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P_2*	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P_3*	P_4*
1	57	21,40±3,12 21,09 19,37-23,61	3	22,56±1,56 22,64 20,95-.	60	21,46±3,06 21,09 19,47-23,64	0,342	43	20,62±2,89 19,57 18,35-22,26	8	25,38±6,17 22,79 20,16-32,56	51	21,37±3,92 20,57 18,66-22,77	0,016	100	21,07±3,03 20,73 18,84-23,03	11	24,61±5,37 22,64 20,95-28,40	111	21,42±3,47 20,95 19,23-23,23	**0,020**	0,342
2	45	20,91±2,33 20,44 18,93-22,81	5	23,44±2,30 24,41 21,03-25,38	50	21,16±2,43 20,77 19,01-23,13	**0,027**	36	21,08±3,49 20,86 18,18-22,97	11	25,04±9,19 22,22 21,20-23,51	47	22,01±5,52 21,50 18,44-23,04	0,068	81	20,99±2,89 20,76 18,77-22,90	16	24,54±7,64 22,47 21,26-24,69	97	21,57±4,22 21,20 18,91-23,08	**0,005**	0,840
3	48	21,02±2,94 20,65 19,14-22,72	4	23,36±2,48 23,85 20,77-25,45	52	21,20±2,95 20,78 19,23-22,85	0,065	33	22,03±3,03 22,03 19,60-24,01	4	23,19±2,76 23,06 20,60-25,92	37	22,15±2,99 22,03 20,20-24,32	0,587	81	21,43±3,00 21,22 19,16-23,03	8	23,28±2,43 23,63 20,60-25,45	89	21,60±2,99 21,30 19,41-23,04	0,063	0,095
4	39	21,86±3,21 21,07 19,81-24,09	1	29,80	40	22,06±3,41 21,11 19,86-24,09	0,100	48	21,63±3,39 21,09 19,29-23,75	19	24,43±3,33 23,41 22,72-25,86	67	22,42±3,58 21,63 19,84-24,56	**0,001**	87	21,73±3,29 21,07 19,49-24,00	20	24,70±3,45 23,95 22,82-27,28	107	22,29±3,50 21,39 19,84-24,33	**<0,001**	0,532
Toplam	189	21,28±2,92 20,76 19,37-23,08	13	23,70±2,68 24,07 21,21-25,25	202	21,44±2,96 20,89 19,44-23,16	**0,002**	160	21,32±3,23 21,07 18,60-23,03	42	24,65±5,73 23,19 21,44-26,00	202	22,01±4,10 21,47 19,23-24,01	**<0,001**	349	21,30±3,06 20,90 19,06-23,04	55	24,43±5,17 23,24 21,46-25,64	404	21,72±3,58 21,22 19,36-23,43		
P_5**		0,421		0,188		0,591			0,367		0,635		0,145			0,445		0,515		0,191		

P* Mann-Whitney U Testi; P** Kruskal Wallis Testi; p<0,05

Tablo 3'e göre, sosyal medya kullanım amaçları paylaşım, sosyalleşme ve merak-eğlence olarak ele alındı. Kadınların %97,1'i ve erkeklerin tamamı olmak üzere; tüm öğrencilerin %97,5'i, sosyal medyayı en çok merak-eğlence amacıyla kullandığını belirtti ($p>0,05$).

Sosyal medyada takip edilen hesapların en çok tercih edilme nedeni; bu hesaplar tarafından yapılan paylaşımların içeriği oldu. Bu nedenle, hesapları takip edenlerin %83,1'i kadın ve %76,4'ü erkek olmak üzere; toplamda öğrencilerin %82,2'sini oluşturdu. Kalan öğrencilerden %2,5'i meslek bilgisine, %2,5'i kişinin mesleğine, %2,7'si fenomen/popüler olma durumuna göre hesapları takip etmektedir. İlave olarak, sosyal medyayı sosyalleşme amacıyla kullanan kadınların oranının, erkeklerden daha yüksek olması, istatistiksel olarak anlamlı bulundu ($p=0,004$) (Tablo 3).

Sosyal medyadaki paylaşımların bilgi kaynaklarına, öğrencilerin %12,6'sı her zaman, %38,1'i sık sık, %37,9'u bazen, %9,9'u nadiren dikkat etmekte ve %1,5'i ise hiçbir zaman dikkat etmemektedir. Bu bilgi kaynaklarına, BD bölümü öğrencilerinde, her zaman dikkat edenlerde ve hiçbir zaman dikkat etmeyenlerde erkeklerin oranı istatistiksel olarak daha yüksek seviyede saptandı ($p=0,001$). Öğrencilerin toplamında ve yalnızca PDR bölümü öğrencilerinde istatistiksel olarak önemli bir fark bulunmadı ($p>0,05$) (Tablo 3).

Tablo 3. Öğrencilerin bölümlere göre sosyal medya kullanımı

Sosyal Medya Kullanımı	Fakülteler ve Bölümler																			
	Beslenme ve Diyetetik							Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık							Toplam					
	Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam		
	S	%	S	%	S	%	P_1*	S	%	S	%	S	%	P_2*	S	%	S	%	S	%	P_3*
Kullanım Amacı																				
Paylaşım																				
Kullanmıyor	27	14,3	5	38,5	32	15,8	**0,021**	27	16,9	8	19,0	35	17,3	0,741	54	15,5	13	23,6	67	16,6	0,130
Kullanıyor	162	85,7	8	61,5	170	84,2		133	83,1	34	81,0	167	82,7		295	84,5	42	76,4	337	83,4	
Sosyalleşme																				
Kullanmıyor	19	10,1	4	30,8	23	11,4	**0,023**	12	7,5	8	19,0	20	9,9	**0,026**	31	8,9	12	21,8	43	10,6	**0,004**
Kullanıyor	170	89,9	9	69,2	179	88,6		148	92,5	34	81,0	182	90,1		318	91,1	43	78,2	361	89,4	
Merak, Eğlence																				
Kullanmıyor	6	3,2	0	0,0	6	3,0	0,514	4	2,5	0	0,0	4	2,0	0,301	10	2,9	0	0,0	10	2,5	0,204
Kullanıyor	183	96,8	13	100,0	196	97,0		156	97,5	42	100,0	198	98,0		339	97,1	55	100,0	394	97,5	
Takip Edilen Hesapların Tercih Edilmesinin En Sık Nedeni																				
Meslek Bilgisi	5	2,6	0	0,0	5	2,5		4	2,5	1	2,4	5	2,5		9	2,6	1	1,8	10	2,5	
Kişinin Mesleği	2	1,1	0	0,0	2	1,0		4	2,5	4	9,5	8	4,0		6	1,7	4	7,3	10	2,5	
Fenomen/ Popüler	6	3,2	1	7,7	7	3,5	0,577	3	1,9	1	2,4	4	2,0	0,179	9	2,6	2	3,6	11	2,7	0,163
Yapılan Paylaşımların İçeriği	154	81,5	12	92,3	166	82,2		136	85,0	30	71,4	166	82,2		290	83,1	42	76,4	332	82,2	
Diğer	22	11,6	0	0,0	22	10,9		13	8,1	6	14,3	19	9,4		35	10,0	6	10,9	41	10,1	
Paylaşımların Bilgi Kaynaklarına Dikkat Etme Sıklığı																				
Her Zaman	22	11,6	4	30,8	26	12,9		20	12,5	5	11,9	25	12,4		42	12,0	9	16,4	51	12,6	
Sık Sık	77	40,7	2	15,4	79	39,1		56	35,0	19	45,2	75	37,1		133	38,1	21	38,2	154	38,1	
Bazen	69	36,5	5	38,5	74	36,6	**0,001**	66	41,3	13	31,0	79	39,1	0,570	135	38,7	18	32,7	153	37,9	0,080
Nadiren	19	10,1	0	0,0	19	9,4		17	10,6	4	9,5	21	10,4		36	10,3	4	7,3	40	9,9	
Hiçbir Zaman	2	1,1	2	15,4	4	2,0		1	,6	1	2,4	2	1,0		3	,9	3	5,5	6	1,5	

P* Ki-Kare Testi; p<0,05

Tablo 4'e göre, öğrencilerin bölümlere göre sosyal medya kullanım süresi, BSMBÖ ve OBKÖ puan ortalamaları verildi. Bu veriler dikkate alındığında; öğrencilerin genel BSMBÖ puan ortalaması 18,01±4,92 puan bulundu. Bölümlere göre BSMBÖ puan ortalamaları; BD bölümü için 18,48±4,67 puan, PDR bölümü için 17,54±5,12 puan olarak saptandı. Bölüm ayrımı olmadan, kadınlarda (17,81±4,86 puan) BSMBÖ puan ortalamasının, erkeklere (19,29±5,19 puan) göre daha düşük olması istatistiksel olarak anlamlı bulundu ($p<0,05$). Bölümlere göre, BD bölümündeki (18,40±4,73 puan) kadınların BSMBÖ puan ortalamasının, PDR'dekilerden (17,10±4,92 puan) daha yüksek olması istatistiksel olarak anlamlı saptandı ($p=0,012$).

Öğrencilerin genel OBKÖ puan ortalaması 40,93±17,47 puan saptandı. Bölümlere göre OBKÖ puan ortalamaları, BD bölümü için 40,89±17,64 puan, PDR bölümü için 40,97±17,34 puan olarak bulundu. Kadınlarda (42,23±17,60 puan) OBKÖ puan ortalamasının, erkeklere (32,67±14,15 puan) göre daha yüksek olduğu bulundu ($p<0,001$). Sosyal medyada geçirilen ortalama sürenin BD bölümü için 3,35±1,55 sa, PDR bölümü için 4,06±2,16 sa olduğu görüldü ($p<0,002$). Hem BD bölümünde hem de PDR bölümünde, kadın (sırasıyla 3,423±1,55 sa, 4,141±1,96 sa) öğrencilerin sosyal medyada geçirdikleri süre ortalaması, erkeklere (sırasıyla 2,38±1,32 sa, 3,78±2,79 sa) göre istatistiksel anlamlı şekilde daha yüksek bulundu ($p=0,018$; $p=0,010$) (Tablo 4).

Tablo 4. Öğrencilerin bölümlere göre sosyal medya kullanım süresi, Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Olumsuz Beden Konuşmaları Ölçeği puan ortalamaları

	Beslenme ve Diyetetik							Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık							Toplam					
	Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam	
Ölçekler	**S**	**X̄±SS Medyan Q1-Q3**	**S**	**X̄±SS Medyan Q1-Q3**	**S**	**X̄±SS Medyan Q1-Q3**	**P₁***	**S**	**X̄±SS Medyan Q1-Q3**	**S**	**X̄±SS Medyan Q1-Q3**	**S**	**X̄±SS Medyan Q1-Q3**	**P₂***	**S**	**X̄±SS Medyan Q1-Q3**	**S**	**X̄±SS Medyan Q1-Q3**	**S**	**X̄±SS Medyan Q1-Q3**	**P₃***
BSMBÖ	189	18,40±4,73 18,00 15,00-21,00	13	19,61±3,77 19,00 16,00-23,50	202	18,48±4,67 18,00 15,00-21,00	0,324	160	17,10±4,92 16,00 14,00-21,00	42	19,19±5,59 19,00 15,75-23,25	202	17,54±5,12 17,00 14,00-21,00	**0,025**	349	17,81±4,85 18,00 14,00-21,00	55	19,29±5,19 19,00 16,00-23,00	404	18,01±4,92 18,00 14,00-21,00	**0,037**
P₄*																**0,012**		0,812		0,049	
OBKÖ	189	41,60±17,84 37,00 27,00-53,00	13	30,53±10,28 31,00 22,00-40,00	202	40,89±17,64 36,00 27,00-52,00	0,05	160	42,98±17,35 40,50 29,00-54,75	42	33,33±15,20 39,50 20,75-40,00	202	40,97±17,34 27,00 28,00-52,25	**0,001**	349	42,23±17,60 39,00 28,00-54,00	55	32,67±14,15 30,00 21,00-39,00	404	40,93±17,47 37,00 28,00-52,00	**<0,001**
P₄*																0,348		0,874		0,864	
Sosyal Medyada Geçirilen Süre (sa)	189	3,42±1,55 3,00 2,00-4,00	13	2,38±1,32 2,00 1,00-3,50	202	3,35±1,55 3,00 2,00-4,00	**0,018**	160	4,14±1,96 4,00 3,00-5,00	42	3,78±2,79 3,00 2,00-4,00	202	4,06±2,16 4,00 3,00-5,00	**0,010**	349	3,75±1,78 4,00 2,75-5,00	55	3,45±2,58 3,00 2,00-4,00	404	3,71±1,91 3,00 2,00-5,00	**0,006**
P₄*																**<0,001**		**0,046**		**0,002**	

BSMBÖ: Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği; **OBKÖ:** Olumsuz Beden Konuşmaları Ölçeği; **S:** Sayı; P* Mann Whitney U Testi; p<0,05

Öğrencilerin bölüm, cinsiyet ve kullandıkları sosyal medya platformuna göre ölçek puanları Tablo 5'te gösterildi. Bu verilere göre en çok kullanılan sosyal medya platformları sırasıyla; Instagram, Twitter, YouTube, TikTok, WhatsApp şeklinde sıralandı. Öğrencilerin %85,3'ünün en çok kullandığı sosyal medya platformu Instagram oldu. En sık Instagram ve Twitter kullananlarda, kadınların (sırasıyla 33,61±15,32 puan ve 33,61±15,32 puan) OBKÖ puan ortalaması, erkeklere (sırasıyla 33,61±15,32 puan ve 27,87±11,80 puan) göre daha yüksek seviyede bulundu (p=0,006; p=0,001). Bölümler incelendiğinde; Instagram uygulamasını en çok kullanan BD bölümü öğrencilerinin (18,57±4,74 puan) BSMBÖ puan ortalamasının, PDR bölümü öğrencilerine (17,361±5,198 puan) göre daha yüksek olması istatistiksel olarak anlamlı bulundu (p=0,024). Twitter kullananlarda ise, BD bölümünün OBKÖ puan ortalamasının, (51,57±18,30 puan) PDR bölümünden (38,15±16,05 puan) daha yüksek oluşu istatistiksel olarak anlamlı saptandı (p=0,03).

Tablo 5. Öğrencilerin bölümlere, cinsiyete ve en sık kullandıkları sosyal medya platformuna göre ölçek puan ortalamaları

	Beslenme ve Diyetetik							Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık							Toplam							
	Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam			
	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P1*	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P2*	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P3*	P4*
En Sık Kullanılan Sosyal Medya Platformu																						
Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği																						
		18,46±4,78		20,40±3,89		18,57±4,74			17,00±5,10		18,90±5,41		17,36±5,19			17,81±4,97		19,26±5,07		17,98±4,99		
I	169	18,00 15,00-21,50	10	22,00 16,50-24,00	179	18,00 15,00-22,00	0,179	135	16,00 13,00-21,00	31	19,00 16,00-22,00	166	17,00 14,00-21,25	0,056	304	17,50 14,00-21,00	41	20,00 16,00-23,00	345	18,00 14,00-22,00	0,052	**0,024**
		16,16±3,35		17,00±2,82		16,28±3,19			18,42±3,41		21,50±6,86		19,35±4,73			17,38±3,51		20,37±6,25		18,08±4,39		
Tw	12	16,50 13,25-19,50	2	17,00 15,00-.	14	16,50 13,75-19,25	NC	14	19,00 14,75-21,25	6	22,00 14,50-27,75	20	19,00 15,00-22,00	0,397	26	18,00 14,00-20,00	8	19,00 15,00-26,50	34	18,00 14,00-20,25	0,307	0,061
		19,00±2,00				19,00±2,00										17,50±3,41				17,50±3,41		
W	3	19,00 17,00-.	0	-	3	19,00 17,00-.	NC	1	13,00	0	-	1	13,00±.	NC	4	18,00 14,00-20,50	0	-	4	18,00 14,00-20,00	NC	NC
		17,00±1,41				17,00±1,00			15,83±3,76				15,83±3,76			16,12±3,27				16,22±3,07		
Ti	2	17,00 16,00-.	1	17,00	3	17,00 16,00-.	NC	6	16,50 11,75-18,75	0	-	6	16,50 11,75-18,75	NC	8	16,50 13,00-18,00	1	17,00	9	17,00 14,00-18,00	NC	0,714
		24,66±5,03				24,66±5,03			19,66±6,02		19,75±5,18		19,71±5,05			22,16±5,67		19,75±5,18		21,20±5,32		
Y	3	24,00 20,00-.	0	-	3	24,00 20,00-.	NC	3	19,00 14,00-.	4	18,00 16,00-25,25	7	19,00 16,00-26,00	1,000	6	22,00 17,75-27,00	4	18,00 16,00-25,25	10	20,00 16,00-26,25	0,610	0,183
													14,00±2,82							14,00±2,82		
Diğer	0	-	0	-	0	-	NC	1	16,00±.	1	12,00	2	14,00 12,00-.	NC	1	16,00±.	1	12,00	2	14,00 12,00-.	NC	NC
P5**		0,119		0,609		0,096			0,440		0,429		0,243			0,438		0,600		0,283		
Olumsuz Beden Konuşmaları Ölçeği																						
		40,87±17,83		29,50±10,99		40,24±17,69			42,78±17,63		34,93±16,41		41,32±17,63			41,72±17,74		33,61±15,32		40,76±17,65		
I	169	36,00 27,00-53,00	10	30,00 17,00-39,00	179	36,00 27,00-52,00	0,078	135	40,00 29,00-55,00	31	34,00 20,00-44,00	166	37,00 28,75-54,00	**0,019**	304	37,00 28,00-54,00	41	31,00 19,50-42,50	345	36,00 28,00-53,00	**0,006**	0,461
		55,25±17,06		29,50±3,53		51,57±18,30			42,78±15,02		27,33±13,82		38,15±16,05			48,53±16,90		27,87±11,80		43,67±18,03		
Tw	12	50,50 39,25-71,25	2	29,50 27,00-.	14	48,50 34,50-69,75	NC	14	41,50 27,75-53,25	6	24,00 18,25-35,75	20	34,50 26,25-50,25	**0,033**	26	47,50 34,50-67,00	8	26,50 20,50-31,50	34	41,50 27,75-54,75	**0,001**	**0,030**
		38,66±5,13				38,66±5,13										48,25±19,62				48,25±19,62		
W	3	40,00 33,00-.	0	-	3	40,00 33,00-.	NC	1	77,00±.	0	-	1	77,00±.	NC	4	41,50 34,75-68,50	0	-	4	41,50 34,75-68,50	NC	NC
		38,500±19,09				40,000±13,74			40,500±18,42				40,500±18,42			40,000±17,18				40,33±16,11		
Ti	2	2 38,500 25,000-.	1	43,000	3	8 43,000 25,000-.	NC	6	6 36,500 26,750-52,250	0	-	6	6 36,500 26,750-52,250	NC	8	8 36,500 25,750-50,250	1	43,000	9	42,00 26,50-48,50	NC	0,905
		33,33±9,87				33,33±9,87			46,33±13,61		29,50±5,26		36,71±12,51			39,83±12,79		29,50±5,26		35,70±11,34		
Y	3	38,00 22,00-.	0	-	3	38,00 22,00-.	NC	3	51,00 31,00-.	4	28,00 25,50-35,00	7	31,00 27,00-51,00	0,114	6	39,000 28,75-52,50	4	28,00 25,50-35,00	10	34,00 26,50-42,75	0,171	1,000
													39,00±5,66							39,00±5,66		
Diğer	0	-	0	-	0	-	NC	1	43,00	1	35,00	2	39,00 35,00-.	NC	1	43,00	1	35,00	2	39,00 35,00-.	NC	NC
P5**		0,091		0,700		0,213			0,398		0,635		0,632			0,404		0,610		0,785		

I: Instagram; **Tw:** Twiter; **W:** WhatsApp; **Ti:** TikTok; **Y:** Youtube; **S:** Sayı; P* Mann-Whitney U Testi; P** Kruskal Wallis Testi; p<0,05

Öğrencilerin bölümlere göre sosyal medyada fotoğraf paylaşımı ve OBKÖ puan ortalamaları Tablo 6'da gösterildi. Tablo 6'ya göre, 203 kadın ve 17 erkek olmak üzere toplamda 220 (%54,45) öğrenci için paylaştıkları fotoğrafların başkaları tarafından beğenilmesinin önemli olduğu görüldü ($p>0,05$). Bölüm ayrımı olmaksızın fotoğrafların başkalarınca beğenilmesinin önemli olduğu gruptaki OBKÖ puan ortalaması (43,97±18,07 puan), önemli olmayan grubun ortalamasından (37,30±16,04 puan) yüksek bulundu ($p<0,001$). Kadın ve erkek öğrencilerde de sosyal medyada paylaştıkları fotoğrafların başkaları tarafından paylaşılmasının istatistiksel olarak önemli olduğu görülmektedir ($p=0,010$; $p=0,008$).

Öğrencilerin kendi fotoğraflarını paylaşmadan önce düzenleme sıklığı, kadınların %21'i için "her zaman", %22,3'ü için "sık sık", %23,8'i için "bazen", %20,3'ü için "nadiren" ve %12,6'sı için "hiçbir zaman" olarak yanıtlandı. Erkeklerin ise %11'i "her zaman", %16,3'ü "sık sık", %32,7'si "bazen", %21,8'i "nadiren" ve %18,1'i "hiçbir zaman" olarak yanıtladı. Bölüm ayrımı olmaksızın, her zaman (48,57±18,86 puan) fotoğraf düzenleyenlerin OBKÖ puan ortalaması, hiçbir zaman (34,54±12,67 puan) ve nadiren (36,08±15,93 puan) diyenlerden daha yüksek bulunarak istatiksel olarak anlamlı saptandı ($p<0,001$). Kadınların (49,93±18,81 puan) OBKÖ puan ortalamasının, erkeklere (32,00±9,86 puan) göre daha yüksek olması istatistiksel olarak anlamlı bulundu ($p<0,05$) (Tablo 6).

Tablo 6. Öğrencilerin bölümlere, cinsiyete ve sosyal medyada fotoğraf paylaşımlarına göre Olumsuz Beden Konuşmaları Ölçeği puan ortalamaları

	Beslenme ve Diyetetik							Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık							Toplam							
	Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam			
	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P_1*	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P_2*	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P_3*	P_4*
Kullanıcının Paylaştığı Fotoğrafların Başka Kullanıcılar Tarafından Beğenilmesinin Önemi																						
Önemli	111	43,59±18,39 40,00 29,00-57,00	4	38,00±7,39 39,00 30,50-44,50	115	43,40±18,13 40,00 29,00-56,00	0,691	92	45,15±18,22 42,00 30,25-57,75	13	40,69±17,16 39,00 27,50-54,00	105	44,60±18,08 42,00 30,00-57,50	0,442	203	44,30±18,28 42,00 30,00-57,00	17	40,05±15,25 39,00 28,50-46,50	220	43,97±18,07 41,50 29,25-57,00	0,440	0,579
Önemli değil	78	38,78±16,73 35,00 26,75-48,00	9	27,22±9,89 28,00 17,00-35,00	87	37,58±16,50 33,00 26,00-45,00	0,066	68	40,04±15,76 37,50 29,00-47,50	29	30,03±13,25 28,00 20,00-35,00	97	37,05±15,68 34,00 25,00-44,00	**0,001**	146	39,37±16,24 36,00 27,00-48,00	38	29,36±12,47 28,00 19,75-35,00	184	37,30±16,03 33,50 26,00-44,00	**<0,001**	0,947
P_5*		0,068		0,067		**0,018**			0,076		**0,043**		**0,002**			**0,010**		**0,008**		**<0,001**		
Kullanıcının Kendi Fotoğraflarını Paylaşmadan Önce Düzenleme Sıklığı																						
Her Zaman	34	52,00±17,59 51,00 37,50-69,25	4	31,00±11,88 31,00 19,50-42,50	38	49,78±18,16 47,50 33,00-67,50	**0,026**	39	48,12±19,87 44,00 30,00-61,00	2	34,00±7,07 34,00 29,00-.	41	47,43±19,64 42,00 29,50-61,00	NC	73	49,93±18,81 48,00 31,50-66,50	6	32,00±9,85 32,00 24,50-40,50	79	48,57±18,86 46,00 31,00-65,00	**0,021**	0,546
Sık Sık	39	40,69±13,95 39,00 29,00-52,00	1	38,00	40	40,62±13,77 38,50 29,25-51,75	NC	39	41,46±15,61 37,00 29,00-55,00	8	49,25±20,96 59,50 24,50-65,75	47	42,78±16,64 37,00 29,00-59,00	0,350	78	41,07±14,71 37,00 29,00-52,50	9	48,00±19,96 59,00 28,00-64,50	87	41,79±15,34 38,00 29,00-54,00	0,259	0,652
Bazen	45	44,35±21,50 36,00 27,50-62,50	3	34,00±14,73 42,00 17,000-.	48	43,70±21,17 36,00 27,25-62,00	0,657	38	43,05±18,31 39,50 28,50-55,00	15	31,40±10,13 30,00 25,00-36,00	53	39,75±17,15 36,00 26,50-51,00	**0,031**	83	43,75±19,99 37,00 28,00-61,00	18	31,83±10,54 32,00 23,50-42,25	101	41,63±19,17 36,00 27,00-53,00	**0,032**	0,582
Nadiren	42	35,97±15,79 34,00 22,75-44,00	3	24,66±10,21 29,00 13,00-.	45	35,22±15,66 33,00 22,50-43,50	0,223	29	40,58±16,62 36,00 28,00-50,00	9	25,88±10,03 27,00 18,00-29,00	38	37,10±16,46 33,00 26,50-43,75	**0,008**	71	37,85±16,18 35,00 26,00-44,00	12	25,58±9,61 27,50 17,00-29,75	83	36,08±15,96 33,00 25,00-43,00	**0,010**	0,671
Hiçbir Zaman	29	34,55±13,15 31,00 25,00-44,50	2	29,50±2,12 29,50 28,00-.	31	34,22±12,77 31,00 25,00-43,00	NC	15	38,00±11,41 40,00 29,00-44,00	8	29,25±14,08 30,00 15,50-36,50	23	34,95±12,81 36,00 25,00-43,00	0,087	44	35,72±12,56 34,00 25,25-43,75	10	29,30±12,44 29,50 18,50-35,50	54	34,53±12,67 33,50 25,00-43,00	0,171	0,643
P_6**		**<0,001**		0,390		**0,001**			0,741		0,107		0,051			**<0,001**		0,051		**<0,001**		

S: Sayı; P* Mann Whitney U Testi; P** Kruskal Wallis Testi; p<0,05

Sosyal medyada beslenme ve diyet paylaşımları yapan hesapların takip sıklığı için, öğrencilerin 35'i her zaman, 77'si sık sık, 101'i bazen, 105'i nadiren ve 86'sı hiçbir zaman şeklinde yanıtladı. Bu paylaşımları yapan kişiler arasından 343 öğrenci diyetisyenlere, 91 öğrenci hekimlere, 50 öğrenci deneyimlerini paylaşanlara, 33 öğrenci spor eğitmenlerine, 4 öğrenci yaşam koçlarına, 1 öğrenci ise fenomenlere güvenmektedir. Bunlardan biri takip edilsin ya da edilmesin, her biri için kadınların OBKÖ puan ortalamasının, erkeklere göre yüksek olması istatistiksel olarak anlamlı bulundu ($p<0,05$). Ayrıca kadınlarda (39,25±16,49 puan) spor eğitmenlerini takip edenlerin OBKÖ puan ortalaması, takip etmeyenlerin (30,84±13,06 puan) OBKÖ puan ortalamasına göre daha yüksek seviyede bulundu ($p=0,034$) (Tablo 7).

