



Received / Makale Geliş Tarihi 00.10.2023
Published / Yayınlanma Tarihi 31.12.2023
Volume / Issue (Cilt/Sayı) 7 (37)
ss / pp 1968-1976

Research Article / Araştırma Makalesi
10.5281/zenodo.10459257
Mail: editor@pejoss.com

Öğr. Gör. Fatma Özsel Özcan Araç
<https://orcid.org/0000-0002-4668-5880>

Haliç Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Beslenme ve Diyetetik Bölümü, İstanbul / TÜRKİYE
ROR Id: <https://ror.org/022xhck05>

Arş. Gör. Süleyman Can Sümerkan
<https://orcid.org/0000-0003-2807-7619>

Haliç Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Gastronomi Mutfak Sanatlar Bölümü, İstanbul / TÜRKİYE
ROR Id: <https://ror.org/022xhck05>

Sosyal Medya Kullanımının Yeme Davranışları Üzerine Etkisi: İstanbul'daki Akademisyenler Üzerine Bir Araştırma

“The Impact of Social Media Usage on Eating Behaviors: A Study on Academician in Istanbul”

ÖZET

Bu çalışma, İstanbul'daki 44 vakıf üniversitesinde görev yapan akademisyenlerin sosyal medya kullanımının yeme davranışları üzerindeki etkilerini araştırmıştır. Demografik faktörlerin (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, kronik rahatsızlık durumu) sosyal medya etkileşimleri ve yeme davranışları üzerinde belirleyici olmadığı görülmüştür ($p>0.05$). Ancak, katılımcıların beden kitle indeksi (BKİ) düzeyleri ile sosyal medyanın yeme davranışları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($p<0.05$).

Yapılan Tukey testi, kilolu ve obez akademisyenler ile zayıf olanlar arasında sosyal medyanın yeme davranışları üzerinde belirgin farklar olduğunu göstermiştir ($p<0.05$). Katılımcıların genel SESMEB ölçeği puanı 38,10 olarak belirlenmiştir. En yüksek puan, "Bir besinin sosyal medyada yer alması, o besine karşı olan görüşümü etkiler." sorusuna aittir.

Çalışmanın bulguları, demografik faktörlerin sosyal medya etkileşimleri ve yeme davranışları üzerinde etkili olmadığını, ancak beden kitle indeksi düzeylerinin bu etkileşimlerde önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Elde edilen bilgiler, akademik çevrelerdeki bireylerin sağlıklı beslenme alışkanlıkları geliştirmeleri ve sosyal medya kullanımının potansiyel olumsuz etkilerini azaltmalarına yönelik stratejilerin geliştirilmesine olanak tanımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Beslenme Davranışı, Sosyal Medya, Akademisyenler, SESMEB Ölçeği.

ABSTRACT

This study investigated the effects of social media on the eating behaviors of academics working at 44 foundation universities in Istanbul. It was observed that demographic factors (gender, marital status, age, educational status, chronic illness) were not determinants of social media interactions and eating behaviors ($p>0.05$). However, a significant relationship was found between participants' body mass index (BMI) levels and social media eating behaviors ($p<0.05$).

The Tukey test showed that there were significant differences between overweight and obese academicians and thin ones on social media eating behaviors ($p<0.05$). The overall SESMEB scale score of the participants was determined as 38.10. The highest score was "The presence of a food on social media affects my opinion of that food." belongs to the question.

The findings of the study show that demographic factors do not affect social media interactions and eating behaviors, but body mass index levels play an important role in these interactions. The information obtained allows the development of strategies for individuals in academic environments to develop healthy eating habits and reduce the potential negative effects of social media use.

Keywords: Dietary Behavior, Social Media, Academicians, SESMEB Scale.

1. GİRİŞ

Geçmiş zamanlarda sadece fiziksel bir gereklilik olarak görülen beslenme, değişen yaşam koşullarıyla birlikte sosyal bir olgu haline gelmiş ve insanın kendini ifade etme biçimi olarak tanımlanmıştır. Günümüzde ise, insanların tükettikleri yiyecekler, içecekler ve ziyaret ettikleri mekanlar önemli bir yer edinmeye başlamış, prestij ve statü unsurlarına dönüşmüştür. Bu nedenle, artan ve değişen beslenme eğilimleri ortaya çıkmış ve bu eğilimler teknoloji çağının etkisiyle daha hızlı bir şekilde yayılmaya ve kabul görmeye başlamıştır (Kıngır ve Kardeş, 2019:165).

Günümüzde insanlar, sürekli olarak sosyal medya vasıtasıyla bilgiye maruz kalmaktadır; bu durum da sosyal normları ve davranışlarını etkileyebilme potansiyeline sahiptir (Yıldırım, 2022: 1663). Beslenme, diyet ve besin takviyeleri konularında bilgi arayışı, internet kullanımının öncelikli nedenlerinden biri haline gelmiştir; ayrıca beslenme alanına duyulan ilgi giderek artmaktadır. Sosyal medya, hızlı ve etkili bir bilgi edinme aracıdır ve bu platformda yer alan beslenme ile ilgili içerikler, bireylerin davranış değişikliği sürecinde önemli bir rol oynamaktadır. Dolayısıyla, beslenme konusundaki paylaşımların uzmanlar tarafından gerçekleştirilmesi ve ilgili kurumlar tarafından düzenli olarak denetlenmesi gerekmektedir. (Sipahi ve Demirel, 2021: 58).

