

Sosyal Medyadaki Beslenme ile İlgili Paylaşımların Yetişkin Bireylerin Yeme Tutum ve Davranışlarına Etkisi

Effects of Nutrition Related Social Media Shares on Adults' Eating Attitudes and Behaviors

Simge Sipahi¹, Birsen Demirel²

Geliş tarihi/Received: 27.08.2020 • Kabul tarihi/Accepted: 05.03.2021

ÖZET

Amaç: Bu araştırma sosyal medyadaki beslenmeyle ilgili paylaşımların yetişkin bireylerin yeme tutum ve davranışlarına olan etkisini belirlemek amacıyla planlanmıştır.

Bireyler ve Yöntem: Bu çalışma, Aralık 2017-Kasım 2018 tarihleri arasında İstanbul ilinde ikamet eden, 25-65 yaş arası 350 yetişkin birey ile yürütülmüştür. Çalışmaya katılmayı kabul eden bireylere genel sağlık bilgileri, sosyal medya kullanımlarının derlenmesi ve yeme tutum ve davranışlarının belirlenmesinde kullanılan ölçek (YTT-40) uygulanmış takiben katılımcıların vücut ağırlığı ve boy uzunluğu olmak üzere antropometrik ölçümleri alınmıştır. Kesim noktası 30 puan olarak bildirilen yeme tutum ölçeğinin değerlendirmesi sonucunda ölçekten 30 ve üzeri puan alan katılımcılar olumsuz yeme tutum davranışına sahip olarak belirlenmiştir.

Bulgular: Çalışmadaki kadın katılımcıların %85.4'ü (n=233), erkek katılımcıların %82.9'u (n=117) sosyal medya kullanmaktadır. En sık kullanılan sosyal medya platformunun Instagram olduğu belirlenmiştir. Sosyal medyada paylaşılan beslenme konulu paylaşımlara kadınlar, erkeklere göre daha ilgilidir (p<0.05). Olumsuz yeme tutum davranışına sahip bireyler, sosyal medyada beslenme konularını daha çok takip etmektedir (p=0.003). Bireyler sosyal medyadan etkilenerek su tüketimini arttırmak (%46.3), etiket bilgisine dikkat etmek (%16.6), hazır besin tüketimini azaltmak (%16.6) gibi olumlu davranış değişiklikleri (%46.3) geliştirdiklerini bildirmişlerdir. Çalışmadaki bireylerin yalnızca %8.1'i sosyal medyadaki beslenme konulu paylaşımların yeterli bilgiyle hazırlandığını düşünürken, beslenme konulu paylaşımların bilgi düzeylerini arttırdığına inananların oranı %73.6'dır. Katılımcılar beslenme konulu paylaşımlarda diyetisyenleri (%58.6) en güvenilir bilgi kaynağı olarak ifade etmişlerdir.

Sonuç: Bilgi edinmede hızlı, önemli ve etkili bir araç olan sosyal medyada beslenme ile ilgili yer alan paylaşımların, bireylerin davranış değişikliği geliştirmesinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle beslenme ile ilgili paylaşımlar konunun uzmanları tarafından yapılmalı ve ilgili kurumlar tarafından denetlenmelidir.

Anahtar kelimeler: Beslenme, beslenme davranışı, sağlık iletişimi, sosyal medya, yeme tutumu.

ABSTRACT

Aim: This research was planned to determine the effect of the social media shares about nutrition on the eating attitudes and behaviors of adults.

1. İstanbul Bilgi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Beslenme ve Diyetetik Bölümü, İstanbul, Türkiye • <https://orcid.org/0000-0002-3070-0601>

2. **İletişim/Correspondence:** İstanbul Bilgi Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Beslenme ve Diyetetik Bölümü, İstanbul, Türkiye
E-posta: birsen.demirel@bilgi.edu.tr • <https://orcid.org/0000-0003-3897-1446>

Individuals and Method: This study was conducted with 350 adults between the ages of 25-65, residing in Istanbul between December 2017 and November 2018. Anthropometric measurements were taken as body weight and height following the application of a questionnaire consisting of questions about general health information, social media usage and eating attitude test (EAT-40), to individuals who agreed to participate in the study. As a result of the evaluation of the eating attitude test, cut-off point reported as 30 points, the participants who got 30 or more points were defined to have negative eating attitude behavior.

Results: Social media usage rates are 85.4% (n = 233) and 82.9% (n = 117) for female and male participants, respectively. The most used social media platform is Instagram. Women are more interested in nutrition-related posts shared on social media than men (p <0.05). Individuals with negative eating attitudes are determined to follow the nutrition topics on social media more (p = 0.003). Individuals reported that they've developed positive behavioral changes (46.3%) such as increasing water consumption (46.3%), paying attention to label information (16.6%), reducing ready-made food consumption (16.6%) being influenced by social media. While only 8.1% think that nutrition posts on social media are prepared with sufficient information, the rate of those who believe that these shares increase their level of knowledge is 73.6%. Dietitians (58.6%) are found to be the most reliable source of information in nutrition-related posts.

Conclusion: It has been determined that the nutrition-related posts on social media, which is a fast, important and effective tool for obtaining information, affecting the behavior of individuals. For this reason, sharing about nutrition should be made by the experts of the subject and should be supervised by the relevant institutions.

Keywords: Nutrition, nutrition behavior, health communication, social media, eating attitude.

