

**T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ-CERRAHPAŞA
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**HEMŞİRELİK ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL
MEDYA KULLANIMININ ORTOREKSİYA
NERVOZA ÜZERİNE ETKİSİ**

TUĞÇE GÖZDE ÖZKEFELİ HAMURCU

DR. ÖĞR. ÜYESİ SEVİL YILMAZ

**RUH SAĞLIĞI VE PSİKIYATRİ HEMŞİRELİĞİ
ANABİLİM DALI
RUH SAĞLIĞI VE PSİKIYATRİ HEMŞİRELİĞİ
PROGRAMI**

İSTANBUL-2019



**T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ-CERRAHPAŞA
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**



YÜKSEK LİSANS TEZİ

**HEMŞİRELİK ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL
MEDYA KULLANIMININ ORTOREKSİYA
NERVOZA ÜZERİNE ETKİSİ**

TUĞÇE GÖZDE ÖZKEFELİ HAMURCU

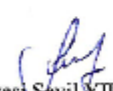
DR. ÖĞR. ÜYESİ SEVİL YILMAZ

**RUH SAĞLIĞI VE PSİKİYATRİ HEMŞİRELİĞİ
ANABİLİM DALI
RUH SAĞLIĞI VE PSİKİYATRİ HEMŞİRELİĞİ
PROGRAMI**

İSTANBUL-2019

Bu çalışma 29.05.2019 Tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Ruh Sağlığı ve Psikiyatri Hemşireliği Anabilim Dalı, Ruh sağlığı ve Psikiyatri Hemşireliği Tezli Yüksek Lisans Programı Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

TEZ JÜRİSİ


Dr. Öğr. Üyesi Sevil YILMAZ
İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa
Florence Nightingale Hemşirelik Fakültesi


Prof. Dr. Leyla KÜÇÜK
İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa
Florence Nightingale Hemşirelik Fakültesi


Dr. Öğr. Üyesi Elvan Emine ATA
Sağlık Bilimleri Üniversitesi
Hemşirelik Fakültesi

BEYAN

Bu tez çalışmasının kendi çalışmam olduğunu, tezin planlanmasından yazımına kadar bütün sahalarda etik dışı davranışımın olmadığını, bu tezdaki bütün bilgileri akademik ve etik kurallar içinde elde ettiğimi, bu tez çalışmasıyla elde edilmeyen bütün bilgi ve yorumlara kaynak gösterdiğimi ve bu kaynakları da kaynaklar listesine aldığımı, yine bu tezin çalışılması ve yazımı sırasında patent ve telif haklarını ihlal edici bir davranışımın olmadığını beyan ederim.

Teğçe Gözde ÖZKİRELİ HAMURCU

İTHAF

Ayışığında güneşlenen babama ve dedeme ithaf ediyorum.

TEŞEKKÜR

Tez çalışmamda tüm sorularımı yanıtlayan, sorunlarımda yol gösteren ve bu çalışmamda büyük emekleri olan değerli hocam Dr. Öğr. Üyesi Sevil Yılmaz' a,

Veri toplama sürecimde yardımlarını esirgemeyen tüm hocalarıma, araştırma görevlisi arkadaşlarıma ve çalışmaya katılmayı kabul eden öğrencilere,

Sadece bu çalışmada değil, tüm hayatım boyunca yanımda olan ve olmaya da devam edeceklerini bildiğim kıymetli annem Ömür Özkefeli'ye ve ablam Özge Özkefeli Yılmaz'a, sevgili eşim Yavuz Mustafa Hamurcu'ya ve bana tarif edilemeyecek duygular yaşatan ve beni gelecek için heyecanlandıran biricik kızım Doğa Hamurcu'ya teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAYI	İİ
BEYAN.....	İİİ
İTHAF.....	İV
TEŞEKKÜR.....	VI
İÇİNDEKİLER	VII
TABLolar LİSTESİ.....	X
ŞEKİLLER LİSTESİ	XI
SEMBOLLER / KISALTMALAR LİSTESİ	Xİİ
ÖZET	Xİİİ
ABSTRACT.....	XIV
1. GİRİŞ VE AMAÇ.....	1
2. GENEL BİLGİLER	4
2.1. Sosyal Medya.....	4
2.1.1. Sosyal Medya Kavramı ve Tarihi	4
2.1.2. Sosyal Medyanın Özellikleri ve Sınıflandırılması	5
2.1.3. Günümüzde Sık Kullanılan Sosyal Medya Araçları	7
2.1.4. Sosyal Medyanın Avantajları ve Dezavantajları.....	12
2.1.5. Sosyal Medya Kullanımının Etkileri.....	14
2.1.5.1. Sosyal Medyanın Yönlendirme Etkisi: Toplumsal ve Sosyolojik Açıdan ...	14
2.1.5.2. Sosyal Medyanın Yönlendirme Etkisi: Sağlık Açısından	15
2.1.6. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımları	19
2.2. Ortoreksiya Nervoz	22
2.2.1. Ortoreksiya Nervozanın Tanımı ve Tarihi	22
2.2.2. Ortoreksiya Nervozanın Tanı Kriterleri ve Sınıflandırılması	23
2.2.3. Ortoreksiya Nervozanın Belirtileri.....	24
2.2.4. Ortoreksiya Nervozaya Gelişiminde Etkili Faktörler	25
2.2.4.1. Sağlıklı Beslenme Planları	25
2.2.4.2. Cinsiyet Faktörü	25
2.2.4.3. Sağlık Eğitiminin Rolü.....	26
2.2.4.4. Sosyal Medyanın Rolü	26
2.2.5. Ortoreksiya Nervozanın Tedavisi	27

2.3. Hemşirelik Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Ortoreksiya Nervoza.....	28
3. GEREÇ VE YÖNTEM.....	30
3.1. Araştırmanın Amacı ve Tipi	30
3.2. Araştırma Soruları.....	30
3.3. Araştırmanın Yeri ve Zamanı	30
3.4. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	30
3.5. Araştırmaya Alınma Ölçütleri.....	31
3.6. Veri Toplama Araçları	31
3.6.1. Kişisel Bilgi Formu.....	31
3.6.2. Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (Social Media Integration Use Scale).....	32
3.6.3. ORTO-11 Ölçeği.....	32
3.7. Araştırmanın Değişkenleri	33
3.8. Etik Konular.....	33
3.9. Veri Toplama	33
3.10. Verilerin Değerlendirilmesi	33
3.11. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	34
4. BULGULAR.....	35
4.1. Öğrencilerin Sosyo-demografik, Beslenme ve Sosyal Medya Kullanım Özelliklerine İlişkin Bulgular	36
4.2. Öğrencilerin SMKÖ Puan Dağılımları	41
4.3. Öğrencilerin ORTO-11 Ölçeği Puan Dağılımları	42
4.4. Öğrencilerin Sosyo-Demografik, Beslenme ve Sosyal Medya Kullanım Özellikleri ile ORTO-11 Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması ve İlişkinine Yönelik Bulgular	43
4.5. Öğrencilerin SMKÖ Puanları ile ORTO-11 Ölçeği Puanları Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular.....	49
5. TARTIŞMA	50
5.1. Öğrencilerin Sosyo-Demografik, Beslenme ve Sosyal Medya Kullanım Özelliklerine İlişkin Bulguların Tartışılması	51
5.2. Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Oranlarına İlişkin Bulguların Tartışılması	53
5.3. Öğrencilerin ORTO-11 Ölçeği Toplam Puanlarına Yönelik Bulguların Tartışılması	54
5.4. Öğrencilerin Sosyo-Demografik, Beslenme ve Sosyal Medya Kullanım Özellikleri ile ORTO-11 Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılmasına İlişkin Bulguların Tartışılması..	56

5.5. Öğrencilerin SMKÖ Puanları ile ORTO-11 Ölçeği Puanları Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulguların Tartışılması	63
5.6. Sonuçlar	64
5.7. Öneriler	66
KAYNAKLAR	67
FORMLAR	79
ETİK KURUL KARARI	89
İNTİHAL RAPORU İLK SAYFASI.....	90
ÖZGEÇMİŞ	91

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 2-1: Sosyal Medya Araçlarının Kullanım Amacı ve Türlerine Göre Örnekendirilmesi	6
Tablo 2-2: Sosyal Medyanın Kullanıcılar Açısından Yararları	18
Tablo 2-3: Sosyal Medyanın Kullanıcılar Açısından Riskleri ve Zararları	19
Tablo 3-1: Araştırmada Kullanılan Değerlendirme Yöntemleri	34
Tablo 4-1: Öğrencilerin Sosyo-Demografik Özelliklerinin Dağılımları	36
Tablo 4-2: Öğrencilerin Beslenme Alışkanlıklarının Dağılımı	37
Tablo 4-3: Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Özelliklerinin Dağılımı	39
Tablo 4-4: Öğrencilerin SMKÖ Puan Dağılımları	41
Tablo 4-5: Öğrencilerin ORTO-11 Ölçeği Puan Dağılımları	42
Tablo 4-6: Öğrencilerin Sosyo-Demografik Özellikleri ile ORTO-11 Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması.....	43
Tablo 4-7: Öğrencilerin Beslenme Alışkanlıkları ile ORTO-11 Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması	45
Tablo 4-8: Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Özellikleri ile ORTO-11 Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması.....	47
Tablo 4-9: Öğrencilere Ait Bazı Değişkenlerin ORTO-11 Puan Ortalamaları ile İlişkisi.	48
Tablo 4-10: Öğrencilerin SMKÖ Puanları ile ORTO-11 Ölçeği Puanları Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular.....	49

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 4-1: Hemşirelik Fakültesi Öğrencilerinin En Sık Kullandığı Sosyal Medya Araçları	
.....	39

SEMBOLLER / KISALTMALAR LİSTESİ

DSÖ: Dünya Sağlık Örgütü

ON: Ortoreksiya Nervoza

DSM: Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve İstatistiksel El Kitabı

SMKÖ: Sosyal Medya Kullanım Ölçeği

ORTO-11: Ortoreksiya-11 Ölçeği

ÖZET

Özkefeli Hamurcu T.G. (2019). Hemşirelik Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının Ortoreksiya Nervoza Üzerine Etkisi. İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ruh Sağlığı ve Psikiyatri Hemşireliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.

Araştırmanın amacı, hemşirelik öğrencilerinde sosyal medya kullanımının ortoreksiya nervoza üzerine etkisini incelemektir.

Tanımlayıcı ve ilişkili arayıcı tipte olan bu araştırma, İstanbul ilinde bulunan bir devlet üniversitesinin hemşirelik fakültesinde eğitimini sürdüren 339 öğrenci ile gerçekleştirildi. Araştırmanın verileri Mart-Nisan 2019 tarihleri arasında, kişinin öz bildirimine dayalı yöntemlerden olan anket ve ölçek yöntemi ile toplandı. Veri toplama araçları olarak; Kişisel Bilgi Formu, Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve ORTO-11 Ölçeği kullanıldı. Verilerin değerlendirilmesinde sayı, yüzde, aritmetik ortalama, Mann Withney U, Kruskall Wallis ve Spearman Korelasyon analizleri kullanıldı.

Öğrencilerinin yaş ortalamalarının 20,74 (min: 18 – max:37), BKİ ortalamalarının ise 22,15 (min: 16 – max:37) olduğu, öğrencilerin günde ortalama 3,42 saatini (min: 1 – max:13) sosyal medya ile geçirdikleri ve %56,6'sının kilo konusunda sosyal medyayı hiçbir zaman kullanmadıklarını ifade ettikleri belirlendi. Hemşirelik öğrencileri arasında en yaygın olan sosyal medya araçlarının sırasıyla WhatsApp (n:321, %94,7), Instagram (n:292, %86,1) ve Youtube (n:276 %84,1) olduğu bulundu.

Hemşirelik öğrencilerinin ORTO-11 ölçeği puan ortalamalarının 27,98±4,92 olduğu ve öğrencilerin %30,38'inin 25 puandan daha az almış olduğu görüldü. Özellikle BKİ'yi yüksek olan, yalnız yaşayan, kilosundan memnun olmayan, beslenme düzenine çok dikkat eden, yiyeceğini önceden planlayan, doğal gıda tüketmeye özen gösteren, beslenme ile ilgili bilgiye ulaştığında her zaman davranış değişikliği yapan, sosyal medyayı uzun süre kullanan ve sosyal medyadan edindiği bilgiler doğrultusunda kişisel kararlarını alan öğrencilerin ON açısından diğer gruplardan istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha riskli olduğu bulundu.

Hemşireler, toplumda farkındalık oluşturma, eğitim verme, bireylere sağlık davranışları kazandırma, hastalıkların önlenmesi gibi rolleri ile sağlık ekibinin anahtar parçasıdır. Bu açıdan mesleğin temellerinin atıldığı üniversite yıllarında doğru yaşam tarzı tutumlarının geliştirilmesine yönelik girişimler yapılması, yanlış tutumların saptanarak değiştirilmesi, prevelansı giderek artan ON sıklığının önlenmesi adına oldukça önemlidir. Bu çalışmada elde edilen sonuçların, bu alanda yapılacak hemşirelik girişimlerine yön vereceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Ortoreksiya Nevroza, Sosyal Medya, Hemşirelik, Öğrenci, Beslenme

ABSTRACT

Özkefeli Hamurcu, T.G. (2019). The Effect of Social Media Use On Orthorexia Nervosa in Nursing Students. İstanbul University-Cerrahpasa, Institute of Medical Sciences, Mental Health and Psychiatric Nursing Program Master Thesis, İstanbul.

The aim of this study was to investigate the effect of social media use on orthorexia nervosa in nursing students.

This research is descriptive and correlational, was conducted with 339 students who were studying in the nursing faculty of a state university in Istanbul. The data of the study was collected between March-April 2019 by means of questionnaire and scale methods which are based on one's self-report. As data collection tools; Personal Information Form, Social Media Usage Scale, and the ORTO-11 Scale were used. Number, percentage, arithmetic mean, Mann Withney U, Kruskall Wallis and Spearman Correlation analyzes were used to evaluate the data.

The average age of the students is 20.74 (min: 18 - max: 37), and the mean points of BMI is 22.15 (min: 16 - max: 37), students spend an average of 3.42 hours per day (min: 1 - max: 13) with social media and 56.6% of them stated that they never used social media about weight. The most common social media tools among nursing students were WhatsApp (n: 321, 94.7%), Instagram (n: 292, 86.1%) Youtube (n: 276, % 84.1).

The mean ORTO-11 scale scores of the nursing students were $27,98 \pm 4,92$ and 30,38% of the students were under 25 points. Especially when he / she has high BMI, is living alone, is not satisfied with his weight, he / she is very careful about diet, pre-plans food, takes care about consuming natural food, he / she always changes behavior when he / she reaches information about nutrition from social media, uses social media for a long time, and students who made personal decisions in accordance with the information they got from social media were found to be significantly more risky than other groups in terms of ON.

Nurses are a key part of the health care team with their roles in the field of raising awareness in society, providing education, gaining health behaviors to individuals and preventing diseases. In this respect, the foundation of the profession in the university years, it is very important undertaking initiatives to develop correct lifestyle attitudes, to change determined the wrong attitudes, and prevention of increasing frequency of ON. It is thought that the results obtained in this study will guide the nursing interventions in this area.

Key Words: Orthorexia Nervoza, Social Media, Nursing, Student, Nutrition

1. GİRİŞ VE AMAÇ

Bilgi ve teknoloji çağı olarak adlandırılan yirmi birinci yüzyılın en önemli gelişmelerinden biri de kişilerarası iletişimi farklı boyutlara taşıyan sosyal medya araç ve ağlarının geliştirilmesi olmuştur (Kahraman, 2014). Dünya nüfusunun yaklaşık yarısının aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu bilinmekte, Türkiye’de bu oranların dünya ortalamasının daha da üzerinde olduğu ve sosyal medya kullanıcılarının yaklaşık üçte ikisinin 18-34 yaş aralığında olduğu bilinmektedir (Hootsuit 2019). Bu veriler alanda yapılan çalışmaları da yönlendirmiş, son dönemde yapılan çalışmaların çoğunlukla gençlerin kullandıkları sosyal medya platformları, bu platformları kullanım sıklıkları, kullanım amaç ve motivasyonlarına ilişkin olduğu görülmüştür (Sağbaş ve ark. 2016; İçirgin 2018; Güzel 2007; Çakmak 2012; Bor 2018; Balcı ve Ayhan 2016; Gökçe 2018). Birçok farklı düşünce, deneyim, bilgi; kısacası birçok yaşamın tamamının herkesin erişimine açık olarak paylaşıldığı sosyal medya platformlarının sosyolojik, kültürel, siyasal, psikolojik gibi birçok alanda etkisinin olduğu çok çeşitli çalışmalar ile ortaya konmuştur (Sağbaş ve ark. 2016; İçirgin 2018).

Sosyal medyanın ciddi bir etkisi sağlık kavramının sosyalleşmesi üzerine olmaktadır (Tosyalı ve Sütçü 2016; İlgün ve Uğurluoğlu 2016). Dünya’nın en geniş çaplı internet kullanım araştırmalarından olan Hootsuit kurumu tarafından gerçekleştirilen ‘We are Social’ çalışmasının ‘Digital in 2018 in Western Asia’ adlı raporunda bireylerin interneti %68,8 oranında sağlıklı ilgili bilgi arama amacıyla kullandıkları ve herhangi bir konuda araştırma yapmanın sosyal medya kullanım nedenlerinin yaklaşık ¼’ünü oluşturduğu bildirilmiştir (Hootsuit 2018). Sağlıklı yaşam, sağlığı koruma ve dolayısıyla sağlıklı yiyecek tüketmek ile ilgili haberlerin ilgi gören konular olduğu sosyal medya platformlarının, sağlığın sosyal bir kavram olmasında oldukça etkili olduğu bilinmektedir. Günümüzde sağlık, bireyin kendi davranışlarının sonucu ve kendi sorumluluğu olarak kabul görmekte, bu bağlamda sosyal medyada bireyler beslenmelerine ilişkin yapmaları/yapmamaları gereken, kaçınmaları/mutlaka tüketmeleri gereken besinler gibi çok fazla konuya ilişkin birçok kaynaktan sınırsız bilgiye maruz kalmaktadırlar (Klassen ve ark. 2018).

Ortoreksiya Nervoza (ON) sağlıklı beslenme tarzına ilişkin zihinsel bağlamda takıntılı olma durumunu ve uğraşmayı tanımlamaktadır (Akgül 2018; Nevin ve Vartanian

2017). ON'nın yaşam tarzı ve sağlıksız beslenme alışkanlıklarına ilişkin toplumda farkındalık oluşturmaya yönelik sosyal medyada yapılan girişimlerin bir sonucu olduğu söylenebilir (Mathieu 2005; Arusoğlu 2018). Liteartürde artan sosyal medya kullanım sıklığının ON riskini arttırdığı bildirilmiştir (Turner ve Lefevre 2018; Cinquegrani ve Brown 2018; Atik ve Biricik 2017). ON Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve İstatistiksel El Kitabı (DSM-V)'na göre hali hazırda yeme bozuklukları tanı grubunda yer almasa da birçok kaynak tarafından bir yeme bozukluğu olarak tanımlanmaktadır (Shash 2012; Donini ve ark. 2004; Yıldırım 2018). ON sonucunda ortorektik bireylerde heyecan, anksiyete, depresyon, rijidite, yalnızlık, suçluluk gibi duygu durumların, kilo verme, amenore, osteopeni, anemi, hiponatremi, metabolik asidoz, pansitopani, testosteron yetersizliği ve bradikardi gibi fiziksel belirtiler görülebilmektedir (Costa ve ark. 2017).

ON üzerine farklı amaçlarla yapılan çalışmalarda çoğunlukla sağlıklı beslenme planları, cinsiyet, sosyal standartlar ve sağlık profesyoneli/öğrencisi olmanın ON gelişimi ile ilişkili olduğu belirtilmiştir (Haman ve ark. 2015). Tıp (Bağcı Bosi ve ark. 2007; Erol 2018), hemşirelik (Arslantaş ve ark. 2017), diyetetik (Baş 2014; Gezer ve Kabaran 2013), spor (Malmborg ve ark. 2016) gibi dallarda eğitim gören öğrencilerde ve bu sağlık profesyonellerinde (Tek 2016) ON sıklığının yaygın olduğunu gösteren çalışmalar bulunmaktadır. Yapılan çalışmaların çoğunda bu sonucun sağlık eğitiminin bu popülasyonlarda hastalıklara ve beslenmeye ilişkin farkındalığı, bilgi düzeyini ve bilgiye ulaşma becerilerini geliştirmekte olmasıyla ilişkili olabileceği bildirilmiştir (Malmborg ve ark. 2016; Garcia ve ark. 2012; Ergin 2018). Hemşirelik öğrencilerinde ON sıklığını inceleyen tek bir çalışmaya ulaşılmış (Arslantaş ve ark. 2017) bu grupta yapılacak çalışmaların arttırılmasına ihtiyaç duyulduğu düşünülmektedir. Üniversite öğrencilerinin yaşamlarındaki büyük değişikliklere bağlı olarak yeme alışkanlıklarında da büyük değişimler olmaktadır. Yaşam tarzı, beslenme alışkanlıkları ve besin seçimleri, özellikle bireylerin kendilerine ait düzeni kurmaya başladıkları, kendi beslenmelerini düzenleyip bu alanda sorumluluk aldıkları üniversite yıllarına dayanmaktadır. Bunun yanı sıra hemşirelik öğrencilerinde ON gelişimine etki eden faktörlerden bir diğeri olan sosyal medya kullanım sıklığının da oldukça yüksek olduğu bilinmektedir (Çobaner ve Işık 2014). Tüm bu faktörler nedeniyle hemşirelik öğrencilerinin riskli gruplar arasında olabileceği, bu grupta ON sıklığının ve sosyal medya kullanımı ile arasındaki ilişkinin incelenmesi gerektiği düşünülmüş fakat literatürde buna ilişkin bir çalışmaya ulaşılamamıştır.

Hemşireler toplumda farkındalık oluşturma, eğitim verme, bireylere sağlık davranışları kazandırma, hastalıkların önlenmesi gibi rolleri ile sağlık ekibinin anahtar parçasıdır. Bu açıdan mesleğin temellerinin atıldığı üniversite yıllarında doğru yaşam tarzı tutumlarının geliştirilmesine yönelik girişimler yapılması, yanlış tutumların saptanarak değiştirilmesi prevelansı giderek artan ON sıklığının önlenmesi adına oldukça önemlidir. Bu araştırma; hemşirelik öğrencilerinde sosyal medya kullanımının ortoreksiya nervoza üzerine etkisini incelemek amacıyla tanımlayıcı tipte gerçekleştirilmiştir.

2. GENEL BİLGİLER

2.1. Sosyal Medya

2.1.1. Sosyal Medya Kavramı ve Tarihi

İnternetin geliştirildiği 1900’lü yılların ardından enformasyon teknolojileri inanılmaz bir hızla ilerlemiş ve yaşanan gelişmeler ile birlikte yirmi birinci yüzyıl, bilgi ve teknoloji çağı olarak adlandırılmıştır (Kahraman 2014). Bu dönemde internet kullanımının hızla yayılması ve buna bağlı yaşanan gelişmeler hayatın tüm alanını; sağlıktan eğitime, bilimsel çalışmalardan eğlenceye varana dek etkilemiştir. Bu çağın en önemli gelişmelerinden biri de kişilerarası iletişimi farklı boyutlara taşıyan sosyal medya araç ve ağlarının geliştirilmesi olmuştur. Sosyal medya kavramı ilk kez San Francisco’da Chris Shipley tarafından tanımlanmış ve bu araçların ilk örnekleri 1997 yılında geliştirilen SixDegrees sitesi ile 2003 yılında geliştirilen My Space uygulaması olmuştur (Bor 2018). Sosyal medya kavramı en genel haliyle ağ teknolojileri aracılığıyla kullanıcıların birbirleri ile etkileşimini sağlayan araç, hizmet ve uygulamaların tamamını içeren platformlar olarak tanımlanmaktadır. Bu araç, hizmet ve uygulamaların literatürde ‘sosyal iletişim ağları’, ‘sosyal ağlar’, ‘sosyal paylaşım siteleri’ gibi farklı şekillerde adlandırıldığı ve bu platformlara ilişkin birbirinden farklı tanımlamalar yapıldığı görülmektedir (Otrar ve Arın 2015). Mayfield (2008), sosyal medyayı zaman ve mekân sınırlaması olmayan en yüksek derecede paylaşımın yapıldığı yeni bir medya türü olarak tanımlarken; Toprak (2009) sosyal medyayı sanal bir buluşma yeri ve bireylerin kendi içeriklerini oluşturup paylaşabilmelerini sağlayan web tabanlı hizmetler olarak tanımlamıştır. Bir diğer tanımlamada erişimi oldukça kolay olan ve kişilerin diğerlerini etkilemesini sağlayan bir iletişim teknolojisi ve sosyalleşmek için kullanılan bir teknik olduğu ifade edilmiştir (Kara ve Özgen 2012). Bu tanımlardan en ilginç, ‘Bir anlamda, antik çağların agoralarından ilham alan ama günümüz mimarisiyle modernize edilmiş; birçok restoranın, gazete bayisinin, kütüphanenin, oyun salonunun, bankanın, alışveriş merkezinin bir arada bulunduğu, bir köşesinde her yaştan ve ırktan insanın kümeleşerek sohbet ettiği, fotoğraf çektiği, paylaştığı, hobilerini sergilediği, canlı, kalabalık bir şehir meydanına da benzetebiliriz’ şeklinde Sosyal Medya Endüstrisi kitabının yazarı Kara (2013) tarafından yapılmıştır. Bütün bu tanımlamaların ışığında sosyal medyanın genellikle herkese açık olan, kişinin tamamen kendi belirlediği içeriği, istediği yöntemle istediği kişiler ile mekân ve zaman sınırı olmadan paylaşabildiği, diğer kişilerin de bu

paylaşımlara ilişkin katılımını destekleyen, sürekli güncellenebilen kullanıcı dostu sanal iletişim kanalları olduğu söylenebilir.

2.1.2. Sosyal Medyanın Özellikleri ve Sınıflandırılması

Sosyal medya platformlarının tam tanımının yapılması oldukça güçtür. Çünkü günümüze kadar geliştirilen onlarca araç ve uygulamanın kullanıcıya sunduğu birbirinden farklı birçok olanak bulunmaktadır. Fakat sosyal medya araçlarının tanımlanmasında kullanılabilecek, herhangi bir medya oluşumunun bu kategoriye girip girmediğinin belirlenmesine yol gösterecek temel özellikler belirlenmiştir. Mayfield (2008)'a göre bu özellikler şunlardır:

- Sosyal medyanın merkezinde katılımcılar vardır. Bu platformlar katılımcıları cesaretlendirir ve ilgili olan her bir kullanıcıdan geri bildirim alır.
- Katılımcılar her zaman bireysel değil, toplum olarak da karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medya toplumlaşmaya olanak sağlar ve etkili bir oluşum için destek sistemleri kullanır. Böylece oluşan bu topluluklar fotoğraf, favori TV şovları, iş ilanları, sosyal programlar gibi ilgili oldukları şeyleri paylaşırlar.
- Açıklık sosyal medyanın en önemli özelliklerindendir. İnternet üzerinde geribildirime ve katılımcılara açık olmada sosyal medya servisleri en öndedir. Bu servisler anketler, oylama, tartışma ve bilgi paylaşımı gibi alanlara izin verirler. Bunlara ulaşma yönelik engeller çok nadir karşımıza çıkar.
- İletişimin karşılıklı sürdürülmesi diğer bir deyişle konuşabilme sosyal medyanın temel taşlarından. Geleneksel medya hazırlanan bir içeriğin ya da bilginin izleyici/dinleyicilere aktarımına odaklı iken sosyal medyanın iki yönlü iletişime; konuşmaya olanak tanımasından dolayı daha tercih edilir durumdadır.
- Sosyal medyada iletişim yalnızca kişiler arasında değil diğer bağlantılı olan herşey ve herkesle sürdürülebilmektedir. Sosyal medya platformlarında diğer siteler, kişilere da kullanıcının ilgili olduğu herhangi bir alanda link verilme, öneride bulunma gibi, bağlantılı işler gerçekleştirme oldukça yaygındır (Myfield 2008).

Sosyal medya araçlarının özelliklerini tanımlayanlardan biri de Kristina Lerman'dır. Lerman'a göre bu servislerin ortak dört özelliği vardır:

1. Kullanıcılar birbirinden farklı şekillerde medya türlerinde (görsel, ses, video vb.) içerik oluşturabilir ve içeriklere katkı sağlayabilirler.
2. Kullanıcılar içerikleri etiketleyebilirler.

3. Kullanıcılar aktif oylama (beğenme oranları, retweet vb.), pasif kullanım (görüntülenme vb.), gibi farklı yöntemler ile içeriği değerlendirebilir, başka katılımcılara geribildirim verebilirler.