Tablo 7'ye göre, PDR'de diyetle ilgili hesapları her zaman takip edenlerin (61,40±22,33 puan) OBKÖ puan ortalamasının, BD'ye (37,36±15,42 puan) göre daha yüksek olması istatistiksel olarak anlamlı görüldü ($p=0,003$). Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık bölümünde, diyetle ilgili hesapları her zaman takip edenlerin (61,40±22,33 puan) OBKÖ puan ortalaması, hiçbir zaman takip etmeyenlerin (36,59±15,21 puan) OBKÖ puan ortalamasına göre daha yüksek bulundu ($p=0,006$).

Tablo 7. Öğrencilerin bölümlere, cinsiyete ve beslenme-diyet hesapları tercihlerine göre Olumsuz Beden Konuşmaları Ölçeği puan ortalamaları

	Beslenme ve Diyetetik							Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık							Toplam						
	Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam		
	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P_1*	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P_2*	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P_3*	P_4*
Beslenme Ve Diyet İçerikleri Paylaşan Hesapların Takip Sıklığı																					
Her Zaman	25	37,36±15,42 33,00 27,50-47,50	0	-	25	37,36±15,42 33,00 27,50-47,50	NC	9	63,44±22,66 78,00 41,00-83,50	1	43,00	10	61,40±22,33 65,00 41,50-83,25	NC	34	44,26±20,83 37,50 28,00-56,50	1	43,00	35	44,23±20,53 40,00 28,00-56,00	NC	**0,003**
Sık Sık	55	42,87±17,50 42,00 28,00-54,00	2	40,000±7,0 40,00 35,00-.	57	42,77±17,22 42,00 28,00-54,00	NC	17	48,47±22,56 42,00 29,50-71,50	3	45,00±26,88 59,00 14,00-.	20	47,95±22,50 48,00 27,75-69,75	0,689	72	44,19±18,80 42,00 28,00-59,50		43,00±19,53 45,00 24,50-60,50	77	44,12±18,72 42,00 28,000-59,50	0,960	0,393
Bazen	54	40,17±18,49 34,50 25,50-52,25	1	29,00	55	39,96±18,38 34,000 26,0-52,00	NC	39	40,64±14,97 37,00 29,00-54,00	7	35,57±14,21 34,00 26,000-48,00	46	39,87±14,82 36,00 28,75-51,75	0,367	93	40,36±17,01 36,00 27,50-52,50	8	34,75±13,36 31,50 26,50-44,75	101	39,92±16,77 35,00 27,500-51,50	0,392	0,628
Nadiren	38	42,82±18,27 39,50 28,50-53,00	7	29,28±9,84 31,00 17,00-38,00	45	40,71±17,85 38,00 27,00-51,50	0,088	50	41,16±15,48 37,00 29,00-56,25	10	39,70±18,89 35,50 23,50-56,50	60	40,92±15,93 37,00 29,00-55,25	0,699	88	41,87±16,66 39,00 29,00-53,00	17	35,41±16,28 32,00 22,00-43,50	105	40,83±16,70 37,00 28,000-52,50	0,146	0,798
Hiçbir Zaman	17	45,65±19,56 40,00 27,00-64,00	3	27,66±14,50 28,00 13,00-.	20	42,95±19,68 38,00 27,00-59,25	0,258	45	40,87±15,46 41,00 29,00-47,50	21	27,43±9,82 28,00 20,000-35,00	66	36,59±15,21 35,00 26,50-45,00	**<0,001**	62	42,18±16,66 41,00 28,75-52,00	24	27,46±10,11 28,00 20,00-35,00	86	38,07±16,46 35,00 27,000-46,00	<0,001	0,283
P_5**		0,525		0,056		0,530			0,454		0,281		**0,006**			0,750		0,170		0,245		
Beslenme ve Diyet İçeriklerini Paylaşan En Güvenilir Kişiler																					
Diyetisyenler																					
Güvenilmez	14	42,64±17,49 35,50 27,00-61,75	4	29,50±10,28 29,50 19,75-39,25	18	39,72±16,86 34,00 27,00-48,25	0,277	26	43,77±16,26 40,00 31,00-57,50	17	30,17±13,17 28,00 19,50-38,00	43	38,39±16,39 35,00 26,00-52,00	**0,006**	40	43,37±16,48 39,50 30,25-58,50	21	30,04±12,44 28,00 19,50-38,00	61	38,78±16,40 35,00 26,50-52,00	**0,002**	0,752
Güvenilir	175	41,53±17,91 37,00 27,00-53,00	9	31,00±10,87 32,00 22,00-40,50	184	41,01±17,76 37,00 27,00-52,00	0,124	134	42,83±17,61 41,00 29,00-54,00	25	35,48±16,35 34,00 25,00-45,50	159	41,67±17,58 37,00 29,00-53,00	**0,042**	309	42,09±17,77 39,00 28,00-53,00	34	34,29±15,07 33,00 25,00-43,00	343	41,32±17,65 37,00 28,00-52,00	**0,017**	0,662
P_6*		0,784		0,696		0,795			0,710		0,343		0,274			0,540		0,349		0,329		
Hekimler																					
Güvenilmez	165	41,13±17,57 36,00 27,00-52,00	11	30,82±11,20 32,00 17,00-42,00	176	40,49±17,40 36,00 27,00-50,75	0,093	108	42,81±18,10 40,50 28,25-55,75	29	34,76±16,36 30,00 23,00-43,50	137	41,11±17,99 37,00 28,00-53,00	**0,029**	273	41,79±17,77 38,00 28,00-53,00	40	33,67±15,08 30,00 22,0-42,750	313	40,76±17,64 36,00 28,00-52,00	**0,009**	0,855
Güvenilir	24	44,8±19,674 39,50 27,00-62,75	2	29,00±2,83 29,00 27,00-.	26	43,65±19,36 38,00 26,75-60,25	NC	52	43,33±15,85 40,50 32,25-54,00	13	30,15±12,23 26,00 19,00-37,50	65	40,69±16,01 37,00 30,00-52,00	**0,006**	76	43,82±17,03 40,00 31,00-57,00	15	30,00±11,35 27,00 19,00-36,00	91	41,54±16,98 37,00 30,00-54,00	**0,002**	0,715
P_6*		0,420		NC		0,511			0,641		0,451		0,811			0,230		0,466		0,536		

Tablo 7. (devamı) Öğrencilerin bölümlere, cinsiyete ve beslenme-diyet hesapları tercihlerine göre Olumsuz Beden Konuşmaları Ölçeği puan ortalamaları

	Beslenme ve Diyetetik							Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık							Toplam						
	Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam		
	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P_1*	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P_2*	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P_3*	P_4*
Yaşam Koçları																					
Güvenilmez	188	41,57±17,88 37,00 27,00-53,00	13	30,54±10,28 31,00 22,0-40,000	201	40,85±17,68 36,00 27,00-52,00	0,053	158	42,79±17,24 40,50 29,00-54,25	41	33,415±15,3 29,00 20,50-41,00	199	40,85±17,26 37,00 28,00-52,00	**0,001**	346	42,12±17,57 39,00 28,00-54,00	54	32,72±14,28 29,50 20,75-39,75	400	40,85±17,45 3700 28,00-52,00	**<0,001**	1,000
Güvenilir	1	49,00	0	-	1	49,00	NC	2	59,00±26,87 59,00 40,00-.	1	30,000	3	49,33±25,32 40,00 30,00-.	NC	3	55,67±19,86 49,00 40,00-.	1	30,00	4	49,25±20,68 44,50 32,50-70,75	NC	NC
P_6*		NC		NC		NC			NC		NC		0,502			0,178		NC		0,322		
Fenomenler																					
Güvenilmez	188	41,62±17,88 37,00 27,00-53,00	13	30,54±10,28 31,00 22,00-40,00	201	40,90±17,69 36,00 27,00-52,00	0,051	160	42,98±17,36 40,50 29,00-54,75	42	33,33±15,20 29,50 20,75-40,00	202	40,97±17,34 37,00 28,00-52,25	**0,001**	348	42,25±17,63 39,00 28,00-54,00	55	32,67±14,16 30,00 21,00-39,00	403	40,94±17,49 37,00 28,00-52,00	**<0,001**	0,860
Güvenilir	1	39,00	0	-	1	39,00	NC	0	-	0	-	0	-	NC	1	39,00	0	-	1	39,00	NC	NC
P_6*		NC		NC		NC			NC		NC		NC			NC		NC		NC		
Spor Eğitmenleri																					
Güvenilmez	185	41,54±17,90 37,00 27,00-53,00	12	30,50±10,74 30,50 19,50-41,00	197	40,87±17,73 36,00 27,00-52,00	0,058	143	42,05±17,09 40,00 29,00-54,00	31	30,97±14,02 28,00 20,00-35,00	174	40,07±17,09 36,00 27,75-52,00	**<0,001**	328	41,76±17,53 37,50 28,00-53,00	43	30,84±13,06 28,00 20,00-36,00	371	40,49±17,41 36,00 27,00-52,00	**<0,001**	0,754
Güvenilir	4	44,75±16,54 42,50 30,75-61,00	1	31,00	5	42,00±15,58 42,00 29,00-55,00	NC	17	50,82±18,07 46,00 39,00-62,50	11	40,00±17,08 37,00 29,00-59,00	28	46,57±18,18 43,50 31,00-59,00	0,161	21	49,66±17,56 44,00 39,00-62,50	12	39,250±16,4 35,50 29,25-55,25	33	45,88±17,67 43,00 30,50-59,00	0,141	0,643
P_6*		0,631		NC		0,762			1,000		0,081		**0,045**			**0,034**		0,079		0,056		
Deneyimlerini paylaşanlar																					
Güvenilmez	174	41,57±17,99 37,50 27,00-53,00	10	31,10±10,21 31,50 25,25-39,25	184	41,00±17,79 37,00 27,00-52,00	0,120	138	41,99±16,91 40,00 29,00-52,00	32	33,47±15,92 29,00 21,25-42,75	170	40,38±17,02 37,00 28,000-51,2	**0,005**	312	41,76±17,49 38,50 28,00-52,75	42	32,90±14,69 29,50 21,75-40,00	354	40,71±17,41 37,00 27,75-52,00	**0,002**	0,876
Güvenilir	15	42,00±16,56 35,00 30,00-61,00	3	28,66±12,58 27,00 17,0-.	18	39,78±16,45 34,00 27,00-52,00	0,203	22	49,18±19,16 49,00 30,50-61,50	10	32,90±13,38 34,50 20,00-37,75	32	44,09±18,96 40,50 28,25-60,00	**0,039**	37	46,27±18,26 43,00 30,00-60,50	13	31,92±12,81 34,00 20,00-39,00	50	42,54±18,05 36,00 28,00-60,00	**0,020**	0,454
P_6*		0,834		0,098		0,828			0,573		0,805		0,332			0,158		0,984		0,526		

S: Sayı; P* Mann Whitney U Testi; P** Kruskal Wallis Testi; p<0,05

Öğrencilerin bölüm ve cinsiyete göre, beslenme-diyet hesapları tercihleri ile BSMBÖ puan ortalamaları Tablo 8'de gösterildi. Bu verilere göre bölüm ayrımı olmadan, diyetle ilgili hesapları hiçbir zaman takip etmeyenlerde, erkeklerin (19,95±5,99 puan) BSMBÖ puan ortalaması, kadınlara (16,87±4,98 puan) göre istatistiksel anlamlı olarak daha yüksek bulundu ($p=0,025$). Diyetisyenleri, hekimleri, yaşam koçlarını ve fenomenleri takip etmeyen öğrenciler arasında, erkeklerin BSMBÖ puan ortalamasının, kadınlara göre daha yüksek olması istatistiksel olarak anlamlı bulundu ($p<0,05$). Hekimleri, fenomenleri ve spor eğitmenlerini takip etmeyenlerde ise, BD'nin BSMBÖ puan ortalaması, PDR'ye göre daha yüksek seviyede saptandı ($p<0,05$).

Tablo 8. Öğrencilerin bölümlere, cinsiyete ve beslenme-diyet hesapları tercihlerine göre Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği puan ortalamaları

	Beslenme ve Diyetetik							Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık							Toplam							
	Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam			
	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P1*	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P2*	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P3*	P4*
Beslenme Ve Diyet İçerikleri Paylaşan Hesapların Takip Sıklığı																						
Her Zaman	25	17,92±4,82 17,00 14,00-19,50	0	-	25	17,92±4,82 17,00 14,00-19,50	NC	9	14,11±5,08 14,00 11,00-16,50	1	19,00	10	14,60±5,04 14,00 12,00-18,25	NC	34	16,91±5,11 16,00 14,00-19,00	1	19,00	35	16,97±5,04 16,00 14,00-19,00	NC	0,113
Sık Sık	55	18,33±4,61 18,00 15,00-22,00	2	18,00±1,41 18,00 17,00-.	57	18,31±4,53 18,00 15,00-21,00	NC	17	16,88±4,40 18,00 13,50-20,00	3	20,00±8,18 18,00 13,00-.	20	17,35±4,96 18,00 13,25-20,00	0,765	72	17,98±4,57 18,00 15,00-20,00	5	19,0±5,933 18,00 15,00-24,00	77	18,06±4,63 18,00 15,00-20,00	0,818	0,503
Bazen	54	19,20±4,64 19,00 15,75-22,25	1	15,00	55	19,13±4,63 19,00 15,00-22,00	NC	39	17,95±5,26 18,00 14,00-22,00	7	16,57±4,27 17,00 15,00-20,00	46	17,74±5,10 18,00 14,00-22,00	0,509	93	18,67±4,92 19,00 14,00-22,00	8	16,37±3,99 17,00 15,00-19,00	101	18,49±4,88 19,00 14,50-22,00	0,212	0,277
Nadiren	38	18,00±4,53 18,00 16,00-20,25	7	20,43±3,55 21,00 17,00-24,00	45	18,38±4,45 18,00 16,00-21,00	0,167	50	17,58±4,96 16,50 13,75-22,00	10	19,30±4,87 19,00 15,25-23,50	60	17,87±4,94 17,00 14,00-22,00	0,330	88	17,76±4,75 17,00 14,00-21,00	17	19,76±4,29 19,00 16,50-23,50	105	18,08±4,72 18,00 14,00-21,50	0,089	0,427
Hiçbir Zaman	17	17,76±5,86 17,00 14,50-22,50	3	20,33±5,51 23,00 14,00-.	20	18,15±5,74 17,50 14,25-23,75	0,689	45	16,53±4,64 15,00 14,00-19,50	21	19,90±6,18 20,00 15,50-25,00	66	17,60±5,37 16,00 14,00-22,00	**0,020**	62	16,87±4,99 16,00 14,00-20,25	24	19,96±5,99 20,50 15,25-24,75	86	17,73±5,43 16,50 14,00-22,25	**0,025**	0,583
P5**		0,518		0,328		0,642			0,559		0,785		0,530			0,101		0,536		0,400		
Beslenme ve Diyet İçeriklerini Paylaşan En Güvenilir Kişiler																						
Diyetisyenler																						
Güvenilmez	14	18,00±5,63 18,50 14,00-22,25	4	21,25±4,85 23,50 16,25-24,00	18	18,72±5,51 19,00 14,00-23,25	0,233	26	15,57±5,86 13,00 12,00-20,50	17	19,71±6,94 19,00 14,50-26,00	43	17,21±6,56 16,00 13,00-23,00	**0,034**	40	16,42±5,83 16,00 12,25-21,50	21	20,00±6,52 20,00 14,50-25,00	61	17,65±6,26 18,00 13,00-23,00	**0,028**	0,281
Güvenilir	175	18,44±4,67 18,00 15,00-21,00	9	18,89±3,26 19,00 16,00-22,00	184	18,46±4,60 18,00 15,00-21,00	0,676	134	17,40±4,69 17,00 14,00-21,00	25	18,84±4,58 19,00 16,00-21,00	159	17,63±4,69 17,00 14,00-21,00	0,134	309	17,99±4,69 18,00 14,00-21,00	34	18,85±4,22 19,00 16,00-21,00	343	18,07±4,65 18,00 15,00-21,00	0,190	0,128
P6*		0,965		0,052		0,635			0,330		0,778		0,406			0,071		0,493		0,482		
Hekimler																						
Güvenilmez	165	18,38±4,63 18,00 15,00-21,00	11	19,63±3,61 19,00 17,00-23,00	176	18,46±4,58 18,00 15,00-21,00	0,336	108	16,72±5,03 16,00 13,00-21,00	29	19,72±6,00 19,00 16,00-25,00	137	17,36±5,37 17,00 13,00-21,00	**0,014**	273	17,72±4,85 18,00 14,00-21,00	40	19,70±5,41 19,00 16,00-24,00	313	17,978±4,96 18,00 14,00-21,00	**0,027**	**0,040**
Güvenilir	24	18,58±5,44 17,50 14,25-22,75	2	19,50±6,36 19,50 15,00-.	26	18,65±5,38 17,50 14,75-23,00	NC	52	17,90±4,63 17,50 14,00-22,00	13	18,00±4,53 18,00 15,00-21,50	65	17,92±4,57 18,00 14,00-22,00	0,699	76	18,12±4,87 17,50 14,00-22,00	15	18,20±4,55 18,00 15,00-22,00	91	18,13±4,80 18,000 14,00-22,0	0,680	0,600
P6*		0,885		NC		0,868			1,000		0,451		0,424			0,746		0,394		0,925		

Tablo 8. (devamı) Öğrencilerin bölümlere, cinsiyete ve beslenme-diyet hesapları tercihlerine göre Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği puan ortalamaları

	Beslenme ve Diyetetik							Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık							Toplam							
	Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam			
	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P1*	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P2*	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P3*	P4*
Yaşam Koçları																						
Güvenilmez	188	18,42±4,73 18,00 15,00-21,00	13	19,61±3,77 19,00 16,00-23,50	201	18,50±4,68 18,00 15,00-21,00	0,333	158	17,15±4,94 16,00 14,00-21,00	41	19,22±5,66 19,00 15,50-23,50	199	17,58±5,15 17,00 14,00-21,00	**0,031**	346	17,84±4,86 18,00 14,00-21,00	54	19,31±5,24 19,00 15,75-23,25	400	18,04±4,93 18,00 14,00-21,00	**0,042**	1,000
Güvenilir	1	15,00	0	-	1	15,00	NC	2	13,50±2,12 13,50 12,00-.	1	18,00	3	15,00±3,00 15,00 12,00-.	NC	3	14,00±1,73 15,00 12,00-.	1	18,00	4	15,00±2,45 15,00 12,75-17,25	NC	NC
P6*		NC		NC		NC			NC		NC		0,344			0,117		NC		0,166		
Fenomenler																						
Güvenilmez	188	18,45±4,69 18,00 15,00-21,00	13	19,61±3,77 19,00 16,00-23,50	201	18,53±4,64 18,00 15,00-21,00	0,338	160	17,10±4,92 16,00 14,00-21,00	42	19,19±5,59 19,00 15,75-23,25	202	17,54±5,13 17,00 14,00-21,00	**0,025**	348	17,83±4,84 18,00 14,00-21,00	55	19,29±5,19 19,00 16,00-23,00	403	18,03±4,91 18,00 14,00-21,00	**0,039**	**0,040**
Güvenilir	1	9,00	0	-	1	9,00	NC	0	-	0	-	0	-	NC	1	9,00	0	-	1	9,00	NC	NC
P6*		NC		NC		NC			NC		NC		NC			NC		NC		NC		
Spor Eğitmenleri																						
Güvenilmez	185	18,47±4,74 18,00 15,00-21,00	12	19,25±3,696 19,00 15,50-23,00	197	18,52±4,68 18,00 15,00-21,00	0,528	143	17,12±4,92 16,00 14,00-21,00	31	19,26±5,30 20,00 15,00-23,00	174	17,50±5,04 17,00 14,00-21,25	0,050	328	17,88±4,86 18,00 14,00-21,00	43	19,25±4,86 20,00 15,00-23,00	371	18,04±4,87 18,00 14,00-21,00	0,084	**0,040**
Güvenilir	4	15,50±3,69 15,00 12,25-19,25	1	24,00	5	17,20±4,97 17,00 12,50-22,00	NC	17	16,94±5,10 16,00 13,50-21,00	11	19,00±6,62 18,00 16,00-25,00	28	17,75±5,72 18,00 14,00-21,00	0,404	21	16,66±4,82 16,00 13,00-20,50	12	19,42±6,47 18,50 16,50-24,75	33	17,66±5,54 18,00 13,50-21,00	0,187	0,715
P6*		0,198		NC		0,524			0,308		0,888		0,819			0,252		0,862		0,672		
Deneyimlerini paylaşanlar																						
Güvenilmez	174	18,40±4,57 18,00 15,00-21,00	10	20,20±3,26 20,00 17,00-23,25	184	18,50±4,52 18,00 15,25-21,00	0,162	138	17,37±4,90 17,00 14,00-21,25	32	18,97±5,33 19,00 15,25-22,50	170	17,67±5,00 17,00 14,00-21,25	0,124	312	17,94±4,74 18,00 14,00-21,00	42	19,26±4,90 19,00 16,00-23,00	354	18,10±4,77 18,00 15,00-21,00	0,088	0,097
Güvenilir	15	18,47±6,47 18,00 14,00-24,00	3	17,66±5,51 15,00 14,00-.	18	18,33±6,17 17,50 14,00-24,00	0,738	22	15,45±4,86 13,00 12,75-20,00	10	19,90±6,62 19,50 16,50-25,50	32	16,84±5,76 16,50 13,00-20,75	0,077	37	16,67±5,68 16,00 13,00-20,00	13	19,38±6,24 19,00 14,50-24,50	50	17,38±5,89 17,00 13,00-21,25	0,149	0,331
P6*		0,953		0,054		0,751			0,371		0,590		0,281			0,093		0,937		0,247		

S: Sayı; P* Mann Whitney U Testi; P** Kruskal Wallis Testi; p<0,05

Sosyal medyanın beslenmeye olan etkisini incelemek için öğrencilere önermeler sunuldu. Öğrencilerin %60,9'u, sosyal medyanın beslenme ve diyet konuları hakkında bilgi düzeyini arttırdığını düşünmektedir. Bu düşünceye, öğrencilerin %19,8'i katılmadı ve %19,3'ü bu konuda fikri olmadığını beyan etti. Öğrencilerin %41.6'sı, sosyal medyanın besin seçimini etkilediğini belirtirken, %46,3'ü buna katılmadı ve %12,1'i bununla ilişkili fikri olmadığını iletti. Sosyal medyanın besin tüketim sıklığını etkilediğini belirten önermeye; öğrencilerin %29,7'si katıldı, %57,2'si katılmadı ve %13,1'i fikri olmadığını söyledi. Sosyal medyanın, beslenme planlamasında enerji hesaplaması gerektirdiğini savunan önermeye ise; öğrencilerin %17,1'i katıldı, %63,4'ü katılmadı ve %19,6'sı buna dair fikri olmadığını belirtti. Bu cevaplar, istatistiksel olarak anlamlı değildi ($p>0,05$) (Tablo 9).

Tablo 9. Öğrencilerin bölümleri ve cinsiyetine göre sosyal medyanın beslenmeye etkisi

Sosyal Medya İle İlgili Fikirler	Fakülteler ve Bölümler																		
	Beslenme ve Diyetetik							Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık							Toplam				
	Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam		
	S	%	S	%	S	%	P_1*	S	%	S	%	S	%	P_2*	S	%	S	%	S	%	P_3*
Sosyal Medya Beslenme Ve Diyet Konularında Bilgimi Arttırır																				
Katılıyor	88	46,6	2	15,4	90	44,6		125	78,1	31	73,8	156	77,2		213	61,0	33	60,0	246	60,9	
Katılmıyor	58	30,7	5	38,5	63	31,2	0,060	12	7,5	5	11,9	17	8,4	0,655	70	20,1	10	18,2	80	19,8	0,860
Fikri Yok	43	22,8	6	46,2	49	24,3		23	14,4	6	14,3	29	14,4		66	18,9	12	21,8	78	19,3	
Sosyal Medya Besin Seçimimi Etkiler																				
Katılıyor	89	47,1	3	23,1	92	45,5		62	38,8	14	33,3	76	37,6		151	43,3	17	30,9	168	41,6	
Katılmıyor	77	40,7	8	61,5	85	42,1	0,236	80	50,0	22	52,4	102	50,5	0,758	157	45,0	30	54,5	187	46,3	0,224
Fikri Yok	23	12,2	2	15,4	25	12,4		18	11,3	6	14,3	24	11,9		41	11,7	8	14,5	49	12,1	
Sosyal Medya Besin Tüketim Sıklığımı Etkiler																				
Katılıyor	63	33,3	2	15,4	65	32,2		44	27,5	11	26,2	55	27,2		107	30,7	13	23,6	120	29,7	
Katılmıyor	98	51,9	9	69,2	107	53,0	0,384	99	61,9	25	59,5	124	61,4	0,802	197	56,4	34	61,8	231	57,2	0,569
Fikri Yok	28	14,8	2	15,4	30	14,9		17	10,6	6	14,3	23	11,4		45	12,9	8	14,5	53	13,1	
Sosyal Medya Beslenme Planlarımda Enerji Hesaplama Gereği Hissettirir																				
Katılıyor	34	18,0	2	15,4	36	17,8		27	16,9	6	14,3	33	16,3		61	17,5	8	14,5	69	17,1	
Katılmıyor	113	59,8	8	61,5	121	59,9	0,972	108	67,5	27	64,3	135	66,8	0,653	221	63,3	35	63,6	256	63,4	0,816
Fikri Yok	42	22,2	3	23,1	45	22,3		25	15,6	9	21,4	34	16,8		67	19,2	12	21,8	79	19,6	

P* Ki-Kare Testi; p<0,05

Beslenme ve Diyetetik bölümündeki kadınlar, kendi beden algılarına göre incelendiğinde; %11,6'sı zayıf, %70,9'u normal ve 17,5'i hafif kilolu/obez olarak kendilerini nitelendirdi. Erkeklerin ise %7,7'si zayıf, %84,6'sı normal ve %7,7'si hafif kilolu/obez olarak kendilerini değerlendirdi. Diğer bölüm olan PDR'de ise kadınların %15,6'sı zayıf, %58,1'i normal, %26,3'ü hafif kilolu/obez; erkeklerin %14,3'ü zayıf, %59,5'i normal ve %26,2'si hafif kilolu/obez olarak kendilerini konumlandırdı (Tablo 10).

Tablo 10'a göre, öğrencilerin kendi beden algıları gruplarının tamamının, birbirinden farklı olduğu görüldü. En düşük OBKÖ puan ortalamasının zayıf grupta (31,11±11,93 puan), en yüksek ortalamanın ise hafif kilolu/obez grupta (57,87±15,63 puan) olması istatistiksel olarak anlamlı bulundu ($p<0,001$). Erkeklerde, kendilerini hafif kilolu veya obez (45,25±15,10 puan) olarak nitelendiren grubun OBKÖ puan ortalaması; normal gruba (31,14±7,96 puan) göre daha yüksek seviyede bulundu ($p=0,003$). Bölüm ayrımı olmadan, kendi beden algıları normal ve hafif kilolu/obez olan gruplarda, kadınların (31±1,47 puan ve 59,89±14,83 puan) OBKÖ puan ortalamasının, erkeklere (31,14±7,96 puan ve 45,25±15,10 puan) göre daha yüksek olduğu saptandı ($p<0,001$; $p=0,005$).