GİRİŞ

Bilişim teknolojilerindeki gelişmeler ile sağlık bilgisinin kitlelere ulaşmasında yeni bir dönem başlamıştır. İnternet, sağlık alanında bilgi ve deneyim sağlaması yanı sıra yeni bir etkileşim alanı yaratarak iletişim biçimlerini değiştirmektedir. Sosyal medya ise kullanıcılar arası çift yönlü etkileşim fırsatı sağlayan, geniş kitlelere ulaşabilen, internet temelli paylaşım platformlarıdır (1-3). Dijitalleşen dünyada nüfusun %45'ine karşılık gelen 3.5 milyar sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır (4). Sosyal medya aynı zamanda sağlık bilgisi sağlayıcı bir nitelik de taşır. Sağlık alanında bilgi sahibi olmak, hem bireysel hem toplum bazında sağlığın korunması ve güçlendirilmesinde de önemli bir araçtır. Hız kazanan dijitalleşme ve giderek gelişen çevrimiçi iletişim ağları sayesinde bireyler, hastalıklar, semptomlar, alınması gereken önlemler ile ilgili bilgi, hastane, doktor ve uzman önerileri gibi sağlıkları ile ilgili yaşadıkları küçük ya da büyük her sorunda ilk olarak çevrimiçi kaynaklara danışmaktadır (3). Sosyal medya kişilerin sağlıkla ilgili bilgileri sağlama ve gerekli davranış değişikliği geliştirme cesaretini arttırma ve ikna

etmek gibi çeşitli etkilere de sahiptir (5). Doğru kişiler ve kurumlar ile iletişim sağlandığında, sosyal ağların, bireylerin sağlık davranışı üzerinde pozitif etkisi de bulunmaktadır (6-8).

Beslenme, diyet, ve besin takviyeleri hakkında bilgi aramak, en önde gelen internet kullanım nedenlerinden olup, beslenme konularına olan ilgi gittikçe artmaktadır. Beslenme ile ilgili bilgi arayanların oranı 2001 yılında %1'den azken, 2012 yılında bu oran %33.7 olmuştur (9). Ülkemizde yapılan bir araştırmada, internette hastalıkları ile ilgili bilgi arayan bireylerin oranının %42 olduğu bildirilmiştir (3). Bir başka çalışmada ise yetişkin bireylerin %60'ının sağlıkla ilgili konularda sosyal medyayı kullandığı belirlenmiştir (10). Artan ilgiyi karşılamak adına, ilgili konulardaki içeriklerin miktarı da artmıştır.

Ancak, günümüzde toplumun haber kaynakları ile kişiler arasında köprü görevi gören sosyal medyada toplumdaki merak ve ilgiyi karşılamak adına gittikçe artan bilgi dolu içerikler herhangi bir denetimden geçmeksizin, belirli ilke ve etik

değerlerden uzak bir şekilde paylaşılmaktadır (11). Sosyal medya, beslenme konusunda bilgisi olmayan bireylere geniş alanda ve büyük topluluklarla iletişim kurmasına imkan tanırken, paylaşılan bilginin doğru, güvenilir ve bilime dayalı olduğunu kavramasını zorlaştırmaktadır. Dijital platformlarda, büyük kitlelere mesaj iletebilme olanağına sahip, konu ile ilgili yeterli bilgisi olmayan ünlü kişilerin, çevrimiçi kaynaklarla paylaştıkları hatalı, yanlış yönlendirici ve zarar verme olasılığı olabilecek tavsiyeleri bulunmaktadır (12).

Son yıllarda yeme davranışı üzerinde önemli bir etkisi olan geleneksel medya günümüzde yerini daha çok sosyal medyaya bırakmıştır (13,14). Sağlık davranışında pozitif etkisi olan sosyal medya büyük bir potansiyel barındırmaktadır (6,7,10). Ancak, sosyal medya üzerinden oluşturulan yeni güzellik standartları ve kişinin sağlığa ilişkin edindiği riskli bilgi birleştiğinde bireylerin yeme tutum ve davranışlarını olumsuz etkileyebilme olasılığını da ortaya çıkarmaktadır (14). Bu potansiyel, yanlış kullanım, kullanıcının kontrolsüz paylaşımı, paylaşılan içeriklerin güvenilirliğini veya doğruluğunu denetleyen etkili bir denetim mekanizmasının işletilmemesi gibi etmenler ile bir riske de dönüşebilmektedir. Üstelik yeme tutumlarının psikososyal faktörlerden etkilendiği, toplumun bedenle ilgili normlarının yeme bozukluklarının etiolojisinde önem taşıdığı da vurgulanmaktadır (15). İnce bir bedene sahip olmanın güzellik ve hatta başarı için gerekli koşul olduğu konusundaki kültürel baskılar, yeme bozukluğu için risk oluşturabilmektedir (16). Bu çalışma, sosyal medyada yer alan beslenme ile ilgili paylaşımların yetişkin bireylerin beslenme davranışlarını ne yönde etkilediğini belirlemek amacıyla planlanmış ve yürütülmüştür.

BİREYLER VE YÖNTEM

Araştırma Yeri, Zamanı ve Örneklem Seçimi

Bu çalışmada, Aralık 2017 - Kasım 2018 tarihlerinde sosyal medya kullanımı yaygın olan İstanbul ili

Ataşehir ilçesi Atatürk mahallesinde ikamet eden, yaşları 25 ile 65 yıl arasında değişen 350 gönüllü yetişkin kadın ve erkek bireyin verileri bulunmaktadır. Örneklem büyüklüğü Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre ve %95 güven aralığında güç (power) analizi yapılarak belirlenmiştir (17). Araştırmacı ilçedeki önceden belirlenmiş ve onayları alınmış adreslerde ikamet eden bireyler ile yüz yüze görüşerek verileri elde etmiştir. Tanılı psikiyatrik problemleri olanlar, okuma yazma bilmeyenler, ağır kronik hastalıkları olanlar çalışma kapsamına alınmamıştır.