4. Sosyal medya araçları içerisinde kişiler tarafından ortak ilgi alanları tanımlanarak diğer kullanıcılar ile sosyal ağlar kurabilirler.

Yukarıda sayılan özelliklerden de anlaşılacağı üzere bu platformlar ortak olarak bu özellikleri içermekle beraber, geçtiğimiz yıllarda ortaya çıkan bu onlarca farklı aracın her biri kullanıcıya birbirinden farklı olanaklar sağlamakta, kullanıcıların iletişim için kullandıkları yöntemler değişmekte ve hatta bazılarının özelleşmiş kullanım alanları bulunmaktadır (Tablo 2-1).

Tablo 2-1: Sosyal Medya Araçlarının Kullanım Amacı ve Türlerine Göre Örneklendirilmesi

Kullanım Amacı	İçerdiği Türler	Örnek Araçlar
İletişim	Bloglar	Wordpress, Blogger.com,
	Mikro Bloglama	Twitter, Plurk
	Sosyal Ağlar	Facebook, MySpace, Flickr
	Sosyal Ağ Toplayıcılar	Friendfeed
	Etkinlikler	Eventful, Zvents
İşbirliği	Wikiler	Wetpaint, PBWiki.
	Sosyal Etiketleme	MERLOT, SLoog.
	Sosyal Haberler	Digg, Social News
	Profesyonel Birlikçi	TurkeyLinkedIn, Ning.
Multimedya	Fotoğraf Paylaşımı	Flicker, PhotoBucket
	Video Paylaşımı	YouTube, Dailymotion
	Müzik, Ses Paylaşımı	Playlist, Kavun, Pinterest, Instagram

Kaynak: Akar, 2010.

Sahip oldukları bu farklılıklar nedeniyle sosyal medya servislerinde sınıflandırma ihtiyacı doğmuştur. Fakat sürekli yenileri geliştirilen, var olanlara kullanıcıların ihtiyaçlarına göre yeni özellikler eklenen bu dinamik platformlar için sabit bir sınıflandırma sisteminin bulunması oldukça zordur. Yapılan farklı sınıflandırma sistemleri arasında Mayfield'in (2008) yapmış olduğu sınıflandırma en sık karşımıza

çıkan sistemlerdendir. Bu sınıflandırmada sosyal ağlar, bloglar, wikiler, podcastlar, forumlar, içerik topluluklar, mikrobloglar olmak üzere 7 farklı alandan söz edilir. Benzer bir sınıflamada Mayfield'in sınıflamasında yer alan forumlar yerine video paylaşım araçları ve içerik toplulukları yerine profesyonel ağ sitelerine yer verilmiştir. Ülkemizde ise Akar'ın (2010) yapmış olduğu sınıflama sistemi dikkat çekmektedir. Bu sistemde diğerlerinden farklı olarak sanal dünyalara da yer verilmiştir.

2.1.3. Günümüzde Sık Kullanılan Sosyal Medya Araçları

Facebook

Facebook.com, 2004 yılında Harvard Üniversitesi öğrencisi Marc Zuckerberg tarafından aynı üniversite öğrencilerinin sosyal etkileşimini ve iletişimini kolaylaştırmak amacıyla kurulmuş olup, günümüzde iki milyardan fazla kullanıcı sayısı ile en yaygın kullanılan sosyal medya platformu haline gelmiştir (Ross ve ark. 2009; Hootsuit 2018). Yoğun rağbet görmesiyle 2005'te lise öğrencilerinin de kullanımına izin verilmiş; 2006'ya gelindiğinde ise bu grupların kapsamı oldukça geniş bir yaş aralığına genişletilmiştir. Şu anda bir e-posta adresi olan her yaştan kişi tarafından kullanılabilen site, daha sonra uygulamasını geliştirmiştir (Ellison ve ark. 2007; Van Dijk 2006). Sosyal medya kullanıcılarının tamamına yakınının Facebook kullandığı ve Türkiye'nin Facebook'un en yoğun kullanıldığı ülkelerden biri olduğu bilinmektedir (TÜİK 2018). Bu kullanım alanı eğitimden habere, politikadan alışverişe dek uzanmakta; en sık kullanım amacının ise sosyal etkileşim olduğu bilinmektedir (Şener 2009; Gökçe 2018).

Facebookta bireyler farklı özelliklerini ve kişisel bilgilerini girerek kendilerine, farklı izin kategorilerindeki kişilere veya herkese açık olan 'profil'ler oluşturur ve birçok paylaşım tipi ile diğer kullanıcılar ile iletişim kurarlar. Bu paylaşımlar kişinin sanal albüm ve takvimlerinde görünebilir, hatta diğer kişilerin isimleri bu paylaşımlar üzerinde 'etiket'lenebilir, farklı bağlantılar paylaşılabilir, paylaşımlara yorumlar yazılabilmektedir. Bu çevrimiçi sosyal ağ yazılımı, kişilerin ilgi alanlarına, coğrafi bölge, şehir, şirket gibi gruplara katılmasına ve bu seçili alanlarda ortak özelliklere sahip kişilerin 'arkadaş' olmalarına olanak sağlar. 'Arkadaşlar' birbirlerine özel mesajlar atabilir, birbirlerinin 'duvarlarında' herkese açık olacak şekilde mesajlar yazabilirler (Pempek ve ark. 2009; Ross ve ark. 2009; Cheung ve ark. 2011).

Twitter

San Francisco’da yer alan bir şirketin çalışanları arasındaki iletişimi anlık mesajlar sağlayarak kolaylaştırmak amacı ile Jack Dorsey tarafından geliştirilen Twitter’in başlangıcı 2006 yılına dayanmaktadır. Uygulama artan popülaritesiyle halka açık hale getirilmiş ve günümüzde ise internet dünyasının SMS’i (Kısa Mesajı) olarak tanımlanmaya başlamıştır (Bostancı 2010). Özellikle 2008’deki ABD seçimlerinde Barack Obama tarafından seçim kampanyası aracı olarak kullanılmasının ardından, kullanımı hızlanarak yaygınlaşmış ve kullanım amacı da genişlemiştir. Ülkemizde de en çok kullanıcısı olan sosyal paylaşım ağlarından (Hootsuit 2018).

Uygulama internet sitesinde kendisini “Twitter, seni ilginç bulduğun son hikâyelere, fikirlere, görüşlere ve haberlere bağlayan gerçek zamanlı bir bilgi ağı” şeklinde tanımlamaktadır (www.twitter.com/about). Birçok çalışmada Twitter’ın ‘kısa, basit, kolay’ sıfatlarıyla tanımlandığı da görülmektedir (Altunay 2010). Bu uygulamada da Facebook’a benzer şekilde kişilerin bilgilerini içeren, kullanıcının istediği gibi erişimi kısıtlayabildiği profilleri vardır. Twitterda da farklı tipte paylaşımlar yapılabilse de, bu uygulama asıl paylaşımın metinler üzerinden yapıldığı bir mikro blog uygulamasıdır. Uygulamada paylaşılan metinlere ‘twit’ adı verilmekte ve bu yazılan metinler 280 karakter ile sınırlandırılmaktadır. Kişilerin başkalarının ‘twit’lerini kullanmalarına izin veren bu uygulamada, kullanıcı ‘takip’ ettiği kişinin herhangi bir iletisini ‘retweet’ ederek diğer kullanıcılar ile tekrar paylaşabilmektedir. Bu paylaşılan metinlerin başlarına hashtag (#) işareti konularak, yazılan metnin konusu özetlenmekte ya da metin kategorize edilmektedir. Uygulamada ‘trend topic’ adı altında gündemdeki konular popülaritelerine göre sıralanmaktadır. Uygulamada kişiler birbirlerini ‘takip’ etmekte ve paylaşımlar yalnızca kişinin ‘takipçileri’ tarafından görülebilmektedir. Kişiler ayrıca takip ettikleri kullanıcıların kullanıcı isimlerinin başına ‘@’ işareti ekleyerek karşılıklı mesajlaşabilmekte, bu mesajlaşma sistemi ‘mention’ şeklinde ifade edilmekte ve bu sistem anlık hızlı mesajlaşmalara olanak sağlamaktadır (Yolcu 2016; Gökçe 2018; Altunay 2010). Ülkemizde Altunay (2010) tarafından Twitter kullanım alışkanlıklarının derinlemesine incelenmesinin amaçlandığı karma (mix) tip çalışmada, Twitter kullanımının gündelik yaşam ile arasında karmaşık bir etkileşim olduğu saptanmıştır. Ayrıca çalışma sonucunda Twitter’ın diğer sosyal medya kullanımlarındaki gibi genel bir kullanım şeklinin olmadığı, Twitter kullanım alışkanlıklarının bireyin günlük hayatına entegre olacak şekilde, bireysel farklılıklar gösterdiği bildirilmiştir.

Youtube

İlk video paylaşım sitesi olan YouTube 2005'te kurulmuş ve 2006'da Google tarafından satın alındıktan sonra yüksek bir ivmeyle kullanımı artış göstermiştir (Myfield 2008). Günümüzde en yüksek aktif kullanıcı sayısına sahip sosyal medya platformu olan Youtube; 2018 yılı verilerinde aylık 1,8 milyar aktif kullanıcı sayısına ulaştıklarını bildirmiştir. Ülkemizde Youtube'a ilişkin en geniş çaplı araştırma olan 'Türkiye Youtube Kullanıcı Profili Araştırması'nda (2016) 16 yaş ve üzeri 1506 Youtube kullanıcısının uygulamaya ilişkin deneyim ve görüşleri incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre 16-35 yaş grubunun video izlerken Youtube kullanma oranlarının en yüksek olduğu bildirilmiştir. Çalışmada kullanıcıların yüzde %67'sinin Youtube'u her gün ziyaret etmekte olduğu, her gün ziyaret edenlerin ise çoğunun günde 5 kereden fazla ziyaret ettiği bildirilmiştir.

Youtube yalnızca video izlemeye değil, kullanıcıların kendi videolarını Flash Video Formatı (*.flv) ile ekleyebilmelerine (max: 1 gb kapasitede), bu videoları bilgisayar/telefonlarına indirebilmelerine, sanal 'kanal'lar açabilmelerine, var olan kanallara 'üye' olarak bu platformda yer alan kullanıcıların yükledikleri içerikleri takip edebilmelerine olanak sağlamaktadır. Ayrıca üyeler izledikleri videoları değerlendirip not verebilmekte ve video hakkında yorum yazabilmektedir (Bostancı 2010; Bor 2018). Arklan ve Kartal'ın (2018) 18-35 yaş aralığını kapsayan Y kuşağında Youtube kullanımının özelliklerini irdeledikleri çalışmada Y kuşağının internet ortamında video içerikleri izleyeceğinde birincil önceliği Youtube'a verdiği, fakat beğenme, yorum yapma gibi özellikleri çok az oranda kullandıkları görülmüştür. Çalışmada bu yaş grubunda kullanıcıların %40,6'sının 'istediği her türlü içeriği bulabildiği için' Youtube'u tercih ettiği, %67,5'inin 5 yıl ve üzeri süredir Youtube'u kullandıkları, kişilerin %45,7'sinin 30 dakika ve daha az, %33,5'inin ise 31-60 dakika arası bu platformda vakit geçirdikleri raporlanmıştır.

Pinterest

İlk olarak, toplumun kullanımına kapalı şekilde lanse edilen Pinterest, 2010 yılında piyasaya sürülmüş ve 2011 yılından itibaren sık kullanılan sosyal medya araçları arasına girmiştir (Gökçe 2018). Ülkemizde bu platformun kullanım oranlarının diğer ülkelere oranla oldukça düşük olduğu bilinmekte, bunun nedeninin ise ünlü isim ve markaların bu platformda yer almamaları olarak gösterilmektedir (Hootsuit 2019).

Pinterest kullanımı ancak sunucu ya da bir kullanıcı tarafından kişiye iletilen davetiye ile mümkün olmakta, sonrasında bir profil girişi yapılmaktadır. Pinterest dijital bir koleksiyon olarak ta tanımlanabilir. Bu platformda board (panel) ve pin (paylaşımı sabitleme) terimleri kullanılmakta; görüntü ve videolar bir panele sabitlenmektedir. Her paylaşımın altına kullanıcı tarafından kısa bir açıklama girilmekte ve her paylaşımın altında görüntünün kaynağına geri dönen bir bağlantı uzantısı bulunmaktadır. Bir pin oluşturulduktan sonra, diğer topluluk üyeleri yorumlar ekleyebilir, bu paylaşımı yeniden pinleyebilir veya beğenebilirler. Sashittal ve Jssavalla'nın (2015) üniversite öğrencilerinin Pinterest kullanımlarını inceledikleri çalışmalarında; kullanıcıların genel olarak eğitilmiş ve psikososyal açıdan sağlıklı bireyler olduklarını belirtmiş ve üniversite öğrencilerinin özellikle hayata ilişkin gerçekçi deneyimler edinmek ve görsel zenginleşme amacıyla bu platformu kullandıklarını saptamışlardır.

Instagram

Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından 2010 yılında kullanıma sunulan bir mikroblog örneği olan Instagram iki yıl içerisinde 90 milyon aylık kullanıcıya ve günlük 40 milyon fotoğrafın paylaşıldığı bir platforma dönüşmüş, 2012 yılına gelindiğinde en büyük rakibi olan Facebook tarafından satın alınarak kullanıcı sayısını arttırmaya devam etmiştir. Facebook'un satın almasından sonraki ilk altı aylık dönemde %500 artış göstermiştir ve bu büyüme günümüzde de 800 milyona ulaşan kullanıcı sayısı ile devam etmektedir (Statista 2017). Hootsuite'in 'Digital 2019 in Turkey' adlı raporuna göre ilk kez Facebook'u geçerek ülkemizde en çok kullanılan sosyal medya platformu olmayı başarmış ve İsveç'ten sonra en çok kullanıcısı olduğu ülke Türkiye olmuştur (Hootsuite 2019). Yayla'nın (2018) 'Kullanımlar ve Doyumlar' teorisi temel alınarak bir grup üniversite öğrencisinin Instagram kullanım alışkanlıklarını sayısal verilerle incelemeyi amaçladığı çalışmada; öğrencilerin yaklaşık yüzde %40'ının arkadaşlarını takip etmek amacıyla ve günde 1 saatten az olacak şekilde Instagram kullandıkları ifade edilmiştir.

Instagramın diğer platformlardan en büyük farkı, diğerlerinde çoklu tip paylaşımlara olanak verilmekte iken burada paylaşımların temelde fotoğraflar ve videolar aracılığıyla yapılıyor olmasıdır. Tercih edilmesinin en büyük nedeninin, kolaylığı olduğu ifade edilen bu uygulama, ayrıca sunduğu filtreler yardımıyla paylaşımlara profesyonel görünüm kazandırılabilmesini sağlamaktadır (Kırcaburun 2017). Ayrıca Twitter'a benzer olarak 'hashtag' kullanımı bulunmakta ve böylece bireyler fotoğraflarını kategorize edebilmekte, ilgi alanına göre kişi takibinin yanı sıra konu takibi de yapılabilmektedir.

Beğenme, yorum yapma, özel mesajlaşma, etiketleme özellikleri Instagram'ın diğer sosyal medya platformları ile ortak özellikleridir. Ayrıca Instagram'ın en sık kullanılan özelliklerden biri de kullanıcıların beğendikleri sayfaları birbiriyle paylaşmaları, önermeleridir. 'Sanal reklam' olarak da ifade edilebilen bu özellik, özellikle son dönemde ivme gösteren Instagram alışverişlerini de hızlandırmıştır. Son dönemde bu alanı bir profesyonel alan olarak görüp, gelir elde eden kişi sayısı giderek artmaktadır (Gökçe 2018). Ayrıca 'sanal ürün yerleştirme' olarak özetlenebilecek 'influencer marketing' uygulamaları da Instagram ile hayatımıza giren kavramlardan olmuştur.

Snapchat

Sosyal medyanın gelişmesiyle farklı sosyal medya araçları geliştirildiği gibi, sosyal medya dallarının da yelpazesi genişlemiştir. Bunun bir örneği de 'geçici sosyal medya' olarak da adlandırılan, yapılan paylaşımın geçici bir süre görüntülenebildiği platformlardır. Kullanıcıların fotoğraf veya videolarını 10 sn. ve daha az süre ile paylaşımlarına olanak veren Snapchat de bu gruba girmektedir (Bayer ve ark. 2016). Bu uygulama Stanford Üniversitesi öğrencileri Evan Spiegel, Bobby Murphy ve Reggie Brown tarafından 2011 yılında geliştirilmiştir. Paylaşımların kalıcı olduğu ve çoğunlukla geniş bir kitleye ulaşmasının hedeflendiği diğer sosyal medya platformlarının tam aksine bu uygulama daha az kalıcı ve daha özel iletişim için olanak sağlamaktadır. Ayrıca uygulamada kişilerin gönderiyi arşivlerinden seçememeleri, gönderinin yaşanan andan bir kare olması da bu özellikleri desteklemektedir (Yeniçıkıtı ve Yüksek 2017). Uygulamanın bu an ve anıya odaklanmış hali orijinallik arayan kitlelerin oldukça dikkatini çekmiş ve günlük 161 milyon aktif kullanıcıya ulaşıldığı bildirilmiştir (Statista 2017; Kara 2016).

Whatsapp

WhatsApp (What's Up), Yahoo'nun eski çalışanlarından Jan Koum ve Brian Acton tarafından 2009 yılında Kaliforniya'da, yalnızca ios yazılımına uyarlanabilen bir şekilde kurulmuştur. Kullanım oranları giderek artan uygulama, 2015 yılında sosyal medya devi Facebook tarafından satın alınmıştır. Son yıllarda daha hızlı bir şekilde kullanıcı oranı yükselmektedir. Özellikle 2016 yılından itibaren kullanım oranlarının artışı ciddi ivme kazanmış ve 2017 yılına gelindiğinde 1,3 milyar kullanıcı sayısına ulaşmıştır (Statista 2017).

Uygulama dünya çapında internet erişimi olan her telefona kurulabilmekte, hatta kişisel diğer cihazlara senkronize edilebilmekte, herhangi bir şifre ya da kullanıcı adı

girişine, oturum açmaya ihtiyaç duymaksızın kullanılabilir. WhatsApp bir anlık mesajlaşma servisi olarak ortaya çıkmış olsa da günümüzde uygulama üzerinden görüntülü ve sesli arama yapılabilen, dosya, fotoğraf, video paylaşımı yapılabilir. Birçok sosyal medya uygulamasında olduğu gibi kişilerin ‘profil’leri bulunmakta kişiler buradan bazı kişisel bilgilerini ve ‘durum’larını ‘arkadaş’ eklemeye gerek kalmadan, cihaz rehberinde kayıtlı diğer kullanıcılar ile paylaşabilmektedirler (Göncü 2018). Ülkemizde de oldukça sık kullanılan bu anlık mesajlaşma uygulamasının en çok kullanılan özelliği bireylerin bazı ortak özelliklerini temel alarak kurdukları ‘grup’lardır. Hatta bu özellik eğitimden, pazarlamaya birçok alanı etkilemiş ve yapılan araştırmaları da yönlendirmiştir (Yengin 2012). Yazıcı’nın (2015) üniversite öğrencilerinin WhatsApp kullanım özelliklerini incelediği çalışmada, öğrencilerin neredeyse tamamının bu uygulamayı kullandığı, çoğunun uygulamayı 1-3 yıldır kullanmakta olduğu ve yarısından fazlasının kullanım sıklığının ‘sürekli’ olarak tanımlandığı görülmüştür.

LinkedIn

En eski sosyal medya hesaplarından olan LinkedIn’in kuruluşu 2003 yılına dayanmakta ve geliştirilme amacı profesyonel işbirlikçilerin etkileşimini kolaylaştırmak olarak tanımlanmıştır. Uygulama, hedefine ilk ayında 4.500 kullanıcı kazanarak ulaşmış ve günümüzde de, profesyonel alanda bir sosyal ağ oluşturmak için en çok tercih edilen platform olma özelliğini sürdürmekte, ‘dünyanın en büyük profesyonel çöp çatanlık sitesi’ olarak tanımlanmaktadır (Papacharissi 2009; Van Dijck 2013).

LinkedIn her türden kullanıcıya hitap ediyor olsa da kullanıcı tabanını çoğunlukla büyük firmalarda istihdam edilen yüksek gelir grubundaki orta yaşlı profesyonellerin oluşturduğu bilinmektedir. Uygulamanın ilk yıllarında bu özelliği çok göze çarpmasa da, 2009 yılında yapmış oldukları yenilemeden sonra profesyonel kullanıcı kimliklerini vurgulamasıyla bu özellik görünür hale gelmiş ve günümüzde de örnek profillere bakarken hemen göze çarpmaktadır. Diğer sosyal medya uygulamalarından en büyük farkı ‘Premium’ kullanıcı aboneliklerinden ve yönlendirilmiş iş modeli ile iş alma çözümlerinden gelir elde ediyor olmasıdır.

2.1.4. Sosyal Medyanın Avantajları ve Dezavantajları

Avantajları;

- Sosyal medya platformları, paylaşımların hızla yayılmasına odaklıdır ve anlık yapılan eklemeler, yenilikler nedeniyle hep günceldir.
- Birçok açıdan kişilerarası iletişimi hızlandırır, kolaylaştırır ve çeşitlendirir. Katılımcı sayısı oldukça fazla olduğu için yeni paydaşlar, yeni toplulukların oluşumunu hızlandırır ve katılımcıların çeşitliliğini arttırabilir, uluslararası çapta yayılım sağlar.
- Haber alma, bilgiye ulaşma, eğitim, sağlık, alışveriş gibi birçok toplumsal ve sosyolojik ihtiyacın giderilmesinde kolaylaştırıcı bir araç olarak kullanılabilir.
- Sosyal medya uygulamaları çoğunlukla yalnızca internet ücretini içerir, bu nedenle ucuzdur. Ayrıca sosyal medyanın anlık/günlük ortamları ve rutinleri kapsamı, geleneksel medyada dudak uçurtan yatırım bedellerine de ihtiyaç duymamayı sağlar.
- Sosyal medya erişimi ve sosyal medya üzerinden yürütülecek her türlü faaliyet yalnızca internet bağlantısı, bilgisayar/cep telefonu olan her ortamda yapılabilir.
- Sosyal medyanın güvenilirliği eskiye oranla daha şüpheli bir konu olsa da; kullanıcı tarafından yönetildiği için, kişinin bilgilerini istediği kadarını ve istediği kişiler ile paylaşmasına izin vermektedir.
- Sosyal medyanın geleneksel medyadan en büyük farkı olan iki yönlü ilişki ve etkileşim sosyal medyanın en büyük avantajıdır. İnsanlar sosyal medya yoluyla ilgilerini çeken konu, alan, görüntüler ve sesleri 'arkadaşları' ile paylaşabilmektedir. Bu paylaşım özelliği nedeniyle sosyal medya tüketicilerini aynı zamanda birer üreticiye çevirmekte, üretkenliği teşvik etmektedir (Öztürk ve Talas 2015; Kürkçü 2016; Ying 2012; Sağbaş ve ark. 2016).

Dezavantajları;

- Sosyal medya platformları paylaşımların hızla yayılmasına odaklıdır. Bu özellikolumsuz haberler veya olayların bu araçlar aracılığıyla çok hızlı bir şekilde yayılmasına sebep olabilmektedir. Ayrıca dünya çapındaki siyasi olayların bir uzantısı olarak, şiddet içerikli görüntüler sık paylaşılmakta, bunlar hızla yayılmakta ve sosyolojik, psikolojik birçok etkisi olabilmektedir.
- Sosyal medya aracılığıyla hemen hemen her konuda binlerce kişi tarafından içerikler üretilmektedir. İçeriklerle ilgili iyi ve uygun filtreler bulunmadığı takdirde, özel bir konuda bilgi sahibi olmak isteyen insanlar, internet ortamında aşırı bilgiyle karşılaşarak hangi kaynaktan ve hangi bilgiden yararlanmaları gerektiği konusunda sorunlar yaşamaktadır.

- Her ne kadar sosyal medyada kullanıcı bilgileri kişinin kendisinin denetiminde olsa da, paylaşılan bilgiler bu platformları birer kişisel veri havuzuna dönüştürmekte, bu da kimlik hırsızlığı gibi sorunları gündeme getirmektedir.
- Sosyal medya içerikleri kullanıcılar tarafından üretilmekte bu nedenle kontrolünün sağlanması mümkün olmamaktadır. Bu platformlarda şiddet, nefret söylemi, siber zorbalık, bilgi kirliliği, etik ihlaller gibi istenmeyen durumların sık yaşanmasına sebep olmaktadır (Öztürk ve Talas 2015; Sağbaş ve ark. 2016).

2.1.5. Sosyal Medya Kullanımının Etkileri

Sosyal medya platformlarının çeşitlenmesi ve kullanım oranlarının artmasıyla, bu alanda yapılan çalışmalar da hızlanmıştır. Literatürde özellikle bir sosyal medya platformunun kullanım amaç ve özelliklerinin ya da genel olarak sosyal medya araçlarına ilişkin tutumların incelendiği yüzlerce çalışma bulunmaktadır. Sosyal medya kullanımının sosyolojik, kültürel, siyasal, psikolojik gibi birçok alanda etkisinin olduğu çok çeşitli çalışmalar ile ortaya konmuş, bu yönde teoriler geliştirilmeye başlanmıştır.

Bu bölümde konuyla ilişkisi açısından sosyal medyanın yalnızca yönlendirme etkisi ele alınacaktır. Medyanın yönlendirme etkisi II. Dünya Savaşı'ndan bu yana kullanılmakta olup, günümüzde de sık gündeme gelen konulardan biridir. Bir medya tipi olan sosyal medya platformlarının içerikleri tamamen birey merkezlidir ve sınırsız alana yayılabilir. Bu da bir bireyin kendi görüşünü çok sayıda bireye eş anlı olarak ulaştırabileceği, kişinin elde ettiği bilgileri başkasıyla isterse paylaşabileceği, isterse depolayabileceği ve bir süre sonra yeniden dolaşıma katabileceği anlamına gelmektedir. Böylece büyük medya endüstrisi yapılanmalarından ve ulus-devletin kontrolünden bağımsız, çoğulcu bir iletişim modeli mümkün olur. İnternetin sıraladığımız bu özellikleri, yani üniter olmayan yapısı ve iletinin dünyanın süratle her tarafına taşınması toplumsal yönlendirmeler açısından bulunmaz özelliklerdir (İçirgin 2018).

Bu bölümde sosyal medyanın yönlendirme etkisi; sağlıkta ve diğer alanlarda yönlendirme etkisi olarak iki ana başlıkta özetlenecektir.

2.1.5.1. Sosyal Medyanın Yönlendirme Etkisi: Toplumsal ve Sosyolojik Açıdan

Birçok farklı düşünce, deneyim, bilgi; kısacası birçok yaşamın tamamının herkesin erişimine açık olarak paylaşıldığı sosyal medya platformları bireyin toplumsal yaşamını da doğrudan etkilemektedir. Bu paylaşımlar farklı farklı küresel değerlerin, kimliklerin, alışkanlıkların hızlı bir şekilde dolaşıma girmesine zemin hazırlayarak

bireysel bir özgürlük alanı olmaktan çıkıp birer kültürel mekân, ekonomik pazara dönüşebilmektedir (Van Dijk 2006). Bu sanal dünya yaşantıları, gerçek dünyada olup bitenleri de inanılmaz bir hızla yönlendirmekte, ekonomik, siyasal ve kültürel alanların dönüşmesinde birtakım önemli etkilerde bulunmaktadır (Güzel 2007).

Post modern medya araçları kullanıcıyı bireyselleştirmekten öte toplumsallaştırmaktadır. Sosyal medya, geliştiği süreç boyunca gruplar, topluluklar ve kitleler arasında toplanmayı, organize olmayı, planlama ve düzenleme yapmayı kolaylaştırmış; bu olanaklar dünya genelinde yeni toplumsal hareketlerin çoğalmasına yol açmıştır (Çakmak 2012). Dünyanın neredeyse her yerinde gün geçtikçe gerek kimlik, gerek cinsiyet, gerekse de sınıf odaklı olsun, bir problemi olan herkesin bu platformlarda kendisine bir yer bulabildiği, gruplaştığı görülmektedir. Bu da sosyolojik temelleri değiştirmekte, siyasal karar verme sürecini etkilemekte ve toplumsal/siyasal olayların gelişimine büyük bir ivme kazandırmaktadır (İçirgin 2018).

