



T.C
ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ
TIP FAKÜLTESİ
AİLE HEKİMLİĞİ ANABİLİM DALI

**TIP FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA
KULLANIMI İLE SOSYAL GÖRÜNÜŞ KAYGISI VE
DEPRESYON DÜZEYİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN
İNCELENMESİ**

DR. AYŞEGÜL ÖZER
TIPTA UZMANLIK TEZİ

SAMSUN-2023



T.C
ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ
TIP FAKÜLTESİ
AİLE HEKİMLİĞİ ANABİLİM DALI

**TIP FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA
KULLANIMI İLE SOSYAL GÖRÜNÜŞ KAYGISI VE
DEPRESYON DÜZEYİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN
İNCELENMESİ**

Dr. Ayşegül ÖZER
TIPTA UZMANLIK TEZİ

TEZ DANIŞMANI
Dr. Öğretim Üyesi Mustafa ÜNAL

SAMSUN-2023

TEŞEKKÜR

Ondokuz Mayıs Üniversitesi Tıp Fakültesi Aile Hekimliği Anabilim Dalı'nda geçirdiğim sürede eğitimime katkı sağlayan tüm değerli hocalarıma,

Bu araştırmanın gerçekleşmesinde desteğini esirgemeyen tez danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Mustafa ÜNAL' a,

Tüm asistanları ve öğrencilerini sevgi ve hoşgörü ile karşılayan, bilgi ve tecrübeleriyle yol gösteren anabilim dalı başkanımız saygıdeğer hocam Prof. Dr. Mustafa Fevzi DİKİCİ' ye,

Uzmanlık eğitim sürecim boyunca bana her zaman destek olan, her daim sabırla anlayışla yaklaşan, yardımlarını esirgemeyen çok değerli hocam Doç. Dr. Mustafa Kürşat ŞAHİN' e,

Birlikte çalışmaktan keyif aldığım bütün çalışma arkadaşlarıma,

Bugünlere gelmemi sağlayan, sonsuz sevgileriyle her daim yanımda olan ve beni destekleyen annem Gülcan CEBECİ ve babam Muammer CEBECİ' ye

Varlığına her zaman şükrettiğim, yanımda olduğu için gurur duyduğum, sevgisi ve ilgisiyle her daim yanımda olan en büyük destekçim, hayat arkadaşım Erkan ÖZER' e

Mutluluk kaynağım canım kızım İpek' e, ve gelmesini heyecanla beklediğim canım oğlum Kerem'e

Sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Dr. Ayşegül ÖZER

Samsun, 2023

BEYAN

“Tıp Fakóltesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı ile Sosyal Görünüş Kaygısı ve Depresyon Düzeyi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” başlıklı tez çalışmasının kendi çalışmam olduğunu, başka bir çalışmadan kopya edilmediğini, tezin planlanmasından yazımına kadar bütün safhalarda etik dışı davranışımın olmadığını, bu tezdeki 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, bu tezin çalışılması ve yazımı sırasında patent ve telif haklarını ihlal edici bir davranışımın olmadığını beyan ederim.



ÖZET

Amaç: Bu çalışmada, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Tıp Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ile sosyal görünüş kaygısı ve depresyon düzeyi arasındaki ilişkiyi incelemek amaçlanmıştır.

Gereç ve Yöntem: Kesitsel tipte bir çalışmadır. Çalışmamıza 15.09.2022 – 15.09.2023 tarihleri arasında Ondokuz Mayıs Üniversitesi Tıp Fakültesinde eğitim görmekte olan 312 öğrenci katılmıştır. Veriler araştırmacının gözetiminde dersliklerde toplanmıştır. Ankette katılımcıların sosyodemografik özellikleri ve sosyal medya kullanımı ile ilgili sorular, sosyal görünüş kaygısı ölçeği ve beck depresyon ölçeği mevcuttur.