Yüz, kol, bacak ve gövde bölgesinde değişiklik yapmak isteyenlerin OBKÖ puan ortalaması, değişiklik yapmak istemeyenlere göre daha yüksek bulundu ($p=0,025$). Kol, bacak ve gövde bölgesinde değişiklik yapmak isteyenlerin OBKÖ puan ortalaması, değişiklik yapmak istemeyenlere göre daha yüksek saptandı ($p<0,05$). Yüz, kol, bacak bölgesinde değişiklik istemeyen öğrencilerde, kadınların OBKÖ ortalamasının erkeklere göre daha yüksek olması istatistiksel olarak anlamlı bulundu ($p<0,001$; $p<0,001$; $p=0,013$). "Diğer" bölgelerinde değişiklik yapmak istemeyenlerin OBKÖ puan ortalamasının, yapmak isteyenlere göre daha yüksek bulunması istatistiksel olarak anlamlı saptandı ($p=0,004$) (Tablo 10).

Tablo 10. Öğrencilerin bölümlere, cinsiyete ve kendi beden algılarına göre Olumsuz Beden Konuşmaları Ölçeği puan ortalamaları

	Beslenme ve Diyetetik							Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık							Toplam							
	Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam			
	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P1*	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P2*	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P3*	P4*
Kendi Beden Algıları																						
Z	22	29,82±15,34 26,00 21,00-33,75	1	43,00	23	30,39±15,24 26,00 21,00-36,00	NC	25	32,24±9,45 31,00 25,50-41,00	6	29,16±6,58 29,50 23,50-35,50	31	31,64±8,96 31,00 25,00-41,00	0,510	47	31,10±12,47 28,00 22,00-40,00	7	31,14±7,96 30,00 25,00-37,00	54	31,11±11,93 29,00 23,50-37,75	0,668	0,153
N	134	39,73±16,33 35,50 27,00-50,25	11	28,73±10,11 29,00 17,00-35,00	145	38,89±16,18 35,00 27,00-48,50	0,040	93	37,24±13,43 35,00 27,50-44,50	25	28,80±13,61 27,00 18,50-34,50	118	35,45±13,85 32,50 26,00-43,00	**0,002**	227	38,71±15,23 35,00 27,00-48,00	36	28,77±12,50 28,00 18,25-34,75	263	37,350±15,2 34,00 27,00-46,00	**<0,001**	0,131
HK/O	33	57,09±15,78 57,00 43,50-71,00	1	38,00	34	56,53±15,88 55,50 43,00-71,00	NC	42	62,09±13,84 60,50 53,50-73,25	11	45,91±15,66 48,00 35,00-60,00	53	58,73±15,56 60,00 47,50-71,50	**0,005**	75	59,89±14,83 60,00 48,00-72,00	12	45,25±15,10 43,00 35,00-58,75	87	57,87±15,63 59,00 46,000-71,00	**0,005**	0,486
P5**		**<0,001**		NC		**<0,001**			0,268		**0,008**		**<0,001**			**<0,001**		**0,003**		**<0,001**		
Vücutta Değiştirilmek İstenen Bölümler																						
Yüz																						
İstemi-yor	162	40,27±17,09 36,50 27,00-50,25	11	28,18±9,31 29,00 17,00-35,00	173	39,50±16,95 36,00 27,00-49,00	**0,032**	132	42,94±17,68 40,50 29,00-55,75	35	32,31±14,95 29,00 20,00-39,00	167	40,71±17,65 37,00 28,00-52,00	**0,001**	294	41,47±17,38 39,00 28,00-52,25	46	31,32±13,84 29,00 19,75-37,25	340	40,09±17,28 36,50 27,00-51,00	**<0,001**	0,531
İstiyor	27	49,63±20,34 44,00 33,00-67,00	2	43,50±2,12 43,50 42,00-.	29	49,20±19,67 44,00 33,50-65,50	NC	28	43,18±16,01 39,50 31,00-53,50	7	38,43±16,59 35,00 28,00-55,00	35	42,23±15,99 36,00 31,00-54,00	0,430	55	46,34±18,38 42,00 33,00-59,00	9	39,55±14,56 35,00 28,50-50,00	64	45,39±17,95 40,50 31,50-58,50	0,324	0,171
P6*		**0,024**		NC		**0,011**			0,051		0,319		0,480			0,067		0,088		**0,025**		
Kollar																						
İstemi-yor	172	40,46±16,84 36,50 27,00-51,75	13	30,54±10,28 31,00 22,00-40,00	185	39,76±16,64 36,00 27,00-49,00	0,067	148	42,48±17,17 40,00 29,00-53,50	35	31,91±14,97 29,00 20,00-36,00	183	40,46±17,25 37,00 28,00-52,00	**<0,001**	320	41,39±17,00 38,00 28,00-52,00	48	31,54±13,77 29,00 20,00-36,75	368	40,11±16,93 36,00 27,00-51,00	**<0,001**	0,734
İstiyor	17	53,23±23,47 59,00 29,00-70,50	0	-	17	53,23±23,47 59,00 29,00-70,50	NC	12	49,16±19,13 47,50 32,25-64,75	7	40,42±15,42 39,00 26,00-53,00	19	45,95±17,94 41,00 30,00-61,00	0,340	29	51,55±21,51 54,00 30,00-68,00	7	40,43±15,42 39,00 26,00-53,00	36	49,39±20,76 45,50 29,25-66,75	0,253	0,415
P6*		**0,041**		NC		**0,031**			0,227		0,160		0,197			**0,019**		0,157		**0,015**		

Tablo 10. (devamı) Öğrencilerin bölümlere, cinsiyete ve kendi beden algılarına göre Olumsuz Beden Konuşmaları Ölçeği puan ortalamaları

	Beslenme ve Diyetetik							Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık							Toplam							
	Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam			
	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P1*	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P2*	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P3*	P4*
Bacaklar																						
İstemi-yor	106	38,14±16,58 33,00 26,00-49,00	11	30,72±11,19 31,00 17,00-42,00	117	37,44±16,25 33,00 26,00-47,50	0,276	111	40,55±16,62 37,00 29,00-51,00	37	33,32±14,88 30,00 23,00-38,00	148	38,74±16,46 35,00 27,25-46,75	**0,012**	217	39,37±16,60 36,00 27,00-49,00	48	32,73±14,06 30,00 22,00-38,75	265	38,17±16,35 35,00 26,00-47,00	**0,013**	0,460
İstiyor	83	46,03±18,50 43,00 30,00-59,00	2	29,50±3,53 29,50 27,00-.	85	45,64±18,45 43,00 30,00-58,00	0,213	49	48,49±17,89 46,00 31,00-61,50	5	33,40±19,33 22,00 18,50-54,00	54	47,09±18,37 45,00 29,00-61,00	0,073	132	46,95±18,23 43,00 30,00-61,00	7	32,28±15,96 27,00 19,00-48,00	139	46,21±18,37 43,00 30,00-60,00	**0,030**	0,592
P6*		**0,003**		NC		**0,002**			**0,010**		0,763		**0,004**			**<0,001**		0,795		**<0,001**		
Gövde																						
İstemi-yor	148	38,58±16,78 33,00 26,25-48,00	9	27,78±11,00 28,00 17,00-37,00	157	37,96±16,67 33,00 26,00-47,50	0,066	120	40,92±16,77 36,50 28,25-51,75	25	29,72±11,53 28,00 20,00-37,00	145	38,98±16,51 35,00 27,00-49,50	**0,001**	268	39,62±16,78 35,00 27,00-50,00	34	29,21±11,26 28,00 19,75-36,00	302	38,45±16,57 33,00 27,00-48,00	**<0,001**	0,536
İstiyor	41	52,53±17,46 49,00 40,00-66,00	4	36,75±5,05 36,50 32,00-41,75	45	51,13±17,31 49,00 38,50-64,00	**0,033**	40	49,17±17,82 43,00 37,00-60,50	17	38,65±18,50 35,00 27,00-59,50	57	46,03±18,50 41,00 34,50-59,50	**0,022**	81	50,87±17,61 49,00 38,00-64,00	21	38,28±16,68 35,00 29,50-51,00	102	48,28±18,08 44,00 35,75-62,00	**0,002**	0,114
P6*		**<0,001**		0,148		**<0,001**			**0,007**		0,103		**0,007**			**<0,001**		**0,030**		**<0,001**		
Diğer																						
İstemi-yor	146	41,81±17,15 37,50 28,00-53,00	8	34,50±6,07 33,50 28,75-41,00	154	41,43±16,82 37,00 28,00-52,25	0,355	117	45,23±17,35 42,00 31,00-57,50	33	34,33±16,23 30,00 21,00-41,00	150	42,83±17,65 40,00 29,00-57,00	**0,001**	263	43,33±17,29 40,00 29,00-55,00	41	34,36±14,74 32,00 25,50-40,50	304	42,12±17,23 39,00 28,25-54,00	**0,002**	0,468
İstiyor	43	40,91±20,21 33,00 26,00-53,00	5	24,20±13,08 17,00 15,00-37,00	48	39,16±20,15 31,50 25,25-49,75	**0,048**	43	36,86±16,00 32,00 26,00-42,00	9	29,66±10,51 27,00 20,50-39,50	52	35,61±15,35 31,00 25,25-42,00	0,179	86	38,88±18,23 32,50 26,00-47,50	14	27,71±11,31 26,00 18,50-37,25	100	37,32±17,82 31,00 25,25-44,00	**0,020**	0,656
P6*		0,444		0,171		0,180			**0,004**		0,526		**0,007**			**0,014**		0,131		**0,004**		

Z: Zayıf; **N:** Normal; **HK/O:** Hafif kilolu/Obez; **S:** Sayı; P* Mann Whitney U; P** Kruskal Wallis; p<0,0

Tablo 11'de, öğrencilerin bölümlere, cinsiyete, kendi beden algılarına göre BSMBÖ ortalamaları verildi. Buna göre, kendi beden algısı normal olan grubun (18,75±4,80 puan) BSMBÖ puan ortalamasının, zayıf ve hafif kilolu/obez gruba (16,78±4,75 puan ve 16,55±5,02) puan) göre daha yüksek olması istatistiksel olarak anlamlı saptandı (p=0,001). Kadınlarda, kendi beden algısı normal olan grubun (18,58±4,66 puan) BSMBÖ puan ortalaması, hafif kilolu/obez gruba (16,16±5,11 puan) göre istatistiksel olarak anlamlı biçimde daha yüksek bulundu (p=0,001). Kendi beden algısı hafif kilolu veya obez olan PDR öğrencilerinde, erkeklerin (18,82±3,86 puan) BSMBÖ puan ortalaması, kadınlardan (15,09±5,23 puan) daha yüksek bulundu (p=0,032).

Kadınlarda yüz bölgesinde değişiklik yapmak istemeyenlerin (18,04±4,87 puan) BSMBÖ puan ortalamasının, değişiklik yapmak isteyenlere (16,56±5,60 puan) göre daha yüksek olması istatistiksel olarak anlamlı bulundu (p=0,048). Bölüm ayrımı olmadan, yüz, kol ve bacak bölgelerinde değişiklik istemeyenlerin arasında, erkeklerin BSMBÖ puan ortalaması kadınlara göre daha yüksek saptandı (p<0,05). Bölümlere göre ise; yüz, kol ve bacak bölgelerinde değişiklik istemeyenlerin arasında, BD bölümünün BSMBÖ puan ortalamasının, PDR'ye göre daha yüksek olması istatistiksel olarak anlamlı saptandı (p=0,034; p=0,015; P=0,044) (Tablo 11).

Tablo 11. Öğrencilerin bölümlere, cinsiyete ve kendi beden algılarına göre Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği puan ortalamaları

	Beslenme ve Diyetetik							Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık							Toplam					
	Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam		
	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P_1*	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P_2*	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P_3*	P_4*
Kendi Beden Algıları																					
Z	22	16,82±4,75 16,50 14,00-19,00	1	17,00	23	16,83±4,64 17,00 14,00-19,00	NC	25	16,60±4,57 16,00 13,50-20,00	6	17,33±6,25 17,00 13,25-21,75	31	16,74±4,83 16,00 14,000-20,00	0,715	47	16,70±4,61 16,00 14,00-19,00	7	17,28±5,7 17,00 15,00-20,00	54	16,78±4,70 16,00 14,00-19,25	0,743	0,745
N	134	18,88±4,68 19,00 16,00-22,00	11	19,72±4,03 19,00 15,00-24,00	145	18,95±4,63 19,00 16,00-22,00	0,549	93	18,15±4,61 18,00 14,00-22,00	25	19,80±6,144 20,00 15,50-25,00	118	18,50±4,99 18,00 14,000-22,00	0,197	227	18,58±4,66 18,00 15,00-22,00	36	19,78±5,52 19,50 15,25-24,00	263	18,75±4,79 18,00 15,00-22,00	0,184	0,411
HK/O	33	17,51±4,69 18,00 14,50-20,00	1	21,00	34	17,62±4,66 18,00 14,75-20,25	NC	42	15,09±5,23 14,00 12,00-20,00	11	18,81±3,87 19,00 17,00-21,00	53	15,87±5,17 15,00 12,50-20,00	**0,032**	75	16,16±5,112 15,00 13,00-20,00	12	19,00±3,74 19,50 17,00-21,00	87	16,55±5,02 16,00 13,00-20,00	0,053	0,111
P_5**		0,112		NC		0,093			0,778		0,612		**0,009**			**0,001**		0,539		**0,001**		
Vücutta Değiştirilmek İstenen Bölümler																					
Yüz																					
İstemi-yor	162	18,73±4,81 18,00 15,75-22,00	11	20,36±3,56 21,00 17,00-24,00	173	18,83±4,74 18,00 16,00-22,50	0,204	132	17,20±4,85 16,50 14,00-21,00	35	19,80±5,05 19,00 16,00-24,00	167	17,75±4,99 17,00 14,00-21,00	**0,012**	294	18,04±4,88 18,00 14,00-21,00	46	19,93±4,70 19,50 16,00-24,00	340	18,30±4,89 18,00 15,00-22,00	**0,019**	**0,034**
İstiyor	27	16,48±3,76 16,00 14,00-19,00	2	15,50±2,12 15,50 14,00-.	29	16,41±3,66 16,00 14,00-19,00	NC	28	16,64±5,34 15,00 13,00-21,75	7	16,14±7,51 16,00 8,00-21,00	35	16,54±5,71 15,00 13,00-21,00	0,920	55	16,56±4,59 16,00 14,00-20,00	9	16,00±6,56 16,00 11,00-21,00	64	16,48±4,85 16,00 14,00-20,00	0,884	0,984
P_6*		**0,031**		NC		**0,012**			0,103		0,303		0,247			**0,048**		0,094		**0,012**		
Kollar																					
İstemi-yor	172	18,62±4,74 18,00 16,00-21,00	13	19,61±3,77 19,00 16,00-23,50	185	18,68±4,67 18,00 16,00-22,00	0,419	148	16,97±4,96 16,00 13,25-21,00	35	19,51±6,04 20,00 15,00-25,00	183	17,45±5,26 17,00 14,00-22,00	**0,018**	320	17,85±4,90 18,00 14,00-21,00	48	19,54±5,48 20,00 15,25-24,00	368	18,07±5,00 18,00 14,00-22,00	**0,030**	**0,015**
İstiyor	17	16,29±4,25 16,00 13,50-19,00	0	-	17	16,29±4,25 16,00 13,50-19,00	NC	12	18,83±4,24 18,00 15,25-23,25	7	17,57±1,90 18,00 16,00-19,00	19	18,37±3,55 18,00 16,00-20,00	0,650	29	17,34±4,36 18,00 14,00-20,50	7	17,57±1,90 18,00 16,00-19,00	36	17,39±3,98 18,00 14,25-19,75	0,696	0,121
P_6*		0,055		NC		**0,045**			0,166		0,303		0,324			0,624		0,267		0,484		
Bacaklar																					
İstemi-yor	106	18,38±4,68 18,00 15,00-21,00	11	20,09±3,83 21,00 17,00-24,00	117	18,55±4,63 18,00 15,00-21,50	0,213	111	17,02±4,89 16,00 14,00-21,00	37	19,03±5,83 19,00 15,00-23,00	148	17,52±5,19 17,00 14,00-21,00	0,063	217	17,68±4,83 17,00 14,00-21,00	48	19,27±5,42 19,00 15,25-23,75	265	17,97±4,97 18,00 14,00-21,00	**0,049**	0,093
İstiyor	83	18,43±4,81 18,00 15,00-21,00	2	17,00±2,83 17,00 15,00-.	85	18,40±4,77 18,00 15,00-21,00	0,648	49	17,31±5,03 16,00 13,50-21,50	5	20,40±3,58 20,00 17,00-24,00	54	17,59±4,97 17,00 14,000-22,00	0,139	132	18,01±4,91 18,00 14,00-21,00	7	19,43±3,55 19,00 17,00-23,00	139	18,08±4,85 18,00 15,00-21,00	0,398	0,314
P_6*		0,755		NC		0,992			0,835		0,571		0,945			0,524		0,951		0,776		

Tablo 11. (devamı) Öğrencilerin bölümlere, cinsiyete ve kendi beden algılarına göre Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği puan ortalamaları

	Beslenme ve Diyetetik							Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık							Toplam							
	Kadın			Erkek		Toplam		Kadın			Erkek		Toplam		Kadın			Erkek		Toplam		
	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P1*	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P2*	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P3*	P4*
Gövde																						
İstemi-yor	148	18,81±4,88 18,50 16,00-22,00	9	19,33±4,21 19,00 15,00-23,50	157	18,84±4,84 19,00 16,00-22,50	0,777	120	17,26±4,84 16,50 14,00-21,75	25	19,76±5,79 20,00 16,00-24,50	145	17,69±5,08 17,00 14,00-22,00	**0,019**	268	18,12±4,92 18,00 14,00-22,00	34	19,65±5,36 19,50 15,75-24,00	302	18,29±4,98 18,00 14,00-22,00	0,061	**0,044**
İstiyor	41	16,95±3,84 17,00 14,00-19,00	4	20,250±2,9 20,00 17,50-23,25	45	17,24±3,86 17,00 14,50-19,50	0,083	40	16,65±5,20 16,00 13,25-21,00	17	18,35±5,34 18,00 13,00-21,00	57	17,16±5,26 16,00 13,00-21,00	0,447	81	16,80±4,54 16,00 14,00-20,00	21	18,71±4,97 18,00 14,50-21,50	102	17,19±4,67 17,00 14,00-20000	0,175	0,784
P6*		**0,021**		0,710		**0,044**			0,670		0,258		0,527			0,054		0,371		0,061		
Diğer																						
İstemi-yor	146	18,58±4,67 18,00 16,00-21,00	8	19,00±3,58 19,00 15,50-22,50	154	18,60±4,61 18,00 16,00-21,00	0,692	117	17,25±5,16 16,00 14,00-21,50	33	19,21±5,49 19,00 15,50-23,50	150	17,68±5,28 17,00 14,00-22,00	0,076	263	17,99±4,93 18,00 14,00-21,00	41	19,17±5,14 19,00 15,50-23,00	304	18,15±4,97 18,00 15,00-21,00	0,160	0,113
İstiyor	43	17,81±4,95 18,00 14,00-21,00	5	20,60±4,28 23,00 16,00-24,00	48	18,10±4,92 18,00 14,00-22,75	0,260	43	16,69±4,23 16,00 14,00-20,00	9	19,11±6,27 19,00 15,50-23,00	52	17,11±4,66 17,00 14,00-21,00	0,195	86	17,26±4,61 17,00 14,00-20,25	14	19,64±5,51 20,00 15,75-24,00	100	17,59±4,79 17,00 14,00-21,00	0,081	0,290
P6*		0,399		0,435		0,579			0,516		0,976		0,472			0,192		0,706		0,289		

Z: Zayıf; **N:** Normal; **HK/O:** Hafif kilolu/Obez; **S:** Sayı; P* Mann Whitney U Testi; P** Kruskal Wallis Testi; p<0,05

Tablo 12'de, öğrencilerin bölümlere göre BSMBÖ ve alt boyutları ile beraber OBKÖ puan ortalamaları verildi. Bu verilere bakıldığında; bölüm ayırmaksızın, 4. sınıf öğrencilerinin (18,90±4,68 puan) BSMBÖ puan ortalaması, 1. sınıfların (16,99±5,02 puan) BSMBÖ puan ortalamasına göre istatistiksel anlamlı olarak daha yüksek bulundu (p=0,028). 2. ve 3. sınıf öğrencilerinde; kadınların (22,86±10,28 puan ve 23,74±10,31 puan) OBKÖ'nin alt boyutu olan "Beden Endişeleri" boyutundaki puan ortalaması, erkeklere (14,50±6,78 puan ve 15,12±5,54 puan) göre daha yüksek bulunarak istatistiksel olarak anlamlı saptandı (p=0,003; p=0,020).

1. sınıf öğrencilerinde, BD bölümünün BSMBÖ puan ortalaması (17,80±4,94 puan), PDR'ye (16,04±4,99 puan) göre daha yüksek bulundu (p=0,041). 3. sınıf öğrencilerine bakıldığında, PDR bölümünün OBKÖ puan ortalamasının (45,91±17,56 puan), BD bölümünden (37,46±16,61 puan) daha yüksek olması istatistiksel olarak anlamlılık saptandı (p=0,019). 2. ve 3. sınıf öğrencilerinde (17,24±7,35 puan ve 20,46±8,36 puan) PDR'nin "Beden Kıyaslama" boyutu (OBKÖ'nin diğer alt boyutu) puan ortalaması, BD'ye (17,24±8,52 puan ve 16,27±7,71 puan) göre daha yüksek bulundu (p=0,019; p=0,018) (Tablo 12).

Tablo 12. Öğrencilerin bölümlere ve cinsiyete göre Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Olumsuz Beden Konuşmaları Ölçeği puan ortalamaları

		Beslenme ve Diyetetik							Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık							Toplam						
		Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam		
		S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P_1*	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P_2*	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P_3*	P_4*
	Sınıflar																					
BSMBÖ Toplam Skorları	1	57	17,77±4,98 17,00 14,00-20,50	3	18,33±5,13 17,00 14,00-.	60	17,80±4,94 17,00 14,00-20,75	0,949	43	16,16±4,88 15,00 13,00-18,00	8	15,37±5,85 16,50 9,75-18,75	51	16,04±4,99 16,00 13,00-18,00	0,829	100	17,08±4,98 16,00 14,00-20,00	11	16,18±5,58 17,00 14,00-19,00	111	16,99±5,02 16,00 14,00-20,00	0,874	**0,041**
	2	45	18,69±4,08 18,00 16,00-21,00	5	19,60±3,85 19,00 16,00-23,50	50	18,78±4,03 18,00 16,00-21,00	0,683	36	17,22±5,26 15,50 14,00-22,00	11	20,00±5,64 20,00 15,00-25,00	47	17,87±5,42 18,00 14,00-22,00	0,182	81	18,04±4,67 18,00 14,00-21,00	16	19,87±5,02 19,50 15,25-23,75	97	18,34±4,75 18,00 15,00-21,50	0,202	0,381
	3	48	18,79±5,36 18,50 14,25-21,00	4	19,70±3,77 20,00 16,00-23,25	52	18,86±5,24 19,00 15,00-21,00	0,539	33	16,21±4,63 17,00 12,00-19,50	4	18,25±4,57 18,50 13,75-22,50	37	16,43±4,61 17,00 12,50-20,50	0,407	81	17,74±5,21 18,00 14,00-21,00	8	19,00±3,96 20,00 15,25-22,50	89	17,85±5,10 18,00 14,00-21,00	0,335	0,061
	4	39	18,54±4,29 18,00 16,00-22,00	1	23,00	40	18,65±4,30 18,00 16,0-22,000	NC	48	18,48±4,71 18,00 14,25-22,75	19	20,52±5,27 20,00 17,00-25,00	67	19,06±4,92 19,00 15,00-23,00	0,200	87	18,50±4,50 18,00 15,00-22,00	20	20,65±5,16 20,00 17,25-25,00	107	18,91±4,68 18,00 16,00-23,00	0,104	0,784
	Toplam	189	18,41±4,73 18,00 15,00-21,00	13	19,61±3,77 19,00 16,00-23,50	202	18,48±4,67 18,00 15,00-21,00		160	17,10±4,92 16,00 14,00-21,00	42	19,19±5,59 19,00 15,75-23,25	202	17,54±5,12 17,00 14,00-21,00		349	17,81±4,86 18,00 14,00-21,00	55	19,29±5,19 19,00 16,00-23,00	404	18,01±4,92 18,00 14,00-21,00		
	P_5**		0,758		0,870		0,666			0,085		0,250		**0,010**			0,159		0,231		**0,028**		
OBKÖ Toplam Skorları	1	57	45,81±19,57 40,00 31,50-61,50	3	33,33±17,67 42,00 13,00-.	60	45,18±19,53 41,00 30,75-60,50	0,496	43	41,42±15,83 41,00 30,00-49,00	8	36,00±9,94 32,50 28,25-45,75	51	40,57±15,11 37,00 29,00-48,00	0,365	100	43,92±18,10 40,50 30,25-55,75	11	35,27±11,54 35,00 28,00-45,00	111	43,06±17,71 40,00 30,00-54,00	0,187	0,268
	2	45	39,38±16,77 33,00 26,50-51,50	5	32,20±6,38 31,00 27,50-37,50	50	38,66±16,14 31,50 27,000-49,5	0,660	36	41,92±14,73 40,00 29,25-53,50	11	28,54±12,99 27,00 18,00-37,00	47	38,79±15,31 37,00 28,00-51,00	0,006	81	40,50±15,85 38,00 28,00-52,00	16	29,69±11,23 28,00 19,50-36,50	97	38,72±15,66 35,00 27,00-50,00	0,012	0,673
	3	48	38,10±15,92 34,50 26,00-48,00	4	29,75±9,29 32,00 20,00-37,25	52	37,46±15,61 34,50 26,00-47,75	0,396	33	47,94±17,41 50,00 35,00-60,50	4	29,25±7,32 31,50 21,50-34,75	37	45,92±17,56 46,00 32,50-58,50	0,025	81	42,11±17,14 40,00 29,00-53,50	8	29,50±7,74 31,50 21,50-35,00	89	40,98±16,88 37,00 28,50-52,00	0,047	0,019
	4	39	42,36±17,96 36,00 27,00-57,00	1	17,00	40	41,72±18,17 36,00 26,25-57,00	NC	48	41,77±20,14 37,00 27,00-51,75	19	35,84±18,91 30,000 20,00-59,00	67	40,09±19,84 35,00 26,00-52,00	0,203	87	42,03±19,09 36,00 27,00-57,00	20	34,90±18,88 29,00 20,00-55,00	107	40,70±19,16 36,00 26,00-57,00	0,072	0,551
	Toplam	189	41,61±17,84 37,00 27,00-53,00	13	30,54±10,28 31,00 22,00-40,00	202	40,89±17,65 36,00 27,00-52,00		160	42,98±17,36 40,50 29,00-54,75	42	33,33±15,20 29,50 20,75-40,00	202	40,97±17,35 37,00 28,00-52,25		349	42,24±17,61 39,00 28,00-54,00	55	32,67±14,16 30,00 21,00-39,00	404	40,93±17,47 37,00 28,00-52,00		
	P_5**		0,168		0,635		0,138			0,246		0,530		**0,198**			0,555		0,674		**0,253**		

Tablo 12. (devamı) Öğrencilerin bölümlere ve cinsiyete göre Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Olumsuz Beden Konuşmaları Ölçeği puan ortalamaları