Sanal gündemler, toplumsal gündemi olduğu kadar bireysel yaşam tarzını da yönlendirmektedir. Artık deneyimlerini çok daha fazla paylaşmak ve kaydetmek isteyen kullanıcılar bu deneyimleri arkadaşlarının ve diğer topluluk üyelerinin değerlendirmesine sunarak, itibarlarının bu değerlendirmeler aracılığıyla inşa edilmesine izin veren bir popülasyona dönüşmüştür. Bu da bireylerin hayata dair tüm tercihlerini yönlendirmektedir. Kişilerde sürü psikolojisi ile toplumsal normlara değil, sanal normlara uyma, gelişmeleri yakalama ve gündemi takip edip, ayak uydurma duygularını tetiklemektedir (Çakmak 2012). Bireyler sosyal medyada konuşulana göre giyinmekte, alışveriş yapmakta, kitaplar okumakta, yemek yemekte, bu alanda popüler olan yerleri ziyaret etmekte, hatta kendi kişisel paylaşımlarını dahi buna göre seçmektedirler (İçirgin 2018).

2.1.5.2. Sosyal Medyanın Yönlendirme Etkisi: Sağlık Açısından

Sosyal medyanın bireylerde davranış değişikliği oluşturmasının ciddi bir etkisi de sağlık üzerine olmaktadır. ‘We are Social, Digital in 2018 in Western Asia’ raporunda bireylerin interneti %68,8 oranında sağlıkla ilgili bilgi arama amacıyla kullandıkları ve herhangi bir konuda araştırma yapmanın sosyal medya kullanım nedenlerinin yaklaşık dörtte birini oluşturduğu bildirilmiştir (Hootsuit 2018). Bu bilgiler ve internet kullanımının çoğunun sosyal medya kullanımını içerdiği bilgisi bir arada değerlendirildiğinde durumun önemi ortaya çıkmaktadır. Ayrıca aynı raporda Dünya

genelinde en yaygın kullanılan mobil uygulamaların arasında yaşam tarzı ve sağlık alanlarındaki yazılımların da olduğu görülmektedir. Sosyal medyanın sağlık alanındaki bu büyük kullanım oranları ve sosyal medyanın bilinen yönlendirme etkisinin en büyük sonucu ‘Sağlık 2,0’ kavramının doğması olmuştur (Tosyalı ve Sütçü 2016). Bu kavram yeni medyanın etkisiyle ortaya çıkan yeni nesil sağlık iletişimini ifade etmektedir. Sosyal medya aracılığıyla kişilerin sağlık bilgisine ulaşmaları kolaylaşmakta, bu alanda yapılan paylaşımlar ile benzer deneyimlere sahip bireylerin etkileşimi sağlanarak sosyal öğrenme güçlenmekte ve sağlığa doğrudan ya da dolaylı etkisi olan kararlar yönlendirilebilmektedir. Benker ve Arıkan’ın (2011) kişilerin sağlık konusunda sosyal medya kullanım durum ve amaçlarını incelemek amacıyla ülkemizde yapmış oldukları araştırmaya 1211 kişi dâhil edilmiştir. Araştırma sonucunda bireylerin yaklaşık yarısının bu platformlar üzerinden hastalıkları ile ilgili tavsiye aldıkları, yaklaşık üçte birinin ise tavsiyeler verdikleri, kişilerin bu amaçla en çok Facebook ve Youtube’u kullandıkları bildirilmiştir. Aynı çalışmada bu kullanımların içeriği incelenmiş ve sırasıyla hastalık, ilaçların etkinliği, hekim, ilaçların yan etkisi olarak sıralanmıştır. Bu sonuçlar bu platformlarda yer alan paylaşımların sağlık alanındaki etkisini ortaya koymaktadır. Kişilerin aileleriyle veya sosyal çevreleriyle paylaşamadıkları sağlık sorunları hakkında bilgi edinmek için de sosyal medya platformlarına yöneldikleri, sağlıkla ilgili birçok konunun mahrem kabul edilmesinin de, bilgi toplama sürecinde sosyal medya kullanımının artmasında etkili olduğu bildirilmiştir (Darı 2017).

Sosyal medyanın sağlık iletişiminde kullanılmaya başlanması sosyal medya üzerinden sağlık eğitimi, sağlıklı kişilerin ve hastaların olduğu kadar sağlık profesyonellerinin, sağlık kurumlarının ve uluslararası kuruluşların da sosyal medyayı kullanma oranlarını arttırmıştır (İlgün ve Uğurluoğlu 2017). Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ)’nün Twitter da yaklaşık 2,7 milyon, Facebook da ise yaklaşık 2,5 milyon takipçisi bulunmaktadır. DSÖ 2005 yılından itibaren Youtube da 509 video yayınlamış ve bu videolar yaklaşık 9,5 milyon kez görüntülenmiştir. Kuruluşun 2012 yılında depresyonla mücadele kapsamında yayınladığı “I had a black dog, his name was depression” isimli video ise yaklaşık 6 milyon kez görüntülenmiş ve birçok kullanıcı yaptıkları yorumlarda bu video sayesinde depresyonu yendiklerini ifade etmiştir. Ülkemizde ise Sağlık Bakanlığının 215 bin takipçisi ve 3000’e yakın Instagram paylaşımı bulunmaktadır. Bu paylaşımlar ile organ bağıışı, obezite, kronik hastalıklar gibi sağlıkla ilgili birçok alanda yönlendirme çalışmaları yürütülmektedir. Bu yönlendirme çalışmalarının bir başka

boyutu da sağlık alanında pazarlama üzerine olmuştur. Amerika’da yapılan bir araştırma ÷lkedeki hastanelerin pazarlama amacıyla sağlık kurumlarının sosyal medya kullanımlarını incelemiş ve ÷lkede yer alan kurumların neredeyse tamamının Facebook, Foursquare ve Yelp, yarısından fazlasının Twitter hesabının olduğunu ve yine yarısından fazlasının tüm bu sosyal medya aracını da kullandığını rapor etmiştir (Griffis ve ark. 2014). ÷lkemizde ise buna benzer çalışmalara ulaşılamamıştır.

Sağlık hizmetlerinde toplumun bilgilendirilerek farkındalık oluşturulması ve hastalıkların önlenmesi, bakım hizmetlerinin iyileştirilmesi, kalitenin artırılması gibi farklı hedefler çerçevesinde sosyal medya kullanımı mümkündür. Fakat bu alanlarda paylaşılan bilgilerin doğru ve güncel olması toplum sağlığı bağlamında büyük önem arz etmektedir. Bu durum sosyal medya kullanımının olası zararlarını da beraberinde getirmektedir (Darı 2017). İlgün ve Uğurluoğlu’nun (2016) sağlık sektöründe sosyal medya kullanımına ilişkin ÷lkemizdeki durumu derledikleri çalışmalarında, sosyal medyanın hastalar, sağlık profesyonelleri ve sağlık kurumlarına olan yararları ve risklerini özetlemişlerdir (Tablo 2-2, 2-3).

Tablo 2-2: Sosyal Medyanın Kullanıcılar Açısından Yararları

Sosyal Medya Kullanımının Yararları	Sosyal Medya Kullanıcıları		
	Hastalar	Sağlık Profesyonelleri	Sağlık Kurumları
Sağlık bakım kalitesinin artırılması	X	X	X
Hastalar arası etkileşimin artırılması	X		
Geniş kitlelere erişimin sağlanması	X	X	X
Yeni hizmet fırsatlarının artırılması		X	X
Toplumsal sağlık statüsünün yükseltilmesi	X	X	X
Sağlık bilgilerine erişimin kolaylaşması	X	X	
Hekime başvurmadan önce hekim hakkında bilgi sahibi olmanın sağlanması	X		
Zaman tasarrufunun sağlanması	X	X	X
Maliyetlerin azaltılması			X
Sağlık hizmetlerine erişimin artırılması	X	X	
Sigara, alkol gibi zararlı madde bağımlılıklarının azaltılması	X		X
Sağlık ile ilgili mesajların daha geniş kitlelere erişiminin sağlanması	X	X	X
Sağlık sonuçlarının iyileştirilmesi	X	X	X
Sağlık iletişiminin artırılması	X		X
Sağlık kurumları ve hekimler açısından tanınırlığın artması		X	X
Pazarlama faaliyetlerinin artırılması			X
Sağlık profesyonellerinden online olarak danışmanlık hizmeti alınmasının sağlanması	X		

Kaynak: İlgün ve Uğurluoğlu, 2016.

Tablo 2-3: Sosyal Medyanın Kullanıcılar Açısından Riskleri ve Zararları

Sosyal Medya Kullanımının Riskleri ve Zararları	Sosyal Medya Kullanıcıları		
	Hastalar	Sağlık Profesyonelleri	Sağlık Kurumları
Profesyonel imajın sarsılması		X	X
Bir konuyla ilgi çok sayıda bilginin bulunması ve bu durumun kafa karışıklığına neden olması	X		
Olumsuz sağlık davranışlarının ortaya çıkması	X		
Olumsuz sağlık sonuçlarının ortaya çıkması	X		X
Sosyal medyada sağlık sorunları hakkında yanlış bilgiler ve tavsiyelerin yer alması	X		
Sağlık kurumunda çalışanlar ile ilgili bilgilerin çalışan onayı alınmadan sosyal medyada yayınlanması		X	X
Hizmetin kalitesi ile ilgili endişelerin çokluğu	X		X
Sahtecilik ve dolandırıcılık ihtimalinin yüksek olması	X		
Sosyal medyadan elde edilen bilgilerin güvenilirliği hakkında kesin bilgiye sahip olunamaması	X		X
Hasta mahremiyetinin ve gizliliğinin ihmal edilmesi	X	X	X
Hekimler ve sağlık kurumlarıyla ilgili yanlış bilgilerin yer alması	X	X	X

Kaynak: İlgün ve Uğurluoğlu, 2016.

2.1.6. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımları

Dünyanın en geniş çaplı internet kullanım araştırmalarından olan Hootsuit kurumu tarafından gerçekleştirilen ‘We are Social’ çalışmasının ‘Digital 2019’ adlı raporunda dünya nüfusunun yaklaşık yarısının aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu ifade edilmiştir. Aynı çalışmanın Türkiye sonuçlarının dünya ortalamasının daha da üzerinde olduğu, nüfusun yaklaşık üçte ikisinin aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu bildirilmiştir (Hootsuit 2019). Benzer şekilde Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)’nin ‘Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması’ sonuçlarını yayımladığı raporunda, ülkemizde internet kullanımına ilişkin verileri sunulmaktadır. Kurumun 2018 yılında

yayımlanan raporunda ülkemizde bilgisayar ve internet kullanımı 16-74 yaş grubundaki bireylerde sırasıyla %59,6 ve %72,9 olarak bildirilmiştir. Bu durum sosyal medya konusunda ülkemizde yapılan çalışmaları hızlandırmış, bu alanda çok farklı konularda ve farklı gruplar üzerinde çalışmalar yapıldığı görülmektedir (Altunay 2010; Koç ve Buzlu 2015; Darı 2017; Dumanlı 2016). Ülkemizde sosyal medya kullanıcılarının yaklaşık üçte ikisinin 18-34 yaş aralığında olması (Hootsuit 2019), son dönemde özellikle genç popülasyona odaklanan çalışmaların artmasına neden olmuştur (Otrar ve Arğın 2015; Yazıcı 2015). Bu çalışmalarda çoğunlukla gençlerin kullandıkları sosyal medya platformları, bu platformları kullanım sıklıkları, kullanım amaç ve motivasyonları incelenmiştir (Sağbaş, Ballı ve Şen 2016; İçirgin 2018; Güzel 2007; Çakmak 2012; Bor 2018; Balcı ve Ayhan 2016; Gökçe 2018).

Ülkemizde internet kullananların Facebook kullanım durumlarını belirlemek amacıyla Şener (2009) tarafından yürütülen çalışmada bir Facebook grubu üzerinde çevrimiçi anket yöntemiyle toplamda 254 kişiye ulaşılmış ve çalışmada uygulama ‘okuyan ve çalışan gençliğin iletişim aracı’ olarak tanımlanmıştır. Çalışma sonuçlarında kullanıcıların % 68’inin ‘günde en az bir kez bağlanıyorum’ cevabı verdiği, fakat 18-24 ve 25-30 arası yaş gruplarının en aktif oldukları saptanmıştır. Kullanıcıların uygulamayı kişisel paylaşımdan ziyade başkalarını izledikleri bir gözetim aracı olarak kullandıkları, öncelikle arkadaşlarla iletişim kurma ve boşvakit geçirme aracı olarak tanımladıkları bildirilmiştir. Çalışmada 13-17 yaş grubundaki bireylerin, oyun oynamak, test çözmek, fotoğraf paylaşmak gibi farklı birçok etkinliği bir arada yaptıkları, 18-24 yaş grubunun ise TV gibi kullandığı ve en çok video izlediği belirtilmiştir.

Ülkemizde yürütülen bir başka çalışma olan ‘Türkiye Youtube Kullanıcı Profili Araştırması’na (2016) 16 yaş ve üzeri 1500’den fazla kişi katılmış ve çalışma sonuçlarında 16-24 yaş grubunun yaklaşık dörtte üçünün YouTube kullandıkları görülmüştür. Çalışmada kullanıcıların erişim nedenleri eğlenmek, ilham almak, rahatlamak, günlük rutinden uzaklaşmak, bir hobi veya ilgi, yeni bir şey öğrenmek, bilgi edinmek, sağlık, fitness ve egzersiz olarak sıralanmıştır.

Gençlik ve Spor Bakanlığı’nın (2013) 26 farklı ilden 16-29 yaş arası 2057 kişi ile gerçekleştirdiği araştırmaya göre gençlerin %89’u sosyal medyada listelerindeki kişi ve kurumların paylaştıklarını takip etmekte, %88’i ise arkadaşlarının paylaştıklarına yorum yapmaktadır. Ayrıca gençler sosyal medyada görsel yükleme, yazı yazma/tweet atma faaliyetleri yoğun bir şekilde yapmaktadır. Gençlerin %60’ının sosyal medyayı eğlence,

%59'unun ise bilgi alma/sağlama amacıyla kullandığı bulgusuna ulaşılmıştır. Ek olarak gençler sosyal medyanın 'medyada yer verilmeyen haberlere ulaşmayı sağlama' işlevinin de bulunduğunu ve bu sayede 'medyanın gücünün arttığını ve özgürleştirdiğini' belirtmişlerdir.

Literatürde, kuşak özelliklerinin de sosyal medyanın günümüz gençleri tarafından yoğun kullanılmasına neden olduğu birçok çalışma tarafından tekrar edilmiştir. Günümüz genç neslini oluşturan, dünyanın en geniş kuşağı olduğu bilinen ülkemizde 1983-1995 doğumlu olarak tanımlanan Y kuşağı, Kuyucu (2014) tarafından sahip olduğu özellikleri nedeniyle 'sosyal medya kuşağı' olarak adlandırılmıştır. Bu kuşağın en belirgin özellikleri farklılığa ve yeni olana açık, esnek kuralları benimseyen, hayattan keyif almaya çalışan ve en önemlisi teknolojiyle birlikte büyüyen bir kuşak olmalarıdır (Arklan ve Kartal 2018). Göncü (2018) bu durumu 'Her kuşaktan insan teknolojiye uyum sağlayabilir ancak, Y kuşağına teknoloji şekil vermiştir.' şeklinde özetlemektedir.

Yapılan çalışmalarda ayrıca 'Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı' teorisi sıklıkla ele alınmıştır. Bu yaklaşım medya karşısında pasif durumda görünen bireyin medya kullanımından bazı doyumlar elde ederek aktif duruma geçtiğini vurgulamakta ve 'Hangi amaçla medya?' sorununa odaklanmaktadır. Farklı sosyal medya araçlarının kullanımlarını bu yaklaşımı baz alarak inceleyen çalışmalar üniversite öğrencilerinin genel olarak, kişisel sunum/paylaşım yapma, eğlence/alışkanlık, sosyal kaçış/rahatlama, sosyal etkileşim, karar verme/bilgilenme, kişisel gelişim/kendini ifade etme, arkadaşlık, ekonomi, gündemi takip etme gibi nedenler ile sosyal medyayı kullandıkları görülmüştür (Yayla 2018; Göncü 2018; Arklan ve Kartal 2018; Kara 2016).

2.2. Ortoreksiya Nervoz

2.2.1. Ortoreksiya Nervozanın Tanımı ve Tarihi

Yaşam tarzı ile ölümlerin engellenebileceği bilgisinin ortaya çıkması ile ulusal ve uluslararası birçok kuruluş sağlıklı beslenme alışkanlıklarına ilişkin toplumda farkındalık oluşturmaya yönelik girişimlerde bulunmuştur. Sağlıklı beslenme tarzına sahip olmayı takıntı haline getirme anlamına gelen Ortoreksiya Nervoz (ON) bu girişimlerin beklenmedik bir etkisi olarak ifade edilebilir (Mathieu 2005; Arusoğlu 2018). Beslenme tarzı; tüketilecek gıdaların satın alımından, hazırlanıp servis edilmesine kadar olan süreçte geçirdikleri tüm işlemlerin yanı sıra bu gıdaların çeşit, porsiyon ölçüsü, içerdikleri katkı maddeleri gibi tüm ayrıntıları içermektedir. Ayrıca beslenme tarzı; bedensel boyutun yanında beden algısı gibi psiko-sosyal boyutu da kapsayan bir alandır. ON, tüm bu biyo-psiko-sosyal faktörleri kapsayan, beslenme tarzına ilişkin zihinsel bağlamda takıntılı olma durumunu ve uğraşmayı tanımlamaktadır (Akgül 2018; Nevin ve Vartanian 2017).

Yeme bozuklukları psikiyatrik açıdan, beslenme tarzında ve davranışlarında ortaya çıkan bozuklukları kapsamakta; Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve İstatistiksel El Kitabı (DSM-V)'na göre Anoreksiya Nervoz ve Bulimia Nervoz olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. ON ise hali hazırda DSM-V içerisinde yer almasa da birçok kaynak tarafından bir yeme bozukluğu olarak tanımlanmaktadır (Shash 2012; Donini ve ark. 2004; Yıldırım 2018). Steven Bratman tarafından (1997) Anoreksiya Nervoz'a'yı gruplandırmak amacıyla ilk kez kullanılan bu terim, 'doğru/gerçek' anlamına gelen 'Orto' kelimesinin 'Anoreksiya Nervoz' tanımı ile birleştirilmesiyle ortaya çıkmıştır. Bratman (1997), bireyin patolojik boyutta uygun, doğru yiyeceğin tüketilmesine odaklandığı durumlar için bu ifadeyi kullanmıştır. Araştırmacının ilk kez bu terimi kullanması 'The Alternative Medicine Sourcebook'ta yayımlanan yazısı ile olmuş, daha sonra aynı yazı 'Yoga Journal' adlı dergide de yayımlanmıştır. Bu kadarla da kalmayıp 'Utne Reader' adlı popüler bir magazin dergisi, daha sonra Cosmopolitan dergisi ve oldukça popüler web siteleri de aynı yazıyı okuyucu ile yeniden paylaşmışlardır. Oldukça dikkat çeken konuya ünlü editörlerce de sayfalarca yer verilmiş; diyetisyenlerin görüş ve deneyimleri aktarılmıştır. Uluslararası alanda bu seviyede dikkat çeken yazıyı, aynı yazarın 'Health Food Junkies' adlı kitabı takip etmiştir. Bu kitapta ortoreksiya; insanların diyetlerini faziletli, temiz ve hatta ruhani hissedip daha kolay bağlanabilmeleri için bir yol olarak geliştirdikleri bir hastalık şeklinde tanımlanmaktadır (Akt; Arusoğlu 2006).

Kitabın yayınlanmasından sonra 2004 yılında, Roma La Sapienza Üniversitesi'nden Donini ve arkadaşları Gıda Bilimleri Enstitüsü'nde ON'nın prevelansını tanımlamak amacıyla ORTO-15 ismiyle bir değerlendirme aracı geliştirmiş ve bu alandaki ilk çalışmayı yapan kişiler olmuşlardır.

2.2.2. Ortoreksiya Nervozanın Tanı Kriterleri ve Sınıflandırılması

Yukarıda da belirtildiği gibi ON mevcut tanı kılavuzlarında yer almamakta, bu nedenle kurumlarca onaylanmış tanı kriterleri ve sınıflandırılması bulunmamaktadır. Bunun yanı sıra konunun son 10 yıldır literatürde artan bir ivmeyle ele alınması, özellikle ON'nın tanı kriterleri ve belirtilerinin tanımlanmasına yönelik çalışmaları hızlandırmıştır. Bu terimi ilk kez kullanan Bratman'ın Knight ile yayımladıkları kitabında yer alan, geliştirdikleri 10 soruluk 'Evet' ve 'Hayır' şeklinde dikotom yapıdaki ölçek (Bratman's Orthorexia Test) tanı kriterlerine yönelik yapılan ilk çalışmadır. Daha sonra Donini ve ark. (2004) tarafından revize edilen bu ölçme aracına ORTO-15 adı verilmiş ve sık kullanılan araçlardan biri olmuştur. Son dönemde ise Dunn ve Batman tarafından 2016 yılında ortaya atılan kriterler dikkat çekicidir. Bu kriterler, diyetle yönelik takıntılı düşünceleri içeren 'A Grubu Kriterleri' ile kompulsif davranış ve zihinsel kaygı ile tetiklenen 'B Grubu Kriterleri' olarak iki farklı kategoride ele alınmıştır.

A Grubu Kriterleri;

- Optimum sağlık koşullarının oluşabilmesi için bireyler tarafından olumlu olarak kabul edilen kısıtlayıcı diyet uygulamalarına ilişkin kompulsif davranış ve/veya zihinsel meşguliyetin varlığı (Bu kritere ilişkin dipnotlar eklenmiştir. Diyet uygulamaları, gıda takviyelerinin kullanımını içerebilir. Egzersiz performans ve/veya fit vücut görüntüsü, bireyler tarafından sağlığın bir göstergesi olarak kabul edilebilir).
- Bireyin kendi kendine empoze ettiği diyet kurallarının ihlali durumunda kaygı ve utançla birlikte görülen abartılı hastalık korkusu, stres ve/veya olumsuz fiziksel hislerin varlığı.

B Grubu Kriterleri;

- Yetersiz beslenme, aşırı miktardaki kilo kaybı veya kısıtlı diyetlerden kaynaklanan tıbbi komplikasyonlar ve sağlıklı beslenme ile ilgili inançlara veya davranışlara ikincil olarak gelişen sosyal, akademik veya mesleki işlevsellik bozukluklarının varlığı.

- Olumlu beden imajı, öz-saygınlık, bireysel tatmin duygusu, bireylerin kendilerinin tanımlamış olduğu ‘sağlıklı beslenme’ davranışına çok fazla bağımlılık göstermektir.

ON’nın sınıflandırmasına dair ise birbirinden çok farklı görüşler öne atılmış, DSM-V’de tanımlanan ‘Tanımlanamayan Diğer Yeme Bozuklukları’ sınıfına alınması gerektiğini söyleyenler olduğu gibi, ‘Obsessif Kompulsif Bozukluklar’ın bir grubu olarak ele alınması veya yeni ve bambaşka bir grup olarak ele alınması gerektiğini bildiren görüşler de olmuştur (Mathieu 2005; Brytek Matera 2012; Costa ve ark. 2017).

2.2.3. Ortoreksiya Nervozanın Belirtileri

Sağlıklı bir beslenme tarzına sahip olma isteği kronik hastalıkların ve bunlara bağlı ölümlerin birer pandemi haline geldiği günümüz dünyasında oldukça normaldir. Bu nedenle bu isteği gerçekleştirmeye yönelik davranışlar çoğu zaman pozitif olarak görülmekte ve ON’nın tanısını güçleştirmektedir (Ergin 2018). Buradaki kilit nokta diğer tanı kriterlerinde olduğu gibi bireyin günlük hayatını ne kadar etkilediğidir. Sağlıklı beslenme tarzı aşırı uğraşı haline dönüştüğünde, beraberinde katı kuralları getirdiğinde, geçici olmaktan çıkıp uzun süreli olduğunda, günlük yaşamda ve sosyal hayatta aksamalara yol açtığında ON tanısından bahsedilmektedir (Donini ve ark. 2004). Ayrıca bu kişilerin birçok davranışlarında da ‘sağlıklı beslenme’ isteğinin arkasına saklandıkları görülmektedir (Arusoglu 2006). ON’da sağlıklı beslenme tarzını sürdürebilmek yaşamın temel amacı halindedir ve sağlıklı olmayan bir beslenme davranışı ya da uygulanan diyet planından herhangi bir sapma durumu kişide suçluluk ve kendinden nefret etmekle sonuçlanmaktadır. Hatta ileri düzey ortorektik olguların, aç kalmayı sağlıklı olmayan beslenme tarzına tercih ettikleri bildirilmiştir (Nymah 2002). Diğer yeme bozukluklarında olduğu gibi ON’da da kilo verme ve kaşeksi görülebilmektedir. Fakat ON’da temel nokta kişinin kendini zayıfken güzel hissetmesi ya da farklı nedenlerle kilo vermeyi hedeflemesi değil, sağlıklı olduğundan şüphe ettiği için temel grupları dahi tüketmekten kaçınması sonucu yetersiz ve dengesiz beslenmesidir. Bu tutum bireylerin aynı zamanda başkalarıyla yemek yeme davranışını da etkileyerek, bireyin sadece kendisi gibi hassas kişiler ile yemek yiyebilmesine, yakın çevresi ile yemek yemeyi reddetmesine yol açar. Bu takıntı ve uğraşlar bu etkileri ile bireyi zamanla yalnızlığa ve izolasyona itmektedir (Shash 2012).

Bütün bu psikolojik süreçlerin sonucunda ortorektik bireylerde heyecan, anksiyete, depresyon, rijidite, yalnızlık, suçluluk gibi duygu durumlar, kilo verme, amenore,

osteopeni, anemi, hiponatremi, metabolik asidoz, pansitopeni, testosteron yetersizliği ve bradikardi gibi fiziksel belirtiler görülebilmektedir (Costa 2017).

2.2.4. Ortoreksiya Nervosa Gelişiminde Etkili Faktörler

ON'nın kompleks bir psikolojik alt yapısı olduğu ifade edilmiş fakat bu alanda etkili olabilecek risk faktörlerinin incelendiği kanıt düzeyi yüksek çalışmalara ulaşılamamıştır. Bunun yanı sıra ON üzerine farklı amaçlarla yapılan çalışmalarda çoğunlukla kavramın ilişkili olduğu faktörlerinde incelenmiş olduğu görülmektedir. Sağlıklı beslenme planları, cinsiyet, sosyal standartlar ve sağlık profesyoneli/öğrencisi olmak bunlardan başlıcalarıdır. Bu faktörlerin birden fazla çalışmada vurgulandığı görülse de bu alanın yeni yeni aydınlanmaya başladığı, dünya çapında bu alanda yapılan çalışma sayısının hala kısıtlı olduğu ve bu nedenle farklı sonuçlara ulaşan çalışma sonuçları ile karşılaştırma yapmanın oldukça zor olduğu unutulmamalıdır.

2.2.4.1. Sağlıklı Beslenme Planları

Aynı anda birden fazla temel gıdanın yasaklandığı beslenme planlarını uygulayan bireylerin ON açısından riskli grupta oldukları ifade edilmekte, bu riskli gruplar arasında sıklıkla veganlar, likitaryanlar, makrobiyotikler ve çöğtüketicileri bulunmaktadır (Osso ve ark. 2017; Cuzzolaro ve Donini 2016; Moroze ve ark. 2015). Bunun yanı sıra yoga (Valera ve ark. 2014), atletizm (Garcia ve ark. 2012) gibi sporları profesyonel düzeyde sürdüren kişilerde ve görsel sanat sergileyen sanatçılarda (Aksoydan ve Camcı 2009) ON riski yüksek bulunmuş ve bu durumun bu kişilerin sağlıklı beslenme planlarının profesyonel hayatlarının bir parçası olmasına bağlı olabileceği bildirilmiştir.

2.2.4.2. Cinsiyet Faktörü

ON açısından hangi cinsiyetin risk altında olduğu merak edilen sorulardandır ve bu alanda hemen hemen yapılan her çalışmada cinsiyetler arasındaki farkın anlamlı olup olmadığı incelenmiştir. Bu alanda ilk görüşler kadınlarda toplumsal cinsiyet özelliklerine bağlı olarak 'güzel görünme', 'kilo verme' düşüncelerinin daha fazla önem görmesine bağlı olarak ON'nın da daha sık görülebileceği üzerine idi. Literatürde bu görüşü destekleyen kadınlarda prevelansın daha yüksek olduğunu gösteren çalışmalar bulunmaktadır (Bağcı Bosi ve ark. 2007; Osso ve ark. 2017; Yeşil ve ark. 2018). Ayrıca kadınların anksiyete, depresyon gibi bazı psikiyatrik hastalıklar açısından riskli grup olmalarının da kadınlarda ON'ı tetikleyebileceği düşünülmektedir. Bunun yanı sıra

günümüzde artık erkeklerin de bakımlı olma, güzel görünme isteğinin artmasıyla erkeklerde de ON görülme oranının arttığı bildirilmektedir (Aksoydan ve Camci 2009; Donini ve ark. 2004; Fidan ve ark. 2010).