2. SOSYAL MEDYA KULLANIMINDA ETKİLİ FAKTÖRLER

Tüketiciler sürekli olarak video kaynaklarına ve sosyal medya platformlarına erişim talep ettikçe, çevrimiçi hizmetler ve medya kullanımı da büyük ölçüde artış göstermektedir. Bu nedenle, medya kullanımı, dünya genelinde toplumların önemli bir parçası haline gelmiştir (Peat vd., 2015:5). Yaşanılan coğrafya, dil, din, ırk, cinsiyet, ekonomik durum ve kültürel farklılıklara bakılmaksızın insanlar sosyal medyada aktif olabilmeye imkânına sahiptir. Fakat sosyal medya kullanımı belirli bileşenler üzerinde çeşitlilik göstermektedir (Çiftçi, 2018:420). Bahsi geçen bu bileşenler yaş, cinsiyet, gelir eğitim durumu ve meslek olarak sıralanmaktadır.

Literatüre göre, cinsiyet, insanların sosyal medyada bilgi paylaşma şeklini ve bu bilgileri karar verme süreçlerinde kullanma biçimini etkileyebilir (Karatsoli & Nathanail, 2020:3). Örneğin dünyada sosyal medya kullanımına bakıldığında erkeklerin %62'si çeşitli sosyal medya mecralarını kullanırken, kadınların %71'i en az bir sosyal medya mecrasını kullanmaktadır (Faruque, 2013; Kavruk, 2016:28). Bununla birlikte kadınlar erkeklere göre sosyal medyadaki içeriklerden daha fazla etkilenme eğilimindedir (Klassen vd. 2018:4). Bahsi geçen bilgilerin yanı sıra kadınlar sosyal medyayı daha fazla içerik paylaşımı ve iletişim kurma amacıyla kullanmaktadır. Aynı zamanda, kadınların sosyal medyayı güvenli bir ortam olarak gördükleri ve kendilerini özgürce ifade edebildikleri bir platform olarak algıladıkları söylenebilmektedir (Kıran vd. ,2020:440).

Ekonomik durum, bireyin daha üst düzeydeki telefon ve iletişim araçlarına sahip olmasını belirleyebilmektedir. Günümüzde akıllı telefon piyasasının genişlemesi, herkesin bu teknolojiye erişim sağlamasını kolaylaştırmıştır. Bu durum, sosyal paylaşım uygulamalarına katılım ve aktif bir kullanıcı olma eğilimini de etkilemiştir (Tam, 2020: 48). Gelir seviyesine göre sosyal medya kullanımı ile ilgili ABD'de yapılan bir araştırmada ortalamanın üzerinde bir kazançta sahip bireylerin Twitter, Pinterest, LinkedIn, gibi uygulamaları tercih ettiği görülmüştür. Diğer yandan gelir seviyesi daha düşük olan bireylerin ise facebook gibi daha geniş kapsamlı sosyal medya platformlarını tercih ettikleri gözlemlenmektedir (Kıranoğlu, 2018:44).

Güncel araştırmalarda, sosyal medya kullanımı bağlamında gençlerin Y (1980-1999) ve Z (2000 yılı ve sonrası) kuşaklarına yönelik yapılan sınıflandırmalarda, bu kuşakların, daha yaşlı kuşaklara kıyasla sosyal medya platformlarında daha aktif bir şekilde zaman geçirdikleri gözlemlenmiştir (Tutgun Ünal & Bozkurt, 2020:201). Bahsi geçen duruma örnek olarak 2014 yılında T.C Gençlik ve Spor Bakanlığı tarafından 15-29 yaş arasındaki gençler üzerinde yapılan araştırmaya göre, internet kullanan gençlerin %96'sının sosyal medya kullandığı belirlenmiştir. Araştırmaya katılan gençlerin %40'ının annelerinin %47'sinin de babalarının sosyal medyada aktif olarak yer aldığı saptanmıştır. Bu bulgular, gençler ile aileleri arasındaki sosyal medya kullanım farklılıklarını göz önüne sermektedir (T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı, 2014).

Eğitim Düzeyi; daha düşük eğitim seviyesine sahip bireylerde, bilgi arama ile sosyal medyayı kullanma niyeti arasındaki ilişki daha belirgin bir şekilde ortaya çıkmaktadır (Sarıoğlu, 2021:294). Koçak (2012) araştırmasında sosyal medya platformlarının kullanım sıklıkları ile ilgili göz atıldığında, lisansüstü eğitim mezunlarının sosyal ağ siteleri, fotoğraf ve müzik paylaşım siteleri dışındaki diğer sosyal medya paylaşım platformlarında aktif bulunduğu dile getirmiştir. Bununla birlikte değişik meslek gruplarından gelen bireyler, sosyal medyayı kendi uzmanlık alanlarındaki güncellemeleri takip etmek deneyimlerini paylaşmak ve meslektaşlarıyla etkileşimde bulunmak için kullanmaktadır. Örneğin, bir tasarımcı, Pinterest ve Instagram gibi platformları kullanarak yaptığı tasarımları sergileyebilir ve diğer tasarımcılardan ilham alabilir benzer şekilde, bir doktor hastalarını bilgilendirmek amacıyla veya bir pazarlamacı daha fazla ürün tanıtımı yapabilmek için sosyal medya platformlarını etkin bir biçimde kullanabilir (Kıranoğlu, 2018: 44).

2.1. Sosyal Medya Ve Zihinsel Sağlık

2020'de dünya genelinde tahmini 3.8 milyar sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır, bu da küresel nüfusun yarısını temsil etmektedir. Zihinsel bozuklukları olan bireylerin mobil cihazlara, özellikle de akıllı telefonlara artan şekilde erişim sağladığı ve bunları kullanma eğiliminde olduğu gözlemlenmektedir (Naslund vd., 2020:246). Sosyal medya kullanımının psikolojik sağlıkla ilişkilendirildiğini ve sık sosyal medya kullanımının depresyon, anksiyete ve yalnızlıkla bağlantılı olabileceğini göstermektedir. Sosyal medyayı sıkça kullanan bireylerin, ekranla ilişkili olmayan aktivitelere daha fazla zaman ayıranlara kıyasla hayattan daha az memnun ve daha depresif hissetme eğiliminde olduğu belirtilmektedir (O'Reilly, 2020:200). Duran vd. (2019) tarafından yapılan çalışmada da sosyal medyaya günlük 7-9 saat ve 10 saatten fazla zaman harcayan bireylerde, hiç zaman ayırmayan bireylere kıyasla daha yüksek oranda yeme davranışı bozukluğu gözlemlendiği tespit edilmiştir.