		Beslenme ve Diyetetik							Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık							Toplam					
		Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam			Kadın		Erkek		Toplam		
		S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P_1*	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P_2*	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P_3*	P_4*
OBKÖ Alt Boyutları																						
	Sınıflar																					
Beden Endişeleri	1	57	25,61±10,89 24,00 17,0-34,000	3	16,68±10,59 15,00 7,00-.	60	25,18±10,97 24,00 17,00-33,00	0,163	43	21,63±11,30 17,00 11,00-31,00	8	20,75±8,34 18,00 13,50-30,25	51	21,49±10,82 18,00 12,00-31,00	0,849	100	23,90±11,19 22,00 14,25-33,00	11	19,63±8,65 18,00 13,00-28,00	111	23,48±11,01 22,00 14,00-32,00	0,252	0,055
	2	45	22,18±10,39 18,00 13,50-31,00	5	14,60±6,58 12,00 9,00-21,50	50	21,42±10,28 17,50 13,00-28,75	0,100	36	23,72±10,22 21,00 16,00-34,25	11	14,45±7,19 14,00 7,00-19,00	47	21,55±10,32 19,00 14,00-29,00	0,009	81	22,86±10,28 19,00 15,00-31,50	16	14,50±6,78 13,00 7,25-20,50	97	21,48±10,25 18,00 13,50-29,00	**0,003**	0,721
	3	48	21,64±9,71 21,00 14,00-29,00	4	15,75±6,08 16,00 10,25-21,00	52	21,192±9,573 21,00 13,25-28,75	0,276	33	26,79±10,54 27,00 17,00-34,00	4	14,50±5,80 15,50 8,50-19,50	37	25,46±10,79 27,00 15,50-34,00	0,034	81	23,74±10,31 23,000 14,50-32,00	8	15,12±5,54 15,50 10,25-20,75	89	22,96±10,26 22,00 14,00-31,00	**0,020**	0,059
	4	39	24,69±10,67 22,00 16,00-34,00	1	10,00	40	24,32±10,78 21,50 15,25-34,00	NC	48	23,71±11,73 19,50 14,25-33,25	19	20,10±10,91 16,00 13,00-31,00	67	22,69±11,54 19,00 14,00-31,00	0,228	87	24,15±11,21 21,00 15,00-34,00	20	19,60±10,85 16,00 11,50-28,75	107	23,29±11,24 19,00 14,00-34,00	0,075	0,400
	Toplam	189	23,59±10,49 21,00 15,00-32,00	13	15,07±6,74 12,00 10,00-21,00	202	23,05±10,49 21,00 15,00-31,00		160	23,79±11,08 22,00 14,00-34,00	42	18,21±9,34 16,50 11,75-22,00	202	22,63±10,96 19,50 14,00-31,00		349	23,68±10,75 22,00 15,00-32,50	55	17,47±8,84 16,00 11,00-21,00	404	22,84±10,72 20,00 14,00-31,00		
	P_5**		0,144		0,824		0,113			0,203		0,384		0,320			0,902		0,438		0,595		
Beden Kıyaslama	1	57	20,19±10,32 16,00 13,00-27,50	3	16,67±12,22 14,00 6,00-.	60	20,02±10,33 16,00 13,00-27,75	0,517	43	19,79±7,68 19,00 14,00-26,00	8	15,25±5,72 16,00 10,25-20,00	51	19,08±7,55 18,00 14,00-26,00	0,146	100	20,02±9,24 17,50 13,25-26,75	11	15,63±7,29 15,00 10,00-21,00	111	19,58±9,13 17,00 13,00-26,00	0,149	0,820
	2	45	17,20±8,32 15,00 11,00-21,00	5	17,60±11,33 16,00 8,50-27,50	50	17,24±8,53 15,50 10,75-21,00	0,975	36	18,19±7,33 17,50 13,25-22,00	11	14,09±6,83 12,00 9,00-18,00	47	17,24±7,36 16,00 12,00-22,00	0,054	81	17,64±7,87 16,00 12,00-21,50	16	15,19±8,25 12,50 9,25-18,75	97	17,24±7,94 16,00 11,50-21,00	0,146	**0,019**
	3	48	16,46±7,90 14,00 11,25-21,25	4	14,00±4,97 15,50 8,75-17,75	52	16,27±7,71 14,00 11,25-18,75	0,934	33	21,15±8,58 20,00 14,00-27,00	4	14,75±2,22 15,00 12,50-16,75	37	20,46±8,36 19,00 13,50-26,50	0,154	81	18,37±8,46 16,00 13,00-25,00	8	14,37±3,58 15,00 12,50-17,00	89	18,01±8,21 16,00 13,00-24,00	0,343	**0,018**
	4	39	17,67±8,85 15,00 11,00-21,00	1	7,00	40	17,40±8,90 15,00 10,25-20,75	NC	48	18,06±10,26 14,00 10,00-28,00	19	15,74±9,19 12,00 8,00-23,00	67	17,40±9,95 13,00 9,00-27,00	0,427	87	17,88±9,60 15,00 10,00-26,00	20	15,30±9,15 12,00 7,25-22,00	107	17,40±9,53 14,00 10,00-24,00	0,188	0,631
	Toplam	189	18,01±9,04 16,00 12,00-23,00	13	15,46±9,09 14,00 7,00-18,50	202	17,85±9,04 15,50 11,75-23,00		160	19,19±8,65 18,00 12,00-26,00	42	15,12±7,41 13,00 9,75-18,25	202	18,35±8,55 17,00 11,75-25,00		349	18,55±8,87 16,00 12,00-25,00	55	15,20±7,75 13,00 9,00-18,00	404	18,09±8,79 16,00 12,00-24,00		
	P5**		0,300		0,692		0,315			0,206		0,871		0,087			0,172		0,915		0,092		

BSMBÖ: Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği; **OBKÖ:** Olumsuz Beden Konuşmaları Ölçeği; **S:** Sayı; P* Mann Whitney U Testi; P** Kruskal Wallis Testi; p<0,05

Tablo 13'te, BD ve PDR bölümlerinde, öğrencilerin kendi beden algılarında cinsiyete göre istatistiksel anlamlı bir ilişki bulunmadı ($p>0,05$). Beden kütle indeksi değeri normal aralıkta olan öğrencilerin, kendi beden algısı ile cinsiyeti arasında istatistiksel anlamlı bir ilişki görüldü. Kendi beden algısı zayıf olan öğrencilerde, erkeklerin oranı daha fazla iken; kendi beden algısı hafif kilolu/obez olanlarda kadınların oranı daha fazla bulundu ($p=0,004$). Ayrıca BKİ'ye göre, hafif kilolu veya obez grupta bulunup kendini zayıf olarak nitelendiren kimse olmasa da normal olduğunu düşünenler (7 kadın ve 6 erkek) saptandı.

Hem kadınlarda hem de erkeklerde, kendi beden algısı ile BKİ grupları arasında istatistiksel bir ilişki vardı. Kadınların kendi beden algısı zayıf olanlarda, BKİ'si zayıf olanların oranı; normal ve hafif kilolu/obez olanlara göre yüksekti. Kendi beden algısı normal olan öğrencilerde, tüm BKİ grupları arasında farklılık bulundu. Bu öğrencilerde, en yüksek BKİ oranı normal grupta; en düşük ise hafif kilolu veya obez grupta saptandı. Kendi beden algısı hafif kilolu/obez olanlarda, tüm BKİ grupları arasında farklılık görüldü. Bu öğrencilerde, en yüksek BKİ oranı, hafif kilolu/obez grupta; en düşük BKİ oranı ise zayıf grupta bulundu ($p<0,001$). Erkeklerde ise, kendi beden algısı zayıf olanlarda; BKİ'si zayıf olanların oranı, normal ve hafif kilolu/obez olanlara göre daha yüksek saptandı. Kendi beden algısı hafif kilolu/obez olanlarda, BKİ'si kilolu olanların oranı normal olanlara göre daha yüksek bulundu ($p<0,001$) (Tablo 13).

Tablo 13. Öğrencilerin bölümlere ve cinsiyete göre; beden kütle indeksi sınıfları ile kendi beden algılarına göre beden kütle indeksi sınıflarının dağılımı

Bölümlere ve Cinsiyete Göre BKİ Sınıfları																													
Beslenme ve Diyetetik													**Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık**																
Zayıf				**Normal**				**Hafif Kilolu/Obez**				**Zayıf**				**Normal**				**Hafif Kilolu/Obez**									
Kadın		**Erkek**		**Kadın**		**Erkek**		**Kadın**		**Erkek**		**Kadın**		**Erkek**		**Kadın**		**Erkek**		**Kadın**		**Erkek**							
Kendi Beden Algısına Göre Olması Gereken BKİ Sınıfları																													
	S	*%*	*S*	*%*	*S*	*%*	*S*	*%*	*S*	*%*	*S*	*%*	*S*	*%*	*S*	*%*	*S*	*%*	*S*	*%*	*S*	*%*	*S*	*%*	**P_1***	**P_2***	**P_3***	**P_4***	**P_5***
Z	15	57,7	0	0	7	4,8	1	10	0	0	0	0	21	55,3	1	100	4	3,8	5	17,9	0	0	0	0					
N	10	38,5	0	0	120	81,6	8	80	4	25	3	100	17	44,7	0	0	73	70,2	22	78,6	3	16,7	3	23,1	0,681	**0,004**	0,203	**<0,001**	**<0,001**
HK/O	1	3,8	0	0	20	13,6	1	10	12	75	0	0	0	0	0	0	27	26	1	3,6	15	83,3	10	76,9					
P_6*						0,556												0,975											

Z: Zayıf; **N:** Normal; **HK/O:** Hafif kilolu/Obez; **BKİ:** Beden Kütle İndeksi; P* Ki-Kare Testi; p<0,05

Tablo 14'e göre, her iki bölümün öğrencilerinde normal BKİ'de olanlarda, kendi beden algısına göre olması gereken tüm BKİ sınıfları arasında farklılık vardı ve bu farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulundu. En düşük BKİ ortalaması, beden algısı zayıf olan grupta saptandı ($p<0,001$). En yüksek BKİ ortalaması ise hafif kilolu/obez grupta saptandı ($p<0,001$).

Hem BD hem de PDR'de kendi beden algısı zayıf olanlarda; BKİ sınıfı normal olanların BKİ ortalamasının, zayıf gruba göre daha yüksek bulunması istatistiksel olarak anlamlı saptandı ($p<0,001$; $<0,001$). Kendi beden algısı normal olanlarda, en yüksek BKİ ortalaması hafif kilolu/obez sınıfta iken; en düşük ortalama zayıf grupta yer aldı ($p<0,001$; $p<0,001$). Kendi beden algısı hafif kilolu veya obez olanlarda ise, BKİ sınıfı hafif kilolu/obez olan grubun BKİ ortalaması, normal gruba göre daha yüksek seviyede saptandı ($p<0,001$; $<0,001$) (Tablo 14).

Tablo 14'te, BKİ sınıflarının her biri için; bölümler arası farklılık bulunmadı ($p>0,05$).

Tablo 14. Öğrencilerin bölümlere ve cinsiyete göre; beden kütle indeksi sınıfları ile kendi beden algılarına göre beden kütle indeksi sınıflarının ortalamaları

		Fakültelere/Bölümlere Göre BKİ Sınıfları																	
		Zayıf						Normal						Hafif kilolu veya obez					
		Kadın			Erkek			Toplam			Kadın			Erkek			Toplam		
Kendi Beden Algısına Göre Olması Gereken BKİ Sınıfları		S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P_1*
Beslenme ve Diyetetik	Z	15	16,98±0,89 16,97 16,60-17,71	0	-	15	16,98±0,89 16,97 16,60-17,71	7	18,85±0,16 18,81 18,73-19,00	1	21,46	8	19,18±0,93 18,89 18,75-19,05	0	-	0	-	0	-	**<0,001**
	N	10	17,75±0,65 17,87 17,215-18,3	0	-	10	17,75±0,65 17,87 17,25-18,36	120	21,12±1,56 20,77 19,92-22,43	8	22,55±1,82 22,75 20,68-24,32	128	21,21±1,60 20,82 19,94-22,57	4	26,64±2,11 25,92 25,20-28,81	3	27,14±2,30 25,97 25,6-.	7	26,86±2,01 25,97 25,64-29,74	**<0,001**
	HK/O	1	17,715	0	-	1	17,71	20	23,27±1,58 23,88 22,34-24,42	1	24,85	21	23,35±1,58 23,93 22,42-24,52	12	27,80±2,71 27,14 25,42-28,97	0	-	12	27,80±2,71 27,14 25,42-28,97	**<0,001**
	P_2*				0,078				**<0,001**								0,650			
Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık	Z	21	17,36±0,55 17,57 16,972-17,7	1	18,339	22	17,41±0,58 17,57 16,98-17,71	4	19,04±0,44 19,03 18,63-19,47	5	20,61±1,06 20,23 19,70-21,67	9	19,91±1,14 19,57 19,03-20,71	0	-	0	-	0	-	**<0,001**
	N	17	17,92±0,45 17,99 17,60-18,36	0	-	17	17,92±0,45 17,99 17,60-18,36	73	21,09±1,52 21,07 19,84-22,22	22	22,39±1,40 22,72 21,45-23,39	95	21,39±1,58 21,39 20,07-22,58	3	26,21±1,40 25,88 25,00-.	3	34,42±15,35 25,86 25,24-.	6	30,31±10,73 25,87 25,18-33,85	**<0,001**
	HK/O	0	-	0	-	0	-	27	23,24±1,42 23,23 22,03-24,61	1	24,56	28	23,28±1,41 23,23 22,09-24,60	15	27,98±1,69 27,63 26,56-29,74	10	29,36±3,16 28,72 26,88-32,48	25	28,53±2,43 27,75 26,61-29,90	**<0,001**
	P_2*				**0,008**				**<0,001**								0,105			
	P_3**				0,150				0,137								0,187			

Z: Zayıf; **N:** Normal; **HK/O:** Hafif kilolu/Obez; **S:** Sayı; **BKİ:** Beden Kütle İndeksi; P* Kruskal Wallis Testi; P** Mann Whitney U Testi; p<0,05

Tablo 15’e göre, BSMBÖ puan ortalaması ile öğrencilerin BKİ sınıfları ve kendi beden algılarına dayalı BKİ sınıflarının ilişkisi incelendi. Normal BKİ’de olan PDR öğrencileri arasında; kendi beden algısına göre zayıf, normal ve hafif kilolu/obez olmak üzere 3 grup vardı. Bu gruplarda; kendi beden algısı hafif kilolu/obez olanların BSMBÖ puan ortalamasının, algısı normal gruba göre daha düşük olması istatistiksel olarak anlamlı bulundu (p=0,007).

Tablo 15’te, tüm BKİ sınıflarında; bölümlere göre farklılık yoktu (p>0,05).

Tablo 15. Öğrencilerin bölümlere ve cinsiyete göre; beden kütle indeksi sınıfları ile kendi beden algılarına dayalı beden kütle indeksi sınıflarının Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği puan ortalamasına etkisi

		Fakültelere/Bölümlere Göre BKİ Sınıfları																	
		Zayıf						Normal						Hafif kilolu veya obez					
		Kadın		Erkek		Toplam		Kadın		Erkek		Toplam		Kadın		Erkek		Toplam	
Kendi Beden Algısına Göre Olması Gereken BKİ Sınıfları		S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	S	X̄±SS Medyan Q1-Q3	P_1*
Beslenme ve Diyetetik	Z	15	16,33±4,40 16,00 14,00-19,00	0	-	15	16,33±4,40 16,00 14,00-19,00	7	17,85±5,64 17,00 14,00-21,00	1	17,00	8	17,75±5,23 17,00 14,75-20,25	0	-	0	-	0	-	0,591
	N	10	19,70±4,08 19,50 16,00-23,25	0	-	10	19,70±4,08 19,50 16,00-23,25	120	18,792±4,6 18,50 15,25-21,7	8	19,00±4,40 18,00 15,00-24,00	128	18,80±4,65 18,50 15,00-22,00	4	19,75±6,94 20,00 13,00-26,25	3	21,66±2,30 23,00 19,00-.	7	20,57±5,19 23,00 16,00-24,00	0,516
	HK/O	1	20,00	0	-	1	20,00±.	20	17,25±3,91 17,50 14,25-20,00	1	21,00	21	17,42±3,90 18,00 14,50-20,50	12	17,75±6,06 17,50 12,00-22,50	0	-	12	17,75±6,06 17,50 12,00-22,50	0,764
	P_2				0,148						0,520						0,229			
Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık	Z	21	16,66±5,03 15,00 13,00-21,00	1	20,000	22	16,81±4,93 16,50 13,00-20,50	4	16,25±0,50 16,00 16,00-16,75	5	16,80±6,83 16,00 11,50-22,50	9	16,55±4,85 16,00 15,50-17,50	0	-	0	-	0	-	1,000
	N	17	16,235±4,4 17,00 12,50-19,50	0	-	17	16,23±4,49 17,00 12,50-19,50	73	18,68±4,59 18,00 14,50-22,50	22	19,77±6,54 19,50 14,50-25,00	95	18,93±5,09 18,00 15,00-23,00	3	16,00±3,00 16,00 13,00-.	3	20,00±1,73 21,00 18,00-.	6	18,00±3,09 18,50 15,25-21,00	0,143
	HK/O	0	-	0	-	0	-	27	15,00±5,39 15,00 11,00-20,00	1	20,00	28	15,17±5,38 15,00 11,25-20,00	15	15,26±5,09 14,00 13,00-15,00	10	18,70±4,05 18,50 16,25-21,75	25	16,64±4,92 15,00 13,50-20,50	0,321
	P_2*				0,664						**0,007**						0,391			
	P_3**				0,227						0,322						0,312			

Z: Zayıf; **N:** Normal; **HK/O:** Hafif kilolu/Obez; **S:** Sayı; **BKİ:** Beden Kütle İndeksi; P* Kruskal Wallis Testi; P** Mann Whitney U Testi p<0,05

Tablo 16'ya göre, OBKÖ puan ortalaması ile öğrencilerin BKİ sınıfları ve kendi beden algılarına dayalı BKİ sınıflarının ilişkisi incelendi. Her iki bölümün öğrencilerinde de normal BKİ'de olmasına rağmen, kendi beden algısına göre hafif kilolu/obez grubuna dahil olanlar vardı. Bunların OBKÖ puan ortalaması, kendi beden algısı normal olan gruba göre, daha yüksek ve istatistiksel olarak anlamlı bulundu ($p<0,05$). Hafif kilolu-obez BKİ'de olup, kendi beden algısı da bu yönde olan öğrencilerin OBKÖ puan ortalaması, kendi beden algısı normal olanlardan daha yüksek saptandı ($p=0,013$; $p=0,003$).

Tablo 16'da, her bir BKİ sınıfı incelendiğinde; bölümler arasında farklılık görülmedi ($p>0,05$).

Tablo 16. Öğrencilerin bölümlere ve cinsiyete göre; beden kütle indeksi sınıfları ile kendi beden algılarına dayalı beden kütle indeksi sınıflarının Olumsuz Beden Konuşmaları Ölçeği puan ortalamasına etkisi

Fakültelere/Bölümlere Göre BKİ Sınıfları																			
		Zayıf						Normal						Hafif kilolu/Obez					
		Kadın		Erkek		Toplam		Kadın		Erkek		Toplam		Kadın		Erkek		Toplam	
Kendi Beden Algısına Göre Olması Gereken BKİ Sınıfları		**S**	**X̄±SS Medyan Q1-Q3**	**S**	**X̄±SS Medyan Q1-Q3**	**S**	**X̄±SS Medyan Q1-Q3**	**S**	**X̄±SS Medyan Q1-Q3**	**S**	**X̄±SS Medyan Q1-Q3**	**S**	**X̄±SS Medyan Q1-Q3**	**S**	**X̄±SS Medyan Q1-Q3**	**S**	**X̄±SS Medyan Q1-Q3**	**S**	**X̄±SS Medyan Q1-Q3**	**P$_1$***
Beslenme ve Diyetetik	Z	15	30,60±17,53 25,00 21,00-33,00	0	-	15	30,60±17,53 25,00 21,00-33,00	7	28,14±10,09 28,00 18,00-40,00	1	43,00	8	30,00±10,71 28,50 20,25-40,75	0	-	0	-	0	-	0,428
	N	10	30,10±10,34 25,00 23,75-38,25	0	-	10	30,10±10,34 25,00 23,75-38,25	120	40,44±16,55 36,00 28,00-52,00	8	29,50±10,95 30,00 19,50-39,50	128	39,75±16,45 36,00 28,00-50,50	4	42,50±17,05 40,00 27,75-59,75	3	26,66±9,07 28,00 17,00-.	7	35,71±15,63 30,00 27,00-50,00	0,070
	HK/O	1	72,00	0	-	1	72,00	20	54,00±12,97 53,00 43,25-65,75	1	38,00	21	53,23±13,11 52,00 42,50-64,50	12	61,00±19,48 66,00 44,50-81,00	0	-	12	61,00±19,48 66,00 44,50-81,00	0,183
	P2				0,285						**<0,001**						**0,013**			
Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık	Z	21	31,90±8,99 31,00 25,50-41,00	1	25,00±.	22	31,59±8,90 30,00 24,75-41,00	4	34,000±13,0 38,50 20,25-43,25	5	30,00±7,00 30,00 24,00-36,00	9	31,77±9,65 35,00 24,00-39,00	0	-	0	-	0	-	0,749
	N	17	32,00±10,15 31,00 25,00-39,50	0	-	17	32,00±10,15 31,00 25,00-39,50	73	38,08±13,94 35,00 28,50-45,50	22	29,09±14,38 27,50 17,75-36,00	95	36,00±14,48 32,00 27,00-44,00	3	46,33±9,81 52,00 35,00-	3	26,66±6,65 25,00 21,00-.	6	36,50±13,12 34,50 24,00-52,00	0,640
	HK/O	0	-	0	-	0	-	27	59,07±13,73 60,00 47,00-69,00	1	35,00	28	58,21±14,22 60,00 46,25-69,00	15	67,53±12,70 72,00 57,00-78,00	10	47,00±16,06 50,50 33,25-60,50	25	59,32±17,21 60,00 50,00-73,50	0,701
	P$_2$*				0,944						**<0,001**						**0,003**			
	P$_3$**				0,193						0,715						0,562			

Z: Zayıf; **N:** Normal; **HK/O:** Hafif kilolu/Obez; **S:** Sayı; **BKİ:** Beden Kütle İndeksi; P* Kruskal Wallis Testi; P** Mann Whitney U Testi; p<0,05

Tablo 17'ye göre, sosyal medyada geçirilen süre ile BSMBÖ arasında istatistiksel anlamlı, doğrusal, negatif yönde ve zayıf düzeyde bir ilişki bulundu (p<0,001; r= -0,419). Sosyal medyada geçirilen süre ile OBKÖ arasında istatistiksel anlamlı, doğrusal, pozitif yönde ve çok zayıf düzeyde bir ilişki saptandı (p=0,001; r=0,161). Ölçekler incelendiğinde; BSMBÖ ile OBKÖ arasında istatistiksel anlamlı, doğrusal, negatif yönde ve zayıf düzeyde bir ilişki bulundu (p<0,001; r= -0,380).

Tablo 17. Sosyal medyada geçirilen süre ile Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Olumsuz Beden Konuşmaları Ölçeği puan ortalaması arasındaki korelasyon

		BSMBÖ	OBKÖ
Sosyal medyada geçirilen süre	r	-0,419**	0,161**
	p	**<0,001**	**0,001**
BSMBÖ	r		-0,380**
	p		**<0,001**

BSMBÖ: Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği; **OBKÖ:** Olumsuz Beden Konuşmaları Ölçeği; Speaman's Rho Testi; p<0,05

Öğrencilerin, BKİ'leri ile idealize ettikleri BKİ'leri arasında; istatistiksel anlamlı, doğrusal, pozitif yönde ve yüksek düzeyde bir ilişki görüldü (p<0,001; r= 0,724). Sosyal medyada geçirilen süre ile vücutta değiştirilmek istenen bölüm sayısı toplamında istatistiksel anlamlı, doğrusal, pozitif yönde ve çok zayıf düzeyde bir ilişki bulundu (p=0,015; r=0,121). Öğrencilerin BKİ'leri ve vücutta değiştirilmek istenen bölüm sayısı toplamında istatistiksel anlamlı, doğrusal, pozitif yönde ve çok zayıf düzeyde bir ilişki saptandı (p=0,025; r=0,111) (Tablo 18).

Tablo 18. Sosyal medyada geçirilen sürenin; idealize edilen beden kütle indeksi ve vücutta değiştirilmek istenen bölüm sayısı ile korelasyonu

		İdealize edilen BKİ	BKİ	Vücutta değiştirilmek istenen bölüm sayısı toplamı
Sosyal medyada geçirilen süre	r	-0,071	0,020	0,121*
	p	0,152	0,696	**0,015**
İdealize edilen BKİ	r		0,724**	-0,002
	p		**<0,001**	0,964
BKİ	r			0,111*
	p			**0,025**

BKİ: Beden Kütle İndeksi; Speaman's Rho Testi; p<0,05

TARTIŞMA

Bilgi ve teknoloji çağıyla birlikte yaşanan gelişmeler, sosyal, ekonomik ve kültürel yaşamı dönüştürerek insanlar arasındaki etkileşimi yeniden şekillendirmektedir. Bu dönemde ortaya çıkan sosyal medya platformları, insanlara duygularını ve düşüncelerini paylaşma fırsatı sunarak hızla büyüyen bir etki alanına sahip olmuştur. Sosyal medya, sürekli güncellenme imkanı ve kolay erişilebilirlik gibi özellikleriyle elverişli bir iletişim ortamı sunmaktadır. Ancak, özellikle gençler arasında yoğun bir şekilde kullanılan sosyal medya, beden algısıyla ilgili sorunların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Araştırmalar, fotoğraf tabanlı aktivitelerin özellikle genç yetişkinlerde, vücut memnuniyetsizliği ve düzensiz yeme davranışları riskini artırabileceğini ve görünüm ideallerinin içselleştirildiğini ortaya koymuştur. Görünüm karşılaştırmalarının bu süreçte etkili olduğunu göstermiştir. Sosyal medyanın beden algısı üzerindeki etkileri incelendiğinde, özellikle idealize edilmiş ve dijital olarak düzenlenmiş görüntülerin insanların vücut imajını olumsuz etkileyebileceği görülmüştür (109-111).

Genç yetişkinlik, beslenme davranışları açısından oldukça riskli bir dönem olduğu için obezite ve yeme bozuklukları görülme oranları artmaktadır. Bu durum, BKİ üzerinde etki göstermektedir (112). Özakar ve Selen'in (113), üniversite öğrencilerinde yaptığı çalışmada, öğrencilerin (%73,1'i kadın ve %26,9'u erkek) BKİ ortalaması 22,595±3,57 kg/m² şeklinde bulunmuştur. Kadınların fazla hafif kilolu veya obez olma sıklıkları erkeklerden daha düşük saptanmıştır. Ülkemizdeki bir devlet üniversitesinde, 2062 öğrencinin katıldığı ve kadın öğrenci oranının daha yüksek olduğu bir çalışmada ise, BKİ ortalaması 21.71±3.01 kg/m² olarak saptanmıştır (114). Üniversite öğrencilerinde yapılan başka bir çalışmada, kadınların BKİ ortalaması 22,52 kg/m² iken; erkeklerin 23,68 kg/m² olarak bulunmuştur. Ayrıca kadınların %24,87'sinin; erkeklerin ise %33,53'ünün BKİ değerleri normalin üstünde çıkmıştır (115). Akyol ve İmamoğlu'nun (116), üniversite öğrencilerinde (%67,5 kadın ve %32,5 erkek) yaptığı

çalışmadaki BKİ değeri ortalamaları ise kadınlarda 20,82 kg/m² ve erkeklerde 22,88 kg/m² olarak saptanmıştır. Bu çalışmaya katılan öğrencilerin (%86,39 kadın ve %13,16 erkek) BKİ ortalamaları; 21,72±3,58 kg/m² (kadınlar için 21,30±3,06 kg/m² ve erkekler için 24,43±5,17 kg/m²) olarak bulundu. Erkeklerin BKİ değeri ortalaması, kadınlardan yüksek saptandı ($p<0,005$). Diğer çalışmalar (113-116) ile paralel şekilde öğrencilerin BKİ ortalamaları normal değer aralığında yer aldı ve kadınların BKİ ortalaması, erkeklerden daha düşük bulundu. Genel BKİ değeri ortalamasının normal sınırlarda görünmesinde; kadın öğrenci sayısının fazla olması ve kadınların BKİ değeri ortalamasının daha düşük olması etkili olabilir.