2.2.4.3. Sağlık Eğitiminin Rolü

Tıp (Bağcı Bosi ve ark. 2007; Erol 2018), hemşirelik (Arslantaş ve ark. 2017), beslenme ve diyetetik (Baş 2014; Gezer ve Kabaran 2013) gibi sağlık alanlarının yanı sıra spor (Malmborg 2016) gibi dallarda eğitim gören öğrencilerde ve sağlık profesyonellerinde (Tek 2016) ON sıklığının yaygın olduğunu gösteren çalışmalar bulunmaktadır. Yapılan çalışmaların çoğunda bu sonucun sağlık eğitiminin bu popülasyonlarda hastalıklara ve beslenmeye ilişkin farkındalığı, bilgi düzeyini ve bilgiye ulaşma becerilerini geliştirmekte olmasıyla ilişkili olabileceği bildirilmiştir. Bu grubun birçok çalışmada risk faktörü olarak ele alındığı görülmektedir (Malmborg 2016; Garcia ve ark. 2012; Ergin 2018). Sosyal bir etmen olan eğitim ve meslek hayatı bireyin yaşam tarzına ilişkin tercihlerini ve sağlık algısını etkileyebilmektedir. Mesleki deneyimler sırasında kompleks vakalar, kronik hastalıklar ve ölümle karşılaşmanın getirdiği ‘sağlıklı kalabilmek korkusu’nun, zor çalışma şartları ve azalan yaşam kalitesi ile perçinleştiği sağlık profesyonellerinde ON ile sık karşılaşılması şaşırtıcı bir sonuç değildir. Toplumda farkındalık geliştirme, sağlık eğitimi verme gibi kilit rolleri olan, topluma sağlıklı yaşam için liderlik etmesi beklenen bu gruplarda ON’nın tanımlanması ve buna ilişkin girişimlerin yapılması sağlık hizmetlerinin iyileştirilmesi adına büyük önem taşımaktadır.

2.2.4.4. Sosyal Medyanın Rolü

Liteartürde sosyal medya ile ON ilişkisinin yakından incelendiği sınırlı sayıda çalışmaya ulaşılmış, bu çalışmalarda artan sosyal medya kullanım sıklığının ON riskini arttırdığı bildirilmiştir (Turner ve Lefevre 2018; Cinquegrani ve Brown 2018; Atik ve Biricik 2017). Bu ilişkinin altında yatan faktörlerin aydınlanmasına yetecek kadar çalışma bulunmasa da, sosyal medyanın yeme bozukluklarına ilişkin etkisini inceleyen çalışmalar bu ilişkinin anlaşılmasına yol göstermektedir. Sağlık, beslenme ve yemeklerin ilgi gören bir konu olduğu sosyal medya platformlarının, sağlığın sosyal bir kavram olmasında oldukça etkili olduğu bilinmektedir. Günümüzde sağlık, bireyin kendi davranışlarının sonucu ve kendi sorumluluğu olarak kabul görmekte, bu bağlamda sosyal medyada bireyler beslenmelerine ilişkin yapmaları/yapmamaları gereken, kaçınmaları/mutlaka tüketmeleri gereken besinler gibi birçok konuya ilişkin çok fazla sayıda kaynaktan

sınırsız bilgiye maruz kalmaktadırlar (Klassen ve ark. 2018). Özellikle batı kültüründeki güzellik/sağlık anlayışının yayılması ile fit, yediklerine özen gösteren kişilerin sağlıklı, kilolu kişilerin ise özensiz, tembel, çekici olmayan izlenim oluşturmalarına sebep olmuştur (Syurian ve ark. 2018). Sosyal medya, bireylerdeki sağlık algısını yönlendirerek yemek seçimi, düzeni ve alışkanlıklarını değiştirmektedir (Fıçıoğlu 2018; Tuç 2017). Bunun yanı sıra ON ile bağlantılı olduğu düşünülen beden ve sağlık kontrolü, beden imgesi, sosyal görünüş kaygısı gibi kavramların da sosyal medyadaki 'ideal' görüntüler ile yönlendirildiği bildirilmiştir (Akbulut 2018; Ercan 2018). Ayrıca sosyal medyanın arttırdığı bilinen depresyon, öz saygı eksikliği sosyal anksiyete gibi bozuklukların ON'da daha sık görüldüğü ifade edilmektedir (Turner ve Lefevre 2018).

2.2.5. Ortoreksiya Nervozanın Tedavisi

Ortoreksiya nervozaya ilişkin tanı ve değerlendirme kriterlerinin tanımlanmamış olmasının bir etkisi de, bu durumda başvurulacak kesin tedavi yöntemlerinin bilinmiyor olmasıdır. Literatürde tanı, değerlendirme ve klinik bulgulara ilişkin yapılacak kanıt değeri yüksek çalışmaların artmasıyla; ON'ya ilişkin karanlıkta kalan alanlar aydınlanacağı ve altta yatan psikopatolojilerin tanımlanması ile uygun tedavi yaklaşımlarının netleşeceği düşünülmektedir. Fakat şu ana dek literatürde spesifik olarak ON'nın tedavisine ilişkin yapılan herhangi bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Bunun yanı sıra günümüzde etkili olduğu düşünülen risk faktörleri, belirtiler ve sonuçta ortaya çıkan komplikasyonlardan yola çıkılarak bilişsel davranışçı terapi, psikoterapi ve bazı psikoterapik ilaç tedavilerinin uygulanabileceği bildirilmiştir (Brytek-Matera 2012; Tatlıses 2016). Bunun yanı sıra ON'ya bağlı gelişen akut durumların tedavisi için gerektiğinde kişinin metabolik sorunlarının giderilmesi amacıyla yatarak tedavi görebileceği de bildirilmiştir (Koven ve Arby 2015). Bratman bu konuyu ele aldığı anda, bu bireylerde acıkma-keyifle yeme-doyma-yemeyi bırakma döngüsünü içeren 'sezgisel beslenmenin' bozulduğunu ve buna yönelik bireyin çevresinin de dahil edildiği girişimlerin yapılarak, yemek yeme ile ilgili bireyin teşvik edilmesi, eğlenceli yemek yeme deneyimlerinin arttırılması gerektiğini ifade etmiştir (Bratman 2000).

2.3. Hemşirelik Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Ortoreksiya Nervoza

Üniversite yılları gençlerin erişkinliğe geçiş yıllarıdır. Beden imgesi, öz saygı, baş etme gibi ON ile ilişkili olan bazı kavramların gelişmesi, geç ergenlik dönemine uzanmakta ve bu dönem üniversite yıllarına denk gelmektedir (Şahin ve Özçelik 2016; Ercan 2018). Üniversite öğrencileri gelişim sorunlarının yanı sıra kendi sorunları da olan bireylerdir. Üniversite yaşamı ve üniversitede öğrenci olmak, genelde ülkemizde kaygı ve stres yaratan bir ortamın temelini oluşturmaktadır. Yükseköğretimde eğitim görmek için alışageldikleri çevreden ayrılıp farklı şehirlere gitmeleri, yeni çevre ve arkadaş edinme, yalnız kalma korkusu, ekonomik güçlükler, yurt/öğrenci evi yaşamına alışma gibi birçok sorunla da karşı karşıya kalmaktadırlar (Aydın ve Yücel 2015). Üniversite öğrencilerinin yaşamlarındaki büyük değişikliklere bağlı olarak yeme alışkanlıklarında da büyük değişimler olmaktadır. Yaşam tarzı, beslenme alışkanlıkları ve besin seçimleri, özellikle bireylerin kendilerine ait düzeni kurmaya başladıkları, kendi beslenmelerini düzenleyip bu alanda sorumluluk aldıkları üniversite yıllarına dayanmaktadır. Bu açıdan üniversite öğrencilerinde ON sıklığının ve ilişkili faktörlerin incelenmesi büyük önem taşımaktadır (Özenoğlu ve Dege 2015). Ulusal ve uluslararası literatürde buna ilişkin yapılmış çalışmaların giderek arttığı, bu çalışmalarda farklı grupların ele alındığı görülmektedir. Hemşirelik öğrencilerinde ON sıklığını inceleyen tek bir çalışmaya ulaşılmıştır (Arslantaş ve ark. 2017). Bir önceki bölümde değinilen sağlık eğitiminin ON gelişimi üzerindeki etkileri nedeniyle bu grupta yapılacak çalışmaların artırılmasına ihtiyaç duyulduğu düşünülmektedir. Bunun yanı sıra hemşirelik öğrencilerinde ON gelişimine etki eden faktörlerden bir diğeri olan sosyal medya kullanım sıklığının da oldukça yüksek olduğu bilinmektedir (Çobaner ve Işık 2014). Hemşirelik eğitimi sağlıklı yaşam ve hastalıklar ile ilgili yoğun teorik bilgileri içermektedir (HUÇEP 2014). Bunun yanı sıra mesleğe geçiş dönemi olan stajları içeren uygulamalı bir eğitimidir. Bu dönemde öğrenciler genellikle uzun saatlerini okulda ya da klinikte geçirmekte (Hakverdioğlu Yönt ve ark. 2016), bu zorlu eğitim onların bilgi düzeylerini arttırırken bir yandan da anksiyete ve konfor düzeylerini etkilemektedir (Şahin ve Özçelik 2016; Aydın ve Yücel 2015). Sosyal medyanın hemşirelik öğrencileri tarafından, yaşadıkları sosyal, kültürel değişikliklere ve zorluklara çare aranan bir ortam olarak da kullanılıyor olabileceği düşünülmektedir. Tüm bu faktörler nedeniyle hemşirelik öğrencilerinin riskli gruplar arasında olabileceği, bu grupta ON sıklığının ve sosyal medya kullanımı ile arasındaki

ilişkinin incelenmesi gerektiği düşünülmüş fakat literatürde buna ilişkin bir çalışmaya ulaşılamamıştır.

Hemşireler toplumda farkındalık oluşturma, eğitim verme, bireylere sağlık davranışları kazandırma, hastalıkların önlenmesi gibi rolleri ile sağlık ekibinin anahtar parçasıdır. Bu açıdan mesleğin temellerinin atıldığı üniversite yıllarında doğru yaşam tarzı tutumlarının geliştirilmesine yönelik girişimler yapılması, yanlış tutumların saptanarak değiştirilmesi, prevalansı giderek artan ON sıklığının önlenmesi adına oldukça önemlidir. Bu çalışmanın bu alanda yapılacak hemşirelik girişimlerine yön vereceği düşünülmektedir.

3. GEREÇ VE YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı ve Tipi

Bu araştırma; hemşirelik öğrencilerinde sosyal medya kullanımının ortoreksiya nervoza üzerine etkisini incelemek amacıyla tanımlayıcı, ilişki arayıcı tipte gerçekleştirilmiştir.

3.2. Araştırma Soruları

- Hemşirelik öğrencilerinde sosyal medya kullanım oranı nedir?
- Hemşirelik öğrencilerinde ortoreksiya nervoza görülme oranı nedir?
- Hemşirelik öğrencilerinde ortoreksiya nervozayı etkileyen bireysel faktörler nelerdir?
- Sosyal medya kullanımı ile ortoreksiya nervoza eğilimi arasında ilişki var mıdır?

3.3. Araştırmanın Yeri ve Zamanı

Araştırma, İstanbul ilinde bulunan bir devlet üniversitesinin hemşirelik fakültesinde gerçekleştirildi. Araştırmanın verileri Mart-Nisan 2019 tarihleri arasında toplandı.

3.4. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

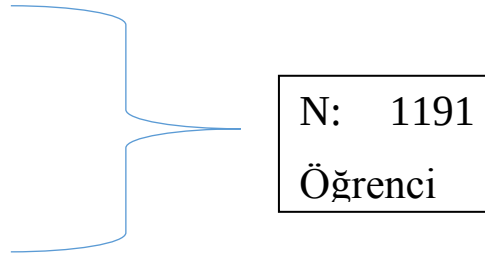
Araştırmanın evrenini, 2018-2019 Eğitim ve Öğretim yılında İstanbul ilindeki bir devlet üniversitesi hemşirelik fakültesinde okuyan 1191 öğrenci oluşturdu. Örneklem büyüklüğü, tabakalı örnekleme yöntemi ile hesaplanmış, hata oranı %5, güvenilirlik düzeyi %95 ve olayın görülme sıklığı %5 kabul edilerek minimum 291 öğrencinin çalışmaya dâhil edilmesi planlandı. Veri toplama süresinde 339 öğrenciye ulaşılarak araştırma sonlandırıldı.

1.Sınıf: 327 öğrenci

2.Sınıf: 325 öğrenci

3.Sınıf: 259 öğrenci

4.Sınıf: 280 öğrenci



$$n = \frac{N t^2 p q}{d^2 (N - 1) + t^2 p q} = \frac{1191 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (1191 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5} = 291$$

N= Evrendeki birey sayısı,

n = Örnekleme alınacak birey sayısı,

p = İncelenen olayın görüş sıklığı=0.5,

q = İncelenen olayın görülme sıklığı $(1-p)= 0.5$,

t = Belirli serbestlik derecesinde ve saptanan yanılma düzeyinde tablo değeri=1.96

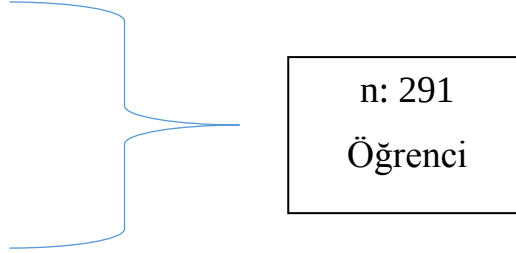
d = Olayın görüş sıklığına göre yapılmak istenen anlamlılık düzeyi=0.05

1.Sınıf: 80 öğrenci

2.Sınıf: 80 öğrenci

3.Sınıf: 63 öğrenci

4.Sınıf: 68 öğrenci



3.5. Araştırmaya Alınma Ölçütleri

Araştırmaya alınma ölçütü hemşirelik fakültesinde kayıtlı öğrenci olmak, sosyal medya araçlarından en az birini kullanıyor olmak ve 18 yaşını doldurmuş olmak olarak belirlendi.

Araştırmadan dışlama ölçütü ise, 18 yaşından küçük olmak, sosyal medya araçlarından herhangi birini kullanmıyor olmak olarak belirlendi.

3.6. Veri Toplama Araçları

Araştırma verilerinin toplanmasında; kişinin öz bildirimine dayalı yöntemlerden olan anket ve ölçek yöntemi kullanıldı. Bu çalışmada veri toplama araçları olarak; Kişisel Bilgi Formu, Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği ve ORTO-11 Ölçeği kullanıldı.

3.6.1. Kişisel Bilgi Formu

Öğrencilerin sosyodemografik özelliklerini, beslenme tutum ve düzenlerini, sosyal medya kullanım özelliklerini içeren 25 soruluk form, ilgili kaynaklar taranarak oluşturuldu (Arusoğlu 2006; Duran 2016; Kıcalı 2015). Sosyodemografik özellikler için cinsiyet, kilo, boy, aylık gelir durumu, barınma alanı, akademik başarı ile ilgili 10 soru, beslenme tutum ve düzenleri için öğün sayısı, yiyeceği önceden planlama, öğün atlama durumu, yiyeceğin doğal olmasına özen gösterme durumu ile ilgili 11 soru, sosyal medya kullanımları için kullanılan sosyal medya siteleri, sosyal medya kullanım süreleri, sosyal medyayı nasıl değerlendirdiği ile ilgili 4 soru soruldu (Ek 1).

3.6.2. Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği (Social Media Integration Use Scale)

Ölçeğin orjinal formu Jenkins-Guarnieri, Wright ve Johnson (2013) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek 6'lı likert tipte oluşturulmuştur (1- Tamamen Katılmıyorum, 6- Tamamen Katılıyorum). Ölçekte 8. madde ters değerlendirilmekte, ölçeğin tamamından alınabilecek en fazla 60 puan en az ise 10 puan alınabilecektir. Yüksek puanlar sosyal medya kullanım düzeyinin yükseldiğini göstermektedir. Ölçek sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı ile sosyal rutinlerle bütünleşme alanlarında olmak üzere iki alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçeğin ilk altı sorusu duygusal bağlantı ile sosyal bütünleşme alt boyutunu, son dört sorusu ise sosyal rutinlerle bütünleşme alt boyutunu içermektedir. Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği'nin orijinal formunun Cronbach alfa iç tutarlılık güvenirlik kat sayıları sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı alt ölçeği için 0,89; sosyal rutinlerle bütünleşme alt ölçeği için 0,83, ölçeğin bütünü için 0,91 olarak bildirilmiştir (Jenkins 2013). Bu çalışmada güvenirliğin test edilmesi için üç hafta arayla test tekrar test yöntemi kullanılmış; elde edilen güvenirlik katsayılarının sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı alt ölçeği için 0,80; sosyal rutinlerle bütünleşme alt ölçeği için 0,68, ölçeğin bütünü için 0,80 olduğu bilirlmiştir (Jenkins 2013). Ölçeğin Türkçe'ye uyarlanması Akın ve arkadaşları tarafından gerçekleştirilmiştir (Akın ve ark. 2015). Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği'nin Türkçe versiyonunun Cronbach alfa iç tutarlılık güvenirlik kat sayıları ölçeğin sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı alt ölçeği için 0,87; sosyal rutinlerle bütünleşme alt ölçeği için 0,71, ölçeğin bütünü için 0,87 olarak bildirilmiştir. Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği'nin düzeltilmiş madde-test korelasyonlarının 0,31 ile 0,76 arasında olduğu ifade edilmiştir (Ek 2).

3.6.3. ORTO-11 Ölçeği

Bireylerde sağlıklı beslenme takıntısının belirlenmesine yönelik geliştirilmiş bir ölçek olan ORTO-11 ölçeği Donini ve ark. (2004) tarafından geliştirilmiş olan ORTO-15 formunun Türkçe versiyonudur. Ölçeğin geliştirilmesinde Bratman (2000) tarafından aynı amaçla geliştirilen 10 soruluk ölçek baz alınmış, bazı soru çıkarma/eklemeleri, ifade değişiklikleri ve farklı bir değerlendirme tipi seçimiyle ölçeğin 15 soruluk versiyonu hazırlanmıştır. ORTO- 15 ölçeği 4'lü likert (1-Her zaman, 4-Hiçbir zaman) tipte olup, ölçekten minimum 15, maksimum 60 alınabilmektedir. Türk toplumunda geçerlik güvenirlik çalışması Arusoğlu (2008) tarafından yapılmış, faktör yükleri 0.50 ve altı olan maddelerin elenmesi sonucunda ORTO-11 olarak dilimize uyarlanmıştır. Ölçeğin

Cronbach Alpha'sı Arusoğlu (2006) tarafından 0.62, Arslantaş ve ark. (2017) tarafından ise 0,64 olarak bildirilmiştir. Türkçe formundan en az 11 en çok 44 puan alınmakta olup %25'lik dilim kesim noktası olarak belirlenmiş; 27 puana denk gelen bu değerin altı ortorektik olarak değerlendirilmiştir (Arusoğlu ve ark. 2008). Çalışmamızda ise %25'lik dilim baz alınarak hesaplanan kesme noktası 25 puan olmuştur (Ek 3).

3.7. Araştırmanın Değişkenleri

Araştırmanın bağımlı değişkeni ortoreksiya nervoza, bağımsız değişkenleri ise, sosyal medya kullanımı ve sosyodemografik özelliklerdir.

3.8. Etik Konular

Araştırmaya başlamadan önce İstanbul Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulun' dan 9624 sayılı 16.01.2019 tarihli izin alındı. Daha sonra araştırmanın yapılacağı hemşirelik fakültesinden araştırmanın yapılabilmesi için kurum izni alındı (Ek 4). Araştırmaya katılan öğrencilere veriler toplanmaya başlanmadan önce çalışmanın amacı hakkında bilgilendirme yapıldı ve bilgilendirilmiş yazılı onamları alındı (Ek 5).

Veri toplama araçlarından ORTO-11 ölçeğinin kullanım izni Gülcan Arusoğlu'ndan (Ek 6), Sosyal Medya Kullanımı ölçeğinin kullanım izni Ahmet Özbay'dan alındı (Ek 7). Sosyal Medya Kullanımı ölçeğindeki 'facebook' ibarelerini 'sosyal medya' olarak değiştirmek için ölçeğin orijinal formunu oluşturan kişilerden olan Michael A. Jenkins-Guarnieri' den elektronik ortamda izin alındı (Ek 8).

3.9. Veri Toplama

Verilerin toplanması, Mart-Nisan 2019 tarihleri arasında gerçekleştirildi. İlk önce Anabilim Dalı Başkanlarından izin alındı. Daha sonra ders programları incelenerek uygun olan zamanlar, dersi yürüten hocalarla görüşülerek belirlendi. Derslerin bitiminde sınıflara gidilerek öğrencilere bilgiler verildi ve araştırmaya katılmayı kabul edenlere veri toplama araçları dağıtıldı. Veriler yüz yüze görüşme yöntemi ile toplandı ve veri araçlarının doldurulması yaklaşık 10 dk. sürdü.

3.10. Verilerin Değerlendirilmesi

Araştırmada elde edilen veriler, istatistik programı SPSS 22 for Windows (Statistical Package for Social Sciences) kullanılarak analiz edildi. Programın lisansı İstanbul Üniversitesi tarafından alınmıştır (İ.Ü. Bilgi İşlem Daire Başkanlığı Yazılım Lisans Sunucusu <http://bilgiislem.istanbul.edu.tr/?p=6787>). Sonuçlar %95'lik güven aralığında,

$p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde değerlendirildi. Tanımlayıcı verilerin hesaplanmasında; kategorik değişkenlerde frekans ve yüzde değerleri, sürekli değişkenlerinde ise ortalama ve standart sapma değerleri hesaplandı. Değişkenlerin normal dağılım sınaması Kolmogorov Smirnov testi ile yapıldı. Veriler normal dağılıma uymadığından kategorik değişkenlerde; ikili gruplarda nonparametrik testlerden Mann Withney U testi, ikiden fazla grup karşılaştırmalarında ise yine nonparametrik testlerden Kruskal Wallis H testi kullanıldı. Bağımsız değişkenler ile bağımlı değişken arasındaki ilişkinin incelenmesinde Spearman Korelasyon Analizi kullanıldı. (Tablo 3-1).

Tablo 3-1: Araştırmada Kullanılan Değerlendirme Yöntemleri

Değerlendirilen Değişken	Değerlendirmede Kullanılan Analiz
Katılımcıların sosyodemografik özellikleri, beslenme alışkanlıkları ve sosyal medya kullanımlarının dağılımları	Arit. Ort. ve Std. Sapma
	Sayı, Yüzde
Ölçek puanlarının dağılımları	Arit. Ort. ve Std. Sapma
Ortoreksiya nervoza eğiliminin bireysel özelliklere, beslenme alışkanlıklarına ve sosyal medya kullanımına göre farklılık gösterip göstermediğinin incelenmesi	Spearman Korelasyon Mann W.U Kruskal Wallis
SMKÖ ile ON arasındaki ilişki	Spearman Korelasyon

3.11. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma;

- 2018-2019 eğitim ve öğretim yılında hemşirelik fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin self bildirimlerine dayalı olarak verdikleri bilgilerle sınırlıdır, genellenemez.

4. BULGULAR

Araştırmanın bulguları;

1. Öğrencilerin sosyodemografik, beslenme ve sosyal medya kullanım özelliklerine ilişkin bulgular,
2. Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği puan dağılımları,
3. Öğrencilerin ORTO-11 Ölçeği puan dağılımları,
4. Öğrencilerin sosyodemografik, beslenme ve sosyal medya kullanım özellikleri ile ORTO-11 puanlarının karşılaştırılması ve ilişkisine yönelik bulgular,
5. Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği puanları ile ORTO-11 ölçeği arasındaki ilişkiye yönelik bulgular olmak üzere beş bölümde incelenecektir.

4.1. Öğrencilerin Sosyo-demografik, Beslenme ve Sosyal Medya Kullanım Özelliklerine İlişkin Bulgular

Bu bölümde öğrencilerin sosyo-demografik özellikleri (Tablo 4-1), beslenme (Tablo 4-2) ve sosyal medya kullanım özelliklerine (Tablo 4-3 ve Figür 1) ilişkin bulgulara yer verildi.

Tablo 4-1: Öğrencilerin Sosyo-Demografik Özelliklerinin Dağılımları

Sosyo-Demografik Özellikler	X±SS	Min-max
Yaş Ortalaması	20,74±1,93	18-37
BKİ	22,15±3,31	16-37
	n	%
Cinsiyet		
Kadın	286	84,4
Erkek	53	15,6
Sınıf Düzeyi		
1	82	24,2
2	84	24,8
3	87	25,7
4	86	25,4
Akademik Başarı		
Çok iyi	13	3,8
İyi	163	48,1
Orta	153	45,1
Kötü	10	2,9
Yaşanılan Yer		
Yurt	118	34,8
Aile	178	52,5
Arkadaş	28	8,3
Yalnız	5	1,5
Diğer	10	2,9
Gelir Durumunuz		
Gelirim giderimden az	102	30,1
Gelirim giderime eşit	206	60,8
Gelirim giderimden fazla	31	9,1
Psikiyatrik Sorun		
Var	14	4,1
Yok	325	95,9
Fiziksel Sorun		
Var	33	9,7
Yok	306	90,3

Araştırmaya katılan hemşirelik öğrencilerinin sosyo-demografik özelliklerine göre dağılımları incelendiğinde yaş ortalamalarının 20,74 (min: 18 – max:37) olduğu,

%84,4'ünün kadın, %25,7'sinin 3. sınıf, %48,1'inin akademik başarısını 'iyi' olarak değerlendirdiği belirlendi. Öğrencilerin %52,52'sinin ailesi ile yaşadığı, %60,8'inin ekonomik durumunu 'gelirim giderime eşit' olarak tanımladığı, %4,1'inin psikiyatrik ve %9,7'sinin fiziksel bir sorunu bulunduğu belirlendi (Tablo 4-1).

Tablo 4-2: Öğrencilerin Beslenme Alışkanlıklarının Dağılımı

Beslenme Alışkanlıklarına İlişkin Özellikler	n	%
Kilo Memnuniyeti		
Memnun	148	43,7
Memnun Değil	155	45,7
Emin Değil	36	10,6
Beslenme Düzenine Dikkat Etme		
Çok Dikkat Ederim	12	3,5
Normal düzeyde	174	51,3
Biraz dikkat ederim	119	35,1
Hiç dikkat etmem	34	10,0
Günlük Öğün Sayısı		
1-2	101	29,8
3-4	224	66,1
5 ve daha fazla	14	4,1
Yiyeceği Planlama		
Evet	113	33,3
Hayır	226	66,7
Doğal Gıda Tüketme		
Evet	184	54,3
Hayır	155	45,7
Öğün Atlama		
Evet	240	70,8
Hayır	99	29,2
Fast Food Tüketme		
Evet	285	84,1
Hayır	54	15,9
Abur Cubur Tüketme		
Evet	282	83,2
Hayır	57	16,8
Yemeği Kimlerle Yediği		
Yalnız yerim	59	17,4
Arkadaşlarımla yerim	148	43,7
Ailemle yerim	132	38,9
Beslenmeyle İlgili Bilgiye Ulaştınca Davranış Değiştirme		
Her zaman	39	11,5
Nadiren	183	54,0
Sık Sık	108	31,9
Hiçbir Zaman	9	2,7

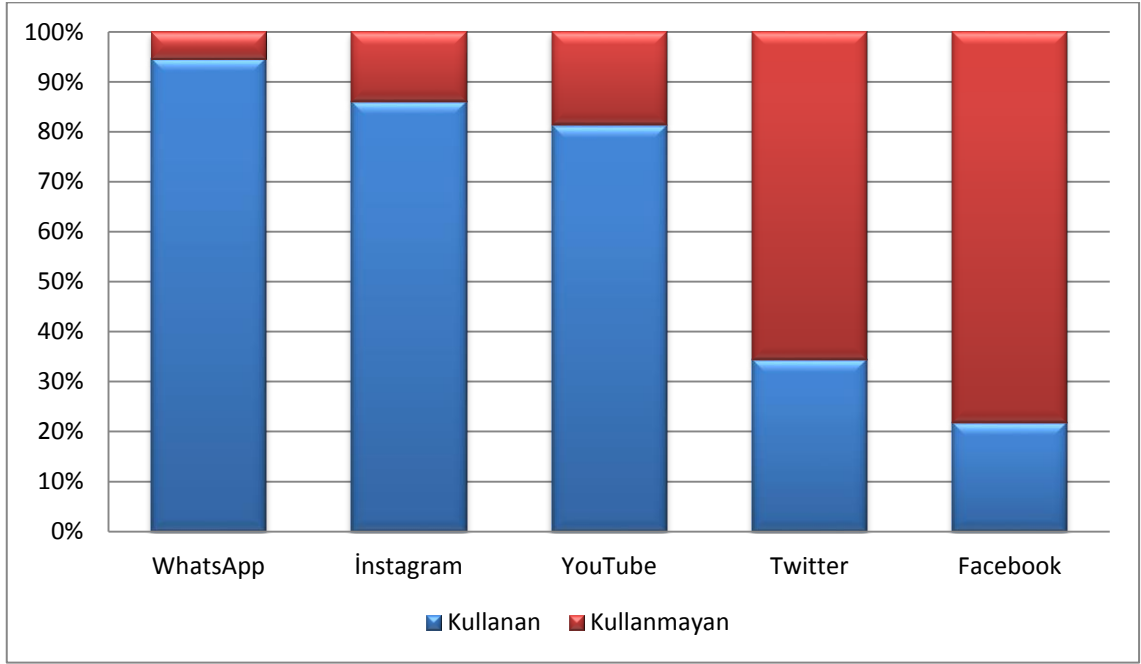
Araştırmaya katılan hemşirelik fakültesi öğrencilerinin beslenme alışkanlıkları değerlendirildiğinde; %45,7'sinin kilosundan memnun olmadığı, %51,3'ünün beslenme düzenine dikkat etme seviyesini 'normal' olarak ifade ettiği, öğrencilerin %66,1'inin günde 3-4 öğün beslenmekte, %66,7'sinin yiyeceğini önceden planlamamakta ve %70,8'inin öğün atlama alışkanlıkları olduğu, %84,1'inin fast food ve %83,2'sinin abur cubur tüketmekte olduğu, %43,7'sinin yemeklerini arkadaşları ile yemekte olduğu ve beslenme ile ilgili bilgiye ulaşınca %54,0'ünün nadiren, %31,9'inin ise sık sık davranışlarını değiştirdikleri belirlendi (Tablo 4-2).