Öte yandan, bazı araştırmalar, sosyal medya ağlarının bireylerin öznel iyi oluşları üzerinde olumlu etkiler yarattığını ortaya koymaktadır (Burke vd. 2010). Ayrıca, sosyal medya kullanımının akranlar arasındaki iletişimin sürekliliğini sağladığı ve bu durumun algılanan sosyal destekte olumlu bir gelişim gösterdiği belirtilmiştir (Valkenburg & Peter, 2011). Bu pozitif etkileşimlerin bireylerin genel refahını artırabileceği ve sosyal medya kullanımının bu bağlamda çeşitli olumlu etkilere sahip olabileceği öne sürülmektedir (Büyükçorak & Dinç, 2020:31).

Bu nedenle, sosyal medyanın etkilerini değerlendirirken dengeli bir perspektife sahip olmak önem arz etmektedir. İnsanlar, sosyal medyayı dengeli ve bilinçli bir şekilde kullanarak olumlu etkilerinden faydalanabilirler, ancak aşırı kullanımın potansiyel negatif etkilerine karşı da bilinçli olmalıdırlar.

2.2. Sosyal Medya ve Stres Yönetimi

Stres, bir kişi ile çevresi arasındaki etkileşimden kaynaklanan sıkıntı olarak tanımlanır. İnsanlar genel başa çıkma becerilerine bağlı olarak stresle daha iyi ya da daha kötü başa çıkabilirken, sıkça stres yaşamak sağlıklı bir yaşamı ve fiziksel-mental sağlığı olumsuz etkileyebilir (Guntuku vd., 2018: 113). Amerikan Psikoloji Derneği (APA) tarafından yapılan araştırma, sosyal medyanın stres üzerinde etkisinin olduğunu ortaya koymuştur (Aktaş ve Çopur, 2018: 144). Sosyal medyanın bazı durumlarda stres, yalnızlık, depresyon ve kaygı gibi rahatsızlıkların hafifletilmesi amacıyla kullanılan bir mecra olarak algılanmasına rağmen, aşırı kullanım durumlarında kullanıcılar arasında bağımlılık gelişebilir ve bu da beraberinde psikolojik ve davranışsal rahatsızlıklara neden olabilir (Biber, 2020:38).

Bilge vd., (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışma sosyal medya bağımlılığı ile depresyon kaygı ve stres değişkenlerinin birbiriyle ilişkili olduğunu göstermiştir. Bu bağlamda, yüksek düzeyde kaygı ve stresin sosyal medya kullanımını arttırdığı ve bu durumun da sosyal medya bağımlılığını arttırdığı sonucuna varılmıştır. Özellikle gençlik döneminde stres faktörlerinin fazla olması ve stresle mücadele yöntemlerinin bilinmemesi, genç bireylerde yanlış yeme davranışlarına neden olabilmektedir bu dönemde, akademik baskılar, sosyal ilişkiler gelecek kaygıları gibi stres kaynakları gençleri etkileyebilmektedir (Duran vd. 2019:150).

Yapılan araştırmalar, sosyal medya bağımlılığın depresyon, kaygı ve stresle ilişkili olduğunu göstermiştir. Özellikle gençlik dönemindeki stres faktörlerinin, bilinçsizce başvurulmuş sosyal medya kullanımını arttırabileceği ve bu durumun yanlış yeme davranışları gibi olumsuz sonuçlara neden olabileceği saptanmıştır. Bu noktada, bireylerin stresle başa çıkma mekanizmalarını geliştirmeleri ve sosyal medya kullanımını bilinçli bir şekilde yönetmeleri, psikolojik sağlıklarını korumak adına önemli bir adım olabilir.

3. YEME ALIŞKANLIKLARI VE YEME DAVRANIŞINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Besin seçimlerini etkileyen üç temel kategori bulunmaktadır. Bunlar; besin ile ilgili özellikler, bireysel farklılıklar ve toplum ile ilgili özelliklerdir. Bireysel gıda seçimlerini anlamak, mevcut gıda sistemini insanların sağlığını ve gezegenin sürdürülebilirliğini sağlayacak şekilde dönüştürmek için kritik öneme sahiptir. Bu kategorilere ek olarak son yıllarda 'yemek ortamları' da insanların yiyecek seçimini etkileyen önemli faktörler olarak tanımlanmış ve kabul edilmiştir. Bu faktörlerin birçok alt faktörü bulunmaktadır.

Tablo 1. Besin seçimini etkileyen bazı alt faktörler (Chen ve Antonelli, 2020)

Besin ile ilgili özellikler Dışsal ve İçsel Alt faktörler	Duyusal Özellikler (lezzet, tat, koku, doku) Algısal Özellikler (renk porsiyon boyutu, besin ve sağlık değeri, kalite) Bilgi (besin etiketleri, ambalaj) Sosyal çevre (aile, arkadaşlar, sosyal medya, normlar)
--	--

Alt faktörlerin orta noktada bulunduğu noktalardan biri de duyguların hormonal etkiler sayesinde yeme davranış değişikliklerine yol açabileceğidir. Negatif ruh hali, gerginlik ve huzursuzluğun aşırı yemeye yol açabileceği klinik çalışmalarda gösterilmektedir (Devonpor vd., 2019).