Bulgular: Katılımcıların %59,4'ü kadın, %40,6'sı erkekti. Katılımcıların yaş ortalaması 21,7±2,4 yıldır. Kadınlarda sosyal görünüş kaygısı anlamlı olarak yüksek bulundu. Sosyal medyada görülen kişiler ile kendi görünüşünü karşılaştıranların, paylaşımlarına gelen beğenileri takip edenlerin, paylaşımlarına az beğeni almayı önemseyenlerin sosyal görünüş kaygısı anlamlı olarak yüksek bulundu. Kadın katılımcıların, sosyal medya kullanım süresi 1-3 saat arasında olanların, sosyal medyada gördüğü kişilerle kendi görünüşünü karşılaştıranların ve sosyal medya paylaşımlarına az beğeni gelmesini önemsemeyenlerin depresyon belirtisi anlamlı olarak yüksek bulundu.

Sonuç: Gençleri sosyal medyanın zararlarından korumak, farkındalıklarını artırmak, sosyalleşmek için sanal ortamları daha az tercih etmelerini sağlamak yönünde rehberlik ve danışmanlık hizmeti verilebilir. Birinci basamakta sağlık hizmeti veren aile hekimlerinin bilinçli olması ve hem gençleri hem aileleri yönlendirmesi önemlidir.

Anahtar Sözcükler: sosyal medya, sosyal görünüş kaygısı, depresyon, tıp fakültesi öğrencisi

ABSTRACT

AIM: The aim of this study was to examine the relationship between social media use and social appearance anxiety and depression levels of Ondokuz Mayıs University Faculty of Medicine students.

Material and Methods: It is a cross-sectional study. Between 15.09.2022 - 15.09.2023, 312 students studying at Ondokuz Mayıs University Faculty of Medicine participated in our study. Data were collected in the classrooms under the supervision of the researcher. The questionnaire included questions about the participants' sociodemographic characteristics and social media use, social appearance anxiety scale and beck depression scale.

Results: 59.4% of the participants were female and 40.6% were male. The mean age of the participants was 21.7 ± 2.4 years. Social appearance anxiety was significantly higher in women. Social appearance anxiety was found to be significantly higher in those who compared their own appearance with the people seen on social media, who followed the likes on their posts, and who cared about getting few likes on their posts. Symptoms of depression were found to be significantly higher in female participants, those whose social media usage time was between 1-3 hours, those who compared their own appearance with the people they saw on social media, and those who did not care about receiving few likes on their social media posts.

Conclusion: Guidance and counseling services can be provided to protect young people from the harms of social media, increase their awareness, and ensure that they prefer virtual environments less for socializing. It is important that family physicians who provide primary health care services are aware and guide both young people and families.

Keywords: social media, social appearance anxiety, depression, medical students

İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR.....	iii
BEYAN.....	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER.....	vii
SİMGELER VE KISALTMALAR.....	ix
TABLolar DİZİNİ	x
1.GİRİŞ VE AMAÇ	1
2.GENEL BİLGİLER.....	2
2.1. Sosyal Medya Kavramı.....	2
2.2. Sosyal Ağlar	3
2.2.1. Facebook	3
2.2.2. Instagram.....	3
2.2.3. Twitter	4
2.2.4.YouTube.....	4
2.2.5.WhatsApp.....	5
2.3. Sosyal Medyanın Etkileri.....	5
2.4. Sosyal Görünüş	6
2.5. Sosyal Görünüş Kaygısı.....	6
2.6. Depresyon	7
2.7. Depresyon ve Sosyal Medya	9
3.GEREÇ VE YÖNTEM	10
3.1. Araştırmanın Amacı	10
3.2. Araştırmanın Tipi	10
3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	10
3.4.1. Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği.....	10
3.4.2. Beck Depresyon Ölçeği	11
3.5.Araştırmada Etik	11
3.6. İstatiksel Analiz.....	11
4. BULGULAR.....	12
5. TARTIŞMA.....	16
6. SONUÇ VE ÖNERİLER	21
7.KAYNAKLAR	22
8.EKLER.....	29
Ek 1. Örneklem Büyüklüğü Hesabı.....	29

Ek 2. Katılımcılara Uygulanan Anket	30
Ek 3. Etik Kurul Onayı.....	34
Ek 4: OMÜ Tıp Fakültesi Dekanlığı Kurum Onayı	35
Ek 5: Orijinallik Raporu	36



SİMGELER VE KISALTMALAR

DSM : Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders

OMÜ : Ondokuz Mayıs Üniversitesi

SPSS : SPSS : Statistical Package for the Social Sciences



TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1. Katılımcı özellikleri

Tablo 2. Sosyal görünüş kaygısı ölçeği puanlarının katılımcı özelliklerine göre karşılaştırılması