Tablo 4-3: Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Özelliklerinin Dağılımı

Sosyal Medya Kullanım Özellikleri	X±SS	Min-max
Sosyal medyayı kullanma süresi (saat/gün)	3,42±1,91	1-13
	n	%
Facebook Kullanımı		
Evet	74	21,8
Hayır	265	78,2
Twitter Kullanımı		
Evet	117	34,5
Hayır	222	65,5
Instagram Kullanımı		
Evet	292	86,1
Hayır	47	13,9
Youtube Kullanımı		
Evet	276	81,4
Hayır	63	18,6
Snapchat Kullanımı		
Evet	42	12,4
Hayır	297	87,6
WhatsApp Kullanımı		
Evet	321	94,7
Hayır	18	5,3
Pinterest Kullanımı		
Evet	38	11,2
Hayır	301	88,8
Kişisel Kararları Etkileme		
Evet	67	19,8
Kısmen	176	51,9
Hayır	96	28,3
Kilo Konusunda Kullanım Sıklığı		
Sık Sık	32	9,4
Ara Sıra	31	9,1
Nadiren	84	24,8
Hiçbir Zaman	192	56,6

Araştırmaya katılan hemşirelik öğrencilerinin günde ortalama 3,42 saatini (min: 1 – max:13) sosyal medya ile geçirdikleri, öğrencilerin %51,9'unun sosyal medya kullanımının kişisel kararlarını kısmen etkilediğini ve %56,6'sının kilo konusunda sosyal medyayı hiçbir zaman kullanmadıklarını ifade ettikleri belirlendi (Tablo 4-3).

Şekil 4-1: Öğrencilerin En Sık Kullandığı Sosyal Medya Araçları



Hemşirelik öğrencileri arasında en yaygın olan sosyal medya araçlarının sırasıyla WhatsApp (n:321, %94,7), Instagram (n:292, %86,1) Youtube (n:276 %84,1) olduğu bulundu (Figür 4-1).

4.2. Öğrencilerin SMKÖ Puan Dağılımları

Bu bölümde hemşirelik fakültesi öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği toplam puanları ve alt boyut puan ortalamaları verildi (Tablo 4-4).

Tablo 4-4: Öğrencilerin SMKÖ Puan Dağılımları

	X±SS	Min-Max
SMKÖ Toplam Puanı	27,53±8,77	10-57
Sosyal Bütünleşme ve Duygusal Bağlanma Alt Boyutu	13,19±5,78	4-24
Sosyal Rutinlerle Bütünleşme Alt Boyutu	14,33±4,18	6-36

Hemşirelik öğrencilerinin SMKÖ puan dağılımları incelendiğinde; öğrencilerin puan ortalamalarının 27,53±8,77, Sosyal Bütünleşme ve Duygusal Bağlanma Alt Boyutu puan ortalamalarının 13,19±5,78, Sosyal Rutinlerle Bütünleşme Alt Boyutu puan ortalamalarının ise 14,33±4,18 olduğu bulundu (Tablo 4-4).

4.3. Öğrencilerin ORTO-11 Ölçeği Puan Dağılımları

Bu bölümde hemşirelik fakültesi öğrencilerinin ORTO-11 ölçeği toplam puan ortalamaları ve kesme puanına göre puan dağılımı verildi (Tablo 4-5).

Tablo 4-5: Öğrencilerin ORTO-11 Ölçeği Puan Dağılımları

ORTO-11 Puanı	n	Min-Max	Ort±SS	%
Toplam Puan	339	14-40	27,98±4,92	100,00
≤25	103	14-25	22,16±2,50	30,38
>25	236	26-40	30,52±3,28	69,62

Hemşirelik öğrencilerinin ORTO-11 ölçeği puan dağılımları incelendiğinde öğrencilerin ortalamalarının 27,98±4,92 olduğu saptandı. Ölçeğin kesme noktasına göre dağılımları incelendiğinde ise öğrencilerin %30,38'inin 25 puanın altında almış oldukları yani ortoreksiya nervoza açısından riskli oldukları görüldü (Tablo 4-5).

4.4. Öğrencilerin Sosyo-Demografik, Beslenme ve Sosyal Medya Kullanım Özellikleri ile ORTO-11 Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılması ve İlişkisine Yönelik Bulgular

Bu bölümde öğrencilerin sosyo-demografik özellikleri (Tablo 4-6), beslenme alışkanlıkları (Tablo 4-7) ve sosyal medya kullanım özellikleri (Tablo 4-8) ile ORTO-11 ölçeği puan ortalamalarının karşılaştırılmasına yönelik bulgulara yer verildi.

Tablo 4-6: Öğrencilerin Sosyo-Demografik Özellikleri ile ORTO-11 Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması

Sosyo-demografik Özellikler	n	X±SS	Test Değeri	P değeri
Cinsiyet				
Kadın	286	27,72±4,84	U=-1,96	0,050
Erkek	53	29,33±5,17		
Sınıf Düzeyi				
1	82	27,51±5,25	KW=2,606	0,46
2	84	27,48±4,56		
3	87	28,39±4,80		
4	86	28,50±5,05		
Akademik Başarı				
Çok iyi	13	27,54±3,99	KW=0,25	0,97
İyi	163	28,09±5,05		
Orta	153	27,86±4,89		
Kötü	10	28,50±4,95		
Yaşanılan Yer				
Yurt	118	27,09±4,97	KW=19,36	<0,00
Aile	178	27,70±4,53		
Arkadaş	28	28,04±5,77		
Yalnız*	5	20,60±1,56		
Diğer	10	29,00±5,68		
Gelir Durumunuz				
Gelirim giderimden az	102	27,27±4,92	KW=3,28	0,19
Gelirim giderime eşit	206	28,35±4,96		
Gelirim giderimden fazla	31	27,80±4,56		
Psikiyatrik Sorun				
Var	14	27,14±3,89	U=-0,70	0,48
Yok	325	28,02±4,96		
Fiziksel Sorun				
Var	33	29,94±4,63	U=-2,231	0,03
Yok*	306	26,77±4,91		

*spearman korelasyon analizi

Hemşirelik fakültesi öğrencilerinin sosyo-demografik özellikleri ile ORTO-11 puan ortalamalarının karşılaştırılması incelendiğinde, yaşanan yere göre ve fiziksel sorun durumuna göre öğrencilerin puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulundu. Farkın kaynaklandığı grubun tespit edilmesi için Bonferroni düzeltmeli Mann Withney U testi kullanıldı. Karşılaştırmada anlamlılık düzeyi grup sayısına bölünerek yeni anlamlılık düzeyi belirlendi ve farkın yalnız yaşayan gruptan kaynaklandığı tespit edildi. Çalışmada yalnız yaşayanların ($20,60 \pm 1,56$) diğer gruplara göre ve fiziksel sorunu olmayanların ($26,77 \pm 4,91$) olanlara ($29,94 \pm 4,63$) göre ORTO-11 puan ortalamalarının istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha düşük olduğu ve ON eğilimi açısından riskli olduğu belirlendi ($p < 0,05$) (Tablo 4-6).

Tablo 4-7: Öğrencilerin Beslenme Alışkanlıkları ile ORTO-11 Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması

Beslenme Alışkanlıklarına İlişkin Özellikler	n	X±SS	Test Değeri	P değeri
Kilo Memnuniyeti				
Memnun	148	29,25±4,50	KW=21,11	<0,00
Memnun Değil*	155	26,74±4,94		
Emin Değil	36	28,08±5,27		
Beslenme Düzenine Dikkat Etme				
Çok Dikkat Ederim *	12	22,67±5,00	KW=12,44	0,01
Normal düzeyde	174	28,05±4,83		
Biraz dikkat ederim	119	28,26±4,87		
Hiç dikkat etmem	34	28,53±4,63		
Günlük Öğün Sayısı				
1-2	101	28,11±5,18	KW=0,11	0,95
3-4	224	27,92±4,89		
5 ve daha fazla	14	27,93±3,54		
Yiyeceği Planlama				
Evet	113	26,51±4,72	U=9437,00	<0,00
Hayır	226	28,71±4,86		
Doğal Gıda Tüketme				
Evet	184	27,42±4,79	U=1298,00	0,02
Hayır	155	28,65±5,00		
Öğün Atlama				
Evet	240	27,76±4,86	U=1081,00	0,19
Hayır	99	28,50±5,04		
Fast Food Tüketme				
Evet	285	28,10±4,76	U=7056,00	0,33
Hayır	54	27,35±5,68		
Abur Cubur Tüketme				
Evet	282	28,20±4,79	U=6738,00	0,05
Hayır	57	26,86±5,44		
Yemeği Kimlerle Yediği				
Yalnız yerim	59	27,92±5,02	KW=12,82	<0,00
Arkadaşlarımla yerim	148	27,06±5,04		
Ailemle yerim*	132	29,04±4,55		
Beslenmeyle ilgili bilgiye ulaştınca Davranış Değiştirme				
Her zaman *	39	24,38±4,84	KW=52,88	<0,00
Nadiren	183	29,62±4,57		
Sık Sık	108	29,36±4,47		
Hiçbir Zaman	9	29,56±5,43		

Hemşirelik fakültesi öğrencilerinin beslenme alışkanlıkları ile ORTO-11 puan ortalamalarının karşılaştırılmasına bakıldığında; öğrencilerin kilo memnuniyeti, beslenme düzenine dikkat etme, yiyeceği planlama, doğal gıda tüketme, yemek yeme alışkanlığı ve beslenme ile ilgili bilgiye ulaştınca davranış değiştirme durumlarına göre ON eğilimlerinin istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaştığı belirlendi. Çoklu gruplarda farkın kaynaklandığı grubun tespit edilmesi için, anlamlılık düzeyi grup

sayısına bölünerek yeni anlamlılık düzeyi hesaplanıp Bonferroni düzeltmeli Mann Withney U testi yapıldı. Analizler sonucunda çalışmada kilosundan memnun olmayan ($26,74 \pm 4,94$), beslenme düzenine çok dikkat eden ($22,67 \pm 5,00$), yiyeceğini önceden planlayan ($26,51 \pm 4,72$), doğal gıda tüketmeye özen gösteren ($27,42 \pm 4,79$), beslenme ile ilgili bilgiye ulaştığında her zaman davranış değişikliği yapan ($24,38 \pm 4,84$) öğrencilerin ORTO-11 puan ortalamalarının diğer gruplara oranla daha düşük olduğu ve ON eğilimi yönünden riskli oldukları, ailesi ile yemek yiyen ($29,04 \pm 4,55$) öğrencilerin ORTO-11 puan ortalamalarının ise yalnız ve arkadaşlarıyla yemek yiyen öğrencilerden daha yüksek olduğu, bu farkların istatistiksel olarak anlamlı olduğu bulundu (Tablo 4-7).

Tablo 4-8: Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Özellikleri ile ORTO-11 Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması

	n	X±SS	Test Değeri	p değeri
Facebook Kullanımı				
Evet	74	28,59±4,49	U=8881,00	0,214
Hayır	265	27,81±5,03		
Twitter Kullanımı				
Evet	117	27,88±4,82	U=12784,50	0,813
Hayır	222	28,03±4,98		
Instagram Kullanımı				
Evet	292	27,86±4,97	U=6164,50	0,262
Hayır	47	28,72±4,60		
Youtube Kullanımı				
Evet	276	28,05±5,00	U=8179,50	0,463
Hayır	63	27,65±4,58		
Snapchat Kullanımı				
Evet	42	28,14±4,74	U=6032,00	0,730
Hayır	297	27,96±4,95		
WhatsApp Kullanımı				
Evet	321	28,00±4,92	U=2670,50	0,588
Hayır	18	27,67±5,12		
Pinterest Kullanımı				
Evet	38	27,68±5,25	U=5684,00	0,951
Hayır	301	28,01±4,88		
Kişisel Kararları Etkileme				
Evet	67	25,73±4,68	KW=31,28	<0,00
Kısmen	176	27,70±4,61		
Hayır*	96	29,88±4,95		
Kilo Konusunda Kullanım Sıklığı				
Sık Sık	32	23,53±4,34	KW=50,87	<0,00
Ara sıra	31	26,13±5,62		
Nadiren	84	26,93±4,28		
Hiçbir Zaman*	192	29,48±4,50		

Hemşirelik fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım özellikleri ile ORTO-11 ölçeği puan ortalamalarının karşılaştırılmasında; sosyal medyanın kişisel kararları etkileme ve kilo konusunda bilgi kaynağı olarak sosyal medyayı kullanma durumlarına göre gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde fark olduğu bulundu. Farkın kaynaklandığı grupların tespit edilmesi için Bonferroni düzeltmeli Mann Withney U testi ile, grup sayısına göre yeniden hesaplanan anlamlılık düzeyi baz alınarak incelendi. Analizler sonucunda sosyal medyadan edindiği bilgilerin kişisel kararlarını etkilemeyen

öğrencilerin ve kilo konusunda bilgi kaynağı olarak sosyal medyayı kullanmayan öğrencilerin ORTO-11 puan ortalamalarının diğer gruplara göre anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu belirlendi ($p<0,00$) (Tablo 4-8).

Sosyal medya araçlarının kullanımı ile ORTO-11 puan ortalamaları arasında ise istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir fark olmadığı bulundu.

Tablo 4-9. Öğrencilere Ait Bazı Değişkenlerin ORTO-11 Puan Ortalamaları ile İlişkisi

	n	X±SS	Test Değeri	p değeri
Yaş	339	20,74±1,93	$r=0,075$	0,169
BKİ	339	22,15±3,31	$r=-0,147$	0,007
Sosyal medyayı kullanma süresi (saat/gün)	339	3,42±1,91	$r=-0,110$	0,042

Hemşirelik fakültesi öğrencilerine ait bazı değişkenler ile ORTO-11 puan ortalamalarının ilişkisi incelendiğinde; öğrencilerin BKİ puanlarının ortalamaları ile ORTO-11 puanları arasında negatif yönde, düşük düzeyde anlamlı korelasyon olduğu, bir başka deyişle BKİ puanları arttıkça ON riskinin arttığı belirlendi ($r=-0,147$, $p=0,007$). Öğrencilerin yaşları ile ORTO-11 puanları arasında anlamlı ilişki olmadığı saptandı. Hemşirelik fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım süresi ile ORTO-11 puanlarının arasındaki ilişki incelendiğinde ise, sosyal medyayı kullanma süresi ile ortorektik eğilimleri arasında negatif yönde düşük düzeyde anlamlı korelasyon olduğu görüldü ($r=-0,110$, $p=0,042$) (Tablo 4-9).

4.5. Öğrencilerin SMKÖ Puanları ile ORTO-11 Ölçeği Puanları Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular

Tablo 4-10: Öğrencilerin SMKÖ puanları ile ORTO-11 ölçeği puanları arasındaki ilişkiye yönelik bulgular

	ORTO-11 Toplam Puanı	SMKÖ Toplam Puanı	SMKÖ Sosyal Rutinle Bütünleşme Alt Boyutu	Sosyal Bütünleşme ve Duygusal Bağlanma Alt Boyutu
SMKÖ Toplam Puanı	$r = -0,136$ $p = 0,01$			
SMKÖ Sosyal Rutinle Bütünleşme Alt Boyutu	$r = -0,138$ $0,01$	$r = 0,824$ $<0,00$		
Sosyal Bütünleşme ve Duygusal Bağlanma Alt Boyutu	$r = -,102$ $p = 0,06$	$r = 0,912$ $p < 0,00$	$r = 0,537$ $p < 0,00$	
ORTO-11 Toplam Puanı		$r = -0,136$ $p = 0,01$	$r = -0,138$ $p = 0,01$	$r = -,102$ $p = 0,06$

Hemşirelik öğrencilerinin SMKÖ toplam puanı ile ORTO-11 puanları arasındaki ilişki incelendiğinde; SMKÖ toplam puanları ve SMKÖ Sosyal Rutinle Bütünleşme Alt Boyutu ile ORTO-11 puanları arasında negatif yönde, zayıf düzeyde anlamlı bir ilişki saptanmıştır ($p=0,01$) (Tablo 4-10).

5. TARTIŞMA

Toplumda eğitim ile farkındalık kazandırma ve sağlıklı yaşam tarzının sağlanmasında bireylere danışmanlık verme rolleri ile sağlık ekibi içerisinde çok önemli bir yere sahip olan hemşirelik mesleğinin adaylarının sağlıklı beslenme alışkanlıklarına sahip olması oldukça önemlidir (Aydın ve Çınar Yücel 2015). Hemşirelik öğrencileri hem artan sağlık bilgileri hem de beslenme alışkanlıklarına yönelik bir takım davranışları edindikleri üniversite yılları içerisinde olmaları nedeniyle ON açısından riskli olarak görülebilirler. Bunun yanı sıra sosyal medya kullanım sıklığının ON eğilimi ile ilişkili olabileceği düşünülmekte ve hemşirelik öğrencilerinde sosyal medya kullanım sıklığının da oldukça yüksek olduğu bilinmektedir (Çobaner ve Işık 2014). Tüm bu faktörler nedeniyle hemşirelik öğrencilerinin beslenme alışkanlıklarının, sosyal medya kullanım özelliklerinin ve bu faktörlerin ON eğilimi ile ilişkisinin incelendiği bu çalışmanın sonuçlarının büyük önem taşıdığı düşünülmektedir. Bu bölümde çalışmamızda elde edilen bulgular aşağıda verilen 5 ayrı başlık altında tartışılacaktır:

1. Öğrencilerin sosyo-demografik, beslenme ve sosyal medya kullanım özelliklerine ilişkin bulguların tartışılması,
2. Öğrencilerin sosyal medya kullanım oranlarına ilişkin bulguların tartışılması,
3. Öğrencilerin ORTO-11 ölçeği toplam puanlarına yönelik bulgularının tartışılması,
4. Öğrencilerin sosyo-demografik, beslenme ve sosyal medya kullanım özellikleri ile ORTO-11 ölçeği puanlarının karşılaştırılmasına ilişkin bulguların tartışılması,
5. Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği puanları ile ORTO-11 ölçeği puanları arasındaki ilişkiye ilişkin bulguların tartışılması.

5.1. Öğrencilerin Sosyo-Demografik, Beslenme ve Sosyal Medya Kullanım Özelliklerine İlişkin Bulguların Tartışılması

Çalışmamızda ilk olarak hemşirelik fakültesi öğrencilerinin sosyo-demografik özellikleri incelenmiştir. Fakat sosyo-demografik özelliklere ilişkin ham veriler tartışılmamış, bir sonraki bölümde bu verilerin ORTO-11 puanlarına etkisi incelenmiştir. Bu bölümde öğrencilerin beslenme alışkanlıklarına ve sosyal medya kullanım özelliklerine ilişkin bulguların tartışılmasına yer verilmiştir.

Araştırmaya katılan hemşirelik fakültesi öğrencilerinin beslenme alışkanlıkları değerlendirildiğinde çoğunluğunun kilosundan memnun olmadığını ifade ettiği, bunun yanı sıra BKİ ortalamalarının $22,15 \pm 3,31$ olduğu görülmüştür. Çalışmamızda öğrencilerin BKİ ortalama değerlerinin normal aralıkta olmasına rağmen kilodan memnun olmama durumunun bu kadar yaygın olması dikkat çekicidir. Özkahya'nın (2015) online diyet alan yetişkin bireylerde ON ve ilişkili parametreleri değerlendirmek amacıyla 18-65 yaş aralığında 1.972 kişi ile gerçekleştirdiği çalışmada, katılımcıların 695'inin kendini olduğu ağırlıktan daha kilolu gördüğü ifade edilmiştir. Bu bulgular, çalışmamıza katılan öğrencilerin kilo algılarının kilo durumlarından farklı oluşunu destekler niteliktedir. Son dönemlerde çok zayıf olmanın toplumda yüksek oranda kabul gören ve gençlerin özendiği bir durum olduğu, bu algının da yeme bozuklukları ve sağlıklı olmayan beslenme alışkanlıklarını tetiklediği bilinmektedir (Tosyalı ve Sütçü 2016). Bu veriler hemşirelik öğrencilerinin de bu algıdan etkilenmiş olduğunu göstermektedir. Çalışmaya katılan öğrencilerin beden algısından memnun olmamasının yeme bozuklukları açısından riskli bir grup olabileceklerini düşündürmektedir.

Çalışmamızda öğrencilerin neredeyse tamamı farklı düzeylerde de olsa beslenme düzenine dikkat ettiğini ve sağlıklı beslenme bilgisine ulaşınca davranış değişikliğinde bulunduklarını, yarısından fazlası da günde 2-4 öğün olacak şekilde beslendiklerini ve doğal gıda tüketmeye özen gösterdiklerini ifade etmişlerdir. Buna rağmen öğün atlamak, fast food ve abur cubur tüketmek gibi sağlıksız beslenme alışkanlıklarının öğrenciler arasında oldukça yaygın olduğu görülmüştür. Literatürde hemşirelik öğrencilerinin beslenme alışkanlıklarını inceleyen çalışmalara bakıldığında alınan gıdaların doğal olmasına özen gösterme (Duran 2016) beslenme düzenine dikkat etme (Alkan ve ark.2016), doğru beslenmeye önem verme (Arslantaş ve ark. 2017) gibi pozitif tutum ve davranışların yanı sıra, öğün atlama (Arslantaş ve ark. 2017; Kadioğlu ve Ergün 2015; Yeşil ve ark. 2018), fast food tüketme (Arslantaş ve ark. 2017), abur cubur tüketme

(Yılmaz ve Ayhan 2017) yiyeceği önceden planlamama (Arslantaş ve ark. 2017) gibi olumsuz davranışların da rapor edildiği görülmektedir. Bu veriler sonuçlarımızla benzerlik göstermekte ve hemşirelik öğrencilerinin her ne kadar bilgiyle davranış değişikliği sağladıklarını bildirmiş olsalar da, bunun yeterli oranda olmadığını göstermektedir. Gençlik döneminde oluşan davranış biçimlerinin bireyin bütün yaşamını etkilediği göz önüne alındığında, yaşam tarzı ile topluma rol model oluşturan önemli meslek gruplarından hemşire adaylarının yeterli ve dengeli beslenmesi için desteklenmesi gerektiği ve sağlıklı olumsuz etkileyen yanlış beslenme alışkanlıklarına yönelik tedbirler alınması gerektiği düşünülmektedir. Hemşirelik fakültesi öğrencilerinin beslenme ile ilgili doğru bilgilere erişebilmeleri için müfredat çalışmalarının yapılması, öğrencilerin okulda tüketebileceği sağlıklı besin çeşitlerinin çoğaltılması ve yine abur cubur yerine sağlıklı atıştırmalıklara (örneğin kuru yemişler, meyve gibi) okul saatinde ulaşabilmelerinin sağlanması bu alanda yapılacak girişimlere örnek olabilir.

Araştırmaya katılan hemşirelik öğrencilerinin sosyal medya kullanım özellikleri incelendiğinde, öğrencilerin günde yaklaşık 3,5 saatlerini sosyal medya ile geçirdikleri ve hemşirelik öğrencileri arasında en yaygın kullanılan sosyal medya araçlarının sırasıyla WhatsApp, Instagram ve Youtube olduğu görülmüştür. Ayar ve arkadaşlarının (2018) hemşirelik öğrencilerinde problemlili internet kullanımı, sosyal kimlik anksiyetesi, sosyal medya kullanımının nomofobiye (akıllı telefon bağımlılığı) etkisini incelemek amacıyla yapmış oldukları çalışmalarına 775 öğrenci katılmıştır. Çalışmada öğrencilerin en çok Facebook, Twitter ve Instagram kullandıkları, bu sosyal medya araçları için öğrencilerin günde yarısından fazlasının 1-3 saat, dörtte birinin ise 4-6 saat zaman ayırdığı bildirilmiştir. Koç ve Buzlu'nun (2015) 987 hemşirelik lisans öğrencisi ile gerçekleştirdikleri çalışmasında da benzer şekilde öğrencilerin haftalık internet kullanım sürelerinin yaklaşık 10 saat olduğu bulunmuştur. Benzer şekilde Ergün ve arkadaşlarının (2018) sağlık bilimleri fakültesi öğrencilerini dahil ederek 461 kişi ile gerçekleştirdikleri, internet kullanımı ve mesleki örgütlenme arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışma sonuçlarında öğrencilerin yaklaşık yarısının günde 3-4 saatlerini internette geçirdikleri ve bu saatlerin çoğunu sırasıyla Facebook, Instagram ve Twitter'da geçirdikleri rapor edilmiştir. Bilgiç ve arkadaşlarının (2017) Y kuşağı hemşirelik öğrencilerinde akıllı telefonlara yüklenen anlamı belirlemek amacıyla nitel tasarımda gerçekleştirdikleri araştırmada bağımlılık, bütünleşme, bilgilenme, sosyalleşme/eglenme ve özgürlük temaları ortaya çıkarılmıştır. Çalışmada öğrencilerin çoğunun kendini akıllı telefon

bağımlısı olarak gördüklerini ifade etmeleri, bundan rahatsız olmadıkları ve akıllı telefonun günlük yaşamlarındaki yerlerini açıklarken hemen hemen her temada sosyal medya araçlarının kullanım özelliklerine yer verdikleri görülmüştür. Bir katılımcının mesajlaşma, arama özellikleri nedeniyle sosyal medya uygulamalarının telefon bağımlılığının temel sebebi olduğunu söylemesi ve ‘bu uygulamalar olmasa telefonu ne yapayım’ ifadesi sosyal medya araçlarının hemşirelik öğrencilerinin yaşantısındaki yerini gözler önüne sermektedir. Öğrenciler özellikle bilgilenme, sosyalleşme/eğlence ve özgürlük alanlarında sosyal medyayı içeren ifadeleri yoğunlukla kullanmış ve %60’ı mobil telefonları aracılığı ile uzaklarda olan sevdiklerine anında ulaşabildiklerini ve istedikleri her yerde özgürce istediği bilgiye/eğlence kaynağına ulaşabildiklerini belirtmişlerdir. Çalışmamızda diğer çalışmalardan farklı olarak WhatsApp kullanım oranlarının yüksek olmasının, WhatsApp’ın sağladığı görüntülü ve sesli arama özellikleri nedeniyle aile ve arkadaşlarından uzakta yaşayan üniversite öğrencileri tarafından daha çok tercih edilmiş olabileceğini düşündürmektedir.

Ayrıca çalışmaya katılan öğrencilerin dörtte üçünün sosyal medya kullanımının kişisel kararlarını etkilediği ve yaklaşık yarısının kilo konusunda sosyal medyayı kullandıkları belirlendi. Alkan ve arkadaşlarının (2016) hemşirelik öğrencilerinin yeme tutumlarını belirlemek amacıyla 291 öğrencinin katılımıyla gerçekleştirmiş oldukları çalışmalarında, öğrencilerin yarısından fazlası kilo konusunda günde 4-7 saatlerini medyada geçirdiklerini ve yaklaşık dörtte üçü kilo konusunda en sık kullanılan medya aracının internet olduğunu ifade etmişlerdir. Benzer şekilde Erol’un (2018) çalışmasında da öğrencilerin yaklaşık dörtte biri beslenme bilgilerine erişim kaynağı olarak interneti kullandıklarını ifade etmesi, çalışma bulgularıyla benzerlik göstermektedir.