4. SOSYAL MEDYANIN YEME ALIŞKANLIKLARI VE YEME DAVRANIŞINA OLAN ETKİLERİ

Sosyal medyaya günlük hayatımızda yaygın olarak maruz kalmaktayız. Örtülü bir şekilde olsa da çok geniş bir sosyal normlara maruz kalmamız ve bunun sonucunda yeme davranışımızın ve BKİ'mizin etkilenmesi normal bir sonuçtur. Üniversite öğrencisi Facebook kullanıcılarının yemek alışkanlıkları hakkında algılanan normlarının (nası algılanan betimsel, yargısal, beğenme ve frekans normları) kendi yemek davranışları ve BKİ'lerine olan etkilerinin incelendiği bir çalışmada; başkalarının yeme alışkanlıklarına dair algılarının, özellikle meyve ve sebze gibi sağlıklı yiyeceklerle şekerli atıştırmalıklar ve içeceklerin tüketimi arasında farklı etkiler yaratabileceği gösterilmiştir (Hawkins vd., 2020). Chung vd., (2021) yaptığı geniş kapsamlı derleme sonuçlarına göre, Instagram ve Facebook, sağlıklı yeme alışkanlıklarını (örneğin, meyve ve sebze tüketimi) etkileyen en yaygın sosyal medya platformları olarak bulunmuştur. Aynı zamanda, bu platformların hızlı yiyecek reklamlarıyla ilişkili sağlıksız yeme alışkanlıklarını da etkilediği gösterilmiştir. Sosyal medyanın gençler üzerindeki etkisi, dört ana tema etrafında odaklanmıştır. Bu temalar; (1) görsel çekicilik, (2) içerik yayılması, (3) sosyal dijital bağlantılar ve (4) genç pazarlama influencerları olarak sıralanmaktadır.

Son dönemlerde popüler hale gelen "fitspiration" veya kısaltmasıyla "fitspo" olarak bilinen trend, sağlık sorunlarına neden olma potansiyeli taşımaktadır. Araştırmalar, fitspiration içeriklerinin, başlangıçta daha sağlıklı bir yaşam tarzını teşvik etme amacına rağmen, genellikle bu konuların sağlıksız düşüncelere ve davranışlara yol açabileceğini göstermektedir. Örneğin, vücut imajı ve yeme bozuklukları, aşırı egzersiz ve takviyelerin yanlış kullanımı gibi konular fitspiration içeriklerinin potansiyel sağlık riskleri arasında bulunmaktadır (Cataldo vd., 2021). Bunun yanı sıra sosyal medya ile etkileşimde bulunan bireylerin, tıkanırmasına yemek yeme bozukluğu (Binge Eating) belirtilerine sahip olma olasılıkları daha yüksektir (Kim ve Mackert, 2022). Özellikle günlük hayatlarında sosyal medya araçlarını daha sık kullanan adolesan yaş grubunun bu risklere ve maruziyetlere daha açık olduğu düşünülmektedir (Jeong ve Shin, 2022). Hamilelik döneminde fazla sosyal medya kullanımının hamilelerde sağlıklı beden algısına ve beslenme alışkanlıklarına potansiyel zararlı etkileri olabildiği görülmektedir (Zeeni vd., 2023). Sosyal medya içeriklerinin yeterince denetlenmemesinden dolayı yiyecek ve içecek şirketleri, ürünlerini sağlık, güzellik ve başarı yanılması ile pazarlamakta bunu yaparken de akran elçileri ve ünlülerin onaylarını içeren imaja dayalı pazarlama taktikleri kullanmaktadır. Özellikle genç kadınlarda beden imajı kaygılarına yönelik kanıtlar, bu tür içeriklerin olumsuz etkilerini göstermektedir (Zeeni vd., 2023).

Dünya genelinde obezite oranları, 16 ülkenin çocuklara sağlıksız gıda pazarlamasından korumayı amaçlayan politikaları uygulamaya koymasına neden olmuştur. Ancak, bu politikaların çoğu çevrimiçi reklam uygulamalarını ele almamakta veya gençleri hedef almamaktadır. Gençlerin çevrimiçi platformlarda geçirdiği süre göz önüne alındığında, Instagram gıda reklamlarının, geleneksel reklamlara kıyasla çok daha fazla etkili olduğu gözler önüne serilmektedir. Ergenlerin tercihlerini şekillendirmede sosyal medya reklamlarının diğer türlerden daha etkili olup olmadığını belirlemek için çevrimiçi gıda pazarlama politikalarını güçlendirmek için daha fazla kanıtı ihtiyaç vardır (Bragg vd., 2021).

Çocukların sosyal medya kullanımıyla beslenme alışkanlıklarının değerlendirildiği bir çalışmada; çocukların sağlıksız atıştırmalıklarla ilişkilendirilen etkileyici içerikleri izlediklerinde genel yiyecek tüketimlerinin belirgin bir şekilde arttığı ve 448.3 kilokalori (kcal) daha fazla enerji tükettikleri görülmüştür. Ayrıca, sağlıksız atıştırmalıkları içeren içerikleri izleyen çocukların, bu tür atıştırmalıkların tüketimini belirgin bir şekilde arttırmasına rağmen, sağlıklı atıştırmalıkları içeren içerikleri izleyen çocukların genel yiyecek tüketimini anlamlı bir şekilde etkilemediği görülmüştür (Coates vd., 2019).

5. YÖNTEM

5.1. Araştırmanın Amacı ve Tipi

Bu çalışma üniversite personelinin sosyal medyanın yeme davranışı üzerindeki etkisi düzeyleri ile kişisel özellikleri arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek amacıyla, tanımlayıcı ve kesitsel olarak yapılmıştır.