Araştırma için İstanbul Bilgi Üniversitesi İnsan Araştırmaları Etik Kurulundan 20 Aralık 2017 Tarihli "2017-20016-108" numaralı Etik Kurul Onayı alınmıştır. Çalışma Helsinki şartlarına uygun olarak yürütülmüştür. Araştırmaya kabul edilen bireylere gönüllü onam formu okutulup imzalatılmıştır.

Araştırmanın Genel Planı

Araştırmaya dahil edilen 350 bireye sosyodemografik özelliklerini, sosyal medya kullanımını ve beslenme davranışlarını öğrenmeye yönelik veri toplama formu yanı sıra yeme tutumları ölçeği yüz yüze görüşme yöntemi ile uygulanmıştır. Bireylerin vücut ağırlığı Tanita marka BC 730 portable yer tartısı ile, boy ölçümleri portable boy ölçer cihazı ile ölçülmüştür ve beden kütle indeksleri hesaplanmıştır. Vücut ağırlığı ölçümünde kişilerin ince kıyafetler giymesine ve çıplak ayakla olmalarına dikkat edilmiştir. Boy ölçümü alınırken bireylerin başlarının Frankfort düzleminde ve ayakların bitişik olmasına özen gösterilmiş ve portable boy ölçer cihazı ile ölçüm yapılmıştır (18). Beden kütle indeksi değerleri Dünya Sağlık Örgütü sınıflandırmasına göre değerlendirilmiştir (19). Sosyal medyada bir ve üzeri kullanıcı hesabına sahip katılımcılar, sosyal medya kullanıcısı olarak tanımlanmış ve ileri sorular yalnızca sosyal medyayı kullanan 296 katılımcıya yöneltilmiştir. Sosyal medya kullanıcısı katılımcılara sosyal medya ile ilgili kullanım sıklık ve dağılımları, sosyal medyada beslenme ile ilgili paylaşımlara duyulan ilgi, inanç, güven ve ilgili paylaşımların

yarattığı etki, ilgili alanlarda yöneltilmiş sorular ile sorgulanmıştır.

Orijinal adı “Eating Attitudes Test-40” (EAT - 40) olan Yeme Tutum Testi, 1979 yılında Garner ve Garfinkel tarafından geliştirilmiş (20), Türkçeye geçerliliği sağlanmış (21), anoreksiya nevroza ve bulimiya nevroza belirtilerini de içerecek şekilde kişinin kendini değerlendirebildiği objektif bir ölçektir. Ölçeğin kesim noktası 30 puan olarak bildirilmiş ve değerlendirme sonucunda bireylerin ölçekten 30 ve üzeri puan alabilmesi ise olumsuz yeme tutum davranışı olarak belirlenmiştir.

Verilerin İstatistiksel Değerlendirmesi

Sürekli değişkenleri tanımlamak için tanımlayıcı istatistikler kullanılmıştır [ortalama (\bar{x}), standart sapma (SS)], bağımsız ve normal dağılıma uygunluk göstermeyen iki değişken karşılaştırması Mann-Whitney U testi kullanılarak yapılmıştır. Kategorik değişkenler arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla Ki-Kare (ya da uygun yerlerde Fisher Exact test) kullanılmıştır. İstatistiksel önemlilik düzeyi <0.05 olarak belirlenmiştir. Analizler IBM SPSS Statistics for Windows, Version 25.0. Armonk, NY: IBM Corp. programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

BULGULAR

Çalışmaya dahil edilen katılımcıların demografik özellikleri Tablo 1’de verilmektedir. Katılımcıların %33.4’ü erkek, %66.6’sı kadındır. Katılımcıların yaş ortalaması 43±12 yıl olup %45.4’ü lisans, %13.1’i lisansüstü eğitimi almıştır. Bireylerin %62’si özel sektör çalışanı, %13.4’ü emekli, %12.9’u ev hanımıdır. Bireylerin %34.3’ü hekim tarafından tanısı konulmuş bir sağlık sorunu olduğunu belirtmiştir. Kadınların BKİ ortalaması 24.4±4.7 kg/m² iken, erkeklerin BKİ ortalaması 26.7±3.8 kg/m²’dir. Çalışma kapsamına alınan yetişkinlerin YTT testi değerlendirmesine göre %14.6’sında olumsuz yeme tutumu davranış puanı aldıkları görülmektedir (Tablo 1).