5.2. Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Oranlarına İlişkin Bulguların Tartışılması

Hemşirelik öğrencilerinin SMKÖ puanları incelendiğinde toplam ortalamalarının 27,53 olduğu görüldü. Sosyal Medya Kullanımı Ölçeğinden alınabilecek en yüksek puan 60 en düşük puan ise 10’dur. Bu çalışmada öğrenciler SMKÖ’den en az 10 en fazla 57 puan almışlardır. Buna göre öğrencilerin sosyal medya kullanımının düşük ile orta düzey arasında kaldığını söyleyebiliriz. Sosyal Rutinlerle Bütünleşme Alt Boyutu puan ortalamalarının ise 14,33 olduğu görülmüştür. Bu alt boyuttan öğrenciler en az 4 en fazla 24 puan alabilmektedir. Öğrencilerin aldıkları puana göre orta düzeyde sosyal rutinlerle bütünleşme gösterdiği söylenebilir. Daha açık ifade etmek gerekirse hemşirelik fakültesi

öğrencilerinin sosyal medyayı günlük hayatları içine entegre ettikleri ve bunları sosyal rutinlerinin bir parçası haline getirdikleri söylenebilir. Öğrencilerin Sosyal Bütünleşme ve Duygusal Bağlanma Alt Boyutundan aldıkları puan ortalamaları ise 13,19 olarak bulundu. Bu alt boyuttan alınacak en az ve en fazla puan 6 ile 36 arasında değişmekte olup öğrencilerin sosyal medya kullanımlarında sosyal bütünleşme ve duygusal bağlanma bakımından düşük düzeyde oldukları söylenebilir. Literatürde hemşirelik öğrencileri ile SMKÖ kullanılarak yapılmış çalışmalara ulaşamamıştır. Çakmak (2018) farklı alanlardan üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanım düzeyleri ve sosyal görünüş kaygıları arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmada SMKÖ'ni kullanmıştır. Araştırmaya dâhil edilen 140 öğrencinin SMKÖ toplam puan ortalamaları 28,62, sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı alt boyutu puan ortalamaları 13,90 ve sosyal rutinle bütünleşme alt boyutu puan ortalamaları ise 14,72 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlar çalışmanın bulguları ile oldukça benzerdir. Turgut ve arkadaşlarının (2018) 338 sağlık yönetimi öğrencisi ile SMKÖ'ni kullanarak gerçekleştirdikleri çalışmalarında öğrencilerin SMKÖ ortalamaları 21,84, sosyal bütünleşme ve duygusal bağlantı boyutu 10,56, sosyal rutinlerle bütünleşme boyutuna katılım 11,27 olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar, çalışmamızda elde edilen puan ortalamalarından daha düşüktür. Yapılan çalışmaların sonuçları, meslek gruplarına göre öğrencilerin sosyal medya kullanım oranlarının da değişkenlik gösterdiği şeklinde yorumlanabilir. Her ne kadar ölçek puanları arasında farklılık olsa da, toplam puan ortalamaları, sosyal medyanın üniversite öğrencileri tarafından orta düzeyde kullanıldığını desteklemektedir. Bu çalışmalarda dikkat çeken bir sonuç da sosyal rutinlerle birleşme alt boyutundan gençlerin daha yüksek puan almış olmalarıdır. Bu sonuç sosyal medya kullanımının gençlerin sosyalleşme ve sosyal rutinleri için önemli bir özellik taşıdığını göstermektedir. Bu sonuçlar bu alanda yapılacak çalışmalara duyulan ihtiyacı yansıtmaktadır.

5.3. Öğrencilerin ORTO-11 Ölçeği Toplam Puanlarına Yönelik Bulguların Tartışılması

Hemşirelik öğrencilerinin ORTO-11 ölçeği puan ortalamaları çalışmamızda 27,98 olarak saptanmış, öğrencilerin yaklaşık üçte birinin ortorektik eğilim açısından riskli grupta yer aldığı bulundu. Literatürde hemşirelik öğrencilerinin ON sıklığını inceleyen bir tek çalışmaya ulaşılmıştır. Arslantaş ve arkadaşlarının (2017) ON sıklığını, yeme davranışlarını ve ON ile yeme davranışları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla gerçekleştirmiş oldukları bu çalışmaya 181 hemşirelik öğrencisi dâhil edilmiştir. Çalışma sonucunda öğrencilerin %45,3'ünün ON açısından riskli olduğu ve öğrencilerin ORTO-

11 puan ortalamalarının 27,34 olduğu bildirilmiştir. Arslantaş ve arkadaşlarının elde ettiği sonuçlar ile bu çalışmadan elde edilen sonuçlar büyük oranda benzerlik göstermektedir.

Literatürde hemşirelik öğrencilerinin de dâhil edildiği farklı alanlardaki üniversite öğrencileri ile yürütülmüş ON sıklığını araştıran birçok çalışmaya ulaşılmıştır. Ancak bu çalışmalarda kesme noktası baz alınarak prevelans incelenmemiştir. Öztürk ve Ayhan'ın (2017) üniversite öğrencilerinde ON görülme durumu ve bunun Sağlıklı Yaşam Biçimi Davranışları ile ilişkisinin incelenmesi amacıyla gerçekleştirdikleri çalışmalarına, Sağlık Bilimleri Fakültesi'nde Çocuk Gelişimi ve Hemşirelik bölümlerinde eğitimlerine devam eden 183 öğrenci dâhil edilmiştir. Öğrencilerin ORTO-11 ölçeği ortalama puanı 26,3 olarak bulunmuştur. Duran'ın (2016) 505 hemşirelik ve ebelik öğrencileri ile ON belirtileri ile yeme tutum ve davranışlarının değerlendirilmesi amacıyla yapmış olduğu çalışmada ORTO-11 ölçeği puan ortalaması 26,95 olarak rapor edilmiştir. Bu iki çalışmada elde edilen ortalama puanlar mevcut çalışmadan alınan puanlarla benzerlik göstermektedir.

ON alanında yapılan çalışmalar incelendiğinde sağlık eğitimi ve mesleğinin ON açısından bir risk faktörü olarak değerlendirildiği, bu nedenle sağlık profesyonellerine ve bu alanda eğitim alan öğrencilere sık sık yer verildiği, bu popülasyonlarda ON sıklığının yüksek olduğu görülmektedir. Ergin'in yapmış olduğu sağlık profesyoneli olan ve olmayan iki farklı grubu ele aldıkları çalışmasında sağlık personeli olan grupta ON sıklığı %60,1 olarak bildirilmiş ve ORTO-11 puan ortalaması $26,6 \pm 0,21$ olarak rapor edilmiştir. Tek ve Karakul Ermumcu'nun (2016) sağlık çalışanlarında ON eğilimlerinin değerlendirilmesi amacıyla ORTO-15 ölçeğini kullanarak gerçekleştirdikleri çalışmaya doktor, hemşire, diyetisyen, fizyoterapist ve ebeler dahil edilmiş ve katılımcıların yaklaşık dörtte üçünün ortorektik eğilim gösterdikleri ifade edilmiştir. Çalışmada hemşirelerin ON eğilimlerinin diğer sağlık profesyonellerinden daha yüksek bulunmuş olması; doktorlardan yaklaşık 6 kat, fizyoterapistlerden 3 kat daha fazla olması, oldukça dikkat çekicidir. Ayrıca bu çalışmada hemşirelerden sonra en yüksek puanın ebelerle ait olması da dikkat çeken diğer bir noktadır. Bu veriler sağlık ekibinin çoğunluğunu oluşturan hemşirelerin ve hemşirelik öğrencilerinin ON açısından değerlendirilmelerinin ne denli önemli olduğunu göstermektedir.

Yurt dışında farklı alanlarda eğitim alan üniversite öğrencileri ile yapılan çalışmalarda da ON sıklığının yüksek olduğu görülmüştür. Mcinerney-Ernst'in (2011)

sosyal bilimler alanında öğrenim görmekte olan 163 üniversite öğrencisi ile ORTO-15 ölçeğini kullanarak ON'nın prevalansı ve yeme bozuklukları ile ilişkisini inceledikleri çalışmasında ON prevalansı %82,8 bulunmuş iken, Jesko'nun (2015) psikoloji dersi alan 294 üniversite öğrencisi ile ORTO-15 testi baz alınarak geliştirilen 11 soruluk farklı bir ON ölçeği kullanılarak yürütmüş olduğu çalışmasında ise %69 olarak bulunmuştur. Varga ve arkadaşları çalışmalarında öğrencilerin %56,9' unda ON eğilimi olduğunu bildirirken, Shah'ın yaptığı çalışmada ise bu oran %69 olarak kaydedilmiştir. Bu çalışmalarda elde edilen oranların, mevcut çalışmada elde edilen orandan ve ülkemizde yapılan diğer çalışmalarda elde edilen oranlardan oldukça yüksek olması dikkat çekicidir. Fakat bu farklılığın kullanılan ölçekten mi, kültürden mi yoksa gruplar arası farklı değişkenlerden mi kaynaklandığı bilinmemekte, bu farkın nedeninin anlaşılması için geniş çaplı uluslararası çalışmaların yapılması gerekmektedir.

ON'nın gündeme gelmesi ile ilk olarak prevalans çalışmaları hızlanmıştır. Çalışmamızda elde edilen sonuçlar sağlık profesyoneli adayı olan hemşirelik öğrencilerinde ON eğiliminin olduğunu destekler nitelikte olsa da diğer sonuçlar ile karşılaştırıldığında çok da yüksek bir oran olmadığı görülmekte, ON sıklığına ilişkin toplumsal prevalans çalışmalarına duyulan ihtiyacı gözler önüne sermektedir.

5.4. Öğrencilerin Sosyo-Demografik, Beslenme ve Sosyal Medya Kullanım Özellikleri ile ORTO-11 Ölçeği Puanlarının Karşılaştırılmasına İlişkin Bulguların Tartışılması

Bu bölümde öğrencilerin sosyo-demografik özellikleri beslenme alışkanlıkları ve sosyal medya kullanım özellikleri ile ORTO-11 ölçeği puan karşılaştırılması ve bazı değişkenler ile ilişkinin incelenmesine yönelik bulguların tartışılmasına yer verilmiştir.

Hemşirelik fakültesi öğrencilerinde sosyo-demografik özelliklerine göre ORTO-11 puan ortalamaları karşılaştırıldığında, beraber yaşadığı kişiler, fiziksel sorunları olma durumlarına göre ORTO-11 Ölçeği'nden alınan puanların farklılaştığı bulundu.

Çalışmada BKİ puan ortalaması ile ORTO-11 puanları arasındaki ilişki incelendiğinde ise istatistiksel olarak anlamlı, negatif yönde, düşük güçlü bir ilişki olduğu ($r=-0,147$, $p=0,007$) bulundu. Bu veriler hemşirelik öğrencilerinde beden kitle indeksi arttıkça ortorektik eğilimin arttığı şeklinde yorumlanabilir. BKİ ile ON arasındaki ilişkiye dair literatürde çok farklı sonuçlar bulunmaktadır. Fidan ve arkadaşları (2010) ile Jesko'nun (2015) yapmış oldukları çalışmada, çalışmamızla benzer şekilde kilo ve ON arasında doğrusal bir ilişki saptanmış, Kabaran (2013) ile Gezer (2013) ise BKİ değeri

artıkça ORTO-11 ölçeği puanlarının da anlamlı şekilde arttığını belirtirken, Arusoğlu (2008), Öztürk ve Ayhan (2017) ile Mcinerney-Ernst'in (2011) çalışmalarında ise BKİ ile ON arasında anlamlı ilişki saptanmadığı bildirilmiştir. ON'nın kilo endişesi olmaksızın gelişen fakat ilerleyen evrelerde beslenmenin bozulmasıyla ve bireyin kilo vermesiyle karakterize bir tablo olduğu öngörülmektedir. Yapılan çalışmalarda bireyler ORTO-11 ölçeği puanına göre değerlendirilmiş, ortorektik eğilim gösteren ve göstermeyen şekilde gruplandırılmışlardır. ON'nın evrelendirilmesiyle ilgili geliştirilmiş bir sistem bulunmamakta, bu değerlendirme yöntemi bu açıdan sınırlılıklar taşımaktadır. Çalışmalar arasındaki farklılığın araştırmaya katılan bireylerde var olan ortorektik eğilimin evresiyle ilişkili olabileceği düşünülmektedir.

Çalışmamızda öğrencilerin beraber yaşadığı kişilere göre ON eğilimlerinin anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği, bu farkın yalnız yaşayanlardan kaynaklandığı, bu grubun diğer gruplara göre ORTO-11 ölçeği puan ortalamalarının çok daha düşük olduğu görülmüştür. Gezer ve Kabaran'ın (2013) beslenme ve diyetetik bölümüne kayıtlı rastgele seçilmiş 106 kız öğrenci ile gerçekleştirdikleri çalışmada, ON ile yeme tutum ve davranışlarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada yaşanan yere göre ON eğilimleri incelendiğinde evde tek başına yaşayan bireylerin çalışmamızla benzer şekilde ORTO-11 ölçeği puan ortalamalarının en düşük olduğu saptanmış, fakat bu sonuçlar istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p>0,05$). Erol'un (2018) tıp öğrencileri ile ve Kaya'nın (2018) ve Dege'nin (2017) diyetetik öğrencileri ile gerçekleştirdikleri çalışmalarında da ON sıklığı kalınan yere göre anlamlı farklılık göstermemiştir. Bulgular arasında bu farklılığın öğrencilerin öğrenim gördükleri bölümlerden kaynaklanıyor olabileceği düşünülmüştür. Yalnız yaşayan hemşirelik öğrencilerinin sosyal etkileşimlerinin azaldığı, yeme alışkanlıklarının başkalarıyla yaşayan öğrencilerden farklı olduğu düşünülmektedir. Ayrıca yalnız yaşamayı tercih eden öğrencilerin sağlıklı, doğal ve temiz besinleri seçebilmek ve beslenme düzenlerini buna göre ayarlayabilmek için de bu tarz bir yaşam ortamını seçmiş olabilecekleri düşünülmektedir. Ya da bu kişiler evde yalnız kaldıkları için kendi sağlıklarına daha fazla özen göstermek zorunda olduklarını düşünerek buna yönelik aşırıya kaçan tutumlar sergilemeye başlamış olabilirler. ON eğilimi olan bireylerin zamanla sosyal problemler yaşamaya başladığı bilinmekte ve bu bilgi de elde edilen sonucu desteklemektedir.

Çalışmamızda fiziksel sorunları olmayanların olanlara göre ortorektik eğilimlerinin istatistiksel olarak anlamlı düzeyde yüksek olduğu saptanmıştır. Bu oldukça

dikkat çekicidir. Erol'un (2018) tıp öğrencilerinde ve Baş'ın (2014) diyetisyenlerde ON sıklığını incelediği çalışmalarda sağlık sorunu olan ve olmayan gruplar arasında anlamlı fark bulunmamıştır. Benzer şekilde Malmborg (2016) ve arkadaşlarının spor bilimleri ve idari bilimler alanlarındaki öğrencilerin sağlık durumları, egzersiz sıklıkları ve ON ile ilişkilerinin karşılaştırmasının yapıldığı çalışmalarında da mevcut sağlık durumunun ON açısından riskli olan ve olmayan grup arasında farklı olmadığı ifade edilmiştir. Verilerimiz bu bulgulardan farklılık göstermektedir. Martinez ve Soto (2017) ON'nın temel kavramsal yapısını tanımlamak amacıyla yürüttükleri kalitatif çalışmalarında ON tanı şüphesi olan bireyler çalışmaya dahil edilmiş ve elde edilen temalardan biri de hastalıklardan korunma/kaçınma olarak bildirilmiştir. ON şüphesi olan bireylerde bu düşünce ile hareket ediliyor olması hastalığı olmayan bireylerin ortorektik eğilimlerinin daha yüksek olmasını açıklamaktadır. Kronik hastalıkların yönetimi bireyin günlük hayatını, yapacağı tercihleri doğrudan etkilemektedir. Gruplar arası farkın kronik hastalığı olan kişilerin daha sık sağlık kurumlarına başvurmakta, olmayanlara göre daha sık sağlık eğitimi almakta ve bu alanda doğru kaynaklardan bilgi edinmekte olmalarından da kaynaklanmış olabileceği düşünülmektedir. Ayrıca kronik hastalıkların olması kişinin yemek yeme konusunda doktorunun tavsiyesine uyma ya da başka bir beslenme düzenine uyarak, ortoreksiyada görülen katı beslenme düşüncelerinden ve düzeninden kişiyi uzaklaştırmış olabilir.

Çalışmamızda kadınların ORTO-11 puanlarının erkeklerden daha düşük olması, cinsiyetler arasında ON eğilimi açısından anlamlı fark olmaması fakat p değerinin sınırda olması dikkat çekicidir ($p=0,05$). Cinsiyetlerin ON eğilimi üzerine etkisi tartışılmakta ve buna ilişkin literatürde çok farklı veriler bulunmaktadır. ON eğiliminin kadınlarda ya da erkeklerde daha yüksek olduğunu gösteren çalışma sonuçları ile beraber cinsiyetler arasında anlamlı fark olmadığını gösteren çalışmalar da bulunmaktadır (Bosi ve ark. 2010; Osso ve ark. 2017; Yeşil ve ark. 2018). Kadınların dış görünüşlerine erkeklere oranla biraz daha fazla dikkat etmeleri aynı zamanda kadınların yağ dokularının erkeklerden fazla oluşu ve erkeklere oranla daha az aktif olmaları kadınlarda ON eğiliminin artmasına neden olmuş olabilir. Bunların yanı sıra son zamanlarda yazılı ve görsel medyada erkeklerin beden imgesine yönelik, özellikle sportif vücutlar, spor ve sağlıklı beslenme konularını içeren paylaşımların arttığı görülmektedir. Medyada yaratılan ideal vücut tipleri tam benliklerinin şekillendiği dönem olan ergenlik ve genç erişkinlik dönemlerinde olan gençleri etkilemiş olabilir. Bunun yanı sıra çalışmamızda

kadın sayısının erkek sayısından çok daha fazla olmasının da anlamlılığı etkilemiş olabileceği düşünülmektedir.

Hemşirelik fakültesi öğrencilerinde ON eğilimi ile beslenme alışkanlıkları arasındaki ilişki incelendiğinde; öğrencilerin kilo memnuniyeti, beslenme düzenine dikkat etme, yiyeceği planlama, doğal gıda tüketme, yemek yeme alışkanlığı ve bilgiye ulaşınca davranış değiştirme durumlarına göre ON eğilimlerinin anlamlı düzeyde farklılaştığı görülmüştür.

Öğrencilerin kilolarından memnun olma durumlarına göre ORTO-11 puanları incelendiğinde; gruplar arası anlamlı fark olduğu, bu farkın kilosundan memnun olmayan gruptan kaynaklandığı ve bu grubun puan ortalamalarının kilosundan memnun olan ve memnun olup olmadığından emin olmayanlardan daha düşük çıktığı görülmüştür. Literatürde ON ile ilgili en çok tartışılan faktörlerden biri de kilo durumudur. Literatürde kilo vermeye çalışan, bunun için herhangi bir diyet uygulayanlarda ON eğiliminin daha yüksek olduğunu bildiren çalışmalar bulunmaktadır (Duran, 2016; Jesko, 2015). Bu çalışmalarda kilosundan memnun olmayanların ortorektik eğilimleri, kilo vermek için başvurdukları diyet ile ilişkilendirilmiştir. Fakat herhangi bir diyet uygulayan ve uygulamayan bireyler arasında ON eğilimi arasında fark olmadığını gösteren çalışmalar da bulunmaktadır (Özkahya 2015; Jesko 2015). Bu çelişkili veriler sonucunda çalışmalar, beden algısı, beden şekli endişesi gibi kavramlar ile ON arasındaki bağı açıklamaya odaklanmıştır (Brytek Matera ve ark. 2015; Yıldırım 2018). Sonuç olarak burada var olan durumun kilo kaygısından ziyade, bireylerin kilolarını bahane göstererek sağlıklı olmadıklarını düşünmeleri ve buna bağlı olarak bedenlerinde iyilik haline ilişkin kaygılar gütmeleri şeklinde yorumlanmıştır (Brytek Matera ve ark. 2018). Elde edilen bulgular literatürü destekler niteliktedir.

Öğrencilerin ON eğilimlerini arttıran diğer beslenme özellikleri ise beslenme düzenine çok dikkat etmek, yiyeceğini önceden planlamak, doğal gıda tüketmeye özen göstermek, bilgiye ulaştığında her zaman davranış değişikliği yapmak olarak saptanmıştır. Literatürde bu özelliklere tek tek değinen çalışma sayısı oldukça kısıtlıdır. Jesko (2015) yemekleri planlayanlarda, Arslantaş ve arkadaşları (2017) doğru beslenmeye dikkat edenlerde, Erol (2018) bilgiye ulaştığında her zaman davranış değişikliği sağlayanlarda ON sıklığının daha yaygın olduğunu belirtmişlerdir. Bu davranışlar toplumda pozitif anlamlandırılan fakat bireyde zamanla beslenme bozukluklarına yol açan ve ON ile ilişkilendirilebilecek davranışlardır. Ayrıca bu

davranışlar ortorektik eğilimlere sebep olabildiği gibi ortorektik tutumların bir sonucu olarak da değerlendirilebilir. Gezer ve Kabaran (2013) beslenme ve diyetetik bölümü öğrencilerinde yeme davranışlarını ve ON ile ilişkisini değerlendirmiştir. Çalışma sonucunda öğrencilerde sağlıklı beslenme davranışları arttıkça ortorektik eğilimlerin azaldığı bildirilmiştir. Benzer şekilde Öztürk ve Ayhan'ın (2017) sağlıklı yaşam davranışları ile ON eğilimi arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmada da ortoreksiya eğilimi azaldıkça toplam sağlıklı yaşam davranışları puanlarının ve beslenme, egzersiz gibi alt boyut puanlarının anlamlı şekilde arttığı bildirilmiştir. Bu durum ON'da bireyde takıntı haline gelen beslenme düzenine dikkat etme, doğal beslenme, yiyeceğini planlama davranışları nedeniyle bireylerin zamanla kötü beslendiklerini göstermekte ve çalışmamızda bu davranışlara sahip bireylerin ortorektik eğilimlerinin yüksek oluşunu açıklamaktadır.

Bu verilerin yanı sıra çalışmamızda ailesi ile yemek yiyen öğrencilerin eğilimlerinin yalnız ve arkadaşlarıyla yemek yiyen kişilerden daha düşük olduğu bulunmuştur. Buna ilişkin literatürde herhangi bir veriye ulaşılamamış fakat bu sonuçların ON'nın psikolojik ve toplumsal yapısıyla ilişkilendirilebileceği düşünülmektedir.

Çalışmamızda hemşirelik öğrencilerinin sosyal medya kullanım özelliklerine göre ORTO-11 ölçek puanları karşılaştırıldığında; sosyal medya kullanım süreleri, sosyal medyanın kişisel kararları etkileme durumu ve kilo konusunda bilgi kaynağı olarak sosyal medyayı kullanma düzeyine göre ortorektik eğilimlerinin anlamlı farklılıklar gösterdiği bulunmuştur. Literatürde bu alanda yapılan çalışmalar oldukça sınırlıdır ve spesifik olarak hemşirelik öğrencilerinin sosyal medya kullanım özellikleri ve ON eğilimleri arasındaki ilişkiyi inceleyen herhangi bir çalışmaya ulaşılamamıştır. ON'nın sosyal medya ile ilişkisi olduğu hipotezi literatürde sosyal medya kullanımının bireylerde sosyal görünüş kaygısı, beden imajı, benlik kaygısı ve yeme tutumu gibi farklı birçok mekanizmayı tetikliyor olmasına bağlanmaktadır (Brytek Matera 2018; Yıldırım 2018; Vandereycken 2011). Puglia'nın (2017) yaptığı araştırmaya göre, yaşları 18 ve 19 olan gençlerin sosyal medya kullanım düzeyleri arttıkça beden imajlarını kıyaslama arasında anlamlı bir ilişki olduğu, sosyal medya kullanım düzeylerinin artması sonucunda sosyal medyadaki görüntülerle kendi beden imajlarını kıyaslamanın da arttığı tespit edilmiştir. Bu veriler sosyal medya kullanımının ortorektik eğilimi nasıl arttırmış olabileceğini anlamaya yardımcı olmaktadır. Çalışmamızda öğrencilerin sosyal medya kullanma süresi ile ortorektik eğilimleri arasında negatif yönde düşük düzeyde anlamlı korelasyon olduğu

($r=-0,110$, $p=0,042$) görülmüştür. Sidani ve arkadaşları (2016) tarafından yapılan, yaşları 19 ile 32 arasında 1765 kişilik katılımcıdan oluşan çalışmaya göre, sosyal medya kullanım sıklığının artması ile yeme kaygısı arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur (Sidani ve ark., 2016). Barnens ortorektik eğilim ile vücut ve kilo algısı, görünüş kaygısı arasında bağ olduğunu belirtmiştir. Çalışmada yapılan regresyon analizinde yeme bozukluğunun olması ON gelişmesi için en büyük belirleyici olarak tanımlanmış bunun yanı sıra sosyal görünüş algısı ve kilo algısının da ON gelişimini anlamlı şekilde açıkladığını belirtmiştir. Çalışmamızda ayrıca sosyal medyadan edindiği bilgiler kişisel kararlarını etkileyen öğrencilerin diğer gruplara göre daha fazla ortorektik eğilim gösterdikleri bulunmuştur. Ercan'ın (2018) üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanım sıklığının beden algısı ile ilişkisini incelediği çalışmasında, sosyal medya maruziyetinin artmasının öğrencilerde sosyal medyadan etkilenme düzeyinde artışa sebep olduğu ve bunun da sosyal görünüş kaygısını ve beden algısında değişimleri tetiklediği bildirilmiştir. Bu veriler çalışma sonuçlarını açıklayıcı niteliktedir. Çalışmamızda sosyal medyayı sık kullanan öğrencilerin ya da kişisel kararlarını dahi sosyal medyadan etkilenerek verdiğini ifade eden öğrencilerin ortorektik eğilimlerinin yüksek olması, sosyal medya kullanımı ile öğrencilerin yeme tutumunun ve sağlık algısının etkilenmesi sonucunda gerçekleşmiş olabileceğini düşündürmüştür.

Çalışmamızda kilo konusunda bilgi kaynağı olarak sosyal medyayı kullanmayan öğrencilerin ortorektik eğilimlerinin diğer gruplara göre anlamlı düzeyde daha düşük olması oldukça dikkat çekicidir. Literatürde beslenme bilgilerine erişim kaynaklarına göre ON eğilimlerinin nasıl bir değişim gösterdiğini inceleyen bir çalışmaya ulaşamamıştır. Erol'un (2018) çalışmasında diyetisyen, doktor, internet, bilimsel yayın gibi farklı kaynakları kilo konusunda bilgiye ulaşmak amacıyla kullanan öğrencilerin ON eğilimleri arasında anlamlı farklılık görülmediği bildirilmiştir. Raggat ve arkadaşlarının (2018) sosyal medyanın sağlıklı olma, fit görünme isteği ve bunun yeme bozuklukları üzerine etkisini inceledikleri çalışmalarına, sosyal medya üzerinden fit olma, egzersiz yapma gibi konuları takip eden 180 sosyal medya kullanıcısı dahil edilmiştir. Çalışma sonucunda bu tip paylaşımların bireylerde egzersiz bağımlılığı, yeme bozukluğu, yeme kaygısı gibi olumsuz sonuçlar doğurabileceği bildirilmiştir. Çalışmada bu olumsuz sonuçların nedenleri 'sağlık algısı', 'ideale ulaşmada hayal kırıklığı', 'sosyalleşme' ve 'doğru sağlık bilgisine ulaşma' şeklinde 4 tema ile açıklanmıştır. Sosyal medyayı kaynak olarak kullanmayan bireylerin Raggat'ın belirlemiş olduğu alanlarda etkilenimlerinin

olmaması; bu bireylerin gerçekçi sağlık ve ideal algılarının olması, sosyal akıma uyma baskısı hissetmemeleri ve doğru sağlık bilgisi kaynaklarını daha sık kullanıyor olabileceklerine bağlı olarak ortorektik eğilimlerinin az bulunmuş olabileceği düşünülmüştür.