Çalışmanın Problemleri:

1. Üniversite personelinin cinsiyeti ile sosyal medyanın yeme davranışı üzerindeki etkisi arasında anlamlı bir fark var mıdır?
2. Üniversite personelinin medeni durumu ile sosyal medyanın yeme davranışı üzerindeki etkisi arasında anlamlı bir fark var mıdır?
3. Üniversite personelinin yaşı ile sosyal medyanın yeme davranışı üzerindeki etkisi arasında anlamlı bir fark var mıdır?
4. Üniversite personelinin kronik rahatsızlık durumu ile sosyal medyanın yeme davranışı üzerindeki etkisi arasında anlamlı bir fark var mıdır?

Katılımcılara araştırma ile ilgili bilgi verildikten sonra çalışmaya katılmayı kabul etmeleri halinde online iletişim kurulmuştur. Çalışmada uygulanacak olan kişisel bilgi formu ve ölçek online anket uygulamasına aktarılarak, katılım linki ulaştırılmıştır.

Bu çalışmada veri toplama aracı olarak Kişisel Bilgi Formu ve Sosyal Medyanın Yeme Davranışı Üzerindeki Etkisi Ölçeği (SESMEB) kullanılmıştır. Araştırma Ekim-2023 ve Kasım 2023 tarihleri arasında İstanbul'da yer alan 44 vakıf üniversitesinde çalışan akademisyenlerle yürütülmüştür. Araştırmanın örneklemini basit tesadüfi örnekleme metodu ile seçilen ve 391 üniversite personelinin oluşturulmuştur.

Bu çalışma nicel araştırma yöntemi kullanılarak hazırlanmıştır. Verileri toplamak için, farklı branşlardan uzman kişilerin görüşleri alınmış ve konuyla ilgili alan araştırması yapmış hocaların çalışmalarından yararlanılarak anket formu oluşturulmuştur. Veri toplamak için ankette kullanılacak ölçek 18 maddeden oluşan "Sosyal Medyanın Yeme Davranışı Üzerindeki Etkileri Ölçeği" kullanılmıştır. Bahsi geçen ölçekte 5'li likert (1: Kesinlikle katılmıyorum 2: Katılmıyorum 3: Ne katılıyorum Ne Katılmıyorum 4: Katılıyorum 5: Kesinlikle Katılıyorum) soru tipi kullanılmıştır. On sekiz maddelik ölçeğin tamamının güvenilirlik katsayısı 0.928 olarak hesaplanmıştır (Keser, vd. 2020). Katılımcılar SESMEB ölçeğinden en az on sekiz, en çok ise doksan puan olarak sonuç alabilmektedir. Ölçek sonucunda orta çıkan puanın artması kişinin sosyal medyadan etkilendiği anlamını taşımaktadır.

Tüm istatistiksel analizler IBM SPSS 25.0 programı kullanılmıştır. Araştırmada değişkenlere ait ortalama ve standart sapma gibi betimleyici istatistiklerden yararlanılmıştır.

6. BULGULAR

İlk olarak Sosyal Medyanın Yeme Davranışı Üzerindeki Etkisinin normal dağılım hipotezine uyup uymadığı çarpıklık ve basıklık katsayılarına bakılmak suretiyle tespit edilmiş ve parametrik test yöntemleri tercih edilmiştir Sosyal Medyanın Yeme Davranışı Üzerindeki Etkisi çarpıklık ve basıklık katsayısının istenen değerler arasında olması sebebiyle yapılan analizlerde bağımsız örneklemler t-Testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) teknikleri kullanılmıştır.

Araştırmaya katılan üniversite personeline ait sosyo- demografik bilgiler Tablo 2' de sunulmuştur.

Tablo 2. Üniversite Personelinin Sosyo- Demografik Dağılımları

	41+	88	22,5
	Min/Maks($\bar{X} \pm Ss$)	23/68(35.27±9.49)	
Kronik Rahatsızlık Durumu	Var	63	16,1
	Yok	328	83,9
BKİ	Zayıf	30	7,7
	Normal	218	55,8
	Kilolu	102	26,1
	Obez	41	10,5
	Min/Maks($\bar{X} \pm Ss$)	16,93/60,59(24.54±5.50)	
Boy	Min/Maks($\bar{X} \pm Ss$)	150/220(160.10±8.72)	
Kilo	Min/Maks($\bar{X} \pm Ss$)	43/176(70.68±19.03)	

Araştırmaya katılan üniversite personelinin yaşının %64,2 oranı ile kadın, %35,8 oranı ile erkek olduğu, %50,1 oranı ile evli ve %49,9 oranı ile bekar olduğu belirlenmiştir.

Üniversite personelinin %34,5 oranında 25-39 yaş aralığında olduğu, %23,3 oranında 30-35 yaş aralığında olduğu, %22,5 oranında 41 yaş üzeri olduğu ve yaş ortalamasının

%35,27 olduğu belirlenmiştir. Üniversite personelinin %83,9 oranında kronik rahatsızlığının olmadığı, %55,8 oranında normal kiloda, %26,1 oranında kilolu, %10,5 oranında obez ve %7,7 oranında zayıf olduğu ve BKİ ortalamasının 24.54 olduğu belirlenmiştir. Üniversite personelinin boy ortalamasının 160,1 cm ve kilo ortalamasının 70,68 kg olduğu belirlenmiştir.

Üniversite personelinin Sosyal Medyanın Yeme Davranışı Üzerindeki Etkisi ifadelerine verdikleri yanıtların toplam ortalamasına göre dağılımı Tablo 3 de sunulmuştur.