Bal ve Biçen'in (117) çalışmasında, üniversite öğrencileri sosyal medyayı mesajlaşmak, arkadaşlarını ve haberleri takip etmek, fotoğraf/video çekip paylaşmak ve trendlerden haberdar olmak amaçlarıyla kullanmaktadır. Sosyal medyanın, öğrencilerin bilgi edinmelerinde etkili olduğu belirtilmiştir. Küçükali'nin (118) araştırmasında, üniversite öğrencilerinin tamamına yakını sosyal medyayı eğlenmek ve rahatlamak amacıyla kullanmaktadır. Şahin ve ark. nın (119) çalışmasında, öğrenciler sosyal medyayı en çok iletişim kurmak, gündemi takip etmek, eğlenmek amacıyla tercih etmektedir. Tanımlayıcı bir araştırmadaki sosyal medya kullanımına bakıldığında ise; iletişim kurma, film izleme, müzik dinleme, eğitim amaçlı bilgi araştırma ve çevrimiçi oyun oynama gibi amaçlardan bahsedilmiştir. Bunlar arasında öğrencilerin asıl amacının iletişim olduğu ortaya çıkmıştır (120). Bu çalışmada da, sosyal medya; paylaşım (fotoğraf/video paylaşma, bilgi-fikir alışverişi vb.), sosyalleşme (arkadaş edinme/takip etme, iletişim kurma), merak-eğlence (gündemi/ünlüleri takip etme, zaman geçirme) amaçlarıyla kullanılmaktadır. En sık kullanım amacı ise merak-eğlence olarak saptandı ($p>0,05$). Bu çalışma ile bahsi geçen çalışmalara (117-120) bakıldığında; üniversite öğrencilerinin çeşitli amaçlarla sosyal medyayı kullandığı ve en yaygın kullanım amacının değişken olduğu görüldü. Bu çalışmada, sosyal medya kullanım amaçlarına göre; istatistiksel olarak anlamlı bir sonuca ulaşılmadı.

Dünya Sağlık Örgütü'nün kendi dergisinde yayınlanan sistematik bir incelemede; sosyal ağların (Twitter, Facebook, YouTube, Instagram), hızlı ve geniş kapsamlı bilgilerin yayılmasında kritik öneme sahip olduğunu bulunmuştur. Sağlıkla ilgili yanlış bilgilerin yayılması, yanıltıcı veya yanlış yorumları arttırmakta ve ruh sağlığını etkilemektedir (121). Kullanıcılar, karşılaştıkları bilgi kaynaklarının güvenilirlik düzeyini değerlendirmek için gerekli araçlara ve bilişsel yeteneklere sahip olmadığından sağlıklarını tehlikeye atabilmektedir (122). Onursoy'un (123) çalışmasında, üniversite öğrencilerinin %32,3'ü her zaman; %42'si çoğu zaman; %17.7'si bazen; %5,3'ü nadiren dijital ortamdaki bilgi/haber kaynağını kontrol etmektedir. Öğrencilerin yaklaşık yarısı, sahte haberi çoğu zaman anlayabildiğini; yaklaşık

dörtte biri ise bazen ya da hemen hemen hiç anlamadığını belirtmektedir. Gençlerin bilgiye ulaşma isteği, yalan haber paylaşımını tetiklemektedir (124). Bu çalışmada, sosyal medyadaki paylaşımların bilgi kaynaklarına, öğrencilerin %12,6'sı her zaman, %38,1'i sık sık, %37,9'u bazen, %9,9'u nadiren dikkat etmekte ve %1,5'i hiçbir zaman dikkat etmemektedir. Takip edilen hesapların en çok tercih edilme nedeni; paylaşılan içerikler olmaktadır. Sağlıkla ilişkili eksik veya yanlış bilgilerin yaygın olması ve öğrencilerin bilgi kaynaklarını, bilişsel açıdan işlemede yetersiz kalması; öğrencilerin beslenme davranışlarının ve beden algısının olumsuz etkilenebileceğini düşündürmektedir.

Yunanistan'da, 325 üniversite öğrencisinin katıldığı çalışmada, BSMBÖ puan ortalaması 14.4 puan olarak bulunmuş ve kadınların sosyal ağ sitelerine bağımlı olma ihtimalinin daha yüksek olduğu saptanmıştır (125). Koreli 401 üniversite öğrencisinin, BSMBÖ puan ortalaması 13.88 puan olarak saptanmıştır (126). Ülkemizde yapılan bazı çalışmalarda ise BSMBÖ puan ortalamaları 16.74±5.29; 18,04 ve 17,1±5,8 puan olarak bulunmuştur (127-129). Sosyal medya bağımlılığı, Öztürk'ün (128); Demir ve Kumcağız'ın (130) çalışmalarında cinsiyete göre farklılık çıkmamıştır. Koç ve Gökler'in (131) çalışmasında, BD bölümü öğrencilerinin fizik tedavi bölümü öğrencilerine göre daha düşük seviyede sosyal medya bağımlılığına sahip olduğu görülmüştür. Öğrencilerin okudukları bölümlere göre sosyal medya bağımlılığının değerlendirildiği bir çalışmada PDR ve diğer bölümler arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark bulunmamıştır (132). Collates'in (133) çalışmasında ise, PDR ve BD bölümü öğrencilerinin sosyal ağlara bağımlılık düzeyleri ve bölümleri arasında negatif bir ilişki bulunmuştur; cinsiyete göre farklılık bulunmamıştır. Bu çalışmada ise, öğrencilerin genel BSMBÖ puan ortalaması 18,01±4,92 puan bulundu. Bu değer, ölçeğe göre, sosyal medya bağımlılığının yüksek olduğunu gösterdi. Yabancı çalışmalardan yüksek olan bu ortalama, ülkemizdekilerle benzer görüldü. Bu durum; demografik, sosyal, psikolojik, kültürel vb. değişkenler ile ilgili bir sonuç olabilir. Diğer çalışmalardan (128,130,133) farklı olarak; bu çalışmada, kadınların sosyal medya bağımlılık puanı, erkeklere göre daha düşük çıktı ($p<0,05$). Ayrıca, BD bölümündeki kadınların BSMBÖ puan ortalamasının, PDR'den daha yüksek olması istatistiksel olarak anlamlı bulundu. Bu farklılık, diğer çalışmaların ya okunan bölümlere ya da cinsiyete göre sosyal medya bağımlılığını ele almasından kaynaklanıyor olabilir.

Kadınların, vücut ağırlığı/boyutu/şekli hakkındaki olumsuz konuşma sıklığı, vücut memnuniyetsizliği ve yeme bozukluğu davranışı ile pozitif olarak ilişkili bulunmuştur (107). Üniversiteli kadınların olumsuz beden konuşmalarının fazla olması; düzensiz beslenme ve olumsuz beden algısına yol açmıştır (134). Kadınların duygusal yeme ve olumsuz beden konuşmaları düzeyleri erkeklerden anlamlı şekilde yüksek bulunmuştur (135). Birçok araştırma

kadınların sosyal medyayı daha fazla kullandığını ve ideal kadın figürünün sosyal medyada görülmesinin bu standartların içselleştirilmesine yol açtığını bildirmiştir (136,137). Bu çalışmada, kadınlarda OBKÖ puan ortalaması, erkeklere göre daha yüksek bulundu ($p<0,001$). Kadın öğrencilerin, sosyal medyada geçirdikleri süre ortalaması, erkeklerden daha yüksek saptandı ($p<0,002$). Kadınların, toplumda ideal beden baskısıyla daha sık karşılaşmalarının ve sosyal medyada daha fazla vakit geçirmelerinin; olumsuz beden konuşmalarını arttırdığı görülmektedir. Bu durum, kadınların erkeklere göre; yeme bozukları, sağlıksız yeme davranışları vb. açısından daha yüksek risk altında olduğunu düşündürmektedir.

Üniversiteli kadın öğrenciler, Instagram'da çok vakit geçirdiklerini ve gerçekçi olmayan vücut ideallerine maruz kaldıklarını; bu durumun standartlara uyum sağlamada baskı oluşturduğunu belirtmişlerdir (138). Bu çalışmada, en çok kullanılan sosyal medya platformu Instagram oldu. Instagram'ı en çok kullananlarda, kadınların OBKÖ puan ortalaması erkeklere göre daha yüksek olması istatistiksel olarak anlamlı bulundu. Bu durum, kadınların ideal beden görüntülerinden daha fazla etkilendiği ve karşılaşılan görüntülerle (ünlü/akran fotoğrafları vb.) kendilerini karşılaştırdıklarını düşündürmektedir. Diğer çalışmalar (80,138) ile paralellik göstermektedir. Ayrıca bu çalışmada; Instagram kullananlar arasında, BD bölümünün BSMBÖ puan ortalamasının, PDR'ye göre daha yüksek olması istatistiksel olarak anlamlı bulundu. Twitter kullananlarda ise, BD bölümü öğrencilerinin OBKÖ ortalaması PDR'ye göre daha yüksek saptandı ($p<0,05$). Literatürde (139,140), üniversite öğrencilerinde Instagram kullanımının bağımlılık etkisine değinilmekte; ancak okunan bölümle ilişkili bağıntı görülmemektedir. Bu yüzden, bu çalışmada BD öğrencilerinin, mesleki öğrenimlerinden dolayı; sosyal medya bağımlılıklarının ve olumsuz beden konuşmalarının daha yüksek olduğu fikrine varılmaktadır.

Instagram'da, kullanıcılar yalnızca en iyi fotoğraflarını (filtre, photoshop vb. uygulama) yükleme eğiliminde bulunmaktadır. Ayrıca, kişinin kendi fotoğrafları ile uğraşma seviyesinin vücut memnuniyetsizliği ile ilişkili olduğu gösterilmiştir (81). Yapılan sistematik bir incelemede; çoğu çalışma, fotoğraf düzenleme ile kadınlarda vücut kaygıları arasında pozitif bir ilişki bulurken; kalan çalışmalar için benzer ilişki bulunamamıştır (141). Malfasari ve ark. nın (142) yaptığı çalışmada; öğrencilerin % 65,9'u fotoğraf düzenleme uygulamalarını kullandığı ve %53,4'ünün olumsuz beden algısına sahip olduğunu gösterilmiştir. Kendi fotoğraflarını yüksek düzeyde düzenleyen genç yetişkinlerin beden algısının düşük olabileceği belirtilmiştir (143). Bu çalışmada, öğrencilerin paylaştıkları fotoğrafların beğenilmesinin önemli olduğu grupta OBKÖ puan ortalaması, önemli olmayan grubun ortalamasından yüksek bulundu ($p<0,001$). Her zaman fotoğraf düzenleyenlerin OBKÖ ortalamasının, hiçbir zaman ve

nadiren diyenlerden daha yüksek bulunması istatiksel olarak anlamlı sonuçlandı ($p<0,001$). Bu sonuçlara bakıldığında, literatürdeki çalışmalarla (81,142,143) örtüşmektedir: Öğrencilerin beden memnuniyetsizlikleri arttıkça, fotoğraflarının başkaları tarafından beğenilme isteği de artmaktadır. Dolayısıyla kendi fotoğraflarının daha çok beğenilmesi için bu fotoğrafların düzenlenmesinde de artış olmaktadır.

Sosyal medyadaki kalitesiz ve tutarsız beslenme bilgileri; kullanıcılarda yanlış inançlara yol açarak sağlık üzerinde zararlı etkilere sebep olabilmektedir (144). Genç kadınların %71'inin beslenme bilgisi için diyetisyenleri takip ettiği bir çalışmada, yeme kaygılarının görülme oranı %49,6 oranında bulunmuştur. Diyetisyen hesapları, yemekler hakkında sunulan deneyimler ve ünlülülerin/fenomenlerin tanıttığı diyetler; yeme kaygıları ile ilişkili en önemli risk faktörleri olmuştur (145). Instagramda beslenme, diyet, diyetisyen vb. kelimeler ile ulaşılan gönderilerin %93,9'unda; beslenme bilgisinin kalitesi, son derece düşük bulunmuştur (146). Beslenme ve diyetetik öğrencileri üzerinde yapılan bir çalışmada, sosyal medya; tariflerin ve sağlıkla ilgili bilgilerin keşfedilebileceği, yeme davranışlarının ve diyet kalitesinin iyileştirilebileceği bir araç olarak belirtilmiştir. Aynı zamanda sosyal medyadaki yanlış bilgilendirmenin, vücut memnuniyetsizliği ve yeme bozukluğu vb. sorunlara sebep olabileceğine ilişkin; öğrenciler yüksek düzeyde farkındalık göstermiştir (147). Bu çalışmada, en güvenilir beslenme ve diyet bilgisi paylaşımları yapan kişiler için, öğrencilerin %84,9'u diyetisyenleri seçti. Takip edilen kişilerin (diyetisyen/doktor/fenomen vb.) tercihi, olumsuz beden konuşmaları üzerinde etki göstermedi. PDR bölümü öğrencilerinden diyet hesaplarını her zaman takip edenlerin OBKÖ puan ortalaması, takip etmeyenlerden daha yüksek bulundu ($p<0,006$). Her zaman diyet hesaplarını takip edenler arasında; PDR bölümünün OBKÖ puan ortalaması, BD bölümden daha yüksek saptandı ($p<0,003$). Buna göre sosyal medyadaki beslenme-diyet bilgilerinin beden algısını olumsuz etkileyebileceği görünmektedir. Bölümlere göre; mesleki açıdan BD bölümü öğrencilerinin beslenme konusunda yetkinlik kazanıyor olması, PDR bölümü öğrencileriyle karşılaştırıldıklarında; sosyal medyadaki bilgilere karşı daha bilinçli olduklarını düşündürmektedir.

Sosyal medyada beslenme paylaşımlarının sıklıkla takip edilmesi; sosyal medya bağımlılığı, yeme davranış bozukluğu riski ve ortoreksiya nervoza ile ilişkilendirilmiştir. Ergen kadınların sosyal medya bağımlılık düzeyleri, erkeklere göre daha yüksek saptanmış ve daha iyi bir beden algısı, daha düşük sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili bulunmuştur (148). Yıldız ve ark. nın (149) çalışmasında, sosyal medya bağımlılığı ile sağlıksız yeme-egzersiz davranışı arasında pozitif ilişki bulunmuştur. Özgür ve Uçar'ın (150) çalışmasında ise katılımcıların beslenme bilgi düzeyi puanları ile sosyal medya bağımlılığı arasında pozitif ilişki çıkmıştır.

Ancak, beden algısı ve sosyal medya bağımlılığı arasında negatif ilişki saptanmıştır. Başka bir çalışmada; üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı puan ortalamaları cinsiyet göre farklılaşmamıştır (151). Diğer bir çalışmada ise erkeklerin kadınlara göre daha fazla sosyal medya bağımlısı olduğu bulunurken; başka bir çalışmada aksi şekilde kadınların bağımlılığı daha yüksek çıkmıştır (106,152). Bu çalışmada, diyetle ilgili hesapları hiçbir zaman takip etmeyenlerde; erkeklerin BSMBÖ puan ortalamasının, kadınlara göre daha yüksek olması istatistiksel olarak anlamlı bulundu. Ancak diyetle ilgili hesapların her zaman veya sıklıkla takip edilmesi ile BSMBÖ puan ortalaması arasında bir ilişki saptanmadı. Bu durum, diyet hesaplarının veya beslenme bilgilerinin takip edilmesinin; sosyal medyada bağımlılığı ile ilişkili olmadığını göstermektedir. Diğer çalışmalara bakıldığında bu farkın; yaş grubu ve beslenme bilgisi düzeyinden dolayı ortaya çıkmış olduğunu düşündürmektedir (148-150). Erkek ve kadın öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarında çalışmaların sonuçları farklılık göstermekte ve kesin bir sonuca ulaşılamamaktadır.

Sosyal medyanın popüler bir beslenme bilgisi kaynağı haline gelmesi, yiyecek seçimini etkileyebilmektedir. Popüler Instagram hesaplarının araştırıldığı bir çalışmada, beslenme paylaşımları incelenerek zayıflama ve fiziksel görünüşle ilgili hedeflere ulaşmaya odaklanan, çok sayıda içerik bulunmuştur. Bu içeriklerde beslenmenin rolü; sağlık yerine, istenen fiziksel değişikliklere ulaşmak ile ilişkilenmiştir (153). Üniversite öğrencilerinin katıldığı bir çalışmada, beslenme konusundaki yanlış veya eksik yönlendirmeler, çelişkili bilgiler; öğrencilerin besin seçimini ve sağlıklı beslenmeye olan güvenini olumsuz yönde etkilemiştir (154). Kıngır ve ark. nın (155) çalışmasında, öğrencilerin %31,3'ü beslenme ve gıda konularını (%38'i sağlıklı beslenme, %28,8'i yemek tarifleri, %15,7'si zayıflama) medyadan takip etmekte ve %64,7'sinin beslenme alışkanlıkları medyadan etkilenmektedir. Su-meyve tüketiminde artış, hazır gıda tüketiminde azalış vb. olumlu etkiler görülmüştür. Ancak sosyal medyadaki ünlülerden beslenme tavsiyelerinin alınması ve reklamlardan etkilenerek besin alışverişi yapılması gibi olumsuz etkiler de saptanmıştır. Bu çalışmada, öğrencilerin %60,9'u, sosyal medyanın beslenme ve diyet konularında bilgi düzeyini arttırdığını düşünmektedir. Sosyal medyanın, besin seçimini (%41.6) ve besin tüketim sıklığını (%29,7) etkilediği görüldü. Günlük beslenme planında ise, enerji hesaplaması ihtiyacı oluşturduğu (%17,1) belirtildi ($p>0,05$). Sosyal medyadan bilgi edinen ve beslenme davranışlarında buna göre değişiklik yapan öğrencilerin sayısının yüksek olması, öğrencileri bilinçlenmesi açısından sevindirici gözükmektedir. Fakat, bu bilgilerin hatalı, eksik veya yanlış olduğunun ayırt edilememesi, gerekli veya gereksiz çok fazla bilgiye maruz kalınması; yanlış beslenme uygulamalarını ve beden algısında sağlıksız düşünceleri ortaya çıkarmaktadır.

İnsanların bedenleri hakkındaki konuşma şekli, vücut memnuniyetsizliğinde önemli bir faktör olmakta ve çoğu çalışma olumsuz veya aşağılayıcı olan bireysel konuşmalara odaklanmaktadır (156). Olumsuz beden konuşmalarının, genellikle, beden algısına zarar verdiği görülmektedir (157). Hem kadınlar, hem de erkekler olumsuz beden konuşmaları yapmaktadır. Bu konuşmaların, kadınlarda; düzensiz yeme, vücut tatminsizliği, kısıtlayıcı diyet ve depresyonla, erkeklerde; yeme bozukluğu, vücut ağırlığı kaygıları ve kas dismorfisi semptomlarıyla bağlantılı olduğu öne sürülmüştür (158). Öğrencilerin, beden algısının incelendiği bir çalışmada; vücut memnuniyetsizliği, cinsiyetlere göre benzer saptanmıştır. Zayıflık dürtüsü, sadece kadınlar için değil; erkekler için de yeme bozukluğu ve vücut ağırlığını kontrol etme davranışlarıyla ilişkili bulunmuştur (159). Erkek üniversite öğrencilerinde yapılan bir çalışmada, belli vücut bölümleri (genel kas miktarı ve vücut yağı, karın, göğüs, kollar, omuzlar, uyluklar, baldırlar vb.) hakkında akranları ile yaptıkları konuşmalar incelenmiştir. Kaslar, şişmanlık hakkında konuşmak veya olumsuz beden konuşmalarının yapılması vücut memnuniyetsizliğini artırmış; kaslı olma dürtüsü, yeme bozukluğu davranışı ile ilişkilendirilmiştir (160). Bu çalışmada; BD bölümünde, öğrencilerin kendi beden algılarına göre; kadınların %17,5'i ve erkeklerin %7,7'si, kendilerini, hafif kilolu veya obez olarak nitelendirdi. PDR bölümünde ise kadınların %26,3'ü; erkeklerin %26,2'si hafif kilolu veya obez olduklarını belirtti. En yüksek OBKÖ puan ortalamasının, hafif kilolu veya obez grupta olması istatistiksel olarak anlamlı bulundu ($p<0,001$). Kendi beden algıları normal/hafif kilolu-obez olan gruplarda; kadınların OBKÖ puan ortalaması, erkeklere göre daha yüksek bulundu ($p<0,001$; $p<0,005$). Yüz, kol, bacak ve gövde bölgesinde değişiklik yapmak isteyenlerin OBKÖ puan ortalamasının, değişiklik yapmak istemeyenlere göre daha yüksek olması istatistiksel olarak anlamlı bulundu. Buna göre, kendini fazla kilolu/obez görmek; kadın ve erkek öğrencilerde vücut memnuniyetsizliğini artırmaktadır. Olumsuz beden algısına sahip öğrenciler; yeme bozuklukları, düzensiz beslenme davranışları ve psikolojik (özgüven yetersizliği, depresyon vb.) açıdan risk altında bulunmaktadır. Diğer çalışmalardan farklı olarak, bu çalışmada, kadınların olumsuz beden konuşmaları puan ortalamasının, erkeklerden daha yüksek olması; kadın öğrenci sayısının fazla olması ile ilişkili görünmektedir.

Aparicio-Martinez ve ark. nın (161) çalışmasında, kadın üniversite öğrencilerinin beden algılarına göre; öğrenciler, kendilerini hayal ettiklerinden daha şişman bulmuştur. Beden ideallerinin, sosyal medya kullanımı ile ilişkili olduğu görülmüştür. Vücut memnuniyetsizliğini ortadan kaldırmak için diyet yapma, plastik estetik cerrahi geçirme, yeme bozuklukları davranışları görülebilmektedir. Düzensiz yeme tutumları; zayıf beden görüntülerine maruz kalmak ve sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili bulunmuştur. Sabancı ve ark. nın (162)

çalışmasında, genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığı yüksek çıkmıştır. Bu bağımlılık, sosyal görünüş kaygısı ve olumsuz beden algısı ile ilişkili görülmüştür. Tarhan'ın (163) çalışmasında, üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığının beden algısı ve yeme bozukluğu riski üzerinde olumsuz etkisi olduğu gösterilmiştir. Aslan ve ark. nın (164) çalışmasında sosyal görünüş kaygısı ve sosyal medya bağımlılığı arasında pozitif, sosyal medya bağımlılığı ile psikolojik iyi oluş arasında ise negatif bir ilişki saptanmıştır. Bu çalışmada, kendi beden algısı normal olanların BSMBÖ puan ortalaması, zayıf ve hafif kilolu-obez olanlara göre daha yüksek bulundu (p=0,001). Bu durum, sosyal medya bağımlılığının devam etmesi veya artması ile ilişkili olarak, normal beden algısına sahip olanların da olumsuz etkilerle (vücut memnuniyetsizliği vb.) karşılaşabileceğini düşündürmektedir. Sosyal medyada ideal beden görüntüleri ile karşılaşma sıklığının yüksek olması, kendini hafif kilolu/obez hissedenlerin sosyal medyadan uzak durmaya çalışmaları fikrine yol açmaktadır. Beden algısının, bağımlılık derecesi yüksek olmasa da sosyal medyadan etkilendiği sonucuna varılmaktadır. Bu çalışmada, BD bölümü öğrencilerinin BSMBÖ puan ortalamasının, PDR'den daha yüksek olduğu saptandı. Aslan ve ark. nın çalışmasına paralel olarak, mesleki açıdan sosyal görünüş kaygısına sahip olan BD bölümü öğrencileri, sosyal medya ile daha ilgili görünmektedir.

Özdemir'in (165) çalışmasında, çeşitli bölümlerden üniversite öğrencileri katılmış ve öğrencilerin sınıflarına göre sosyal medya bağımlılıklarında farklılık görülmemiştir. Öğretmenlik öğrencilerinde yapılan bir çalışmada ise, son sınıfların diğer sınıflara göre Facebook bağımlılığı yüksek bulunmuştur (166). Özenoğlu ve ark.'nın (167) çalışmasında, BD bölümü öğrencileri ile sağlık alanı dışındaki öğrenciler ele alınmıştır. Araştırma sonucu, BD öğrencilerinin beden algısı ile ilgili takıntılarının olabileceği sonucuna varılmıştır. Korinth ve ark. nın (168) çalışmasında, beslenme öğrencileri, diğer öğrencilerden daha katı kontrol davranışları göstererek vücut ağırlıklarını kontrol etmek için yiyecek alımlarını kısıtlamıştır. Artan beslenme bilgisi, daha sağlıklı beslenme davranışı ilişkili bulunmuştur. Sağlıklı beslenme konusunda artan meşguliyet, yeme alışkanlıklarının bozulmasına sebep olmamıştır. Bu çalışmada, 4. sınıf öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı, 1. sınıflardan daha yüksek bulundu. Öğrencilerin son sınıflarda, genişlemiş olan arkadaş çevresi ile iletişim kurmak ve güncel-mesleki vb. konularda bilgi almak için sosyal medyayla olan bağı artmış görünmektedir. Literatürde, öğrencilerin sınıfları ve sosyal medya bağımlılığını detaylı inceleyen pek az çalışma vardır ve bahsedilen çalışmalarla ortak bir sonuca varılmamıştır (165,166). Bu çalışmada, 1. sınıflarda, BD bölümünün BSMBÖ puan ortalaması, PDR'ye göre daha yüksek bulundu. 3. Sınıf öğrencilerinde ise, PDR bölümünün OBKÖ puan ortalaması daha yüksek saptandı. Özenoğlu ve ark. nın (167) çalışmasıyla paralel olarak, 1. sınıf öğrencilerinde henüz

yeterli mesleki bilgi birikimi oluşmadığından, beden algısı ve beslenme bilgisi sosyal medyadan daha fazla etkilenmektedir. Korinth ve ark. nın (168) çalışmasıyla benzer doğrultuda, beslenme konusunda bilgisi artan BD bölümü öğrencilerinin, beden algısında daha nesnel bir yaklaşım sergilediği düşünülmektedir.