Çalışmamızda kullanılan sosyal medya araçlarına göre ortorektik eğilimlerin farklılık göstermediği saptanmıştır. Literatürde sosyal medya ile ON arasındaki ilişkiyi inceleyen ilk çalışma olan ve sosyal medya araçlarına göre ON eğilimlerinin dağılımını inceleyen tek çalışma olan Turner ve Lefevre'nin (2017) çalışmasında ise Instagram kullanımının ortorektik eğilimleri arttırdığı, Twitter'ın ise tam tersi bir etki gösterdiği fakat bu korelasyonların düşük düzeyde oldukları bildirilmiştir. Bu çalışmada Instagramın bu etkisi üç nedene bağlanmıştır; ilk olarak, Instagram'ın görüntü tabanlı yapısının, insanların sözcüklerden ziyade görüntüleri hatırlamalarının muhtemel olduğu psikolojik bir fenomen olan resim üstünlüğü etkisine, yönelik olduğunu ileri sürmüşlerdir. İkincisi, bireylerin kişisel beslenmelerini ilgi duydukları bazı kişilerin hesapları aracılığıyla tedavi etmeye çalıştıkları ve son olarak da çok sayıda takipçisi olan Instagram ünlülerinin, birisine ne yemek yapmaları gerektiğini veya ne içmemeleri gerektiğini söyleyebilecek niteliklere sahip olmasalar bile uzman olarak görülmesine değinilmiştir. Mevcut çalışmada öğrencilerin Instagramı oldukça yüksek oranda kullanıyor olmaları bu bulgular ile açıklanabilir, fakat Instagram kullanımının ortorektik eğilim üzerine anlamlı etkisinin olmaması; edinilen verilerin literatürden farklılık göstermesi; öğrencilerin takip ettikleri hesapların farklı olması ya da kültürel farklılıklara bağlı olmuş olabilir. Sosyal medya hesaplarının ON gelişimine etkisinin ayrıntılı olarak inceleneceği çalışmalara ihtiyaç vardır. Bu alanda yapılacak çalışmalar sonuçların daha iyi yorumlanmasını, sosyal medya araçlarının etkilerinin aydınlanmasını kolaylaştıracaktır.

5.5. Öğrencilerin SMKÖ Puanları ile ORTO-11 Ölçeği Puanları Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulguların Tartışılması

Hemşirelik öğrencilerinin ON eğilimi ile sosyal medya kullanımları arasında ilişki olup olmadığı incelendiğinde; SMKÖ toplam puanları ve SMKÖ Sosyal Rutinle Bütünleşme Alt Boyutu ile ORTO-11 puanları arasında negatif yönde, zayıf düzeyde, anlamlı korelasyon saptanmıştır. Bu sonuçlar öğrencilerin sosyal medya kullanım düzeyleri arttıkça ortorektik eğilimlerinin arttığı anlamına gelmektedir. Literatürde bu alanda yapılmış çalışmalar oldukça kısıtlıdır ve hemşirelik öğrencilerinin sosyal medya kullanımları ile ortorektik eğilimlerinin incelendiği herhangi bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Bunun yanı sıra sosyal medyanın kullanımının diğer yeme bozukluklarında bir tetikleyici rolü olduğu birçok çalışmayla ortaya konmuştur (Raggat 2018; Aslan 2001). Bir yeme bozukluğu sayılan ON gelişiminde de sosyal medyanın rolünün olabileceği düşünülmektedir. Klassen ve arkadaşlarının (2018) yaptıkları sistematik derlemede, sosyal medyanın yeme bozuklukları üzerine etkisini inceleyen 47 çalışmada bireylerin beslenme alışkanlıklarının sosyal medyadan büyük oranda etkilendiği, kişilerin özellikle sağlıklı beslenme tüyoları almak için sosyal medyayı sık sık kullandıkları bulunmuştur. ON'nın sağlıklı beslenme arzusu çerçevesinde yaşanan bir sorun olduğu düşünülürse, çalışmamızda artan SMKÖ puanları ile ON eğiliminin de artması şaşırtıcı değildir.

Sosyal medya kullanımının hemşirelik öğrencileri tarafından günlük rutinin bir parçası olarak görüldüğü ve birçok amaçla, sık sık kullanıldığı bilinmektedir (Bilgiç 2017). Çalışmamızda kullanılan SMKÖ'nin Sosyal Rutinle Bütünleşme Alt Boyutu bireyin sosyal medyayı günlük iletişimde ne kadar kullandığı, ne kadar önem verdiği ve sosyal medyanın hayatındaki rolüne ilişkin soruları içermektedir. Sönmez ve Özgen'in (2017) Türkiye ve İngiltere'de yaşayan üniversite öğrencilerinde medya kullanımının beden imajına etkisini inceledikleri çalışmalarına Türkiye'den 381, İngiltere'den 235 öğrenci dâhil edilmiştir. Çalışma sonucunda öğrencilerin bedenlerine ilişkin tutumlarında sosyal medya kullanım sıklığı, gördükleri ünlülerin vücutlarıyla kendi vücutlarını kıyaslama durumları, bu ünlülere benzeme isteklerinin ve ideal bedene ilişkin farkındalık düzeylerinin etkili oldukları bildirilmiştir. Kültüre göre ileri analizler yapıldığında Türk öğrenciler için medyadaki ünlülerle bedenin karşılaştırılması ve ünlülere benzemeye çalışılması değişkenlerinin, geleneksel medyadan ve sosyal medyadan kaynaklanan baskı hissedilmesi ve ideal beden farkındalığı değişkenleri tarafından açıklandığı saptanmıştır.

Sosyal medya kullanımı günlük rutinin bir parçası haline geldikçe sürekli sağlıklı yiyecekler tüketme, fit bir vücut, sağlık-sız beslenme tüyoları gibi sosyal medyanın olumsuz etkilerinin artarak ortorektik eğilimi arttırmış olabileceği düşünülmektedir.

SMKÖ'nin duygusal bağlantı ile sosyal rutinlerle bütünleşme alt boyutu sosyal medyaya bağlanmadığı zaman kişinin hissettiği gerginlik, mutsuzluk ve hayattan kopma gibi duyguları irdelemektedir. Çalışmamızda bu alt boyut ile ON arasında anlamlı bir ilişkinin bulunmamış olması dikkat çekicidir. Bu bulgular ON eğiliminin bireylerde sosyal medya bağımlılığı, sosyal medyasız yaşamın duygusal etkilerinden ziyade, sosyal medya kullanımının bireyde yukarıda sayılan birçok alanda yaşanan olumsuz etkilerinden kaynaklandığı düşüncesini destekleyici bir bulgu olarak tanımlanabilir.

5.6. Sonuçlar

Hemşirelik öğrencilerinde sosyal medya kullanımının ortoreksiya nervoza üzerine etkisini incelemek amacıyla tanımlayıcı ve ilişki arayıcı tipte gerçekleştirilen bu çalışmadan elde edilen bulgulara göre;

- Öğrencilerin yaş ortalamalarının 20,74 (min: 18 – max:37) olduğu, %84,4'ünün kadın, %25,7'sinin 3. sınıf, %48,1'inin akademik başarısını 'iyi' olarak değerlendirdiği belirlendi. Öğrencilerin %52,52'sinin ailesi ile yaşadığı, %60,8'inin ekonomik durumunu 'gelirim giderime eşit' olarak tanımladığı, %4,1'inin psikiyatrik ve %9,7'sinin fiziksel bir sorunu bulunduğu belirlendi.
- Öğrencilerin %45,7'sinin kilosundan memnun olmadığı, %51,3'ünün beslenme düzenine dikkat etme seviyesini 'normal' olarak ifade ettiği, öğrencilerin %66,1'inin günde 3-4 öğün beslenmekte, %66,7'sinin yiyeceğini önceden planlamamakta ve %70,8'inin öğün atlama alışkanlıkları olduğu, %84,1'inin fast food ve %83,2'sinin abur cubur tüketmekte olduğu, %43,7'sinin yemeklerini arkadaşları ile yemekte olduğu ve beslenme ile ilgili bilgi edindikçe %54'ünün nadiren, %31,9'unun ise sık sık davranışlarını değiştirdikleri belirlendi.
- Öğrencilerin günde ortalama 3,42 saatini (min: 1 – max:13) sosyal medya ile geçirdikleri, öğrencilerin %51,9'unun sosyal medya kullanımının kişisel kararlarını kısmen etkilediğini ve %56,6'sının kilo konusunda sosyal medyayı hiçbir zaman kullanmadıklarını ifade ettikleri belirlendi. Hemşirelik öğrencileri arasında en yaygın olan sosyal medya araçlarının sırasıyla WhatsApp (n:321, %94,7), Instagram (n:292, %86,1) ve Youtube (n:276 %84,1) olduğu bulundu.

- Hemşirelik öğrencilerinin ORTO-11 ölçeği puan ortalamalarının $27,98 \pm 4,92$ olduğu ve öğrencilerin %30,38'inin 25 puanın altında almış olduğu görüldü.
- Öğrencilerin BKİ ortalamaları ile ORTO-11 ölçeği puanları arasında negatif yönde, düşük düzeyde anlamlı korelasyon olduğu belirlendi.
- Çalışmada yalnız yaşayan öğrencilerin ($20,60 \pm 1,56$) diğer gruplara göre ve fiziksel sorunu olmayan öğrencilerin ($26,77 \pm 4,91$) olanlara ($29,94 \pm 4,63$) göre ORTO-11 ölçeği puan ortalamalarının istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha düşük olduğu belirlendi.
- Kilosundan memnun olmayan ($26,74 \pm 4,94$), beslenme düzenine çok dikkat eden ($22,67 \pm 5,00$), yiyeceğini önceden planlayan ($26,51 \pm 4,72$), doğal gıda tüketmeye özen gösteren ($27,42 \pm 4,79$), beslenme ile ilgili bilgiye ulaştığında her zaman davranış değişikliği yapan ($24,38 \pm 4,84$) öğrencilerin ORTO-11 puan ortalamalarının diğer gruplara oranla daha düşük olduğu ve ailesi ile yemek yiyen ($29,04 \pm 4,55$) öğrencilerin ORTO-11 puan ortalamalarının yalnız ve arkadaşlarıyla yemek yiyen öğrencilerden daha yüksek olduğu, bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu bulundu.
- Sosyal medyayı kullanma süresi ile ortorektik eğilimler arasında negatif yönde düşük düzeyde anlamlı korelasyon olduğu ($r=-0,110$, $p=0,042$) bulundu.
- Sosyal medyadan edindiği bilgilerin kişisel kararlarını etkilemeyen öğrencilerin ve kilo konusunda bilgi kaynağı olarak sosyal medyayı kullanmayan öğrencilerin ORTO-11 ölçeği puan ortalamalarının diğer gruplara göre anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu belirlendi.
- Sosyal medya araçlarının kullanımı ile ORTO-11 puan ortalamaları arasında ise istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir fark olmadığı bulundu.
- Öğrencilerin SMKÖ puan ortalamaları ile ORTO-11 ölçeği puan ortalamaları arasındaki ilişki incelendiğinde; SMKÖ toplam puanları ve SMKÖ Sosyal Rutinle Bütünleşme Alt Boyutu ile ORTO-11 ölçeği puanları arasında negatif yönde, zayıf düzeyde, anlamlı bir ilişki saptanmıştır.

5.7. Öneriler

Araştırma bulguları doğrultusunda;

- Hemşirelik öğrencilerinin beslenme ile ilgili doğru bilgilere erişebilmeleri için müfredat çalışmalarının yapılması,
- Hemşirelik öğrencilerinde ON gelişiminin engellenmesi, sıklığının azaltılması amacıyla hem öğrencilerde hem öğretim elemanlarında konuya ilişkin farkındalık kazandırmaya yönelik girişimlerin planlanması,
- Riskli grupların ortorektik eğilimlerinin altta yatan nedenlerinin daha iyi anlaşılması için kalitatif çalışmaların yürütülmesi önerilmektedir.

KAYNAKLAR

Akar, E. (2010). Sanal toplulukların bir türü olarak sosyal ağ siteleri-bir pazarlama iletişim kanalı olarak işleyişi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 107-122.

Akbulut, G. (2016). *Diyetisyenlere ve Sağlık Profesyonellerine Yönelik Tıbbi Beslenme Tedavisinde Güncel Uygulamalar VII*. Nobel Tıp Kitabevleri, Ankara, s.111.

Akbulut, S. (2018). Erişkinlerde sosyal medya bağımlılığı, beden imajı, sosyal anksiyete ve benlik saygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Klinik Psikoloji Anabilim Dalı, İstanbul.

Akgül, P. G. (2018). Özel bir hastanede çalışan personelin obezite önyargılarının ve ortorektik davranışlarının değerlendirilmesi araştırması. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Akın, A., Özbay, A. ve Baykut, İ. (2015). Sosyal medya kullanımı ölçeğinin Türkçe formunun geçerliği ve güvenilirliği. *Journal of International Social Research*, 8(38), 647-652.

Aksoydan, E. ve Camci, N. (2009). Prevalence of orthorexia nervosa among Turkish performance artists. *Eating and Weight Disorders*, 14(1), 33-37.

Alkan, S., Özdelikara, A. ve Mumcu Boğa, N. (2016). Hemşirelik öğrencilerinin yeme tutumunun belirlenmesi. *Koç Üniversitesi Hemşirelikte Eğitim ve Araştırma Dergisi*, 13(3), 250-257.

Altunay, M. C. (2010). Gündelik yaşam ve sosyal paylaşım ağları: Twitter ya da "pıt pıt net". *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (12), 33-54.

Arklan, Ü. ve Kartal, N. Z. (2018). Y kuşağının içerik tüketicisi olarak Youtube kullanımı: Kullanım amaçları, kullanım düzeyleri ve takip edilen içerikler üzerine bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(2), 929-965.

Arslantaş, H., Adana, F., Ögüt, S., Ayakdaş, D. ve Korkmaz, A. (2017). Hemşirelik öğrencilerinin yeme davranışları ve ortoreksiya nervoza (sağlıklı beslenme takıntısı) ilişkisi: kesitsel bir çalışma. *Journal of Psychiatric Nursing*, 8(3), 137-144.

Arusoğlu, G. (2006). Sağlıklı beslenme takıntısı (ortoreksiya) belirtilerinin incelenmesi, ORTO-15 ölçeğinin uyarlanması. Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beslenme ve Diyetetik Programı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Arusoğlu, G. (2018). Beslenme ve diyetetik bölümü erkek öğrencilerinde ortoreksiya nervoza eğiliminin belirlenmesi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(86), 56-71.

Arusoğlu, G., Kabakçı, E., Köksal, G. ve Merdol, T. K. (2008). Ortoreksiya nervoza ve ORTO-11'in Türkçeye uyarlama çalışması. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 19(3), 283-291.

Aslan, H. (2001). Beden imgesi ve yeme davranışı bozuklukları ile medya ilişkisi. *Düşünen Adam*, 14(1):41-47.

Atik, A. ve Biricik, Z. (2017). Sağlıklı beslenme takıntısı (ortoreksiya) kapsamında televizyon sağlık programlarının format yapılarının incelenmesi. *Atatürk İletişim Dergisi*, (13), 87-102.

Ayar, D., Gerçeker, G. Ö., Özdemir, E. Z. ve Bektas, M. (2018). The effect of problematic internet use, social appearance anxiety, and social media use on nursing students' nomophobia levels. *Computers Informatics Nursing*, 36(12), 589-595.

Aydın, L. ve Yücel Çınar, Ş. (2014). Anxiety and comfort levels of nursing students. *Journal of Nursing Education and Practice*, 4(8):179-187.

Bağcı, Bosi, A.T., Çamur, D. ve Güler, C. (2007). Prevalence of orthorexia nervosa in resident medical doctors in the faculty of medicine. *Appetite*, 49(3):661-666.

Balcı, Ş. ve Ayhan, B. (2007). Üniversite öğrencilerinde internet kullanım ve doyumları üzerine bir saha araştırması. *Selçuk İletişim*, 5(1):174-197.

Balcı, Ş. ve Koçak, M. C. (2017). Sosyal medya kullanımı ile yaşam doyumu arasındaki ilişki: üniversite öğrencileri üzerinde bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 5(1), 174-197.

Baş, Y. (2014). Diyetisyenlerde sağlıklı beslenme takıntısı (ortoreksiya nervoza) ve yeme tutumlarının saptanması. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Bayer, J. B., Ellison, N. B., Schoenebeck, S. Y. ve Falk, E. B. (2016). Sharing the small moments: ephemeral social interaction on Snapchat. *Information, Communication & Society*, 19(7), 956-977.

Benker, T. ve Arıkan, Y. (2011). Turkish patients' use of internet and social media for health care and drug side effect information. *Drug Saf*, 34(10), 10-13.

Bilgiç, Ş., Özcanan, A. ve Altay, Z. (2017). Y kuşağı hemşirelik öğrencileri için mobil telefonun anlamı: nitel bir araştırma. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 7(3), 644-650.

Bor, H. A. (2018). Ergenlerde sosyal medyaya yönelik tutum, sosyal medya kullanımında gelişmeleri kaçırma korkusu ve sosyal kaygı arasındaki ilişkiler. İstanbul Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Bostancı, M. (2010). Sosyal medyanın gelişimi ve iletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, Erciyes.

Boyd, D. M. ve Ellison, N.B. (2007). Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1).

Bratman, S. ve Knight, D. (2000). Health Food Junkies: Overcoming the Obsession with Healthful Eating. Broadway Books, Newyork.

Brytek-Matera, A. (2012). Orthorexia nervosa—an eating disorder, obsessive-compulsive disorder or disturbed eating habit. *Archives of Psychiatry and Psychotherapy*, 1(1), 55-60.

Brytek-Matera, A., Donini, L. M., Krupa, M., Poggiogalle, E. ve Hay, P. (2015). Orthorexia nervosa and self-attitudinal aspects of body image in female and male university students. *Journal of Eating Disorders*, 3(1), 2.

Brytek-Matera, A., Gramaglia, C., Gambaro, E., Delicato, C. ve Zeppegno, P. (2018). The psychopathology of body image in orthorexia nervosa. *Psychopathology*, 24, 133-140.

Cheung, C. M., Chiu, P. Y. ve Lee, M. K. (2011). Online social networks: Why do students use facebook?. *Computers in Human Behavior*, 27(4), 1337-1343.

Cinquegrani, C. ve Brown, D. H. (2018). ‘Wellness’ lifts us above the Food Chaos’: a narrative exploration of the experiences and conceptualisations of Orthorexia Nervosa through online social media forums. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 10(5), 585-603.

Costa, C. B., Hardan-Khalil, K. ve Gibbs, K. (2017). Orthorexia nervosa: a review of the literature. *Issues in Mental Health Nursing*, 38(12), 980-988.

Cuzzolaro, M. ve Donini, L. M. (2016). Orthorexia nervosa by proxy?. *Eating and Weight Disorder*, 21, 549-551.

Çakmak, E. (2018). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım düzeyleri ile sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişkinin farklı değişkenler açısından değerlendirilmesi. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Beykent Üniversitesi, İstanbul.

Çobaner, A.A. ve Işık, T. (2014). Hemşireler arasında sosyal medya kullanımının yarar ve risklerinin tıp etiği bağlamında tartışılması. *Türkiye Biyoetik Dergisi*, 1: 137-48.

Darı, B. (2017). Sosyal medya ve Sağlık. *Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 6 (18), 731-740.

Dege, G. (2017). Üniversite öğrencilerinde ortoreksiya nervozanın saptanması. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Okan Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beslenme ve Diyetetik Anabilim Dalı, İstanbul.

Dell’Osso, L., Carpita, B., Muti, D., Cremone, I. M., Massimetti, G., Diadema, E. ve Carmassi, C. (2017). Prevalence and characteristics of orthorexia nervosa in a sample of university students in Italy. *Eating and Weight Disorders-Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 23(1), 55-65.

Dijck, V.J. (2013). ‘You have one identity’: performing the self on Facebook and LinkedIn. *Media, Culture & Society*, 35(2) 199 –215.

Donini, L. M., Marsili, D., Graziani, M. P., Imbriale, M. ve Cannella, C. (2004). Orthorexia nervosa: A preliminary study with a proposal for diagnosis and an attempt to measure the dimension of the phenomenon. *Eating and Weight Disorders*, 9(2), 151-157.

Dumanlı, D. (2016). Türkiye’de ulusal ve yerel gazetelerin Twitter Kullanımı. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 46, 85-101.

Duran, S. (2016). Sağlık Yüksekokulu öğrencilerinde ortoreksiya nervoza (sağlıklı beslenme takıntısı) riski ve etkileyen faktörler. *Pamukkale Tıp Dergisi*, (3), 220-226.

Ellison, N. B., Steinfield, C. ve Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “Friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1143–1168.

Ercan, M. D. (2018). Geç ergenlik döneminde sosyal medya maruziyetinin beden algısı ile ilişkisi. Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Klinik Psikoloji Anabilim Dalı, İstanbul.

Ergin, G. (2018). Sağlık personeli olan ve olmayan bireylerde ortoreksiya nervoza sıklığı araştırması. Başkent Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beslenme ve Diyetetik Anabilim Dalı, Ankara.

Ergün, G. ve Keskin, B. (2018). Sağlık Yüksekokulu öğrencilerinin mesleki örgütlenmede sosyal medya kullanım özelliklerinin belirlenmesi. *Acıbadem Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 10(2):190-195.

Erol, A. (2018). İnönü Üniversitesi tıp fakültesi öğrencilerinin ortoreksiya nervoza belirtilerinin ve yeme tutumlarının saptanması.

Fıçıoğlu, H. O. (2018). Sosyal medya kullanan kadınların duygu ve durumlarının iştah üzerine etkisinin değerlendirilmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Okan Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beslenme ve Diyetetik Anabilim Dalı, İstanbul.

Fidan, T., Ertekin, V., Işıkay, S. ve Kırpınar, I. (2010). Prevalence of orthorexia among medical students in Erzurum, Turkey. *Comprehensive Psychiatry*, 51(1), 49-54.

Gezer, C. ve Kabaran, S. (2013). Beslenme ve diyetetik bölümü kız öğrencileri arasında görülen ortoreksiya nervoza riski. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 4(1), 14-22.

Gökçe, M. M. (2018). Sosyal medyanın kurumsal iletişim aracı olarak kullanımı: devlet ile vakıf üniversitelerinin sosyal medya paylaşımlarının karşılaştırmalı analizi. Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Ve Toplumsal Dönüşümü Ana Bilim Dalı, Gaziantep.

Göncü, S. (2018). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde Y kuşağının WhatsApp kullanımı üzerine bir inceleme. *TRT Akademi*, 3(6), 590-612.

Griffis, H. M., Kilaru, A. S., Werner, R. M., Asch, D. A., Hershey, J. C., Hill, S. ve Merchant, R. M. (2014). Use of social media across US hospitals: descriptive analysis of adoption and utilization. *Journal of Medical Internet Research*, 16(11), 251-264.

Güzel, M. (2007). Küreselleşme, Tüketim Kültürü ve İnternetteki Gençlik Siteleri. Yeni Medya Çalışmaları, Der: M. Binark, Ankara, Dipnot Yayınları.

Hakverdioğlu Yönt G, Zehirlioğlu, L., Korhan, E. A. ve Çevik, K. (2015). An analysis of the nursing initiatives accepted by the patients to be applied by student. *International Refereed Journal Of Nursing Researches*, 5, 34-45.

Håman, L., Barker-Ruchti, N., Patriksson, G. ve Lindgren, E. C. (2015). Orthorexia nervosa: An integrative literature review of a lifestyle syndrome. *International Journal Of Qualitative Studies On Health and Well-Being*, 10(1), 267-299.

Hemşirelik Ulusal Çekirdek Eğitim Programı (HUÇEP). (2014). <http://tyyc.yeniuyuzyl.edu.tr/Page/SBF/Hemsirelik/files/Hucep-2014.pdf> Erişim Tarihi: 19.03.2019.

Hootsuite Inc. (2018). Digital in 2018, Essential insights into internet, social media, mobile, and ecommerce use around the World. <https://hootsuite.com/resources/digital-in-2018> Erişim Tarihi: 18.03.2019.

Hootsuite Inc. (2019). Digital in 2019, Essential insights into internet, social media, mobile, and ecommerce use around the World. <https://hootsuite.com/resources/digital-in-2019> Erişim Tarihi: 18.03.2019.

İlgün, G. ve Uğurluoğlu, Ö. (2017). Sağlık sektöründe sosyal medyanın kullanımı, yararları ve riskleri. *Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 18(3), 28.

İçirgin, Ö. (2018). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve motivasyonları. Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Jenkins-Guarnieri, M. A., Wright, S. L. ve Johnson, B. (2013). Development and validation of a social media use integration scale. *Psychology of Popular Media Culture*, 2(1), 38.

Jesko, A. (2015). Orthorexia Nervosa: Psychological Disorder or Social Trend?. Department of Psychology Thesis, San Marcos, Texas.

Kadıoğlu, M. ve Ergün, A. (2015). Üniversite öğrencilerinin yeme tutumu, öz-etkililik ve etkileyen faktörler. *Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 96-104.

Kahraman, M. (2014). *Sosyal Medya 101 2.0*. MediaCat Kitapları, İstanbul, ss.17-26

Kara, T. (2013). Sosyal Medya Endüstrisi, Beta Basım, İstanbul ss.28-73

Kara, T. (2016). Gençler neden Snapchat kullanıyor kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı üzerinden bir araştırma. *Intermedia International e-Journal*, 3(5), 262-277.

Kara, T. ve Özgen, E. (2012). Sosyal Medya Akademi, İstanbul: Beta Yayıncılık.

Kaya, Z. (2018). Beslenme ve diyetetik bölümü öğrencilerinde sağlıklı yeme takıntısının (ortoreksiya nervoza) değerlendirilmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans

Tezi, Okan Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beslenme ve Diyetetik Anabilim Dalı, İstanbul.

Kıcalı, G. D. (2015). Üniversite Öğrencilerinde Beslenme Alışkanlıkları ve Yeme Bağımlılığının Farklı Kişilik Özellikleri ve Psikiyatrik Belirtilerle İlişkisinin İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ruh Sağlığı ve Hastalıkları Anabilim Dalı, Konya.

Kırcaburun, K. (2016). Self-esteem, daily internet use and social media addiction as predictors of depression among Turkish adolescents. *Journal of Education and Practice*, 7(24), 64-72.

Klassen, K. M., Douglass, C. H., Brennan, L., Truby, H. ve Lim, M. S. (2018). Social media use for nutrition outcomes in young adults: a mixed-methods systematic review. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 15(1), 70.

Koç, M. ve Buzlu, S. (2015). Hemşirelik öğrencilerinde internet kullanımı. *Türkiye Klinikleri Psychiatric Nursing-Special Topics*, 1(3), 19-26.

Koven, N. S. ve Abry, A.W. (2015). The clinical basis of orthorexia nervosa: emerging perspectives. *Neuropsychiatric Disorders Treatment*, 11: 385.

Kuyucu, M. (2014). Y Kuşağı ve Facebook: Y kuşağının facebook kullanım alışkanlıkları üzerine bir inceleme. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 13,(49), 55-83.

Kürkçü, D. (2016). *Yeni Medya ve Gençlik*. İstanbul: Kriter Yayınevi.

Malmberg, J., Bremander, A., Olsson, M. C. ve Bergman, S. (2016). Health status, physical activity, and orthorexia nervosa: A comparison between exercise science students and business students. *Appetite*, 109, 137-143.

Mateo-Martínez, G. ve Sellán-Soto, M. C. (2017). On a correct diet: exploration of the orthorexia construct from the essential nuclei of experimental discourse. *Escola Anna Nery*, 21(3).

Mathieu, J. (2005). What is orthorexia?. *Journal of the American Dietetic Association*, 105 (10): 1510-1512.

Mayfield, A. (2008). What is social media?. E- book, Erişim Tarihi: 12.05.2017, http://www.icrossing.co.uk/Fileadmin/Uploads/Ebooks/What_Is_Social_Media_Icrossing_Ebook.Pdf.

Mcinerney- Ernst, M.E. (2011). Orthorexia Nervosa: Real Construct Or Newest Social Trend?. Presented to the Faculty of the University of Missouri-Kansas City, Thesis Of Doctor of Philosophy.

Moroze, R. M., Dunn, T. M., Craig, J. H., Yager, J. ve Weintraub, P. (2015). Microthinking about micronutrients: a case of transition from obsessions about healthy eating to near-fatal "orthorexia nervosa" and proposed diagnostic criteria. *Psychosomatics*, 56(4), 397-403.

Nevin, S. M. ve Vartanian, L. R. (2017). The stigma of clean dieting and orthorexia nervosa. *Journal of Eating Disorders*, 5(1), 37.

Nymah, H. (2002). A direct question: Is orthorexia a correct word for a wrong concept? *Lakardtningen*, 99(3), 433-434, 2002.

Otrar, M. ve Arın, S. (2015). Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 391-403.