Tablo 2’de gösterildiği üzere kadın katılımcıların %85.4’ü, erkek katılımcıların ise %82.9’u sosyal

Tablo 1. Katılımcıların demografik özellikleri

Demografik Özellikler	n	%
Cinsiyet		
Erkek	117	33.4
Kadın	233	66.6
Yaş (yıl)		
25-35	104	29.7
36-45	81	23.1
46-55	94	26.9
56-65	71	20.3
Eğitim Durumu		
İlköğretim	22	6.3
Ortaöğretim	102	29.1
Önlisans	21	6.0
Lisans	159	45.4
Lisansüstü	46	13.1
Çalışma durumu		
Çalışıyor	202	57.7
Çalışmıyor	148	42.3
Meslek		
Ev hanımı	45	12.9
Memur	18	5.1
Özel sektör çalışanı	217	62.0
Emekli	47	13.4
Sağlık çalışanı	23	6.6
Sağlık sorunu		
Var	120	34.3
Yok	230	65.7
YTT Skoru		
YTT < 30	299	85.4
YTT ≥ 30	51	14.6
Toplam	350	100
BKI (kg/m²)		
Kadın	$\bar{X} \pm SS$	
Erkek	24.4±4.7	
Erkek	26.7±3.8	
Yaş (yıl)	43±12	

BKI: Beden kütle indeksi, YTT: Yeme tutum testi

medya kullandığını belirtmiştir. Kadınların %14.6’sı, erkeklerin ise %17.1’i sosyal medya kullanmamaktadır, istatistiksel olarak aradaki fark önemli bulunmamıştır. Hem kadın (%61.8) hem erkek (%39.1) kullanıcıların en çok kullandıkları sosyal medya platformu Instagram’dır ve bunu Facebook takip etmektedir (kadın: %26.6, erkek: %36.1) (p<0.05). Kadın

katılımcıların %45.7'si, erkek katılımcıların ise %32'si sosyal medyada çıkan beslenme ile ilgili paylaşımlara ilgi duymaktadır ve aradaki fark istatistiksel olarak önemli bulunmuştur ($p<0.05$). Kadın katılımcıların %34.6'sı sağlıklı beslenmeyi öğrenmek, güncel bilgiyi takip etmek, hastalıklarda beslenmeyi öğrenmek, vücut ağırlığı kontrolü ve zayıflama, sağlıklı yemek tarifleri öğrenmek nedenleriyle takip ettiğini belirtmiştir. Sosyal medya paylaşımlarını güncel bilgiyi takip etmek için kullananların oranı %20.2'dir. Erkek katılımcıların %35.5'i güncel bilgiyi takip etmek için, %24.7'si sağlıklı beslenmeyi öğrenmek için sosyal medyada yer alan beslenme ile ilgili paylaşımları takip etmektedir ($p<0.05$).

Katılımcıların sosyal medyadaki beslenme ile ilgili haber ve paylaşımlara duydukları ilgi ile yeme tutum

testi skorları arasında istatistiksel olarak önemli farklılık bulunmaktadır ($p=0.003$). Yeme tutum testi sonucunda olumsuz yeme tutum davranışına sahip katılımcıların, medyada yer alan beslenme ile ilgili haber ve paylaşımlara daha çok ilgi gösterdiği görülmektedir (Tablo 3).

Tablo 4'te gösterildiği üzere sosyal medyadaki beslenme ile ilgili paylaşımlar sayesinde beslenme davranışını değiştirdiğini belirten katılımcıların oranı %46.3'tür. Davranış değişikliği geliştirme durumu bireylerin verdikleri cevaplar esas alınarak belirlenmiş olup, bireyler değiştirilen beslenme alışkanlıklarının başında su tüketimini arttırmak (%28.3) olduğunu belirtmişlerdir. Su tüketimini arttırmayı takiben, yiyeceklerin içerik bilgisine dikkat etmeye başlamak (%16.6) ve hazır besin tüketimini

Tablo 2. Katılımcıların sosyal medya kullanımı, sosyal medya platformları, takip etme nedenleri ve beslenme konularına ilgi duyma durumları

	Kadın		Erkek		p*
	n	%	n	%	
Sosyal medya kullanıyor	199	85.4	97	82.9	0.649
Sosyal medya kullanmıyor	34	14.6	20	17.1	
Sosyal Medya Platformu					
Instagram	123	61.8	38	39.1	<0.05
Facebook	53	26.6	35	36.1	
Twitter	10	5.0	10	10.3	
Youtube	5	2.5	10	10.3	
Google+	3	1.5	0	0	
Linkedin	0	0	4	4.1	
Pinterest	5	2.5	0	0	
Beslenme Konularına İlgi Duyma Durumu					
Evet	91	45.7	31	32	<0.05
Hayır	11	5.5	20	20.6	
Bazen	97	48.7	46	47.4	
Toplam	199	100	97	100	
Takip Etme Nedeni					
Sağlıklı beslenmeyi öğrenmek	28	14.9	19	24.7	0.023
Güncel bilgiyi takip etmek	38	20.2	25	32.5	
Hastalıklarda beslenmeyi öğrenmek	8	4.3	5	6.5	
Kilo kontrolü ve zayıflamak	26	13.8	7	9.1	
Sağlıklı yemek tarifleri öğrenmek	23	12.2	5	6.5	
Hepsi	65	34.6	16	20.8	
Toplam	188	100	77	100	

*Ki-Kare Testi

Tablo 3. Katılımcıların sosyal medyadaki beslenme ile ilgili paylaşımlara duyulan ilgi ile yeme tutum testi skoru arasındaki ilişki

	YTT Skoru				p*
	YTT < 30		YTT ≥ 30		
	n	%	n	%	
İlgi Duyuma Durumu					
Evet	95	37.4	27	64.3	p=0.003
Hayır	29	11.4	2	4.8	
Bazen	130	51.2	13	31	
Toplam	254	100	42	100	

*Ki-Kare Testi

Tablo 4. Katılımcıların sosyal medyada beslenme ile ilgili yapılan paylaşımlarla beslenme davranışını değiştirme durumlarına göre dağılımları