Çeşitli ülkelerden üniversite öğrencilerinin katıldığı büyük ölçekli bir çalışmada, herhangi bir BKİ kategorisinde, kadınlar kendilerini hafif kilolu/obez hissederken; erkekler, en yüksek BKİ sınıflarında bile fazla kilolu/obez olduklarının farkına varmamıştır (169). Dumas ve ark. nın (170) çalışmasında, erkeklerle karşılaştırıldığında, kadınların bedenleri hakkında olumsuz hissetmeleri ve bedenlerini başkalarıyla karşılaştırmaları daha olası görünmektedir. Çoğu kanıt, kadınların bedenleriyle ilgili memnuniyetsizliğinin yaşam boyu sabit olduğunu göstermiştir. Stephen ve ark. nın (171) çalışmasında, kadınların kendi vücutlarının çekiciliğini belirlerken daha düşük vücut ağırlığını tercih ettikleri bulunmuştur. İnce "idealleştirilmiş" beden görüntülerine maruz kalma ve bunun içselleştirilmesi, vücut memnuniyetsizliğini arttırmıştır. Ata ve ark. nın (172) çalışmasında, yüksek vücut ağırlığına sahip olmalarına rağmen, kadınların %72'si ve erkeklerin % 83'ü kendilerini normal olarak görmektedir. Bu kişilerin fazla kilolu olduklarını anlayamamaları obez sınıfına kayma eğilimlerinin olabileceğini düşündürmektedir. Bu çalışmada, kendi beden algısı zayıf olan öğrencilerde, erkeklerin oranı; kendi beden algısı hafif kilolu/obez olanlarda, kadınların oranı daha yüksek bulundu ($p=0,004$). BKİ'si hafif kilolu/obez olmasına rağmen, kendi beden algısına göre normal olan öğrenciler vardı. BKİ'si zayıf olmasına rağmen, kendi beden algısına göre hafif kilolu/obez sınıfında yer alan öğrenciler saptandı ($p<0,001$). Literatürdeki çalışmalara benzer şekilde, kadınların kendilerini hafif kilolu/obez görmeleri, vücut memnuniyetsizliğine yol açmaktadır (169-171). Bu memnuniyetsizlik sebebiyle; yeme bozuklukları, artan diyet denemeleri ve sağlıksız diyet uygulamaları açısından kadınlar daha yüksek risk altında görünmektedir. Ancak, yüksek BKİ'de olan erkeklerin kendilerini daha zayıf görüyor olması, yüksek vücut ağırlığına bağlı sağlık problemlerinin ortaya çıkması açısından risk teşkil etmektedir. Ata ve ark. nın çalışmasında, hafif kilolu/obez kadın ve erkeklerin kendilerini yüksek oranda normal görmeleri, bu çalışmadan farklı bir sonuç vermektedir. Bu farklılık, yaş grupları ve kadın-erkek sayısı ile ilişkili görünmektedir.

Kadın üniversite öğrencilerinden, zayıf olanların %7,7'si kendini fazla hafif kilolu/obez olarak bulmuştur. Normal beden algısında yeme bozukluğu %14,3 iken; kendisini hafif kilolu/obez bulan öğrencilerde bu risk %83,3'e çıkmıştır (173). Yetişkin bireylerde yapılan bir çalışmada, olumsuz yeme tutum davranışına sahip bireylerin, sosyal medyada beslenme konularını daha çok takip ettiği saptanmıştır (174). Başka bir çalışmada, kadın üniversite

öğrencilerinin neredeyse yarısının orta düzeyde sosyal medya bağımlılığına sahip olduğu ve yaklaşık %75'inin olumsuz beden algısı bildirdiği görülmüştür. Ancak beden algısı ve sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı düzeyde ilişki bulunamamıştır (175). Kullanıcıların kendi fiziksel görünüşünü, sosyal medyada takip edilen kişiler ile karşılaştırma sıklığı; vücut memnuniyetsizliği ve zayıflama dürtüsü ile ilişkili bulunmuştur. Genç yetişkinlerde sosyal medyanın yaygın kullanımı, olumsuz beden algısına sebep olabilmekte ve onları yeme bozukluklarına karşı daha savunmasız hale getirebilmektedir (176). Bu çalışmada, normal BKİ'de olan PDR öğrencileri arasında; kendi beden algısına göre hafif kilolu/obez olanlar da vardı. Kendi beden algısı hafif kilolu/obez olanların BSMBÖ puan ortalamasının, algısı normal gruba göre daha düşük olması anlamlı bulundu (p=0,007). Buna göre, gençlerde sosyal medya kullanımının yaygın olması, beden algısı üzerinde olumsuz etki göstermektedir. Böylece, gençler vücut memnuniyetsizliği ve yeme bozukluğu vb. durumlar açısından riskli grupta yer almaktadır. Ancak, diğer çalışmalar da göz önünde bulundurulduğunda, sosyal medya bağımlılığı ile beden algısı arasında kesin bir ilişkiden bahsedilememektedir.

Üniversite öğrencileri, sosyal medyada güzelliği temsil eden zayıf bedenlerle, çeşitli diyet listeleriyle ve sağlıklı beslenmenin popülerliği ile karşılaşmaktadır. Hamurcu'nun (177) çalışmasında öğrencilerin %23,3'ünde yeme bozukluğu riski ve %53,2'sinde ortorektik eğilim saptanmıştır. Sosyal medya karşılan beslenme paylaşımları ve arkadaş/ünlü/fenomen vb. kişilerden alınan tavsiyeler; olumsuz beden algısına ve yeme bozukluklarına sebep olabilmektedir. Karaköse ve ark. nın (178) kadınlar üzerinde yaptığı çalışmada, vücut ağırlığı hakkındaki konuşmaların fazla kilolu/obez grupta (OBKÖ puan ortalaması 50,16±18,50), normal gruba (OBKÖ puan ortalaması 36,21±16,69) göre daha fazla olduğu saptanmıştır. Fazla kilolu ve obez bireyler, daha çok beden kaygısı içinde bulunmuş ve beden karşılaştırmaları yapmıştır. Karlı ve ark. nın (179) çalışmasında, fazla kilolu/şişman öğrencilerin, zayıf ve normal öğrencilere göre daha yüksek oranda diyet yaptığı belirlenmiştir. Zayıflamak isteyenlerin, vücut memnuniyetsizliği daha yüksek bulunmuştur. Beden ideallerinin içselleştirilmesinde, sosyal karşılaştırmalar ve şişmanlık ile ilgili konuşmaların da etkisi bulunmaktadır. Bu çalışmada, kendi beden algısına göre hafif kilolu/obez olan öğrenciler arasında, hem normal BKİ'de hem de hafif kilolu/obez BKİ'de olanlar vardı. Kendi beden algısı hafif kilolu/obez olan öğrencilerin OBKÖ puan ortalaması (57,874±15,63 puan), algısı normal olanlardan (37,350±15,25 puan) daha yüksek saptandı. Gençlerin hafif kilolu/obez olmaları veya böyle olduklarını düşünmeleri beden algısında olumsuz düşüncelere yol açmaktadır. Özellikle sosyal medya kullanımı ile idealleşen zayıf beden görüntülerinin, olumsuz beden konuşmalarına davetiye çıkardığı düşünülmektedir. Beden hakkında olumsuz konuşmalar vücut

memnuniyetsizliğine sebep olmaktadır. İdeal bedene ulaşma arzusu, gençlerin yanlış diyet uygulamalarında bulunabileceğini düşündürmektedir.

Gençlerin sosyal medyada geçirilen süre ile sosyal medya bağımlılığı pozitif olarak ilişkili bulunmuştur. Sosyal medyada ne kadar çok zaman harcanırsa, sosyal medya bağımlılığı o kadar yüksek çıkmıştır (180). Diğer bir çalışmada, sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medyayı kullanma süresi arasında pozitif yönde, düşük düzeyde, anlamlı ilişki tespit edilmiştir (165). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım süreleri arttıkça sosyal medya bağımlılıklarının da artış gösterdiği belirlenmiştir (181). Çiftçi'nin (182) çalışmasında ise, öğrencilerin interneti kullanma süreleri ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Dikmen'nin (183) çalışmasında, sosyal medya bağımlılığı ile internete ayrılan süre arasında pozitif yönde ve zayıf korelasyon saptanmıştır. Bu çalışmada, sosyal medyada geçirilen süre ile BSMBÖ arasında istatistiksel anlamlı, negatif yönde ve zayıf düzeyde bir ilişki bulundu. Diğer çalışmalar sosyal medya bağımlılığı ile internette geçirilen süre pozitif ilişkili bulunurken, bu çalışmada negatif yönlü saptandı. Bu farklılık internette geçirilen süre yerine, sadece sosyal medyada geçirilen sürenin araştırılması ve farklı ölçekler kullanılması ile ilişkili görünmektedir. Ayrıca diğer çalışmalarda düşük düzeyde ya da zayıf korelasyon saptanması, harcanan süre ile bağımlılık arasındaki ilişkinin çok güçlü olmadığını göstermektedir. Bu sebeple, bu çalışmaya benzer bir çıkarım yapılabileceğini de düşündürmektedir.

Genç kadınlarda katıldığı bir çalışmada, ortalama BKİ değeri 22,45 kg/m² olarak bulunmuştur. Sosyal medyada "sağlık ve zindelik" hesaplarını takip etmek, BKİ'yi kontrol etmeye çalışmak ve zayıf olma dürtüsü arasında pozitif ilişki saptanmıştır. İnce beden ideali ve pozitif vücut gönderileri, kendini nesneleştirmeyi ve beden kaygılarını arttırmıştır. Bir yandan da olumlu beden imgelerine bakmak, iyileşen ruh hali ve olumlu beden imgesiyle ilişkili bulunmuştur (184). Kadın üniversite öğrencilerinde yapılan bir çalışmada, %12,4'ü zayıf, %80,2'si normal, %6,8'i hafif kilolu, %0,6'sı şişman saptanmıştır. Bu öğrencilerin %71'i ise bedenini doğru biçimde algılamıştır (185). Beslenme ve diyetetik öğrencilerinde yapılan bir çalışmada, kadınların %69,4'ü ve erkeklerin %76,5'i normal BKİ değerleri aralığında saptanmıştır. Öğrencilerin kendi beden algısına göre; kadınların %50,8'si ve erkeklerin %58,8'i normal vücut ağırlığında olduğunu belirtmiştir (186). Genç kadınların ortalama BKİ değerinin 20,93 kg/cm^2 olduğu bir çalışmada, kadınların %79'u vücut memnuniyetsizliğinden şikayet etmiştir. BKİ ile vücut memnuniyetsizliği arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur (187). Bu çalışmada, öğrencilerin BKİ'leri (ortalama BKİ değeri 21,72±3,58) ile idealize ettikleri BKİ arasında istatistiksel anlamlı, pozitif yönde ve yüksek düzeyde bir ilişki görüldü. Bu duruma göre, öğrencilerin çoğunun sağlıklı bir vücut ağırlığında olduğu ve bunu

doğru algıladığı sonucuna ulaşılmaktadır. Böylelikle diğer çalışmalar ile aynı doğrultuda bulunmuştur (185,186). Bu çalışmanın, Pop'un (187) çalışmasından farklı olmasının sebebi, birinde sadece kadın öğrencilerin incelendiği fikrine dayanmaktadır. Gençlerin sosyal medyayı yoğun biçimde kullanmaları sonucu; sağlıklı beden algısı olumlu ve olumsuz yönde değişiklik gösterebilmektedir.

SONUÇLAR

Bu çalışmada, Trakya Üniversitesi, Beslenme ve Diyetetik Bölümü ile Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bölümü öğrencilerine uygulanan anket ve ölçeklerden veriler elde edilmiştir. Bu veriler ile üniversite öğrencilerinde sosyal medyanın, beden algısına olan etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın sonuçlar aşağıda verilmiştir:

1. En sık kullanım amacı olarak sosyal medyayı, kadınların 339'u (%97,1), erkeklerin 55'i (%100) olmak üzere toplamda 394 (%97,5) öğrenci merak-eğlence amacıyla kullandığını belirtmiştir ($p>0,05$).
2. BD'de, sosyal medyada bilgi kaynaklarına her zaman dikkat edenlerde ve hiçbir zaman dikkat etmeyenlerde erkeklerin oranı istatistiksel olarak daha yüksekken, PDR ve toplamda istatistiksel olarak önemli bir fark bulunmamıştır ($p=0,001$; $p>0,05$).
3. Kadınlarda BSMBÖ puan ortalaması erkeklere göre daha düşük olması istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($p<0,05$). BD'de kadınların BSMBÖ puan ortalaması, PDR'ye göre daha yüksek olması istatistiksel olarak anlamlılık ifade etmiştir ($p=0,012$).
4. Kadınlarda OBKÖ puan ortalamasının erkeklere göre daha yüksek olduğu bulunmuştur ($p<0,001$).
5. Öğrencilerin, 203 kadın ve 17 erkek olmak üzere, paylaştıkları fotoğrafların başkaları tarafından beğenilmesinin önemli olduğu görülmüştür ($p>0,05$). Fotoğrafların başkalarınca beğenilmesinin önemli olduğu gruptaki OBKÖ puan ortalaması, önemli olmayan grubun ortalamasından yüksek bulunmuştur ($p<0,001$).
6. Her zaman fotoğraf düzenleyen öğrencilerin OBKÖ puan ortalaması, hiçbir zaman ve nadiren diyenlerden daha yüksek bulunması istatiksel olarak anlamlı sonuçlanmıştır ($p<0,001$).

7. PDR bölümünde, diyetle ilgili hesapları her zaman takip edenlerin OBKÖ puan ortalaması, hiçbir zaman takip etmeyenlerin OBKÖ puan ortalamasına göre daha yüksek bulunmuştur ($p<0,05$). PDR'de kendi beden algısı hafif kilolu veya obez olan grupta, erkeklerin BSMBÖ puan ortalaması, kadınlardan daha yüksek bulunmuştur ($p=0,032$).
8. Bölüm ayrımı olmaksızın, 4. sınıf öğrencilerinin BSMBÖ puan ortalaması, 1. sınıfların BSMBÖ puan ortalamasına göre istatistiksel anlamlı olarak daha yüksek bulunmuştur ($p<0,05$).
9. Hem sosyal medyada geçirilen süre ile vücutta değiştirilmek istenen bölüm sayısı toplamında istatistiksel anlamlı, doğrusal, pozitif yönde ve çok zayıf düzeyde bir ilişki vardır ($p<0,05$).

ÖNERİLER

Sosyal medyanın, özellikle gençler arasında popüler bir iletişim aracı olması, kullanıcılar üzerinde birçok etki bırakmaktadır. Beden algısı üzerinde bıraktığı kimi etkiler, olumsuz sonuçları da beraberinde getirebilmektedir. Bu nedenle, sosyal medyanın sağlığa yararlı bir araç olarak kullanılabilmesi için çözümler geliştirilmelidir.

En önemli müdahale medya okur yazarlığının geliştirilmesi olacaktır. Olumsuz beden algısına neden olabilecek görüntüler ve mesajlar vb. paylaşımlar eleştirel gözle değerlendirebilmelidir. Güzellik idealleri, gerçekçi olmayan idealize bedenler, sağlıklı görünüş gibi konular hakkında eğitimler yapılmalı ve karşılaşılan haber kaynaklarının doğruluğuna dair araştırılma yöntemleri anlatılmalıdır. Ancak büyük miktardaki veri akışının içinden çıkmanın zorlu olacaktır. Bu durum için, ülke çapı ve uluslararası belirli filtrelemeler ve denetlemeler yapılmalı, bilimsel kanıtlar ile desteklenmeli, haber kaynaklarının kontrolleri için etik ve hukuki yaptırımlar belirlenip uygulanmalıdır.

Sosyal medyada geçirilen zaman, takip edilen kişiler, gün içinde sosyal medyaya giriş sıklığı gibi kişisel müdahaleler ile beden algısını olumsuz etkileyebilecek içeriklere maruziyet azaltılmalıdır. Sosyal karşılaştırma sürecinden uzaklaşılarak, olumlu ve sağlıklı beden düşüncelerine yönlenme, öz yeterlilik ve öz saygı gibi kişisel değerlerin gelişmesi desteklenmelidir. Böylelikle, daha faydalı bir sosyal medya kullanımını gerçekleşebilir ve beden algısına daha sağlıklı bir bakış geliştirilebilir.

Üniversite öğrencilerinde beden algısı ve beden memnuniyeti; beslenme davranışlarını, fiziksel ve psikolojik sağlığı etkilemektedir. Bu durumda, öğrenciler yeme bozuklukları, yanlış beslenme uygulamaları, sağlıksız yeme davranışları, zayıf olma dürtüsü, düşük özsaygı, beden endişeleri, mükemmellik saplantısı vb. açısından risk altında bulunmaktadır. Öğrencilere temel beslenme eğitimi mutlaka verilmelidir. Öğrenciler, belirli periyotlar ile beden algısı ve sağlıklı

beslenme açısından taranmalıdır. Okullarda rehberlik ve psikolojik danışmanlık hizmeti gibi, beslenme danışmanlığı hizmeti verilmelidir. Beslenme uzmanları ve psikolojik danışmanlar, bu konuda beraber çalışmalı ve öğrencilere destek olmalıdır. Doğru bir yaklaşımla, öğrencilerdeki beden algısına sağlıklı bir bakış kazandırılır ve ortaya çıkabilecek sağlık riskleri önlenir.

ÖZET

Üniversite öğrencilerinde, sosyal medya kullanımın beden algısı üzerine etkilerini incelemek amacıyla; bu çalışma planlanmıştır. Trakya Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Beslenme ve Diyetetik Bölümü ile Eğitim Fakültesi Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bölümü öğrencilerinin katılımı ile gerçekleşen çalışma, Eylül 2022-Mart 2023 tarihinde yürütülmüştür. Gönüllü katılım sağlayan 404 öğrenciden (349'u kadın, 55'i erkek) anket formu ile araştırmanın verileri toplanmıştır. Anket formunda; öğrencilerin demografik özellikleri, beyana dayalı antropometrik bilgileri, sosyal medya kullanımı ve beden algısına dair sorular bulunmaktadır. Ek olarak, Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (BSMBÖ) ve Olumsuz Beden Konuşmaları Ölçeği (OBKÖ) yer almaktadır. Kadınlarda BSMBÖ puan ortalamasının, erkeklere göre daha düşük olması istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($p<0,05$). Beslenme ve Diyetetik Bölümü'ndeki kadınların BSMBÖ puan ortalaması, diğer bölüme göre daha yüksek ve istatistiksel olarak anlamlı saptanmıştır ($p=0,012$). Kadınlarda OBKÖ puan ortalamasının erkeklere göre daha yüksek olduğu bulunmuştur ($p<0,001$). Öğrencilerin, paylaştıkları fotoğrafların başkaları tarafından beğenilmesinin önemli olması; önemli olmayanlara göre daha yüksek OBKÖ puan ortalamasına sahip olduklarını göstermiştir ($p<0,001$). Her zaman fotoğraf düzenleyen öğrencilerin OBKÖ puan ortalaması, hiçbir zaman ve nadiren diyenlerden daha yüksek bulunması istatiksel olarak anlamlı sonuçlanmıştır ($p<0,001$). Bölüm ayrımı olmaksızın, 4. sınıf öğrencilerinin BSMBÖ puan ortalaması, 1. sınıfların BSMBÖ puan ortalamasına göre istatistiksel anlamlı olarak daha yüksek bulunmuştur ($p<0,05$). Hem sosyal medyada geçirilen süre ile vücutta değiştirilmek istenen bölüm sayısı toplamında istatistiksel anlamlı, doğrusal, pozitif yönde ve çok zayıf düzeyde bir ilişki vardır ($p<0,05$). Bu sonuçlara bakıldığında, öğrencilerin beden algılarının sosyal medyadan olumsuz

etkilenmesi; zayıf ideale ulaşma için olumsuz beslenme davranışları göstermelerine ve beden memnuniyetsizliğine yol açabilecek olduğundan endişe verici görünmektedir.

Anahtar kelimeler: sosyal medya, beden algısı, genç yetişkinler, üniversite öğrencileri, beden memnuniyetsizliği

DETERMINING THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA USE ON BODY IMAGE IN UNIVERSITY STUDENTS

SUMMARY

This study was planned to in order to examine the effects of social media use on body image among university students. The study, was carried out with the participation of students from Trakya University of the Department of Nutrition and Dietetics of the Faculty of Health Sciences and the Department of Guidance and Psychological Counseling of the Faculty of Education, between September 2022 and March 2023. The data of the research were collected with a questionnaire form from 404 students (349 female, 55 male) who were participated voluntarily on the study. The questionnaire form included questions about students' demographic characteristics, self-reported anthropometric information, social media use and body image. In addition, Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS) and Negative Body Talk Scale (NBTS) are included. It was found statistically significant that the mean BSMAS score in women was lower than in men ($p<0,05$). The mean score of the women in the Department of Nutrition and Dietetics was found to be higher and statistically significant ($p=0,012$). It was found that the mean NBTS score in women was higher than in men ($p<0,001$). It is important that the photos shared by students are liked by others; showed that they had a higher mean score of NBTS than those who were not significant ($p<0,001$). It was statistically significant that the students who always edited themselves photographs had higher NBTS scores than those who said never and rarely ($p<0,001$). Regardless of the department, the mean BSMAS score of the 4th grade students was found to be statistically significantly higher than the mean BSMAS score of the 1st grade students ($p<0,05$). There was a statistically significant, linear, positive and very weak relationship between the time spent on social media and the number of parts of the body that are desired to be changed ($p<0,05$). Considering these results,

when that students' body perceptions are negatively affected by social media; it could be happen, which is worrisome, like exhibiting negative eating behaviors to reaching the thin ideal and body dissatisfaction.

Key words: social media, body image, young adult, university student, body dissatisfaction

KAYNAKLAR

1. Al-Sharqi L, Hashim K, Kutbi I. Perceptions of social media impact on students' social behavior: A comparison between Arts and Science students. Int J Educ Soc Sci 2015;2(4):122-31.

2. Abbas J, Aman J, Nurunnabi M, Bano S. The impact of social media on learning behavior for sustainable education: Evidence of students from selected universities in Pakistan. Sustainability 2019;11(6):1683.

3. Derenne J, Beresin E. Body Image, Media, and Eating Disorders—a 10-Year Update. Acad Psychiatry 2017;42(1):129–34.

4. Fardouly J, Vartanian LR. Social media and body image concerns: Current research and future directions. Curr Opin Psychol 2016;9:1-5.

5. Kim JW, Chock TM. Body image 2.0: Associations between social grooming on Facebook and body image concerns. Comput Hum Behav 2015;48:331-9.

6. Sharma M, Kaushal D, Joshi S. Adverse effect of social media on generation Z user's behavior: Government information support as a moderating variable. J Retail Consum Serv 2023;72:103256.

7. Turner A. Generation Z: Technology and social interest. J Individ Psychol 2015;71(2):103–13.

8. Octovia LI, Manikam NRM, Witjaksono F, Sutanto K, Koesoema AP, Soegijoko S, et. al. mHealth for mother and child health nutrition-a review and proposed design for Indonesia focus on early life nutrition in Indonesia. 5th International Conference on Instrumentation, Communications, Information Technology, and Biomedical Engineering (ICICI-BME): 2017 Nov. 6-7; Bandung, Indonesia. 2017, p.287-90.

9. Özarslan M, Çetin G. Öğrencilerin sağlıklı beslenme hakkındaki düşüncelerinin çizme-yazma tekniği ile belirlenmesi. İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi 2018;19(1):101-18.

10. Türkiye Diyetisyenler Derneği. (https://tdd.org.tr/). Ulaşım tarihi 29.05.2023

11. Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı. Toplu Beslenme Sistemleri (Toplu Tüketim Yerleri) İçin Ulusal Menü Planlama Ve Uygulama Rehberi. T.C. Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü; Ankara: 2020; Sağlık Bakanlığı Yayın No: 1184

12. Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı. Türkiye Beslenme Rehberi (TÜBER) 2022. T.C. Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü; Ankara: 2022; Sağlık Bakanlığı Yayın No: 1031

13. Tevfikoğlu Pehlivan L. Yaşam döngüsünde beslenme açısından risk grupları: Çocuklar, kadınlar, yaşlılar, üniversite gençleri ve daha fazlası. Türkiye Klinikleri 2022:15-25.

14. Velardo S. The nuances of health literacy, nutrition literacy, and food literacy. J Nutr Educ Behav 2015;47(4):385-9.

15. Nour M, Yeung SH, Partridge, S, Allman-Farinelli M. A narrative review of social media and game-based nutrition interventions targeted at young adults. J Acad Nutr Diet 2017;117(5):735-52.

16. 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):1-18.

17. Barklamb AM, Molenaar A, Brennan L, Evans S, Choong J, Herron E. et al. Learning the language of social media: a comparison of engagement metrics and social media strategies used by food and nutrition-related social media accounts. Nutrients 2020;12(9):2839-62.

18. Chau MM, Burgermaster M, Mamykina L. The use of social media in nutrition interventions for adolescents and young adults—A systematic review. Int J Med Inform 2018;120:77-91.

19. Arslan H, Topal A, Dönük GD. Türkiye'de geleneksel medya ve yeni medyada kadın kimliği üzerinden üretilen haberlere eleştirel bakış. Dördüncü Kuvvet 2020;3(1):21-38.

20. Yücel M. Kitle iletişim araçlarının ve teknolojik gelişmelerin küreselleşmeye etkisi. E-CİDER 2019;1(3):34-50.

21. Denecke K, Bamidis P, Bond C, Gabarron E, Househ M, Lau AYS, et. al. Ethical issues of social media usage in healthcare. Yearb Med Inform 2015;*24*(01):137-47.

22. Ozcinar Z, Sakhieva RG, Pozharskaya EL, Popova OV, Melnik MV, Matvienko VV. Student's perception of Web 2.0 tools and educational applications. iJET 2020;15(23): 220-33.

23. Ryan T, Allen KA, Gray DL, McInerney DM. How social are social media? A review of online social behaviour and connectedness. Journal of Relationships Research J Relatsh Res 2017;8:1-8.

24. Sarsar F, Başbay M, Başbay A. Öğrenme-öğretme sürecinde sosyal medya kullanımı. MEÜ 2015;11(2):418-31.

25. Ellison NB, Vitak J. Social network site affordances and their relationship to social capital processes. In S. Sundar (Ed.)The handbook of the psychology of communication technology. 1ts ed. Boston: Wiley-Blackwell; 2015. p.203-27.

26. Cheraghi N, IslamPanah M. Investigating the role of students major and education level and students gender on using of social networks and citizenship culture. UJSSHR 2015;3(04):48-53.

27. Choi J, Yoon J, Chung J, Coh BY, Lee JM. Social media analytics and business intelligence research: A systematic review. Inf Process Manag 2020; 57(6), 102279.

28. Çömlekçi MF, Başol O. Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2019;17(4):173-88.

29. Başoğlu UD, Yanar Ş. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ve alışkanlıklarının belirlenmesi. Kilis 7 Aralık Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 2017;1(2):6-13.

30. Meel P, Vishwakarma DK. Fake news, rumor, information pollution in social media and web: A contemporary survey of state-of-the-arts, challenges and opportunities. Expert Syst Appl 2020;153:112986.

31. Liu PL. COVID-19 information on social media and preventive behaviors: Managing the pandemic through personal responsibility. Soc Sci Med 2021;277:113928.

32. Alaimo C, Kallinikos J. Computing the everyday: Social media as data platforms. Inf Soc 2017;33(4):175-91.

33. Yahia IB, Al-Neama N, Kerbache L. Investigating the drivers for social commerce in social media platforms: Importance of trust, social support and the platform perceived usage. J Retail Consum Serv 2018;41:11-9.

34. Mao J. Social media for learning: A mixed methods study on high school students' technology affordances and perspectives. Comput Human Behav 2014;33:213-23.

35. Ahmed YA, Ahmad MN, Ahmad, N, Zakaria NH. Social media for knowledge-sharing: A systematic literature review. Telemat Inform 2019;37:72-112

36. Pervaiz S. The advantages and risks of using social networking in higher education in Pakistan. In: Issa T, Isaias P, Kommers P. (Eds.) Social networking and education: Global perspectives. Cham Springer International Publishing; 2016. p.83-97.