Özenoğlu, A. ve Dege, G. (2015). Üniversite gençliğinde yeme bozukluğunun yordayıcıları olarak benlik saygısı ve beslenme eğitiminin ortoreksiya nervoza gelişmesi üzerine etkisi. *Bozuk Tıp Dergisi*, 5(3): 5-14.

Özkahya, K. D. (2015). Online Diyet Alan Yetişkin Bireylerde Ortoreksiya Nervosa ve İlişkili Parametrelerin Değerlendirilmesi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Okan Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beslenme ve Diyetetik Anabilim Dalı, İstanbul.

Öztürk, M. F. ve Talas, M. (2015). Sosyal medya ve eğitim etkileşimi. *Journal of World of Turks*, 7(1), 101-120.

Öztürk, M. E. ve Yabancı, Ayhan, N. (2017). Üniversite öğrencilerinde ortoreksiya nervoza görülme durumu ve sağlıklı yaşam biçimi davranışları ile ilişkisi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(51), 455-465.

Papacharissi, Z. (2009). The virtual geographies of social networks: a comparative analysis of Facebook, LinkedIn and ASmallWorld. *New Media & Society*, 11(1-2), 199-220.

Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A. ve Calvert, S. L. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal Of Applied Developmental Psychology*, 30(3), 227-238.

Puglia, D. R. (2017). Social media use and its impact on body image: The effect of body comparison tendency, motivation for social media use, and social media platform on body esteem in young women. Doctoral dissertation, The University of North Carolina at Chapel Hill.

Raggatt, M., Wright, C. J., Carrotte, E., Jenkinson, R., Mulgrew, K., Prichard, I. ve ark. (2018). "I aspire to look and feel healthy like the posts convey": Engagement with fitness inspiration on social media and perceptions of its influence on health and wellbeing. *BMC Public Health*, 18(1), 2-11.

Ross, C., Orr, E. S., Sisic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G. ve Orr, R. R. (2009). Personality and motivations associated with Facebook use. *Computers In Human Behavior*, 25(2), 578-586.

Sağbaşı, E. A., Ballı, S. ve Şen, F. (2016). Sosyal medya ve gençler üzerindeki etkileri. Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, 153-163.

Sashittal, H. C. ve Jassawalla, A. R. (2015). Why do college students use Pinterest? A model and implications for scholars and marketers. *Journal of Interactive Advertising*, 15(1), 54-66.

Segura-García, C., Papaiani, M. C., Caglioti, F., Procopio, L., Nistico, C. G., Bombardiere, L. ve ark. (2012). Orthorexia nervosa: A frequent eating disordered behavior in athletes. *Eating and Weight Disorders*, 17(4), 226-233.

Shah, S. M. (2012). Orthorexia nervosa: Healthy eating or eating disorder?. Master Thesis, Eastern Illinois University, USA. <http://thekeep.eiu.edu/theses/991> Erişim Tarihi: 20.04.2019

Sidani, J. E., Shensa, A., Hoffman, B., Hanmer, J. ve Primack, B. A. (2016). The association between social media use and eating concerns among US young adults. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, 116(9), 1465-1472.

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

Statista, 2017. Social Media & User-Generated Content, from January 2013 to June 2018 (in millions) <https://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-activeinstagram-users/> Erişim Tarihi: 19.03.2019.

Syurina, E. V., Bood, Z. M., Ryman, F. V. ve Muftugil-Yalcin, S. (2018). Cultural phenomena believed to be associated with orthorexia nervosa—opinion study in Dutch Health Professionals. *Frontiers in Psychology*, 9, 14-19.

Şahin, Ş. ve Özçelik, Ç. (2016). Ergenlik dönemi ve sosyalleşme. *Cumhuriyet Hemşirelik Dergisi*, 5(1), 42-49.

Şener, G. (2009). Türkiye’de Facebook kullanımı araştırması. XIV. Türkiye’de İnternet Konferansı, 12-13. http://inet-tr.org.tr/inetconf14/kitap/sener_inet09.pdf Erişim Tarihi: 04.03.2019.

T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı (2013). Gençlik ve sosyal medya araştırması. <http://www.gsb.gov.tr/HaberDetaylari/1/3816/genclik-ve-spor-bakanligi-turkiyenin-en-kapsamli-sosyal-medya-arastirmasini-yapti.aspx>, Erişim tarihi: 15.03.2019.

Tatlises, M. (2016). Spor salonunda düzenli spor yapan kişilerin ortoreksiya nervoza belirtileri ile beden algısı arasındaki ilişkinin incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Anabilim Dalı Klinik Psikoloji Bilim Dalı, İstanbul.

Tek, A, N. ve Karaçıl, Ermumcu, M. Ş. (2016). Sağlık profesyonellerinde sağlıklı beslenme kaygısı: Ortoreksiya nervoza. *Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 1(2), 59-71.

Toprak, A. (2009). *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: “Görülüyorum Öyleyse Varım”*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Tosyalı, H. ve Sütçü, C. S. (2016). Sağlık iletişimde sosyal medya kullanımının bireyler üzerindeki etkileri. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 3(2), 3-22.

Tuç, Z. (2017). Yeme İçme Kültürünün Sosyal Medya Aracılığıyla Yeniden Üretimi Üzerine Bir Araştırma: Gaziantep ili örneği. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı.

Turgut, M., Kutlu, G. ve Mut, S. (2018). Sağlık yönetimi bölümü öğrencilerinin iletişim becerileri ile sosyal medya kullanımları arasındaki ilişkinin belirlenmesi. *Journal of Business Science (JOBS)*, 6(1): 185-205.

Turner, P.G. ve Lefevre, C.E. (2017). Instagram use is linked to increased symptoms of orthorexia nervosa. *Eat Weight Disord*, 10.1007/s40519-017-0364-2.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). 2018. Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?alt_id=1028 Erişim Tarihi: 20.03.2019.

Twitter. www.twitter.com/about Erişim Tarihi: 12.03.2019.

Valera, J. H., Ruiz, P. A., Valdespino, B. R. ve Visioli, F. (2014). Prevalence of orthorexia nervosa among ashtanga yoga practitioners: A pilot study. *Eating and Weight Disorders*, 9(4), 469-472.

Van Dijk, J. (2012). *The Network Society: Social Aspects of New Media*. London: Sage Publications.

Vandereycken, W. (2011). Media hype, diagnostic fad or genuine disorder? Professionals' opinions about night eating syndrome, orthorexia, muscle dysmorphia, and emetophobia. *Eating Disorders*, 19, 145–155.

Varga, M. ve Dukay-Szabo, S. (2013). Evidence and gaps in the literature on orthorexia nervosa. *Eat Weight Disord*, 18:103-111.

Yayla, H. M. (2018). Kullanımlar ve Doyumlar Bağlamında Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanımı: Instagram örneği. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 11(1), 40-65.

Yazıcı, T. (2015). Kişilerarası iletişimde anlık mesajlaşma uygulamalarının yeri: Whatsapp uygulaması ile ilgili üniversite öğrencileri üzerine bir inceleme. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1 (4), 1334-1356.

Yengin, D. (2012). Sosyal İletişim Aracı Olarak Akıllı Telefonların Oluşturduğu Uygulama Toplumu Olgusu: WhatsApp Uygulaması, Sosyal Medya Ekonomi: İstanbul: Beta Yayınları.

Yeniçikti, N. T. ve Yüksek, Ö. (2017). Snapchat kullanım motivasyonları: Snapchat kullanıcıları üzerine kullanımlar ve doyumlar araştırması. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları*, 253-809.

Yeşil, E., Turhan, B., Tatan, D., Şarahman, C. ve Saka, M. (2018). The effect of gender to orthorexia nervosa tendency in adults. *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi*, 7(1), 1-9.

Yıldırım, P. (2018). Üniversite Öğrencilerinde Ortoreksiya Nervosa'nın Obsesif Kompulsif Bozukluk İle İlişkisi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Yılmaz, H. Ö. ve Ayhan, N. Y. (2017). Hemşirelik öğrencilerinin bazı beslenme alışkanlıklarının değerlendirilmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 6(3), 17-24.

Ying, M. (2012). Sosyal Medya Platformları Üzerinden Pazarlama ve Bu Mecrayı Etkin Kullanan Sektörler. Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Yolcu, Ö. (2016). Türk filmlerinin sosyal medya kullanımı ve Twitter örneği. *Tarih Okulu Dergisi*, 9, 481-501.

FORMLAR

Ek 1: Kişisel Bilgi Formu

Bu çalışma, hemşirelik öğrencilerinde sosyal medya kullanımının ortoreksiya nervoza üzerine etkisini incelemek adına tanımlayıcı tipte planlandı. Çalışma sonuçlarının, hemşirelik öğrencilerinde ortoreksiya nervoza gelişmesinde sosyal medya kullanımının etkisini belirlemeye katkısının olacağı düşünülmektedir.

Lütfen anketi doldurmadan önce aşağıdaki yönergeyi okuyunuz. Bu ankette verilecek yanıtlar bilimsel etik kurallar çerçevesinde kesinlikle gizli tutulacaktır. Ankete katılım zorunlu değildir. Verilerin doğru yorumlanabilmesi için lütfen tüm soruları dikkatle okuyarak, eksiksiz yanıtlamaya özen gösteriniz. Sizin için uygun olan yanıtın kutusunu “ X ” şeklinde işaretleyiniz. Soruların doğru ya da yanlış cevabı yoktur, önemli olan sizin vereceğiniz yanıtlardır.

Araştırmanın gerçekleştirilmesindeki katkılarınız ve desteğiniz için teşekkür ederiz.

Dr. Öğretim Üyesi Sevil YILMAZ
Tez Danışmanı

Tuğçe Gözde ÖZKEFELİ HAMURCU
Yüksek Lisans Öğrencisi

1. Yaşınız:

2. Cinsiyetiniz:

☐ Kadın ☐ Erkek

3. Sınıfınız:

☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4

4. Akademik başarınızı nasıl değerlendirirsiniz?

☐ Çok İyi ☐ İyi ☐ Orta ☐ Kötü

5. Şu anda yaşadığınız yer:

☐ Yurtta kalıyorum ☐ Evde ailemle yaşıyorum
☐ Evde arkadaşlarımla yaşıyorum ☐ Evde yalnız yaşıyorum ☐ Diğer

6. Boyunuz:

7. Kilonuz:

8. Sizin aylık gelir durumunuz:

☐ Gelirim giderimden az ☐ Gelirim giderime eşit ☐ Gelirim giderimden fazla

9. Psikiyatrik bir sorunuz var mı?

☐ Evet ☐ Hayır ☐ varsa belirtiniz.....

10. Fiziksel bir sorunuz var mı?

☐ Evet ☐ Hayır ☐ varsa belirtiniz

11. Şu anki kilonuzdan memnun musunuz?

☐ Evet ☐ Hayır ☐ Emin Değilim

12. Beslenme düzeninize ne kadar dikkat edersiniz?

☐ Çok Dikkat Ederim ☐ Normal düzeyde ☐ Biraz dikkat ederim ☐ Hiç dikkat etmem

13. Günlük öğün sayısı:

☐ 1-2 ☐ 3-4 ☐ 5 ve daha fazla

14. Yiyeceğinizi önceden planlar mısınız?

☐ Evet ☐ Hayır

15. Alınan gıdaların doğal olmasına özen gösterir misiniz?

☐ Evet ☐ Hayır

16. Öğün atlama alışkanlığınız var mı?

☐ Evet ☐ Hayır

17. Cevabınız evet ise hangi öğünü/öğünleri atlıyorsunuz?

☐ Kahvaltı ☐ Öğlen ☐ Akşam ☐ Ara Öğün

18. Fast food tüketir misiniz?

☐ Evet ☐ Hayır

19. Abur cabur tüketir misiniz?

☐ Evet ☐ Hayır

20. Yemeği genellikle nasıl yersiniz?

☐ Yalnız yerim ☐ Arkadaşlarımla yerim ☐ Ailemle yerim

21. Doğru beslenme bilgilerine erişildiğinde davranış değişikliğinde bulunur musunuz?

☐ Her zaman ☐ Nadiren ☐ Sık Sık ☐ Hiçbir Zaman

22. Bir günde sosyal medyayı kullanma süreniz nedir? (saat/gün)

.....saat

23. Sosyal medya sitelerinden hangisini/hangilerini kullanıyorsunuz?

☐ Facebook ☐ Twitter ☐ Instagram ☐ Youtube ☐ Pinterest
☐ Linkedin ☐ Snapchat ☐ Whatsapp ☐ Diğer

24. Sosyal medyanın kişisel kararlarınızı etkilediğini düşünüyor musunuz?

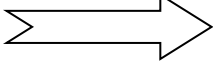
☐ Evet ☐ Kısmen ☐ Hayır

25. Kilo konusunda sosyal medyayı ne sıklıkta kullanıyorsunuz?

.....

Ek 2: Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği

Lütfen aşağıdaki ifadeleri okuduktan sonra kendinizi değerlendirip sizin için en uygun seçeneğin karşısına çarpı (X) işareti koyunuz.

	1 Tamamen katılmıyorum	2	3	4	5	6 Tamamen katılıyorum	
							
1	Sosyal medyaya bağlanamadığım zamanlarda çevremle bağlantımın koptuğunu hissediyorum.	1	2	3	4	5	6
2	Keşke herkes iletişim kurmak için Sosyal medyayı kullansa.	1	2	3	4	5	6
3	Sosyal medyayı hiç kullanamadığım durumlarda gerginlik yaşarım.	1	2	3	4	5	6
4	Sosyal medyaya bağlanamadığım zamanlarda mutsuz olurum.	1	2	3	4	5	6
5	Diğer insanlarla neredeyse bütün iletişimimi Sosyal medya aracılığıyla kurmayı tercih ederim.	1	2	3	4	5	6
6	Sosyal medya sosyal ilişkilerimde önemli bir rol oynar.	1	2	3	4	5	6
7	Sosyal medya hesabımı/hesaplarımı kontrol etmekten hoşlanırım.	1	2	3	4	5	6
8	Sosyal medya kullanmayı sevmiyorum.	1	2	3	4	5	6
9	Sosyal medya kullanmak günlük yaşamımın rutin bir parçasıdır.	1	2	3	4	5	6
10	Başkalarının sosyal medya paylaşımlarına cevap veririm.	1	2	3	4	5	6

Ek 3: ORTO-11 Ölçeği

Bu anket sizin yeme davranışlarınızla ilgilidir. Lütfen her bir soruyu dikkatlice okuyunuz ve size uygun gelen kutucuğun içine (x) işareti koyunuz.

	Her zaman	Sık sık	Bazen	Hiçbir zaman
1- Yemek yerken yediklerinizin kalorisine dikkat eder misiniz?				
3- Son üç ay içerisinde tükettiğiniz besinleri düşünmek endişelenmenize neden oldu mu?				
4- Sağlığınızla ilgili endişeleriniz besin seçiminizi etkiler mi?				
6- Daha sağlıklı besinlere daha fazla para harcar mısınız?				
7- Sağlıklı beslenme ile ilgili düşünceler sizi günde üç saatten fazla meşgul eder mi?				
8- Yeme konusunda sınırlarınızı aşmak için kendinize izin verir misiniz?				
10- Besinler içerisinde sadece sağlıklı olanlarını tüketmek kendinize olan güveninizi artırır mı?				
11- Sağlıklı besin seçimleri yapmak yaşam tarzınızı değiştirir mi? (dışarıda yeme, arkadaşlarla yemek gibi)				
12- Sağlıklı beslenmenin dış görünümünüzü daha iyi hale getirebileceğini düşünür müsünüz?				
13- Sağlıksız beslendiğinizde kendinizi suçlu hisseder misiniz?				
14- Süpermarketlerde sağlıksız besinlerin de satıldığını düşünür müsünüz?				

Ek 4: Kurum İzni Formu

İÜC Tarih ve Sayı: 28/02/2019-34186



T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ-CERRAHPAŞA
Florence Nightingale Hemşirelik Fakültesi
Dekanlığı



Sayı :74311748-302.08.01-
Konu :Bilimsel ve Eğitim Amaçlı İzin

Sayın Prof. Dr. Sevim BUZLU

İlgi :26/02/2019 tarihli, bila sayılı yazı

İlgi yazımızda Fakültemiz Bilimsel Araştırmalar Komisyonunun 26.02.2019 tarihli, 2019/2 sayılı toplantısında kabul edilen, Fakültemiz Öğretim Üye ve Yardımcılarının Bilimsel Araştırma Konuları aşağıda sunulmuştur. Araştırma verilerini toplamak için sizinle iletişime geçen araştırmacıların etik kurul onayını sunmaları gerekmektedir.

Bilgilerinize saygılarımla rica ederim.

e-İmzalı
Prof. Dr. Sevim BUZLU
Dekan

ARAŞTIRMA YAPACAK KİŞİ	ARAŞTIRMA KONUSU
Dr. Öğr. Üyesi Sevil YILMAZ'ın danışmanlığında Yüksek Lisans öğrencisi Tuğçe Gözde ÖZKEFELİ	Hemşirelik Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının Ortoreksiya Nevroza Üzerine Etkisi
Prof. Dr. Yasemin KUTLU'nun sorumluluğunda Arş. Gör. Özgür Sema ACI, 4. Sınıf öğrencileri Ebru ÇOBAN, Nur Sena KAYACAN ve Muhammet Sait DEMİR	Hemşirelik Öğrencilerinin Ruh Sağlığı ve Psikiyatri Hemşireliği Dersi Klinik Uygulama Deneyimleri: Nitel Bir Çalışma
Prof. Dr. Ergül ASLAN'ın sorumluluğunda Doktora Öğrencisi Merve KANIĞ	Üniversitede Öğrenim Gören Kız Öğrencilerde Polikistik Over Sendromu (PKOS) Semptomlarının Sıklığı ve Anksiyete İlişkisi
Dr. Öğr. Üyesi Aylin ÖZAKGÜL'ün Danışmanlığında 4. Sınıf öğrencileri Cansel KENAR, Hanım Büşra ORUÇOĞLU, İrem Nur KONUŞKAN ve Zeynep TURGUT	Mesleğimizin Temelini Oluşturan Profesyonel Değerler Biz Öğrenci Hemşirelerin Etik Duyarlılıklarını Etkiler mi?
Dr. Öğr. Üyesi Aylin ÖZAKGÜL'ün	Sağlık Ekibine Girmeden Bir Adım Önce: Hemşirelik Son

Doğrulamak için: http://dogrulama.istanbulc.edu.tr/en/Vision_sorgula/belgedogrulama.aspx?V=BE8A0VK4Y

Ayrıntılı bilgi için irtibat : Mahide ISLAMOĞLU Dahili : 27111

Abide-i Hürriyet Caddesi 34381 Şişli / İstanbul

Tel : (212) 224 26 18 Faks : (212) 224 49 90

e-posta : fnhf@istanbulc.edu.tr Elektronik Ağ : www.istanbulc.edu.tr

Ek 5: Gönüllü Bilgilendirme ve Onam Formu

Sayın katılımcı,

Bu araştırma, hemşirelik öğrencilerinde sosyal medya kullanımının ortoreksiya nervoza üzerine etkisini incelemek amacıyla tanımlayıcı tipte planlandı. Elde edilen sonuçların; hemşirelik öğrencilerinde ortoreksiya nervoza gelişmesinde sosyal medya kullanımının etkisini belirlemeye katkısının olacağı düşünülmektedir. Araştırma, bir devlet üniversitesi, hemşirelik fakültesinde öğrenim gören öğrenciler ile yürütülecektir. Veriler araştırmacı tarafından uygun bir görüşme alanında yüz yüze görüşme yöntemiyle toplanacaktır.

Araştırmaya katılım gönüllülük ilkesine bağlıdır ve katılıp katılmama konusunda hiçbir zorunluluk bulunmamaktadır. İstedığınız anda araştırmacıyı bilgilendirerek araştırmadan çekilebilir ya da araştırmacı tarafından gerek görüldüğünde araştırma dışı bırakılabilirsiniz.

Bu araştırma karşılığı sizden bir ücret talep edilmeyecek ve size maddi/manevi bir ödül verilmeyecektir. Ayrıca araştırmacının ve kurumun yürütülen araştırmadan herhangi bir maddi çıkarı yoktur. Vereceğiniz bilgiler araştırmacı tarafından toplanacak, değerlendirilecek, güvenli bir şekilde saklanacak ve bilimsel amaçla kullanılacaktır.

Araştırmanın güvenilirliği açısından sorulan soruları samimi ve tarafsız olarak yanıtlamanızı rica ederim.

Araştırmaya katıldığınız ve tüm soruları içtenlikle yanıtladığınız için teşekkür ederim.

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Sevil YILMAZ

Araştırmacı: Yüksek Lisans Öğrencisi Tuğçe Gözde ÖZKEFELİ HAMURCU

Bu araştırmanın; sosyal medya kullanımının ortoreksiya nervoza üzerine etkisini incelemek amacıyla, bir devlet üniversitesi, hemşirelik fakültesinde öğrenim gören öğrencilerle yapılacağı, yararları ve zararları belirtilerek araştırma ile ilgili yukarıdaki bilgiler bana aktarıldı. Bu araştırmaya katılırsam araştırmacı ile aramızda kalması gereken bana ait bilgilerin gizliliğine büyük özen ile yaklaşılabileceğine ve güvenle korunacağına inanıyorum. Araştırma sonuçlarının eğitim ve bilimsel amaçlarla kullanımı sırasında kişisel bilgilerimin özenle korunacağı konusunda bana yeterli güven verildi.

Çalışmanın yürütülmesi sırasında herhangi bir sebep göstermeden, araştırmacıya bilgi vererek araştırmadan çekilebileceğim ya da araştırmacı tarafından araştırma dışı bırakılabileceğim ve araştırma için bana bir ödeme yapılmayacağı bilgisi verildi.

Yapılacak olan araştırmayla ilgili bilgilendirildim. Bana yapılan tüm açıklamaları anlamış bulunmaktayım. Bu koşullarda söz konusu araştırmaya katılmayı kendi rızamla, hiçbir baskı olmaksızın gönüllü olarak kabul ediyorum.

Gönüllünün;

Adı-Soyadı:

İmzası:

Tarih (gün/ay/yıl):

Açıklamaları yapan araştırmacının;

Adı-Soyadı:

İmzası:

Ek 6: ORTO-11 Ölçeği İzin Yazısı



**T. C.
KIRKLARELİ ÜNİVERSİTESİ
SAĞLIK YÜKSEK OKULU
Beslenme ve Diyetetik Bölümü**

16.11.2018

Sayın T. Gözde Özkefeli Hamurcu,

Ortoreksiya Nervoza eğiliminin saptanması için ORTO-11 ölçeğini (**Arusoğlu ve ark. 2008**), ilgili yerlerde kaynak gösterilme şartıyla, araştırmanızda kullanabilirsiniz. Adı geçen ölçek başka çalışmalarda kullanılmak istendiğinde tekrar izin alınmalı ve başkalarına verilmemelidir. Çalışmanız yayınlandıktan sonra bir örneğinin tarafıma gönderilmesini rica ederim.

İMZA

Araştırmacılar Adına

Dr. Öğr. Üy. Gülcan

Arusoğlu

Kıklareli Üniversitesi
Sağlık Bilimleri Yüksek Okulu
Beslenme ve Diyetetik Bölümü

Araştırmanın Başlığı:

Araştırmacılar: Hemş. Gözde ÖZKEFELİ (Yüksek lisans öğrencisi)

İMZA

Ek 7: Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği İzin Yazısı**Gönderen:** Ahmet Özbay <ahmetozbay@hotmail.com>**Gönderildi:** 19 Kasım 2018 Pazartesi 11:05**Kime:** gözde özkefeli**Konu:** sosyal medya kullanımı ölçeği ve makalesi

Merhaba, makale ve ölçek maddeleri ektedir. Kullanabilirsiniz tabiki. İyi çalışmalar.

Saygılarımla,

Dr. Ahmet Özbay

Ek 8: Michael A. Jenkins-Guarnieri'nin İzin Yazısı

Gönderen: Michael <emory81@gmail.com>

Gönderildi: 12 Aralık 2018 Çarşamba 05:55

Kime: gözde özkefeli

Bilgi: Stephen Wright

Konu: Re: Social Media Use Integration Scale

Good afternoon,

Thanks for your interest in our scale, and you are certainly welcome to use this measure in your research. Please also feel free to adjust wording to apply to Social Media broadly instead of Facebook, as the scale was designed to be flexible in this way.

Thanks,
Dr. Jenkins

ETİK KURUL KARARI

İÜC Tarih ve Sayı: 11/12/2018-108088



T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ-CERRAHPAŞA
REKTÖRLÜĞÜ
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğü



Sayı :13022260-199-
Konu :Eğitim-Öğretimle İlgili Diğer

RUH SAĞLIĞI VE PSİKİYATRİ HEMŞİRELİĞİ ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞINA

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun 05.12.2018 tarih ve 21 sayılı oturumunda alınan 72 numaralı karar aşağıda belirtilmiştir.
Gereğini bilgilerinize rica ederim

e-İmzalı
Prof. Dr. Şah İsmail KIRBAŞLAR
Enstitü Müdürü

Karar 72. Ruh Sağlığı ve Psikiyatri Hemşireliği Anabilim Dalı Ruh Sağlığı ve Psikiyatri Hemşireliği Yüksek Lisans programına 2701130287 numara ile kayıtlı Tuğçe Gözde ÖZKEFELİ HAMURCU'ın Dr. Öğr. Üyesi Sevil YILMAZ danışmanlığında "Hemşirelik Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının Ortoreksiya Nervoza Üzerine Etkisi" şeklinde teklif edilen tez adı ve tez konusu öneri formu hakkında Anabilim Dalı Başkanlığı'ndan gelen 16.11.2018 tarih ve 93957 sayılı yazı görüşüldü; oybirliğiyle uygun görüldü.

DAĞITIM

Gereği:
Ruh Sağlığı ve Psikiyatri Hemşireliği
Anabilim Dalı Başkanlığı

Bilgi:
Sayın Dr. Öğr. Üyesi Sevil YILMAZ

Doğrulamak için: <http://dogrulama.istanbulc.edu.tr/en/Vision.sorgula/belgedogrulama.aspx?V=BE840E6N9>

Ayrıntılı bilgi için irtibat : Nourin BİLGEÇ

İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa Rektörlüğü, 34320 Avcılar-İstanbul
Tel : 0212 404 03 00 Faks : 0212 404 07 01
Elektronik Ağ : www.istanbulc.edu.tr

İNTİHAL RAPORU İLK SAYFASI

HEMŞİRELİK ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA
KULLANIMININ ORTOREKSİYA NERVOZA ÜZERİNE ETKİSİ

ORIJINALLIK RAPORU

% 6	% 5	% 2	% 3
BENZERLİK ENDEKSİ	İNTERNET KAYNAKLARI	YAYINLAR	ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

BİRİNCİL KAYNAKLAR

1	toad.halileksi.net İnternet Kaynağı	% 1
2	Submitted to Gaziantep Aniversitesi Öğrenci Ödevi	% 1
3	www.sosyalarastirmalar.com İnternet Kaynağı	<% 1
4	Submitted to Suleyman Sah University Öğrenci Ödevi	<% 1
5	www.dieweltdertuerken.org İnternet Kaynağı	<% 1
6	www.phdernegi.org İnternet Kaynağı	<% 1
7	Submitted to Beykent Universitesi Öğrenci Ödevi	<% 1
8	iletisimdergi.maltepe.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı	Tuğçe Gözde	Soyadı	Özkefeli Hamurcu
Doğ.Yeri	Altındağ	Doğ.Tar.	26.07.1990
Uyruğu	T.C.	TC Kim No	22874551396
Email	gozde_ozkefeli90@hotmail.com	Tel	05367637933

Eğitim Düzeyi

	Mezun Olduğu Kurumun Adı	Mez. Yılı
Doktora		
Yük.Lis.		
Lisans	Yeditepe Üniversitesi	2013
Lise	Mareşal Fevzi Çakmak Süper Lisesi	2008

İş Deneyimi (Sondan geçmişe doğru sıralayın)

	Görevi	Kurum	Süre (Yıl - Yıl)
1.	Hemşire	S.B.Ü. Ümraniye E.A.H.	2015-Halen
2.	Eğitim Hemşiresi	Özel Fransız Lape Hastanesi	2013-2015

Yabancı Dilleri	Okuduğunu Anlama*	Konuşma*	Yazma*	KPDS/ÜDS Puanı	(Diğer) Puanı
İngilizce	İyi	İyi	İyi	60.00	

*Çok iyi, iyi, orta, zayıf olarak değerlendirin

	Sayısal	Eşit Ağırlık	Sözel
ALES Puanı	78,47669	78,73247	68,46787
(Diğer)Puanı			

Bilgisayar Bilgisi

Program	Kullanma becerisi
Microsoft Office Programları (Word, Excel, Powerpoint)	İyi
SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)	Orta

Yayınları/Tebliğleri Sertifikaları/Ödülleri

Özel İlgi Alanları (Hobileri): Doğa, müzik, sinema.