Tablo 3. Katılımcı özelliklerinin depresyon belirtisi durumuna göre karşılaştırılması



1.GİRİŞ VE AMAÇ

Son yıllarda hızla gelişim gösteren internet teknolojileri ile sosyal medya platformları kullanıcı sayılarını hızlı bir şekilde arttırmaktadır (1). Kullanıcılar artık birbiriyle iletişim kurabilmekte, birçok veri ve bilgi paylaşabilmektedir. Sosyal medya, klasik medyadan farklı olarak insanları pasif konumdan çıkarıp, kendi içeriklerini üretebildiği, birbirleriyle etkileşime girebildiği bir ortam haline gelmiştir (2). Bireyler günümüzde yüz yüze görüşüp sosyalleşmek yerine, bu platformlarda arkadaşlık ilişkisi sürdürmekte, duygu ve düşüncelerini paylaşmakta, sanal oyunlar oynamakta, alışveriş yapmakta, kısacası bu ortamlarda sanal sosyalleşme yaşamaktadır (3).

Sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla artık kişiler gerçek hayat kadar sanal hayata da önem vermektedir. Farklı platformlarda fotoğraflar, videolar paylaşp diğer kullanıcılarla etkileşime geçmektedir ve bu durumun bireyleri etkilemesi kaçınılmaz olmuştur. Sürekli maruz kalınan uygulamalar ve efektler sayesinde oluşturulmuş idealize bedenler, kullanıcıların zamanla bu görüntüleri benimsemesine ve sahip olamadıkları özelliklerden ötürü görünüş kaygısı yaşamasına sebebiyet vermektedir (4, 5).

Sosyal medya kullanımı ruh sağlığını da olumlu ve olumsuz şekilde etkileyebilmektedir. Kullanıcıların arkadaşlık ilişkilerini sosyal medya üzerinden sürdürmesi, duygu ve düşüncelerini rahat ifade edebilmesi olumlu etkilerden sayılabilir. Maruz kalınan idealize vücutların görünüş kaygısı ve öz güven eksikliğiyle, geç saatlere kadar kullanım ve mavi ekran maruziyeti, gece gelen bildirimlerin ve gelişmeleri kaçırma korkusunun uyku kalitesini bozması, yaşanan çevrimiçi tacizlerin tümünün ruhsal olarak bireyler üzerinde olumsuz etkiler bırakması ve depresyon ile bağlantılı olabileceği ise olumsuz etkilere örnek verilebilir (6, 7).

Bu çalışmada tıp fakültesinde eğitim gören öğrencilerin sosyal medya kullanımı ile sosyal görünüş kaygısı ve depresyon düzeyi arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçladık.

2.GENEL BİLGİLER

2.1. Sosyal Medya Kavramı

Son yıllarda hızla gelişim gösteren internet teknolojileri ve sosyal medya platformları kullanıcı sayılarını hızlı bir şekilde arttırmaktadır. Özellikle genç nesil tarafından yoğun biçimde kullanılan sosyal medya platformları, kullanılan uygulamalar sayesinde sanal dünyanın gerçek yaşamın önüne geçer duruma geldiği görülmektedir (1).

2022 Ocak ayında dünyada 7,91 milyar kişinin yaşadığı, yıllık yüzde 1,0'lık büyüme oranı ile bu sayının 2023'ün ortalarında 8 milyara ulaşacağı düşünülüyor. Bu nüfusun yüzde 67,1 'i cep telefonu , yüzde 58,4'ü yani yaklaşık 4,62 milyar kişi sosyal medya kullanıyor (8).

Sosyal Medya terimi 2004 yılında ortaya çıkan Web 2.0 teknolojisi ile, içerik ve uygulamaların bir kişi tarafından oluşturulup yayınlandığı tek taraflı bilgi akışı olan yapısından çıkıp, bunun yerine kullanıcıların işbirliği yaparak katılım sağladığı ve sürekli olarak değiştirildiği bir platforma dönüşmüştür (9). Farklı bir ifadeyle internet kullanıcılarının birbirleri ile çevrimiçi iletişim kurmalarına olanak sağlayan, kişisel yorumlar ve içerik paylaşımı gibi aktivitelere dayalı sosyal ağ siteleri olarak tanımlanabilir (10).