37. Costello K, Del Bosque D. For better or worse: Using wikis and blogs for staff communication in an academic library. In McHale N. (Ed). Designing and Developing Library Intranets. Routledge; 2013. p.30-47.

38. Kuss DJ, Griffiths MD. Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. Int J Environ Res Public Health 2017;14(3):311.

39. Pradeep P, Sriram S. The virtual world of social networking sites: Adolescent's use and experiences. Psychol Dev Soc J 2016;*28*(1):139-59.

40. Çelik B, Uzunboylu H, Demirbaş-Çelik N. Higher education students' social media platform preferences for educational purposes. RED, 2023;23(72).

41. Kircaburun, K, Alhabash S, Tosuntaş ŞB, Griffiths MD. Uses and gratifications of problematic social media use among university students: A simultaneous examination of the Big Five of personality traits, social media platforms, and social media use motives. Int J Ment Health Addict 2020;18:525-47.

42. Knight-McCord J, Cleary D, Grant N, Herron A, Lacey T, Livingston T, Emanuel R. What social media sites do college students use most. JUEMP 2016;2(21):21-6.

43. Şeker, A. İnfluencer pazarlamanın yükselen gücü: Tiktok ve Twitch. Tor-kadıoğlu C (Editör). Dijital Pazarlamada Güncel Araştırmalar, İstanbul: Karadeniz Kitap Ltd. Şti; 2021. s.45-69.

44. Kamel Boulos, MN, Giustini DM, Wheeler S. Instagram and WhatsApp in health and healthcare: An overview. Future internet 2016;8(3):37-51.

45. Kemp S. Digital 2023 July Global Statshot Report. (https://datareportal.com/reports/digital-2023-july-global-statshot). Erişim tarihi 15.09.2023

46. Kemp S. Digital 2023: Turkey. (https://datareportal.com/reports/digital-2023-turkey). Erişim tarihi 04.04.2023

47. TÜİK. Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2023. (https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2023-49407). Erişim tarihi: 19.09.2023

48. RTÜK. Gençlerin Medya Kullanımı ve Dijital Okuryazarlık Araştırması. Arel Görsel Tanıtım; Ankara: 2022.

49. Akdevelioğlu Y, Yörüsün TÖ. Üniversite öğrencilerinin yeme tutum ve davranışlarına ilişkin bazı faktörlerin incelenmesi. Gazi Sağlık Bilim Derg 2019;4(1):19-28.

50. O'Connor M, Sanson A, Hawkins MT, Letcher P, Toumbourou JW, Smart D, et. al. Predictors of positive development in emerging adulthood. J Youth Adolesc 2011;40(7):860–74.

51. Kim Y, Wang Y, Oh J. Digital media use and social engagement: How social media and smartphone use influence social activities of college students. Cyberpsychol Behav Soc Netw 2016;19(4):264-9

52. Allen KA, Ryan T, Gray DL, McInerney DM, Waters L. Social media use and social connectedness in adolescents: The positives and the potential pitfalls. J Educ Develop Psychol 2014;31(1):18-31.

53. Van der Meulen M, Veldhuis J, Braams BR, Peters S, Konijn EA, Crone EA. Brain activation upon ideal-body media exposure and peer feedback in late adolescent girls. Cogn Affect Behav Neurosci 2017;17:712-23.

54. Vaterlaus JM, Patten EV, Roche C, Young JA. Gettinghealthy: The perceived influence of social media on young adult health behaviors. Comput Hum Behav 2015;45:151-7.

55. Gezgin DM. Gelişen teknolojinin Türkiye'de üniversite öğrencileri üzerindeki sosyo-psikolojik etkileri. Cataloging-In-Publication Data 2019;238-42.

56. Siddiqui S, Singh T. Social media its impact with positive and negative aspects. IJCATR 2016;*5*(2):71-5.

57. Alkara, İ. Sosyal Medya Kullanımının Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi: Bilecik Bursa Eskişehir Örneği. IBAD Sosyal Bilimler Dergisi 2021;(9):415-46.

58. Akram W, Kumar R. A study on positive and negative effects of social media on society. Int J Comput Sci Eng 2017;5(10):351-4.

59. Drahošová M, Balco P. The analysis of advantages and disadvantages of use of social media in European Union. Procedia Comput Sci 2017;109:1005-9.

60. Shu, K, Sliva A, Wang S, Tang J, Liu, H. Fake news detection on social media: A data mining perspective. SIGKDD Explor, 2017;19(1):22-36.

61. Cinelli M, Quattrociocchi W, Galeazzi A, Valensise CM, Brugnoli E, Schmidt AL, et. al. The COVID-19 social media infodemic. Sci Rep 2020;10(1):1-10.

62. Bode L, Vraga EK. In related news, that was wrong: The correction of misinformation through related stories functionality in social media. J Commun 2015;65(4):619-38.

63. Ersöz B, Kahraman ÜG. Bilişim çağında bilginin değişen yüzü: İnfobezite üzerine kavramsal bir inceleme. MAKÜ-Uyg Bil Derg 2020;4(2):431-44.

64. SASAM Enstitüsü. Hayatı Tehdit Eden Bir Sorun: Bilgi Kirliliği. Sağlık-Sen Genel Merkezi; Ankara: 2015.

65. Cohen R, Blaszczynski A. Comparative effects of Facebook and conventional media on body image dissatisfaction. J Eat Disord 2015;*3*(1):1-11.

66. Saiphoo AN, Vahedi Z. A meta-analytic review of the relationship between social media use and body image disturbance. Comput Human Behav 2019;101:259-75.

67. Halkman, AK. Gıda konusunda yanlış yönlendirmeler. Gazi Üniversitesi Öğretim Üyeleri Derneği Akademik Bülten 2015;16-20.

68. Ersoy G. Beslenme ve diyetetik alanındaki bilgi kirliliği. SD (Sağlık Düşüncesi ve Tıp Kültürü) Dergisi. 2020;53:28-31.

69. Sağlam K, Gümüş T. Yazılı, görsel ve sosyal medyada gıda ile ilgili bilgi kirliliğinin halkın gıda tercihi üzerine etkileri. Gıda 2019;44(1):153-62.

70. Vassallo AJ, Kelly B, Zhang L, Wang Z, Young S, Freeman B. Junk food marketing on instagram: content analysis. JPH 2018;4(2):e54.

71. Koza M. Moda diyetlere gerçekçi bakış. Göller Bölgesi Aylık Hakemli Ekonomi ve Kültür Dergisi Ayrıntı. 2016;4(42):25-29.

72. Lee I, Cooney L, Saini S, Smith ME, Allison KC Dokras A. 2016. Increased risk of eating disorders in women with polycystic ovary syndrome. Fertil Steril 2016;106(3):e260-1.

73. Heinemann J, Barry C. Differential diagnoses between primary eating disorders and disordered eating secondary to a primary gastrointestinal disorder. In Gastrointestinal and Liver Disorders in Women's Health 2019:3-17.

74. Lynn T, Rosati P, Leoni Santos G, Endo PT. Sorting the healthy diet signal from the social media expert noise: preliminary evidence from the healthy diet discourse on twitter. *Int. J. Environ. Res. Public Health* 2020;*17*:8557-85.

75. Önal S, Özer BK, Sağır M, Sağır S, Özdemir A, Acar S, et. al. Üniversite öğrencilerinde beden algısı ve beden kitle endisi arasındaki ilişkinin incelenmesi. DTCF Dergisi 2019;59(1):543-58.

76. Sönmez EE, Özgen Ö. Medya kullanımı ve beden imajı: Türkiye ve İngiltere örneği. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi 2017;(27):78-95.

77. Alleva JM, Sheeran P, Webb TL, Martijn C, Miles E. A meta-analytic review of stand-alone interventions to improve body image. PLoS One 2015;10(9):e0139177.

78. Tiwari GK, Kumar, S. Psychology and body image: A review. Shodh Prerak, 2015;5(1):1-9.

79. Fardouly J, Vartanian LR. Negative comparisons about one's appearance mediate the relationship between Facebook usage and body image concerns. Body Image 2015;12:82-8.

80. Brown Z, Tiggemann M. Attractive celebrity and peer images on Instagram: Effect on women's mood and body image. Body image 2016;19:37-43.

81. Tiggemann M, Anderberg I. Muscles and bare chests on Instagram: The effect of Influencers' fashion and fitspiration images on men's body image. Body image 2020;35:237-44.

82. Yee ZW, Griffiths S, Fuller-Tyszkiewicz M, Blake K, Richardson B, Krug, I. The differential impact of viewing fitspiration and thinspiration images on men's body image concerns: An experimental ecological momentary assessment study. Body Image 2020;35:96-107.

83. McDermott E, Mullen G, Moloney J, Keegan D, Byrne K, Doherty GA, et. al. Body image dissatisfaction: clinical features, and psychosocial disability in inflammatory bowel disease. Inflamm Bowel Dis 2015;21(2), 353-60.

84. Cohen R, Newton-John T, Slater A. The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women. Body image 2017;23:183-7.

85. Doğan H, Akçalı G. Üniversite Öğrencilerinin Yaşadıkları Sosyo-Ekonomik Sorunlar Üzerine Bir İnceleme. Üniversite Araştırmaları Dergisi 2021; 4(3):309-16.

86. Mendi B, Oğuz G. Üniversite öğrencilerinin iletişim becerilerinin sosyal medyayı kullanım özellikleri bağlamında incelenmesi: Bir vakıf üniversitesindeki sağlık bilimleri öğrencileri üzerinde değerlendirme. e-Gifder 2018;6(1):666-90.

87. Ilakkuvan V, Johnson A, Villanti AC, Evans WD, Turner M. Patterns of social media use and their relationship to health risks among young adults. J Adolesc Health 2019;64(2):158-64.

88. Wojdan W, Wdowiak K, Witas A, Drogoń J, Brakowiecki W. The impact of social media on the lifestyle of young people. Pol J Public Health 2021;130(1):8-13.

89. Marks RJ, De Foe A, Collett J. The pursuit of wellness: Social media, body image and eating disorders. Child Youth Serv Rev 2020;119:105659.

90. Lofrano-Prado MC, Prado WL, Barros MVG, de Souza SL. Eating disorders and body image dissatisfaction among college students. ConScientiae Saúde 2015;14(3):355-62.

91. Rounsefell K, Gibson S, McLean S, Blair M, Molenaar A, Brennan L, et. al. Social media, body image and food choices in healthy young adults: A mixed methods systematic review. Nutr Diet 2020;77(1), 19-40.

92. Kvardova, N, Machácková H, Šmahel D. The direct and indirect effects of online social support, neuroticism, and web content internalization on the drive for thinness among women visiting health-oriented websites. Int J Environ Res Public Health 2020*;17*:1-14.

93. Mechielsen J, Mussap AJ. Exposure to thin-ideal, fitspirational, and plus-size Instagram images influences body image and body-change cognitions in women and men. *First Monday* 2022;*27*:1-15.

94. McHaffie SJ, Langan-Evans C, Morehen JC, Strauss JA, Areta JL, Rosimus C et al. Carbohydrate fear, skinfold targets and body image issues: a qualitative analysis of player and stakeholder perceptions of the nutrition culture within elite female soccer. Sci Med Footb 2022;6(5):675-85.

95. Santo André HC, Pinto AJ, Mazzolani BC, Smaira FI, Ulian MD, Gualano B et al. "Can a ballerina eat icream?": A mixed-method study on eating attitudes and body image in female ballet dancers. Front Nutr 2022;8:665654.

96. Park, S. Comparison of body composition between fashion models and women in general. J Exerc Nutrition Biochem 2017;21:22-6.

97. Vidianinggar, MA, Mahmudiono T, Atmaka DR. Fad diets, body image, nutritional status, and nutritional adequacy of female models in Malang city. J Nutr and Metab 2021;2021:1-5.

98. Keel PK, Forney KJ, Brown TA, Heatherton TF. Influence of colloge peers on disordered eating in women and men at 10-year follow up. J Abnorm Psychol 2013;122:105-10.

99. Oğuz Akay, Ş. Sosyal Medya Paylaşımlarının Kişisel Beslenme Alışkanlıklarına Ve Beden Algısı Üzerine Etkisinin Değerlendirilmesi (tez). İstanbul: İstanbul Bilim Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü; 2019.

100. Boyraz, NS. Lise Öğrencilerinde Yeme Farkındalığı İle Olumsuz Beden Konuşmaları Ve Sağlık Algısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi Ve Etkileyen Faktörler (tez). Malatya: İnönü Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü; 2020.

101. Kekulluoglu M. Determining The Influence Of Using Socıal Media On Eating Attitudes Among University Students (tez). Istanbul: Yeditepe University Institute Of Health Sciences; 2020.

102. World Health Organization. A Healthy Lifestyle –WHO Recommandations. (https://www.who.int/europe/news-room/fact-sheets/item/a-healthy-lifestyle---who-recommendations). Erişim tarihi: 02.07.2023

103. T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. İllerin Ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması Sege-2017; Ankara: 2019. Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü Yayını.

104. Andreassen CS, TorbjØrn T, Brunborg GS, Pallesen S. Development of a Facebook addiction scale. Psychol Rep. 2012;110(2):501-17.

105. Demirci İ. Bergen sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin Türkçeye uyarlanması, depresyon ve anksiyete belirtileriyle ilişkisinin değerlendirilmesi. Anadolu Psikiyatri Derg 2019;20(Ek sayı.1):15-22.

106. Andreassen CS, Pallesen S, Griffiths MD. The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. Addict Behav 2017;64:287-93.

107. Engeln-Maddox R, Salk RH, Miller SA. Assessing women's negative commentary on their own bodies A psychometric investigation of the negative body talk scale. Psychol Women Q 2012;36(2):162-78.

108. Bayköse, N, Yazıcı A. Olumsuz Beden Konuşmaları Ölçeği'nin adolesan kız sporcular için geçerlik ve güvenirliği. MJSS 2019;2(2):102-18.

109. Öztürk MF, Talas M. Sosyal medya ve eğitim etkileşimi. ZfWT/Journal of World of Turks 2015;7(1):101-20.

110. Gordon CS, Rodgers RF, Slater AE, McLean SA, Jarman HK, Paxton SJ. A cluster randomized controlled trial of the SoMe social media literacy body image and wellbeing program for adolescent boys and girls: Study protocol. Body Image 2020;33:27-37.

111. Vandenbosch L, Fardouly J, Tiggemann M. Social media and body image: Recent trends and future directions. Curr Opin Psychol 2022;45:101289.

112. Öcalan D, Ceylantekin Y, Kunduracılar Z, Doğan T. Üniversite öğrencilerinde beden kitle indeksi, tükenmişlik düzeyi ve iyilik hâli arasındaki ilişkinin incelenmesi. Türk Diyab Obez 2020;3:270-8.

113. Özakar Akça S, Selen F. Üniversite öğrencilerinin öğün atlamaları ve günlük fiziksel aktivitelerinin beden kütle indeksi (BKİ) üzerine etkisi. TAF Prev Med Bull 2015;14(5):394-400.

114. Bilgin NÇ, Bedriye AK, Cerit B, Ertem M, Tunç GÇ. Üniversite öğrencilerinin sağlıklı yaşam biçimi davranışlarının belirlenmesi. SAK 2019;4(3):188-210.

115. Işık Ö, Yıldırım İ, Yıldırım Y, Karagöz, Ş, Ersöz Y, Doğan İ. Üniversite öğrencilerinde farklı ölçüm yöntemlerine göre obezite prevalansı. İÜBESBD 2017;4(2):20-33.

116. Akyol P, İmamoğlu O. Üniversite öğrencilerinde cinsiyete göre beslenme alışkanlıkları. Spormetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi 2019;17(3):67-77.

117. Bal E, Bicen H. The purpose of students' social media use and determining their perspectives on education. Procedia Comput Sci 2017;120:177-81.

118. Küçükali, A. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı: Atatürk Üniversitesi örneği. Bartın Üniversitesi İİ BF Dergisi 2016;7(13):531-46.

119. Şahin A, Kaynakçı C, Aytop Y. Ziraat fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının belirlenmesi. Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi 2016;13(2):34-45.

120. Talaue GM, AlSaad A, AlRushaidan N, AlHugail A, AlFahhad S. The impact of social media on academic performance of selected college students. IJAIT 2018;8(4/5):27-35.

121. Do Nascimento IJB, Pizarro AB, Almeida JM, Azzopardi-Muscat N, Gonçalves MA, Björklund M, Novillo-Ortiz D. Infodemics and health misinformation: a systematic review of reviews. Bull World Health Organ 2022;100(9):544.

122. Viviani M, Pasi G. Credibility in social media: opinions, news, and health information—a survey. WIREs Data Mining Knowl Discov 2017;7(5) e1209:1-25.

123. Onursoy S. Üniversite gençliğinin dijital okuryazarlık düzeyleri: Anadolu üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi 2018;6(2):989-1013.

124. Balcı Ş, Karaman SY. Sosyal medya kullanım motivasyonlarının yalan haber paylaşımı üzerindeki etkileri: Konya'daki üniversite gençliği araştırması. *Erciyes İletişim Dergisi* 2023;10(2):749-75.

125. Dadiotis A, Bacopoulou F, Kokka I, Vlachakis D, Chrousos GP, Darviri C, Roussos P. Validation of the Greek version of the Bergen social media addiction scale in undergraduate students. EMBnet J 2021;26:e975.

126. Shin NY. Psychometric properties of the Bergen social media addiction scale in Korean Young adults. Psychiatry Investig 2022;*19*(5):356.

127. Yaman Z, Boğahan M, Türkleş S, Elif AK, Ekti H, Özalp D. Hemşirelik öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile bilinçli farkındalık ve öz şefkat düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi. YOBÜ Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi 2022;3(2):219-29.

128. Öztürk ZN. Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının Yeme Tutumu Ve Davranışı Üzerine Etkisi (tez). İstanbul: İstanbul Sağlık Ve Teknoloji Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü; 2023.

129. Bozoğlan B. Sağlık Bilimleri Üniversitesi Gülhane Hemşirelik Fakültesi Öğrencilerinde Ortoreksiya Nervoza Sıklığının Ve İlişkili Faktörlerin Belirlenmesi (tez). Ankara: Sağlık Bilimleri Üniversitesi Gülhane Sağlık Bilimleri Enstitüsü; 2023.

130. Demir Y, Kumcağız H. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının farklı değişkenler açısından incelenmesi. Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal 2019;9(52):23-42.

131. Koç A, Gökler ME, Bilgehan T. Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ve takıntılı özçekim davranışının sosyal medya kullanım sıklığı bakımından karşılaştırılması. Yeni Symposium 2019;57(4):15-20.

132. Ergen RM, Akacan B. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile duygusal zeka düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi 2021;52:582-99.

133. Collates KD. Social media addiction and its relationship with self-esteem in university students. CTMC 2023;2(1):25-31.

134. Sebastian RM, Serier KN, Pacheco CR, VanderJagt H, Mullins CR, Jackson TA et al. Examining the individual and relational impacts of varying responses to negative body talk within college women's female friendships. Body Image 2023;45:192-200.

135. Kahraman S, Nusel H. Duygusal yemenin yordayıcısı olarak yalnızlık ve olumsuz beden konuşmalarının incelenmesi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2023;22(46):207-28.

136. Meier EP, Gray J. Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. Cyberpsychol Behav Soc Netw 2014;17(4):199-206.

137. Monks H, Costello L, Dare J, Reid Boyd E. "We're continually comparing ourselves to something": Navigating body image, media, and social media ideals at the nexus of appearance, health, and wellness. Sex Roles 2021;84(3):221-37.

138. Baker N, Ferszt G, Breines, JG. A qualitative study exploring female college students' Instagram use and body image. Cyberpsychol Behav Soc Netw 2019;22(4):277-82.

139. Harranoğlu S. Dijital toplumda medyayı yeniden anlamak: Bağımlılık yapan Instagram üzerine odak grup çalışması. İletişim Bilimi Araştırmaları Dergisi 2022;2(1):36-44.

140. Pekpazar A, Aydın GK, Aydın U, Beyhan H, Arı E. Role of instagram addiction on academic performance among Turkish university students: mediating effect of procrastination. CAEO 2021;2(100049)1-10.

141. McGovern O, Collins R, Dunne S. The associations between photo-editing and body concerns among females: A systematic review. Body Image 2022;43:504-17.

142. Malfasari, E, Aprilyanti H, Devita Y, Herniyanti R, Driposwana Putra I. Use of photo edit application with students' body image. Jurnal Ipteks Terapan 2020;14(4):362–6.

143. Pham HC, Nguyen L, Vu TA, Tran P. Body image esteem and photo manipulation among social media users. Acta Informatica Pragensia, 2022;11(1):62-79.

144. Ellis CH, Moore JB, Ho P, Evans CE. Development and validation of a quality assessment tool to assess online nutrition information. Digital Health. 2023;9:20552076231187249.

145. Al-Bisher MM, Al-Otaibi HH. Eating concerns associated with nutritional information obtained from social media among saudi young females: a cross-sectional study. Int J Environ Res Public Health 2022;19(24):16380.

146. Kabata P, Winniczuk-Kabata D, Kabata PM, Jaśkiewicz J, Polom K. Can social media profiles be a reliable source of information on nutrition and dietetics? *Healthcare* 2022;*10*(397):1-8.

147. Law R, Jevons EF. Exploring the perceived influence of social media use on disordered eating in nutrition and dietetics students. J Hum Nutr Diet 2023;36(5):2050-9.

148. Yurtdaş-Depboylu G, Kaner G, Özçakal S. The association between social media addiction and orthorexia nervosa, eating attitudes, and body image among adolescents. Eat Weight Disord-Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity 2022;27(8): 3725-35.

149. Yıldız M, Kuyumcu A. The relationship between nutrition and exercise behaviour with social media addiction in adolescent females. İnönü Üniversitesi Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu Dergisi, 2022;10(1):151-62.

150. Özgür M, Uçar A. Üniversitede eğitim gören kız öğrencilerde sosyal medya bağımlılığı ve beden algısı ile beslenme bilgi düzeylerinin karşılaştırılması. ASBD 2020;9(2):46-54.

151. Koçak M, Traş Z. Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ile sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu ve yaşamın anlamı arasındaki yordayıcı ilişkiler. Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi 2021;10(3):1618-31.

152. Alnjadat R, Hmaidi MM, Samha TE, Kilani MM, Hasswan AM. (2019). Gender variations in social media usage and academic performance among the students of University of Sharjah. Journal of Taibah University Medical Sciences, 2019;14(4):390-4.

153. Denniss E, Lindberg R, McNaughton SA. Nutrition-related information on Instagram: A content analysis of posts by popular Australian accounts. Nutrients, 2023;15(10), 2332.

154. Kara R, Ceylan B. Beslenme ile İlgili Çelişkili Bilgi Kaynaklı Kafa Karışıklığının Bireylerin Sağlıklı Beslenme Tutum ve Davranışları Üzerine Etkisi. Akademik Et ve Süt Kurumu Dergisi 2022;(3):26-32.

155. Kıngır S, Kardeş N. Medyanın sağlıklı beslenme davranışı üzerindeki etkisi. SAKTAD 2019;2(2):163-76.

156. Lin L, Flynn M, Roberge A. Hearing vs. engaging in negative body talk: An examination of adult men. Eat Disord: The Journal of Treatment & Prevention 2019;27(6):538-49.

157. Mills J, Mata A, Ling M, Trawley S. The impact of different responses to negative body talk on body satisfaction, shame, and future negative body talk likelihood: A UK sample. Body Image 2021;38:325-33.

158. Lin L, Flynn M, O'Dell D. Measuring positive and negative body talk in men and women: The development and validation of the Body Talk Scale. Body Image 2021;37:106-16.

159. Wang K, Liang R, Ma ZL, Chen J, Cheung EF, Roalf DR, et. al. Body image attitude among Chinese college students. Psych J 2018;7(1):31-40.

160. Engeln R, Sladek MR, Waldron H. Body talk among college men: Content, correlates, and effects. Body Image 2013;10(3):300-8.

161. Aparicio-Martinez P, Perea-Moreno AJ, Martinez-Jimenez MP, Redel-Macías MD, Pagliari C, Vaquero-Abellan M. Social media, thin-ideal, body dissatisfaction and disordered eating attitudes: An exploratory analysis. Int J Environ Res Public Health 2019;16(21):4177.

162. Sabancı İG, Erensoy H, Luş MG. The relations between social media addiction and negative body perception in Turkish university students. Int J Acad Med Pharm 2021;3(3):239-44.

163. Tarhan, F. Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı, beden algısı, vücut kompozisyonu ve yeme bozuklukları arasındaki ilişkinin incelenmesi. Karya J Health Sci 2023; 4(2):139-45.

164. Aslan HR, Tolan ÖÇ. Social appearance anxiety, automatic thoughts, psychological well-being and social media addiction in university students. *Int Educ Stud* 2022;15(1):47-62.

165. Özdemir Z. Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. Beykoz Akademi Dergisi 2019;7(2):91-105.

166. Cam E, Isbulan O. A new addiction for teacher candidates: social networks. TOJET 2012;11(3):14-9.

167. Ozenoglu A, Unal G, Ercan A, Kumcagiz H, Alakus K. Are nutrition and dietetics students more prone to eating disorders related attitudes and comorbid depression and anxiety than non-dietetics students?. Food Nutr Sci, 2015;6(14):1258.

168. Korinth A, Schiess S, Westenhoefer J. Eating behaviour and eating disorders in students of nutrition sciences. Public Health Nutr 2010;13(1):32-7.

169. Wardle J, Haase AM, Steptoe A. Body image and weight control in young adults: international comparisons in university students from 22 countries. Int J Obes 2006;30(4):644-51.

170. Dumas AA, Desroches S. Women's use of social media: What is the evidence about their impact on weight management and body image?. Curr Obes Rep 2019;8:18–32.

171. Stephen ID, Perera ATM. Judging the difference between attractiveness and health: does exposure to model images influence the judgments made by men and women? PloS one 2014;9(1):e86302.

172. Ata A, Vural A, Keskin F. Beden algısı ve obezite. Ankara Medical Journal 2014;14(3):74-84.

173. Uzun R, Balcı E, Günay O, Özdil K, Öztürk GK. Hemşirelik öğrencilerinde yeme tutumları, beden algısı, benlik saygısı ve ilişkili etmenler. Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi, 2018;7(2):48-63.

174. Sipahi S, Demirel B. Sosyal medyadaki beslenme ile ilgili paylaşımların yetişkin bireylerin yeme tutum ve davranışlarına etkisi. Bes Diy Derg 2021;49(1):57-66.

175. Saud DFA, Alhaddab SA, Alhajri SM, Alharbi NS, Aljohar SA, Mortada EM. The association between body image, body mass index and social media addiction among female students at a Saudi Arabia public university. MJMHS 2019;15(1).16-22.

176. Jiotsa B, Naccache B, Duval M, Rocher B, Grall-Bronnec M. Social media use and body image disorders: association between frequency of comparing one's own physical appearance to that of people being followed on social media and body dissatisfaction and drive for thinness. Int J Environ Res Public Health 2021;18(6), 2880.

177. Hamurcu P. yeme davranışı, yeme bozukluğu ve ortoreksiya nervoza yordayıcıları olarak sosyal medya bağımlılığı ve kullanım amaçları: Genç yetişkinler üzerine bir çalışma. Bağımlılık Dergisi, 2023;24(2):133-45.

178. Karaköse T, Baykara B. Kilo konuşmalarının psikolojik faktörler üzerindeki etkisi: Pilot çalışma. Türk Aile Hek Derg 2017;21(1):26-33.

179. Karlı K, Demirel Y. Üniversite öğrencilerinde beden algısına göre porsiyon tahminlerinin değerlendirilmesi. IAAOJ 2019;5(2):86-104.