Tablo 3. Üniversite Personelinin Sosyal Medyanın Yeme Davranışı Üzerindeki Etkisi İfadelerine Verdikleri Yanıtların Toplam Ortalamasına Göre Dağılımı

Ölçekler	N	Min	Maks	\bar{X}	SS
Sosyal Medyanın Yeme Davranışı Üzerindeki Etkisi	391	18,00	72,00	38,10	11,23

Üniversite personelinin Sosyal Medyanın Yeme Davranışı Üzerindeki Etkisi ifadelerine verdikleri yanıtların toplam ortalaması ($\bar{X} = 38,10$) olarak tespit edilmiştir. Üniversite personelinin Sosyal Medyanın Yeme Davranışı Üzerindeki Etkisi ifadelerine verdikleri yanıtların ortalamasına göre dağılımı Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 4. Üniversite Personelinin Sosyal Medyanın Yeme Davranışı Üzerindeki Etkisi İfadelerine Verdikleri Yanıtların Ortalamasına Göre Dağılımı

Ölçekler	Ort	Ss
Bir besinin sosyal medyada yer alması, o besine karşı olan görüşümü etkiler.	3,19	1,13
Beslenme alışkanlığında olmayan herhangi bir besini sosyal medyada görüp tüketirim.	2,70	1,15
Sosyal medyada gördüğüm bir besini/yemeği tok olsam da yerim.	2,08	1,00
Sosyal medyada yer alan besinlerin sağlık üzerine daha faydalı olduğunu düşünürüm.	1,80	,91
Sosyal medyayı kullanmaya başladıktan sonra fast-food/hazır yiyecek tüketimim arttı	2,16	1,13
Sosyal medyada beslenme haberlerini, bloglarını, sayfalarını takip ederim.	3,07	1,24
Sosyal medyada gördüğüm bir besini/yemeği üşenmeden hazırlayıp/alıp tüketirim.	2,42	1,03
Sosyal medyadan gördüğüm besinler/yemekler ile ilgili paylaşılan haberler/fotoğraflar/videolara göre beslenme düzenimi oluştururum.	1,87	,91
Sosyal medyada gezinirken sürekli atıştırırım ve ne kadar yediğimi sonradan fark ederim	1,75	,92
Sosyal medyada ünlülerin paylaştığı besinler/yemekler ilgimi çeker ve obesin/yemeği tüketirim.	2,05	1,04
Sosyal medya kullanmasaydım yemek yemek için ayırdığım süre azalırdı	1,78	,94
Sosyal medyada gezinirken tok olsam da bir şeyler atıştırırım.	1,73	,84
Sosyal medyada takipçisi çok olan kişilerin paylaştığı besin/yemekleri tüketirim	1,71	,84
Sosyal medyada daha çok beğeni alan/paylaşılan besinlerin/yemeklerin daha sağlıklı olduğunu düşünürüm.	1,55	,74
Sosyal medyada gördüğüm besinler/yemekler bende yeme isteği uyandırır.	2,85	1,18
Sosyal medyada haber/fotoğraf/videoları daha çok beğeni alan besin/yemekleri tüketirim.	1,81	,90
Sosyal medyada daha çok beğeni alan/paylaşılan besinler/yemeklerin daha güvenilir olduğunu düşünürüm.	1,72	,88
Sosyal medyayı uzun süre kullandığım günlerde yeme isteğim artar ve daha çok yemek yerim.	1,90	1,01

Tablo 4'e göre üniversite personelinin Sosyal Medyanın Yeme Davranışı Üzerindeki Etkisi ifadelerine verdikleri yanıtların en yüksek ortalama puanı "Bir besinin sosyal medyada yer alması, o besine karşı olan görüşümü etkiler." sorusuna verdikleri ve en düşük ortalama puanı "Sosyal medyada daha çok beğeni alan/paylaşılan besinlerin/yemeklerin daha sağlıklı olduğunu düşünürüm." sorusuna verdikleri belirlenmiştir.

Tablo 5 Üniversite Personelinin Tanımlayıcı Özelliklerine Göre Sosyal Medyanın Yeme Davranışı Üzerindeki Etkisinden Elde Edilen Ortalama Puanlar Arasındaki Farklılaşmalar

Sosyal Medyanın Yeme Davranışı Üzerindeki Etkisi				
	N	Ort/Ss	Test	p
Cinsiyet*				
Kadın	251	37,43±10,62	t=-1.997	p=0.111
Erkek	140	39,32±12,21		
Medeni Durum*				
Bekar	195	38,33±11,01	t=.401	p=0.699
Evli	196	37,88±11,48		
Yaş**				
18-24	30	41,73±10,62	F=1.546	p=0.188
25-29	135	38,59±10,29		
30-35	91	38,38±11,94		
36-40	47	37,38±11,20		
41+	88	36,20±11,94		
Kronik Rahatsızlık Durumu**				
Var	63		t=-1.649	p=0.100
Yok	328			
BKI**				
Zayıf ^a	30	33,10±9,03	F=4.228	p=0.008 c>a d>a
Normal ^b	218	37,59±10,58		
Kilolu ^c	102	39,09±12,27		
Obez ^d	41	42,15±12,07		

*One Way Anova ,**Independent Samples t test ***Grup farkını belirlemek için Tukey Testi kullanılmıştır. Farklı harfler grup farkını göstermektedir.

Tablo 5'e göre üniversite personelinin cinsiyeti, medeni durumu, yaşı, eğitim durumu ve kronik rahatsızlık durumu ile Sosyal Medyanın Yeme Davranışı Üzerindeki Etkisi arasında anlamlı bir farkın olmadığı belirlenmiştir ($p>0.05$). Tablo 5'e göre üniversite personelinin BKİ düzeyleri ile Sosyal Medyanın Yeme Davranışı Üzerindeki Etkisi arasında anlamlı bir farkın olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$). Ayrıca grup içi farkı belirlemek amacıyla yapılan Tukey testi sonucuna göre kilolu ve Obez olan üniversite personelinin Sosyal Medyanın Yeme Davranışı Üzerindeki Etkisi ortalama puanları ile zayıf olan üniversite personelinin Sosyal Medyanın Yeme Davranışı Üzerindeki Etkisi ortalama puanları arasında anlamlı bir fark olduğu ($p<0.05$) ve bu farkın kilolu ve Obez olan üniversite personelinin Sosyal Medyanın Yeme Davranışı Üzerindeki Etkisi ortalama puanları lehine olduğu belirlenmiştir.