Demografik Özellikler	n	%
Beslenme Davranışını Değiştirme Durumu		
Evet	137	46.3
Hayır	159	53.7
Toplam	296	100
Değiştirilen beslenme alışkanlığı		
Yağ tüketimini azaltmak	48	13.7
Öğün atlamamaya özen göstermek	37	10.6
Sebze ve meyve tüketimini arttırmak	44	12.6
Su tüketimini arttırmak	99	28.3
Hazır besin tüketimini azaltmak	58	16.6
Kırmızı et tüketimini azaltmak	10	2.9
Yulaf tüketmeye başlamak	25	7.1
Probiyotik yoğurt, kefir tüketmeye başlamak	55	15.7
Yeşil çay tüketmeye başlamak		37
Takviye gıda kullanımına başlamak	8	2.3
Detoks yapmak	17	4.9
Diğer bir besin tüketimine başlamak	6	1.7
Yiyeceklerin içerik bilgisine dikkat etmeye başlamak	58	16.6
Olumlu Sonuç Gözlemlene Durumu		
Evet	108	78.8
Hayır	29	21.2

azaltmak (%16.6) gelmektedir. Katılımcıların %78.8'i yaptıkları bu değişiklik sonucunda olumlu bir sonuç gözlemlendiğini belirtmişlerdir.

Katılımcıların %49.3'ü sosyal medyada beslenme ile ilgili paylaşım yapan hesapların kaynaklarına her zaman dikkat etmekte iken %30.4'ü kaynak gösterimine dikkat etmemektedir. Bireylerin

Tablo 5. Katılımcıların sosyal medyadaki beslenme ile ilgili paylaşımlara dair bazı düşüncelere göre dağılımları

	n	%
Bilgi Kaynaklarına Dikkat Etme		
Evet	146	49.3
Hayır	90	30.4
Bazen	60	20.3
Yeterli Bilgi Birikimi ve Doğru Olarak Hazırladığını Düşünme		
Evet	24	8.1
Hayır	76	25.7
Bazen	196	66.2
Bilgi Düzeyini Arttırdığına İnanma		
Evet	218	73.6
Hayır	78	26.4
Güvenilir Bulunan Paylaşım Kaynağı*		
Beslenme uzmanı/diyetisyen	205	58.6
Doktor	190	54.3
Ünlüler	5	1.4
Deneyimlerini paylaşanlar	58	16.6

*Birden fazla yanıt mevcuttur.

yalnızca %8.1'i sosyal medyadaki beslenme ile ilgili haber ve paylaşımların yeterli bilgi birikimi ile ve doğru olarak hazırlandığını düşünmektedir. Sosyal medyadaki beslenme konulu paylaşımların bilgi düzeylerini arttırdığına inanan katılımcıların oranı %73.6'dır (Tablo 5). Çalışmaya katılan bireylerin %58.6'sı diyetisyenlerin yaptığı beslenme ile ilgili paylaşımları güvenilir bulurken, %54.3'ü doktorların paylaşımlarını, %16.6'sı ise yaşadığı deneyimi anlatan kişilerin (kilo veren, hastalıkla savaşıyor, vb.) paylaşımlarını güvenilir bulmaktadır. Ünlülerin hazırladığı paylaşımların güven oranı ise %1.4'tür.

TARTIŞMA

Geçmişten bugüne medya, taşıdığı kitlesel eğitim aracı rolü sayesinde sağlık konulu bilgi paylaşımı ve eğitim amacıyla dünya çapında kullanılmaktadır. Geçmiş yıllarda beslenme ile ilgili bilgi almada kullanılan ilk iki geleneksel medya aracı magazin dergileri ve televizyon programlarıyken, bir sağlık kuruluşuna başvurarak hekimlerden bilgi edinme oranları medyanın gerisinde kalmıştır (22). Türkiye’de yapılan bir çalışmada, tüketicilerin beslenme konusunda bilgi almak için ilk olarak televizyona, ardından gazete-dergi, radyo ve internete başvurduğu saptanmıştır (23). TÜİK verilerine göre Türkiye’de internette sağlıkla ilgili bilgi edinmek için arama yapan kullanıcıların oranı 2011 yılında %54.1 iken, 2016 yılında %65.9’a yükselerek internet ve sosyal medyanın artan önemini ortaya koymaktadır (24). Günümüzde sağlık ve beslenme konuları sosyal medyada en çok paylaşım yapılan ve internette en çok aratılan konular arasındadır (25,26).

Yetişkin yaş grubu sosyal medyada aktif olarak yer alan bir grup olarak önemli bir yer teşkil etmektedir (27). Bu çalışmaya katılan katılımcıların yaş ortalamaları 43±12 yıldır (Tablo 1). Kadın katılımcıların %85.4’ü, erkeklerin ise %82.9’u sosyal medya kullanıcısıdır (Tablo 2). Kadınların ve daha genç yetişkinlerin internette sağlık konularına daha ilgili olduğu çeşitli çalışmalarda saptanarak, raporlarda yer almıştır (26,28-30). Bu çalışmada da literatür ile paralel olacak şekilde; kadınların beslenme ile ilgili sosyal medya paylaşımlarına, erkeklere kıyasla, daha fazla ilgi duyduğu belirlenmiştir ($p<0.05$) (Tablo 2). Pollard ve arkadaşları (30) yürüttükleri çalışmada sosyal medyadaki beslenme konulu paylaşımların, sağlıklı yemeklerin tercihi ve hazırlanmasına dair bilgi edinmek için takip edildiğini saptamıştır. Bu çalışmada erkek katılımcılar sosyal medyadaki beslenme paylaşımlarını güncel bilgiyi takip etmek için, kadın katılımcılar ise sağlıklı beslenmeyi öğrenmek, güncel bilgiyi takip etmek, vücut ağırlığı kontrolü, hastalıklarda beslenme ve sağlıklı yemek tariflerine erişmek için takip ettiklerini belirtmiştir (Tablo 2).