180. Al-Menayes JJ. Dimensions of social media addiction among university students in Kuwait. Psychol Behav Sci 2015;4(1):23-8.

181. Tutgun Ünal, A. Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma (tez). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2015.

182. Çiftçi H. Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi 2018;7(4):417-34.

183. Dikmen, M. COVID-19 pandemisinde üniversite öğrencilerinin depresyon düzeylerinin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki rolünün incelenmesi: bir yapısal eşitlik modeli. Bağımlılık Dergisi 2021;22(1):20-30.

184. Cohen R, Newton-John T, Slater A. The case for body positivity on social media: Perspectives on current advances and future directions. J Health Psychol 2021;26(13):2365-73.

185. Yılmaz D, Ayaz A, Demirel ZB. Kız üniversite öğrencilerinde yeme tutumunun kişisel beden imajı algısı ile ilişkisi. Beslenme ve Diyet Dergisi 2013;41(3):227-33.

186. Alkan ŞB, Solak R, Gürbüz E, Özcan B, Özkan H, Dikici ZZ ve ark. Beslenme ve diyetetik bölümü öğrencilerinde yeme davranış bozukluğu ve beden algısı: Kesitsel bir çalışma. Necmettin Erbakan Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi 2019;2(2):38-44.

187. Pop C. Self-esteem and body image perception in a sample of university students. EU-JER 2016;16(64), 31-44.

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Öğrencilerin bölümlere ve cinsiyete göre demografik özelliklerinin dağılımı……...20
Tablo 2. Öğrencilerin bölümlere ve cinsiyete göre beden kütle indeksi ortalamaları..22
Tablo 3. Öğrencilerin bölümlere göre sosyal medya kullanımı……..…..24
Tablo 4. Öğrencilerin bölümlere göre sosyal medya kullanım süresi, Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Olumsuz Beden Konuşmaları Ölçeği puan ortalamaları……26
Tablo 5. Öğrencilerin bölümlere, cinsiyete ve en sık kullanılan sosyal medya platformuna göre ölçek puan ortalamaları……...…..28
Tablo 6. Öğrencilerin bölümlere, cinsiyete ve sosyal medyada fotoğraf paylaşımlarına göre Olumsuz Beden Konuşmaları Ölçeği puan ortalamaları…….…30
Tablo 7. Öğrencilerin bölümlere, cinsiyete ve beslenme-diyet hesapları tercihlerine göre Olumsuz Beden Konuşmaları Ölçeği puan ortalamaları……32
Tablo 8. Öğrencilerin bölümlere, cinsiyete ve beslenme-diyet hesapları tercihlerine göre Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği puan ortalamaları…….35
Tablo 9. Öğrencilerin bölümleri ve cinsiyetine göre sosyal medyanın beslenme üzerine etkisi…….….38
Tablo 10. Öğrencilerin bölümlere, cinsiyete ve kendi beden algılarına göre Olumsuz Beden Konuşmaları Ölçeği puan ortalamaları……..40
Tablo 11. Öğrencilerin bölümlere, cinsiyete ve kendi beden algılarına göre Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği puan ortalamaları……..……..43
Tablo 12. Öğrencilerin bölümlere ve cinsiyete göre Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Olumsuz Beden Konuşmaları Ölçeği puan ortalamaları……..……....46

Tablo 13. Öğrencilerin bölümlere ve cinsiyete göre; beden kütle indeksi sınıfları ile kendi beden algılarına göre beden kütle indeksi sınıflarının dağılımı…49
Tablo 14. Öğrencilerin bölümlere ve cinsiyete göre; beden kütle indeksi sınıfları ile kendi beden algılarına göre beden kütle indeksi sınıflarının ortalamaları.51
Tablo 15. Öğrencilerin bölümlere ve cinsiyete göre; beden kütle indeksi sınıfları ile kendi beden algılarına dayalı beden kütle indeksi sınıflarının Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği puan ortalamasına etkisi …….....…53
Tablo 16. Öğrencilerin bölümlere ve cinsiyete göre; beden kütle indeksi sınıfları ile kendi beden algılarına dayalı beden kütle indeksi sınıflarının Olumsuz Beden Konuşmaları Ölçeği puan ortalamasına etkisi……...…….……..55
Tablo 17. Sosyal medyada geçirilen süre ile Bergen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Olumsuz Beden Konuşmaları Ölçeği puan ortalamaları arasındaki korelasyon…….....56
Tablo 18. Sosyal medyada geçirilen sürenin; idealize edilen beden kütle indeksi ve vücutta değiştirilmek istenen bölüm sayısı ile korelasyonu……..56

ÖZGEÇMİŞ

Bezmialem Vakıf Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Beslenme ve Diyetetik Bölümü'nden 2019 yılında, yüksek derece ile mezun oldum. 2020 yılında Trakya Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beslenme ve Diyetetik Anabilim Dalı'nda yüksek lisans eğitimime başladım. 2021 yılı itibariyle meslek hayatıma bir tıp merkezinde başlamış bulundum. 2022 yılından beri, özel bir beslenme ve psikolojik danışmanlık merkezinde diyetisyen olarak hizmet vermeye devam etmekteyim.

EKLER

Ek -1 Etik Kurul Onayı

TRAKYA ÜNİVERSİTESİ TIP FAKÜLTESİ DEKANLIĞI
GİRİŞİMSEL OLMAYAN BİLİMSEL ARAŞTIRMALAR ETİK KURULU Edirne, Türkiye

ARAŞTIRMA BAŞVURUSU ONAYIBAŞVURU BİLGİLERİ	PROTOKOL KODU	TÜTF-GOBAEK 2022/111	
	PROTOKOL ADI	Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının Beden Algısı Üzerine Etkisinin Saptanması	
	SORUMLU ARAŞTIRICI ÜNVANI / ADI	Prof. Dr. Aydan ERCAN	
	ARAŞTIRMA MERKEZİ		
	DESTEKLEYİCİ		
	ARAŞTIRMAYA KATILAN MERKEZLER	Tek Merkez Ulusal	Çok Merkez Uluslararası
KARAR BİLGİLERİ	**Karar No:11/18**		**Tarih:09.05.2022**
	Üniversitemiz Sağlık Bilimleri Fakültesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Aydan ERCAN'ın sorumluluğunda yapılması planlanan ve yukarıda başvuru bilgileri verilen Yüksek Lisans Öğrencisi Busenur ALTIKULAÇ'ın tez çalışmasının araştırma başvuru dosyası ve ilgili belgeler araştırmanın gerekçe, amaç, yaklaşım ve yöntemleri dikkate alınarak incelenmiş; araştırmaya ilişkin giderlerin gönüllüye ve/veya bağlı bulunduğu sosyal güvenlik kurumuna ödetilmediği koşullarda ve veri toplanacak yerlerden gerekli izinler alındıktan sonra gerçekleştirilmesinde etik bilimsel standartlar açısından sakınca bulunmadığına mevcudun oy birliği ile karar verilmiştir.	
ETİK KURUL BİLGİLERİ			
ÇALIŞMA ESASI	Helsinki Bildirgesi, İyi Klinik Uygulamalar Kılavuzu, TÜTF-GOBAEK Yönergesi		

ÜYELER

Ünvan/Ad/ Soyadı	Uzmanlık Dalı	Kurumu	Cinsiyeti	İlişki(*)	Katılım (**)
Dr. Öğr. Üyesi Fatma Gülsüm ÖNAL Başkan	Tıp Tarihi ve Etik	T.Ü.T.F. Tıp Tarihi ve Etik A.D.	K	E H	E H
Prof. Dr. Hakan GÜRKAN Başkan Yardımcısı	Tıbbi Genetik	T.Ü.T.F. Tıbbi Genetik A.D.	E	E H	E H
Doç. Dr. Selçuk KORKMAZ Üye	Biyoistatistik	T.Ü.T.F. BiyoistatistikA.D.	E	E H	E H
Prof. Dr. Mehmet Erdal VARDAR Üye	Ruh Sağlığı ve Hastalıkları	T.Ü.T.F. Ruh Sağlığı ve Hastalıkları A.D.	E	E H	E H
Prof. Dr. Hasan ÜMİT Üye	İç Hastalıkları	T.Ü.T.F. İç Hastalıkları A.D.	E	E H	E H
Prof. Dr. Sernaz TOPALOĞLU Üye	İç Hastalıkları	T.Ü.T.F. İç Hastalıkları A.D.	K	E H	E H
Doç. Dr. Sezgi SARIKAYA SOLAK Üye	Deri ve Zührevi Hastalıklar	T.Ü.T.F. Deri ve Zührevi Hastalıklar A.D.	K	E H	E H
Doç. Dr. Oktay KAYA Üye	Fizyoloji	T.Ü.T.F. Fizyoloji A.D.	E	E H	E H
Prof. Dr. Galip EKUKLU Üye	Halk Sağlığı	T.Ü.T.F. Halk Sağlığı A.D.	E	E H	E H
Prof. Dr. Filiz TÜTÜNCÜLER KÖKENLİ Üye	Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları	T.Ü.T.F Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları A.D	K	E H	E H
Öğr. Gör. Dr. Sinan ATEŞ Üye	Kadın Hastalıkları ve Doğum	T.Ü.T.F. Kadın Hastalıkları ve Doğum A.D.	E	E H	E H
Prof. Dr. Sevtap HEKİMOĞLU ŞAHİN Üye	Anestezi ve Reanimasyon	T.Ü.T.F. Anestezi ve Reanimasyon A.D.	K	E H	E H
Doç. Dr. Doğan ALBAYRAK Üye	Genel Cerrahi	T.Ü.T.F. Genel Cerrahi A.D.	E	E H	E H
Doç. Dr. Burhan Can ÇANAKÇI Üye	Endotonti	T.Ü. Diş Hekimliği Fakültesi	E	E H	E H
Doç. Dr. Hilal KEKLİCEK Üye	Protez-Ortez ve Biyomekani	T.Ü. Sağlık Bilimleri Fakültesi	K	E H	E H
Avukat Emine NURLU Üye		T.Ü. Rektörlüğü	K	E H	E H
Emekli Öğretmen Sinan SEÇKİN Üye	Emekli Öğretmen	Serbest Üye	E	E H	E H

*Araştırma ile ilişki
**Toplantıda Bulunma

Ek-2 Kurum İzinleri

Evrak Tarih Sayısı: 29.09.2022-325088

T.C.
TRAKYA ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Eğitim Fakültesi Dekanlığı

Sayı : E-14108762-044-326288 27.09.2022
Konu : Anketler

SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi : 23.09.2022 tarihli ve 044-E.323794 sayılı yazı

Üniversitemiz Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beslenme ve Diyetetik Anabilim Dalı yüksek lisans programı öğrencisi Busenur ALTIKULAÇ'a "Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının Beden Algısı Üzerine Etkisinin Saptanması" konulu tez çalışmasını, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık programında yapabilmesi Yönündeki talebi Bölüm Başkanlığımızca uygun görülmüştür.
Gereğini bilgilerinize rica ederim.

Prof. Dr. Sevinç SAKARYA MADEN
Dekan V.

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Evrak Tarih ve Sayısı: 30.11.2022-363881

T.C.
TRAKYA ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Sağlık Bilimleri Fakültesi Dekanlığı
Öğrenci İşleri Birimi

Sayı : E-98472040-044-363881
Konu : Anketler

30.11.2022

SAĞLIK BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi : 23.09.2022 tarihli ve 044-E.323788 sayılı yazı

Enstitünüz Beslenme ve Diyetetik Anabilim Dalı yüksek lisans programı öğrencisi Busenur ALTIKULAÇ'ın "Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının Beden Algısı Üzerine Etkisinin Saptanması" konulu tez çalışmasını Fakültemiz Beslenme ve Diyetetik Bölümünde gerçekleştirmesi Dekanlığımızca uygun görülmüştür.

Gereğini bilgilerinize rica ederim.

Prof. Dr. Sedat ÜSTÜNDAĞ
Dekan V.

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Ek-3 Bilgilendirilmiş Gönüllü Olur Formu

Sayın katılımcı,

Siz aşağıdaki bilgileri verilen bir araştırma projesine davet edilmektesiniz.

Bu araştırmanın yürütülmesi, Trakya Üniversitesi Tıp Fakültesi Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu'nun 09.05.2022 tarih ve 11/18 sayılı kararı ile onaylanmıştır.

Araştırmaya katılmaya karar vermeden önce araştırmanın neden ve nasıl yapılacağını anlamanız çok önemlidir.

Araştırmaya katılım tamamen gönüllülük ilkesine bağlı olup katılmayı reddetmeniz herhangi bir cezaya ya da elde edilecek herhangi bir yararın kaybedilmesine kesinlikle yol açmayacaktır.

Aynı şekilde araştırmaya katılmayı kabul ettikten sonra da araştırmanın herhangi bir yerinde hiçbir neden göstermeksizin herhangi bir zarar ya da elde edilmesi beklenen bir yarar kaybına yol açmadan araştırmadan çekilebilirsiniz.

Araştırma kapsamında yapılan işlemlerin mali giderleri Busenur ALTIKULAÇ tarafından karşılanacak olup size ya da sosyal güvenlik kurumunuza hiçbir mali yük getirmeyecektir.

Aşağıdaki bilgileri dikkatlice okuyun ve araştırmaya katılmak isteyip istemediğinize karar vermek için lütfen biraz düşünün.

- **Araştırmanın bilimsel adı:**

Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının Beden Algısı Üzerine Etkisinin Saptanması

- **Araştırmanın anlaşılabilir basit adı:**

Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının Beden Algısı Üzerine Etkisinin Saptanması

- **Sorumlu Araştırmacının adı ve görev yeri:**

Prof. Dr. Aydan ERCAN – Trakya Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Beslenme ve Diyetetik Bölümü

- **Araştırmanın amacı:**

Sosyal medya aracılığı ile yapılan görünüş karşılaştırmaları, beden algısını olumsuz etkileyerek beden memnuniyetsizliğine, sağlıksız diyet ve egzersiz davranışlarına yol açabilmektedir. Özellikle sosyal medya ile en çok vakit geçiren genç yetişkinler, risk grubu olmaktadır. Bu çalışma ile üniversite öğrencilerinin, sosyal medya kullanımlarının beden algılarına olan etkilerinin incelenmesi amaçlanmaktadır.

- **Araştırmanın niteliği (klinik, laboratuvar, epidemiyolojik, tez çalışması vb.):**

Yüksek lisans tez çalışması

- **Araştırmanın başlama tarihi ve öngörülen süresi:**

Başlama tarihi: 20/09/2023 ve öngörülen süre 3 ay

- **Araştırmaya katılması beklenen gönüllü sayısı:**

Trakya Üniversitesi Beslenme ve Diyetetik Bölümü ile Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bölümü öğrencilerinin tümü

- **Araştırma sırasında gönüllüye uygulanacak yöntem, girişim ve tedavilerin tümü:**

Trakya Üniversitesi Beslenme ve Diyetetik Bölümü ile Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bölümü öğrencileri ile yürütülecek olan bu çalışma gönüllülük esasına dayanmaktadır. Çalışmada, yüz yüze anket uygulaması gerçekleştirilecektir. Gönüllülere herhangi bir girişim ve tedavi uygulanmayacaktır.

- **Katılımcının araştırmaya dahil edilme nedeni:**

Trakya Üniversitesi Beslenme ve Diyetetik ile Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık bölümlerinde eğitim görüyor olmak

- **Araştırmadan doğrudan gönüllü için beklenen yarar:**

Doğrudan gönüllü için yarar gözetilmemektedir.

- **Gönüllünün sorumlulukları:**

Gönüllüler sadece anket ve ölçekleri cevaplamak ile yükümlüdür.

- **Gönüllünün (araştırma hamilelerde veya lohusalarda yapılacaksa ise embriyo, fetüs veya süt çocuklarının da) maruz kalabilecekleri riskler veya rahatsızlıklar:**

Gönüllülerin maruz kalabileceği herhangi bir durum bulunmamaktadır.

- **Risklere karşı alınan önlemler:**

Bu çalışma risk içermemektedir.

- **Gönüllünün araştırmaya katılımının sona erdirilmesini gerektirecek durumlar veya nedenler:**

Bu çalışmayı sonlandıracak bir durum veya neden bulunmamaktadır.

- **Araştırma sonunda gönüllülere bilgi verilecek mi?**

Araştırma sonunda gönüllülere bilgi verilmeyecektir.

- **Gönüllülerin araştırma hakkında, kendileri hakkında ya da araştırmayla ilgili herhangi bir beklenmedik olay hakkında daha fazla bilgi edinebilmesi için temasa geçebileceği kişi ve kendisine günün 24 saatinde erişebileceği telefon numarası:**

- **Gönüllülerden elde edilecek olan biyolojik materyallerin hangi amaçlarla kullanılacağı:**

Gönüllülerden biyolojik materyal alınmayacaktır.

Yukarıda açıkça tanımlanan çalışmanın ne amaçla, kimler tarafından ve nasıl gerçekleştirileceği anlayabileceğim bir ifade ile bana anlatıldı.

Bu araştırmadan elde edilen bilgilerin bana ve başka insanlara sağlayacağı yararlar bana anlatıldı.
Araştırma sırasında meydana gelebilecek riskler ve rahatsızlıklar bana anlayabileceğim bir dille anlatıldı.
Araştırma sırasında oluşabilecek zarar durumunda gerçekleştirilecek işlemler bana anlatıldı.
Araştırmanın yürütülmesi sırasında olası yan etkiler, riskler ve zararlar ve haklarım konusunda 24 saat bilgi alabileceğim bir yetkilinin adı ve telefonu bana verildi.
Araştırma kapsamındaki bütün muayene, tetkik ve testler ile tıbbi bakım hizmetleri için benden ya da bağlı bulunduğum sosyal güvenlik kuruluşundan hiçbir ücret istenmeyeceği bana anlatıldı.
Araştırmaya hiçbir baskı ve zorlama altında olmaksızın gönüllü olarak katılıyorum.
Araştırmaya katılmayı reddetme hakkına sahip olduğum bana bildirildi.
Sorumlu araştırmacı / hekime haber vermek kaydıyla, hiçbir gerekçe göstermeksizin istediğim anda bu çalışmadan çekilebileceğimin bilincindeyim.
Bu çalışmaya katılmayı reddetmem ya da sonradan çekilmem halinde hiçbir sorumluluk altına girmediğimi ve bu durumun şimdi ya da gelecekte gereksinim duyduğum tıbbi bakımı hiçbir biçimde etkilemeyeceğini biliyorum.
Çalışmanın yürütücüsü olan araştırmacı / hekim ya da destekleyen kuruluş, çalışma programının gereklerini yerine getirmedeki ihmalim nedeniyle, benim onayımı almadan beni çalışma kapsamından çıkarabileceğini biliyorum.
Trakya Üniversitesi Tıp Fakültesi Girişimsel Olmayan Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu'nun

gerekli gördüğünde, gizliliğimin korunması ilkesine uygun olarak, araştırma konusuyla ilişkili orijinal tıbbi kayıtlarıma doğrudan erişimde bulunabileceğini biliyorum
İlgili yasal düzenlemeler gereğince kimliğimi ortaya çıkaracak kayıtların gizli tutulacağı bana açıklandı.
Yukarıda yer alan ve araştırmadan önce gönüllüye verilmesi gereken bilgileri gösteren Bilgilendirilmiş Gönüllü Olur Formu adlı metni okudum. Aklıma gelen bütün soruları sorma olanağı tanındı ve sorularıma doyurucu cevaplar aldım. Yukarıda konusu belirtilen araştırma ile ilgili yazılı ve sözlü açıklama aşağıda adı belirtilen araştırmacı tarafından yapıldı.
Bu koşullarla, söz konusu araştırmaya hiçbir baskı ve zorlama olmaksızın gönüllü olarak katılmayı kabul ediyorum.

Bilgilendirilmiş Gönüllü Olur Formu'nun tam imzalı bir kopyasını aldım.

- *Gönüllünün; (El yazısı ile)*

Adı- Soyadı:
İmzası:
Adresi (varsa telefon ve/veya faks numarası):
.....
.....
Tarih:

- *Velayet ya da vesayet altında bulunanlar için; (El yazısı ile)*

Veli ya da Vasinin Adı- Soyadı:
İmzası:
Tarih:
Adresi (varsa telefon ve/veya faks numarası):
.....
.....
Tarih:

- *Açıklamaları yapan araştırmacının*

Unvanı, Adı- Soyadı: (El yazısı ile)
Görev yaptığı bölüm:
İmzası:
Tarih:

Ek-4 Çalışma Anketi

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMININ BEDEN ALGISI ÜZERİNE ETKİSİNİN SAPTANMASI

Sevgili Arkadaşım;

Bu anket üniversite öğrencilerinin sosyal medya ile etkileşiminin, beden algısı üzerindeki etkilerini incelemek ve saptamak amacıyla Trakya Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beslenme ve Diyetetik bölümü bitirme tezi çerçevesinde planlanmıştır.

Sizden beklenen tüm soruları samimiyetle cevaplamanızdır. Çalışmamıza katılım, gönüllülük esasına dayanmaktadır. Katılımınız için teşekkür ederim…

Dyt. Busenur Altıkulaç

1- Doğum tarihi (gün/ay/yıl):…….

2- Cinsiyet: □ K □ E

3- Fakülte: □ Trakya Üniversitesi-SBF □ Trakya Üniversite-Eğitim fakültesi

4- Bölüm: □ Beslenme ve Diyetetik □ Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık

5- Sınıf:

A) 1. Sınıf B) 2. Sınıf C) 3. Sınıf D) 4. Sınıf

6- Yaşadığınız yer (şehir):

7- Şu an yaşadığınız (barınma) ortamı seçiniz:

A) Devlet yurdu B) Özel yurt C) Ev arkadaşları ile D) Aile evi E) Yalnız

Diğer:……

8- Ebeveyn eğitim durumunu: + ile işaretleyiniz.

Ebeveyn	Okur - Yazar	İlkokul	İlköğretim / Ortaokul	Lise	Önlisans	Lisans	Lisansüstü
Anne							
Baba							

9- Vücut Ağırlığı (kg):……..

10- Boy Uzunluğu (m):……...

11- Sosyal medya kullanıyor musunuz? □ Evet □ Hayır

(Cevabınız EVET ise aşağıdaki soruları cevaplayınız).

12- Gün içinde sosyal medyaya yaklaşık kaç saatinizi ayırırsınız?.....saat

13- En çok kullandığınız sosyal medya hesabı hangisidir (Instagram, twitter, facebook…)?

…….

14- Sosyal medyayı hangi amaçlarla kullanırsınız? Birden çok seçenek işaretleyebilirsiniz.

Fotoğraf/video paylaşma	Bilgi alışverişi	Arkadaş edinme	Arkadaşlarını takip etme	Ünlüleri takip etme
Hobi edinme	Fikir alışverişi	Gündemi takip etme	Yakın çevre ile iletişim kurma	Zaman geçirme, oyalanma

15- Sosyal medyada takip ettiğiniz hesapları en sık neye göre seçersiniz?

A- Meslek bilgisi B- Kişinin mesleği

C- Fenomen/Popülerlik D- Yapılan paylaşımların içeriği

E- Diğer

16- Sosyal medyada takip ettiğiniz kişilerin dış görünüşü sizin için önemli midir?

□ Evet □ Hayır

17- Sosyal medyadaki paylaşımların bilgi kaynaklarına dikkat eder misiniz?

□ Her zaman □ Sık sık □ Bazen □ Nadiren □ Hiçbir zaman

18- Sosyal medyada paylaştığınız fotoğrafların beğenilmesi sizin için önemli midir?

□ Evet □ Hayır

19- Sosyal medyada kendi fotoğrafınızı paylaşmadan önce fotoğrafı yeniden düzenler misiniz?

□ Her zaman □ Sık sık □ Bazen □ Nadiren □ Hiçbir zaman

20- Sosyal medyada Beslenme veya Diyet ile ilgili hesapları takip eder misiniz?

□ Her zaman □ Sık sık □ Bazen □ Nadiren □ Hiçbir zaman

21- Sosyal medyadaki beslenme ve diyet paylaşımları yapan aşağıdaki seçeneklerden en güvenilir olduğunu düşündüğünüz seçeneği daire içine alınız.

□ Diyetisyenler □ Hekimler □ Yaşam koçları

□ Fenomenler/Ünlüler □ Spor Eğitmenleri □ Deneyimlerini paylaşanlar

22- Beslenme/diyet ile ilgili sosyal medya hesaplarını takip etmenizin esas sebebi nedir?

A- Sağlıklı beslenme ve sağlığı koruma-iyileştirme

B- Vücut ağırlığı kontrolü (kg artışı/kg kaybı)

C- Hastalıklara özel diyetler hakkında bilgi alma

D- Güncel bilgileri takip etme (vitamin-mineral takviyeleri, besinsel destek ürünleri…)

E- Popüler diyetleri veya detoksları uygulama

23- Aşağıdaki sosyal medyada verilen beslenme bilgileri ile ilgili önermelerin sizin için uygun olan seçeneklerini işaretleyiniz.

ÖNERMELER	Katılıyorum	Katılmıyorum	Fikrim yok
Sosyal medya beslenme ve diyet konularında bilgimi arttırır.			
Sosyal medya besin seçimimi etkiler.			
Sosyal medya besin tüketim sıklığımı etkiler.			
Sosyal medya beslenme planlarımda enerji hesaplama gereği hissettirir.			

24- Kendi görünüşünüzü nasıl değerlendirirsiniz?

Çok Zayıf	Zayıf	Normal	Fazla kilolu	Şişman	Çok Şişman

25- İdeal vücut ağırlığınızın (kg) ne olduğunu düşünüyorsunuz?.....

26- Elinizde sihirli bir değnek olsa vücudunuzun hangi bölgesini değiştirmek istersiniz?

Yüz	Kollar	Bacaklar	Gövde	Diğer:

BERGEN SOSYAL MEDYA ÖLÇEĞİ

Son 1 yılınızı düşünerek sosyal medya kullanımınız hakkındaki ölçeği doldurunuz.

	Oldukça sık	**Sıkça**	**Bazen**	**Nadir**	**Çok Nadir**
Sosyal medyayı düşünerek ya da sosyal medya kullanmayı planlayarak çok fazla zaman harcadınız mı?					
Sosyal medyayı giderek daha fazla kullanma arzusu hissettiniz mi?					
Sosyal medyayı kişisel sorunlarınızı unutmak için kullandınız mı?					
Sosyal medya kullanmayı bırakma denemeleriniz başarısızlıkla sonuçlandı mı?					
Sosyal medya kullanmanız yasaklansaydı rahatsız ve sıkıntılı olur muydunuz?					
Sosyal medyayı çok fazla kullanmanız işlerinizi/çalışmalarınızı olumsuz etkiledi mi?					

BEDEN KONUŞMALARI ÖLÇEĞİ

	Asla	**Nadiren**	**Ara sıra**	**Kararsızım**	**Sıklıkla**	**Çoğunlukla**	**Her zaman**
Keşke onun gibi bir bedenim olsaydı.							
Diyete başlamalıyım.							
Kendimi kilolu hissediyorum.							
Kusursuz bir bel ölçüsü var.							
Bu kıyafet beni kilolu gösteriyor.							
Benim bedenim neden onunki gibi görünmüyor.							
Onun mükemmel bir bedeni var.							
Yediklerime dikkat etmeye başlamam gerekiyor.							
O oldukça formda.							
Keşke daha zayıf olsaydım.							
Bedenimin onunki gibi görünmesini istiyorum.							
Gittikçe kilo aldığımı düşünüyorum.							
Sen hiçbir zaman kilo alma konusunda endişelenmemelisin.							