Üniversite personelinin Sosyal Medyanın Yeme Davranışı Üzerindeki Etkisi ifadelerine verdikleri yanıtların en yüksek ortalama puanı "Bir besinin sosyal medyada yer alması, o besine karşı olan görüşümü etkiler." sorusuna verdikleri ve en düşük ortalama puanı "Sosyal medyada daha çok beğeni alan/paylaşılan besinlerin/yemeklerin daha sağlıklı olduğunu düşünürüm." sorusuna verdikleri belirlenmiştir. Üniversite personelinin Sosyal Medyanın Yeme Davranışı Üzerindeki Etkisi ifadelerine verdikleri yanıtların toplam ortalaması ($\bar{X} = 38,10$) olarak tespit edilmiştir.

Üniversite personelinin Sosyal Medyanın Yeme Davranışı Üzerindeki Etkisi ifadelerine verdikleri yanıtların en yüksek ortalama puanı "Bir besinin sosyal medyada yer alması, o besine karşı olan görüşümü etkiler." sorusuna verdikleri ve en düşük ortalama puanı "Sosyal medyada daha çok beğeni alan/paylaşılan besinlerin/yemeklerin daha sağlıklı olduğunu düşünürüm." sorusuna verdikleri belirlenmiştir. *Ölçekten elde edilen ortalama puanlar arasındaki farklılaşmalar ele alındığında;* Tablo 4'e göre üniversite personelinin cinsiyeti, medeni durumu, yaşı, eğitim durumu ve kronik rahatsızlık durumu ile Sosyal Medyanın Yeme Davranışı Üzerindeki Etkisi arasında anlamlı bir farkın olmadığı belirlenmiştir ($p>0.05$).

Tablo 4'e göre üniversite personelinin BKİ düzeyleri ile Sosyal Medyanın Yeme Davranışı Üzerindeki Etkisi arasında anlamlı bir farkın olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$). Ayrıca grup içi farkı belirlemek amacıyla yapılan Tukey testi sonucuna göre kilolu ve Obez olan üniversite personelinin Sosyal Medyanın Yeme Davranışı Üzerindeki Etkisi ortalama puanları ile zayıf olan üniversite personelinin Sosyal Medyanın Yeme Davranışı Üzerindeki Etkisi ortalama puanları arasında anlamlı bir fark olduğu ($p<0.05$) ve bu farkın kilolu ve Obez olan üniversite personelinin Sosyal Medyanın Yeme Davranışı Üzerindeki Etkisi ortalama puanları lehine olduğu belirlenmiştir.

7. SONUÇ

Sonuç olarak bu çalışmada, üniversite personelinin cinsiyeti, medeni durumu, yaşı, eğitim durumu ve kronik rahatsızlık durumu ile sosyal medyanın yeme davranışı üzerinde etkisi arasında bir ilişki bulunamamıştır. Ancak üniversite personelinin BKİ düzeyleri artıkça sosyal medyanın yeme davranışı üzerinde etkilerine ait puanlarının da arttığı görülmüştür. Bu sonuçlar, bireylerin beden ağırlığı ile sosyal medya etkileşimleri arasında potansiyel bir ilişki olduğunu ve bu ilişkinin yeme davranışlarına etki edebileceğini göstermektedir. Sonuçlar, bu, bireylerin besinlere yönelik algılarının sosyal medya içeriğinden orta düzeyde etkilenebileceğini göstermektedir. Bu çalışma, sosyal medyanın yeme davranışları üzerindeki etkilerini anlamak ve bu konuda bilinçlendirme faaliyetlerini geliştirmek adına önemli bir katkı sağlamaktadır.