Yeme davranış bozukluğu gelişiminde etkili olan çevresel faktörler arasında medya ve sosyal medya bulunmaktadır (13,14). Yeme davranışı bozukluğu belirlenen bireyler de, duydukları kaygıyı gidermek adına sosyal medyada beslenme konularına daha çok ilgi duymaktadır. Bu çalışmada olumsuz yeme tutum davranışına sahip bireyler, sosyal medyada beslenme konularını daha çok izlemektedir ($p=0.003$) (Tablo 3).

Bir başka çalışma sonucuna göre, sağlıkla ilgili bilgi edinmek için internette arama yapan yetişkinlerin %40’ı beslenme şekillerini ve diğer yaşam tarzlarını değiştirmeye istekli olarak arama yapmaktadır (8). Bu çalışmadaki bireylerin %46.3’ü sosyal medyadaki haber ve paylaşımlardan etkilenecek beslenme davranışını değiştirdiğini, %78.8’i ise bu değişiklik sonucunda olumlu bir sonuç gözlemlediğini belirtmiştir (Tablo 4). Sağlık ve beslenme konularında yayın yapan dergi ve gazeteleri okuyan kadınların %92.3’ünün ilgili yazılardan etkilenecek başta su ve sebze meyve tüketimini arttırdığı belirtilmiştir (31). Bu çalışmada ise yetişkin bireylerin sosyal medyadan etkilenecek en çok değiştirdikleri beslenme davranışları; su tüketimini arttırmak, yiyeceklerin içerik bilgisine dikkat etmek ve hazır gıda tüketimini azaltmaktır (Tablo 4). Medyadaki beslenme ile ilgili yayınlara duyulan ilginin yanında, bu yayınlardan etkilenecek ve beslenme davranışı değiştirme davranışının da, daha çok kadınlarda görüldüğü araştırmalarda belirtilmektedir (31).

Sosyal medyada erişilen bilgiye güvenle ilgili en önemli sorunlardan biri, doğru ya da yanlış, çok fazla bilginin bulunmasıdır (32). Mevcut bilgi kirliliğinin ana nedeni de, resmi olmayan ve kontrol edilmeyen bilgi toplama ve paylaşım mekanizmasıdır. Alanında uzmanlaşmamış kullanıcılar, yanlış bilgiler içeren içerik yükleyebilmektedir (11). Kanada’da Facebook, Instagram ve Twitter platformları özelinde yürütülen bir çalışmada, fonksiyonel gıdalar, güçlendirilmiş gıdalar ve takviye gıdalar ile ilgili 1278 paylaşım incelenmiştir. İçeriklerin %34’ünün ticari firmalar tarafından oluşturulduğu, Facebook ve Twitter’daki

paylaşımın %62'sinin yanlışı, Instagram'daki bilgilerin %67'sinin doğruyu yansıttığı belirtilmiştir (33). Arabistan'da 2015 yılında yürütölen bir çalışmada, resmi olmayan sağlık kurumları, doktor, diyetisyen ve devlet hesaplarından yapılan 625 tweet, içerdikleri sağlık bilgilerinin doğruluğu açısından analiz edilmiş, içeriklerin %51.2'sinin herhangi bir tıbbi kanıtı dayanmadığı, resmi olmayan sağlık hesapları paylaşımının %68.1'inin yanlışı bilgilerden oluştuğu belirlenmiştir (34). Çobaner ve Köksoy (35) tarafından yürütölen çalışmada da benzer sonuçlar elde edilmiştir.

Bu çalışmada, doğruluğu ve kaynağının tartışılır olduğu sosyal medya paylaşımının bilgi düzeyini arttırdığını düşönen yetişkinlerin oranı %73.6'dır. Katılımcıların sadece %8.1'i paylaşımın doğru olduğunu düşönerken (Tablo 5), %46.3'ü beslenme davranışını bu bilgilere göre değiştirmek ve % 78.8'i bu değişiklikten olumlu sonuç aldığını bildirmektedir (Tablo 4). Paylaşımın doğruluğuna güven oranının düşük bulunması, sosyal medyadaki beslenme ile ilgili paylaşımın konuların uzmanları dışında kişilerce de yapılmış olmasının bir sonucu olduğunu düşöndürmektedir. Kanada'da toplumun yarısından azı internetteki beslenme bilgilerini önemli derecede güvenilir bulmaktadır (30). Çin'de yapılan bir çalışmada, sosyal medyadaki sağlık bilgilerinin güvenilirlik düzeyi %14.4, en büyük endişe kaynağının ise profesyonellik garantisinin olmaması olarak bildirilmiştir (36). Başka bir çalışmada, bireylerin yalnızca %16'sının internetten edindikleri bilgiyi bir sağlık çalışanına danıştığı ve bu oranın eğitim düzeyi düşöktüçe daha da azaldığı belirlenmiştir (29).