KAYNAKÇA

- Aktaş, M. ve Çopur, Z. (2018). Sosyal medya kullanımının eşler arasındaki strese etkisi. *International Journal Of Education Technology and Scientific Researches*. 6, 142-153.
- Biber, L. (2020). Sosyal medya, fomo ve kuşaklararası Farklılaşma. *Ekonomi Ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 26-43.
- Bilge Y, Baydili K, & Göktaş S. (2020) Sosyal medya bağımlılığını yordamada anksiyete, stres ve günlük sosyal medya kullanımı: meslek yüksekokulu örneği. *Bağımlılık Dergisi*. 21(3), 223-235.
- Bragg, M., Lutfeali, S., Greene, T., Osterman, J., & Dalton, M. (2021). How food marketing on instagram shapes adolescents' food preferences: online randomized trial. *Journal of medical Internet research*, 23(10), 64-70.
- Burke, M., Marlow, C., & Lento, T. (2010). Social network activity and social well-being. In Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems. 1909-1912.
- Büyükçorak, M. & Dinç, M. (2020). Sosyal medyanın aşırı kullanımının psikolojik etkileri ve türk gençlerinin sosyal medyayı kullanım özellikleri. *Psikoloji Araştırmaları*. 1 (1) , 30-33.
- Cataldo, I., De Luca, I., Giorgetti, V., Cicconcelli, D., Bersani, F. S., Imperatori, C.& Corazza, O. (2021). Fitspiration on social media: Body-image and other psychopathological risks among young adults. A narrative review. *Emerg. Trends Drugs Addic*
- Chen P-J & Antonelli M. (2020). Conceptual models of food choice: influential factors related to foods, individual differences, and society. *Foods*. 9(12):1898.
- Chung, A., Vieira, D., Donley, T., Tan, N., Jean-Louis, G., Kiely Gouley, K., & Seixas, A. (2021). Adolescent peer influence on eating behaviors via social media: scoping review. *Journal of medical Internet research*, 23(6).
- Coates, A. E., Hardman, C. A., Halford, J. C. G., Christiansen, P., & Boyland, E. J. (2019). Social Media Influencer Marketing and Children's Food Intake: A Randomized Trial. *Pediatrics*. 143(4), 1-9.
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (4) , 417-434.
- Devonport, T.J., Nicholls, W. & Fullerton, C. (2019). A systematic review of the association between emotions and eating behaviour in normal and overweight adult populations. *Journal of Health Psychology*. 24(1):3-24.
- Duran S, Çetinbaş A, Başaran T, Kara A, Elgün B, Keklik N. (2019) Üniversite öğrencilerinde stres ve sosyal medya kullanımının yeme davranışları üzerine etkisi. *Euras J Fam Med*;8(4):149-54.
- Faruque, S., (2013) How gender affects social media. <https://www.hashtags.org/business/management/gender-and-social-media-how-96-men-and-women-differ/>
- Guntuku, S. , Chandra, B. , Anneke, J. Kokil, E., Johannes, U. (2018). Understanding and Measuring Psychological Stress using Social Media. In Proceedings of the international AAAI conference on web and social media, 13, 214–225.
- Hawkins, L. K., Farrow, C., & Thomas, J. M. (2020). Do perceived norms of social media users' eating habits and preferences predict our own food consumption and BMI?. *Appetite*, 149, 104611.
- Jeong, H., & Shin, K. (2022). How does adolescents' usage of social media affect their dietary satisfaction?. *International journal of environmental research and public health*, 19(6), 3621.
- Karatsoli, M. & Nathanael, E. (2020). Examining gender differences of social media use for activity planning and travel choices. *Eur. Transp. Res.*12(44), 1-9.
- Kavruk, B. (2016) *Sosyal medya kullanımının cinsiyet ve eğitim düzeyi açısından değerlendirilmesi* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi] Bahçeşehir Üniversitesi.
- Keser, A., Bayındır-Gümüş, A., Kutlu, H., & Öztürk, E. (2020). Development of the scale of effects of social media on eating behaviour: a study of validity and reliability. *Public Health Nutrition*, 23(10), 1677-1683

- Kim, B. R., & Mackert, M. (2022). Social media use and binge eating: An integrative review. *Public Health Nursing, 39*(5), 1134-1141.
- Kıngır, S., & Kardeş, N. (2019). Medyanın sağlıklı beslenme davranışı üzerindeki etkisi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi, 2*(2), 163-176.
- Kıran, S. , Küçükboşancı, H. & Emre, İ. E. (2020). Sosyal medya kullanımının kişiler üzerindeki etkilerinin İncelenmesi. *Bilişim Teknolojileri Dergisi, 13* (4) , 435-441
- Kıranoğlu, O. (2018). *Sosyal medyada yapılan yorumların tüketici satın alma niyeti üzerindeki etkisi: Bartın ili uygulaması* [Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi] Bartın Üniversitesi.
- Klassen, K. M., Douglass, C. H., Brennan, L., Truby, H., & Lim, M. S. C. (2018). Social media use for nutrition outcomes in young adults: a mixed-methods systematic review. *The international journal of behavioral nutrition and physical activity, 15*(1), 70-77.
- Koçak, N. G. (2012). *Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışlarının ve Motivasyonlarının Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir’de bir Uygulama.* (Yayınlanmamış Doktora Tezi) Anadolu Üniversitesi.
- Naslund, J.A., Bondre, A., Torous, J. (2020). Social Media and Mental Health: Benefits, Risks, and Opportunities for Research and Practice. *J. technol. behav. sci. 5*, 245–257.
- O'Reilly M. (2020). Social media and adolescent mental health: the good, the bad and the ugly. *Journal of mental health (Abingdon, England), 29*(2), 200–206.
- Peat, C. M., Von Holle, A., Watson, H., Huang, L., Thornton, L. M., Zhang, B., Du, S., Kleiman, S. C., & Bulik, C. M. (2015). The association between internet and television access and disordered eating in a Chinese sample. *The International journal of eating disorders, 48*(6), 663–669
- Sarıoğlu, C. İ. (2021). Sosyal medya kullanımını etkileyen faktörler üzerine bir araştırma, *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 277-298.*
- Sipahi S & Demirel B (2021). Sosyal medyadaki beslenme ile ilgili paylaşımların yetişkin bireylerin yeme tutum ve davranışlarına etkisi. *Beslenme ve Diyet Dergisi. 49*(1), 57 – 66.
- Tam, M, S. (2020). *Sosyal Medya Kullanım Motivasyonlarının, Sosyal Medya Fenomenlerinin Kanaat Önderliği Rolü Üzerine Etkisi* [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- T.C.Gençlik ve Spor Bakanlığı. Sosyal Medya Araştırma Raporu. (2014). <http://www.gsb.gov.tr/HaberDetaylari/1/3816/genclik-ve-spor-bakanligiturkiyenin-en-kapsamli-sosyal-medya-arastirmasini-yapti.aspx>
- Tutgun Ünal, A. & Bozkurt, V. (2020). Sosyal Medya Bağımlılığı Belirtileri Üzerine Etki Eden Faktörler. *Bilişim Teknolojileri ve İletişim, Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları.*
- Yıldırım, A. F. (2022). Entelektüel Düşünme Eğiliminin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarına Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, 11*(4), 1662-1671.
- Zeeni, N., Abi Kharma, J., & Mattar, L. (2023). Social media use impacts body image and eating behavior in pregnant women. *Current Psychology, 42*(6), 4948-4955.