Kaynak belirtmeden yayın yapılan sosyal medyada, kullanıcılar da gerekli özeni her zaman göstermemektedir. Türkiye'de en fazla kullanıcıya ve dolayısıyla etkiye sahip sosyal medya aracı olan Facebook üzerinde "sağlık", "sağlığı geliştirme", "sağlık eğitimi", "sağlık bilgisi", "Sağlık Bakanlığı" anahtar kelimeleri ile yapılan bir tarama sonucunda, çalışma kapsamına alınan paylaşımın %73.1'inin sağlıkla ilgili konularla ilişkili olduğu ve %51.8'inde

kaynak belirtilmediği saptanmıştır (25). Bu çalışmada ise yetişkin bireylerin %30.4'ünün paylaşımın kaynaklarına dikkat etmediği belirlenmiştir (Tablo 5).

Verilen bilginin kaynağının güvenilirliği arttıkça, aktarılmak istenilen mesaja yönelik de daha pozitif bir yargı oluşmaktadır (37). Amerika'da yapılan bir çalışmada, beslenme ile ilgili bir haberin güvenilirliğinde aktarılan mesajın, aktaran kişinin uzmanlığından bağımsız olduğu görölmüştür. Konuyla ilgili bilgi düzeyi düşük olan kişiler paylaşımı yapan uzmana, bilgi düzeyi yüksek olan kişiler ise paylaşımındaki içeriğe yani bilginin doğruluğuna göre güvenilirliği değerlendirmektedir (38). Sağlık çalışanlarının hazırladığı beslenme ile ilgili paylaşımarda ise, hedef kitlenin kullandığı dile yakın bir dil kullanıldığında, daha güvenilir bulunmaktadır (39). Beslenme konulu yazılarda %90 güven oranıyla Amerika'da birinci olan diyetisyenler, bu çalışmada da sosyal medya paylaşımında %58.6'lık oran ile en güvenilir kaynak olarak belirlenmiştir(40) (Tablo 5).

Sosyal medyada beslenme ile ilgili konularda erişilebilecek paylaşım sayısı artmış olsa da, yer alan bilgilerin heterojen olması, bilgidin edinilecek faydayı engelleyebilmektedir. Bu çalışmada sosyal medyada beslenme konularında en güvenilir kaynağın diyetisyenler olduğu belirlenmiştir. Bu nedenle sosyal medya platformlarında paylaşım yapan diyetisyenlerin, toplumdaki bilgi eksikliğini karşılamak adına, kanıtı dayalı doğru bilgiyi anlaşılır bir dille ve meslek etik kurallarına uyarak aktarması mesleki bir sorumluluktur. Olumsuz yeme tutum davranışına sahip bireylerin beslenme konulu paylaşımaları daha fazla izlediği sonucu göz önünde bulundurulmalı, paylaşılacak bilginin kişilerde sağlıksız bir yeme tutum davranışı yaratabileceği riskine dikkat edilmelidir. Bu bilgiler uzman kişiler tarafından paylaşılmalı ve ilgili kurumlar tarafından denetlenmelidir. Erişilen örneklem büyüklüğünden kaynaklanan sınırlılık, çalışmanın daha büyük örneklem büyüklüğüne sahip olacak şekilde tekrar planlanması ile önlenebilir.

Çıkar çatışması • Conflict of interest: Yazarlar çıkar çatışması olmadığını beyan ederler. • *The authors declare that they have no conflict of interest.*

Etik Kurul Onayı: Araştırma için İstanbul Bilgi Üniversitesi İnsan Araştırmaları Etik Kurulundan 20 Aralık 2017 Tarihli "2017-20016-108" numaralı Etik Kurul Onayı alınmıştır.

KAYNAKLAR

- Carr CT, Hayes RA. Social media: Defining, developing, and divining. *Atl J Commun.* 2015;23(1):46-65.
- Kaplan AM, Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Bus Horiz.* 2010;53(1):59-68.
- Karagöz K. Sağlık iletişimde sosyal medyanın rolü: Türkiye’de sağlık kurumlarının sosyal medya kullanımının incelenmesi (Doktora tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, İstanbul;2016.
- Global Digital Report 2019. Erişim: <https://wearesocial.com/uk/digital-2019>. Erişim tarihi: 21 Şubat 2019.
- Maher C, Ryan J, Kernot J, Podsiadly J, Keenihan S. Social media and applications to health behavior. *Curr Opin Psychol.* 2016;9:50-5.
- Yang Q. Are social networking sites making health behavior change interventions more effective? A meta-analytic review. *J Health Commun.* 2017;22(3):223-33.
- Maher CA, Lewis LK, Ferrar K, Marshall S, De Bourdeaudhuij I, Vandelanotte C. Are health behavior change interventions that use online social networks effective? A systematic review. *J Med Internet Res.* 2014;16(2):e40.
- Wangberg S, Andreassen H, Kummervold P, Wynn R, Sørensen T. Use of the internet for health purposes: trends in Norway 2000– 2010. *Scand J Caring Sci.* 2009; 23(4):691-6.
- Ramachandran D, Kite J, Vassallo AJ, Chau JY, Partridge S, Freeman B, et al. Food trends and popular nutrition advice online– Implications for public health. *Online J Public Health Inform.* 2018;10(2).
- Laranjo L, Arguel A, Neves AL, Gallagher AM, Kaplan R, Mortimer N, et al. The influence of social networking sites on health behavior change: a systematic review and meta-analysis. *J Am Med Inform Assoc.* 2014;22(1):243-56.
- Li J, Tang J, Liu X, Ma L. How do users adopt health information from social media? The narrative paradigm perspective. *Health Inf Manag.* 2018;1-11.
- Helm J, Jones RM. Practice paper of the Academy of Nutrition and Dietetics: social media and the dietetics practitioner: opportunities, challenges, and best practices. *J Acad Nutr Diet.* 2016;116(11):1825-35.
- Bair C. Relations Among Media, Eating Pathology and Body Dissatisfaction in College Women (Bilim Uzmanlığı Tezi). Virginia Commonwealth University, Virginia; 2011.
- Sidani JE, Shensa A, Hoffman B, Hanmer J, Primack BA. The association between social media use and eating concerns among US young adults. *J Acad Nutr Diet.* 2016;116(9):1465-72.
- Rawana JS, Morgan AS, Nguyen H, Craig SG. The relation between eating- and weight-related disturbances and depression in adolescence: A review. *Clin Child Fam Psychol Rev* 2010;(13):213–30
- Thompson JK, Stice E. Thin-ideal internalization: Mounting evidence for a new risk factor for body-image disturbance and eating pathology. *Curr Dir Psychol Sci.* 2001;10(5):181-183
- TÜİK Merkezi Dağıtım Sistemi Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları. Erişim: <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr>. Erişim tarihi: 15 Ekim 2017.
- Baysal A, Aksoy M, Besler HT, Bozkurt N, Keçecioglu S, Mercanlıgil SM, vd. *Diyet El Kitabı*. 7. Baskı. Ankara: Hatiboğlu Yayınevi; 2013. 99-100 s.
- WHO Consultation on obesity. Obesity: preventing and managing the global epidemic: report of a WHO scientific group. Geneva: World Health Organization; 2000. 268 p. Report No.: 894.
- Garner DM, Olmsted MP, Bohr Y, Garfinkel PE. The eating attitudes test: psychometric features and clinical correlates. *Psychol Med.* 1982;12(4):871-8.
- Savaşır I, Erol N. Yeme tutum testi: Anoreksia nervosa belirtiler indeksi. *Psikoloji Dergisi.* 1989;7(23):19–25.
- Kaya A, Yüksel E, Ögüt P. Sağlık haberlerinde “mucize tedavi”ler. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi.* 2011;7(1):49-64.
- Yıldırım GB, Öngün Yılmaz H. Adölesanlarda yazılı ve görsel medyanın beslenme ve fiziksel aktivite durumuna etkisi. *Uluslararası Hakemli Beslenme Araştırmaları Dergisi.* 2018;14:27-46.
- TÜİK, Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması. 18 Ağustos 2016. Erişim: <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21779>. Erişim tarihi: 15 Ekim 2017.
- Şener E, Samur M. Sağlığı geliştirici bir unsur olarak sosyal medya: Facebookta sağlık. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi.* 2013;2(4):508-23.
- Ahmad A, Khan MN. Students seeking health-related information over internet: An empirical study. *JHM.* 2017;19(2):352-367.

27. Waring ME, Jake-Schoffman DE, Holovatska MM, Mejia C, Williams JC, Pagoto SL. Social media and obesity in adults: A review of recent research and future directions. *Curr Diab Rep.* 2018;18(6):34.
28. Seçkin G. Health information on the web and consumers' perspectives on health professionals' responses to information exchange. *Med 2 0.* 2014;3(2).
29. Fassier P, Chhim AS, Andreeva VA, Hercberg S, Latino-Martel P, Pouchieu C, et al. Seeking health-and nutrition-related information on the Internet in a large population of French adults: results of the NutriNet-Santé study. *Br J Nutr.* 2016;115(11):2039-46.
30. Pollard CM, Pulker CE, Meng X, Kerr DA, Scott JA. Who uses the Internet as a source of nutrition and dietary information? An Australian population perspective. *J Med Internet Res.* 2015;17(8),e209.
31. Aksoydan E, Kartal B, Yılmaz K. Medya kadınları beslenme konusunda nasıl etkiliyor? *Sürekli Tıp Eğitimi Dergisi.* 2009;19(1):1-5.
32. Rowe S, Alexander N. Fake Science/Nutrition News: Part 2— Trust. *Nutr Today.* 2018;53(4):166-8.
33. Cooper M, Hunter E. Supplemented food products: An analysis of social media messages. *J Nutr Educ Behav.* 2017;49(7):S103.
34. Alnemer KA, Alhuzaim WM, Alnemer AA, Alharbi BB, Bawazir AS, Barayyan OR, et al. Are health-related tweets evidence based? Review and analysis of health-related tweets on twitter. *J Med Internet Res.* 2015;17(10),e246.
35. Çobaner AA, Köksoy S. Sağlık alanında sosyal medyanın kullanımı: Twitter'da sağlık mesajları. *Akademik konferans bildirileri.* 2014;899-906.
36. Zhang X, Wen D, Liang J, Lei J. How the public uses social media WeChat to obtain health information in china: a survey study. *BMC Med Inform Decis Mak.* 2017;17(2):71-9.
37. Egghe L. A new short proof of Naranan's theorem, Explaining Lotka's law and Zipf's law. *J Am Soc Inf Sci Technol.* 2010;1(6):2581-2583.
38. Jung EH, Walsh-Childers K, Kim HS. Factors influencing the perceived credibility of diet-nutrition information web sites. *Comput Human Behav.* 2016;58:37-47.
39. Zimmermann M, Jucks R. How experts' use of medical technical jargon in different types of online health forums affects perceived information credibility: Randomized experiment with laypersons. *J Med Internet Res.* 2018;20(1):1-13.
40. Tutar S. Kadınların besin satın alma ve besin tüketimlerine basın ve reklamların etkileri. (Bilim Uzmanlığı Tezi) İstanbul Bilim Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul; 2012.