Son yıllardaki teknolojik ilerlemeler ile birlikte, çok sayıda kişi interneti sadece iletişim ve etkileşim kurmak, sosyalleşmek için değil, bilgi oluşturmak ve bilgiyi çürütmek için de kullanıyor. Yeni etkileşimli Web 2.0 siteleri, kullanıcıların katılımını teşvik eden ve kolaylaştıran kullanıcı dostu ara yüzler sayesinde kullanıcılar için yeni platformlar oluşturdu (11).

Sosyal medya sayesinde kullanıcılar birbiriyle iletişim kurabilmekte, birçok veri ve bilgi paylaşabilmektedir. Kullanıcılar kendi içeriklerini oluşturabilmekte ve bu içeriklerini başkaları ile paylaşabilmektedirler. Klasik medya ile karşılaştırıldığı zaman sosyal medya, insanları pasif bir seyirci konumundan çıkartıp, kendi içeriklerini üretebildikleri ve diğer kullanıcılarla etkileşim içine girebildikleri bir dünya sunmaktadır. İnsanların sosyal medya sayesinde içeriğe dahil olabilmesi onu geleneksel medyadan ayıran en önemli özelliktir (2).

Birçok kullanıcı artık dışarda insanlarla görüşüp sosyalleşmek yerine, bu platformlarda arkadaşlık ilişkilerini sürdürmekte, duygu ve düşüncelerini paylaşmakta, sanal oyunlar oynamakta, alışveriş yapmakta, kısacası bu ortamlarda sanal bir sosyalleşme yaşamaktadır (3).

2.2. Sosyal Ağlar

Web 2.0 tabanlı teknolojiler içinde sosyal ağ siteleri en popüler olanıdır. Sosyal ağlar, bireylerin ve toplumların yakın çevreleriyle ve arkadaşlarıyla tercih ettikleri ölçüde paylaşımda bulunduğu internet siteleridir. Kullanıcıya, içerik değişimi yapabilme, diğer kullanıcılar ile iletişim kurabilme, kişisel web sitelerini inşa edebilme olanağı sağlayan uygulamalardır (12).

2.2.1. Facebook

Mark Zuckerberg ve arkadaşları tarafından 2004 yılında kurulan Facebook, ilk zamanlarda yalnızca Harvard öğrencileriyle sınırlandırılmışken, zamanla önce diğer üniversite ve liselere, sonra dünya genelinde herkese açık hale gelmiştir (12).

Kullanıcılar Facebook sayfalarında kendilerine çevrimiçi profil sunma, birbirlerinin profillerini görüp yorum yapma, iletişimleri kesilmiş eski arkadaşlarını ve akrabalarını kolayca bulup etkileşime geçebilme imkanı bulmaktadır. Üyeler, profiller aracılığı ile ortak ilgi alanlarına göre sanal gruplara katılabilir, birbirlerinin hobilerini, ilgi alanlarını, müzik zevklerini ve romantik ilişki durumlarını öğrenebilirler (13).

Facebook'un 2022 yılının başındaki verilerine göre Türkiye'de 34,40 milyon kullanıcısı mevcuttur. Facebook, platformunun kullanımını 13 yaş ve üstü kişilerle sınırlandırdığı için Türkiye'deki "uygun" hedef kitlenin yüzde 50,5'inin 2022'de Facebook kullanacağını tahmin edilmektedir. İnsanların Facebook'ta geçirdiği süre aylık ortalama 12.6 saat olarak bulunmuştur (14).

2.2.2. Instagram

Instagram, Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından 2010 yılında proje olarak hayata geçirilmiş, 2012 yılında tüm Android ve iOS işletim sistemi kullanılan kameralı telefonlarda desteklenmeye başlayıp kullanıma sunulmuştur. Instagram; kullanıcılarına fotoğraf ve video kaydetme, bu kayıtları hazır yazılımlar ile manipüle edebilme, ortaya çıkan çalışmaları kendi oluşturduğu sosyal ağda ve internette

paylaşma olanağı sunan bir sosyal paylaşım sistemi olarak kullanılmaktadır. Fotoğraf düzenlemesine imkân vermesi ve çekilmiş fotoğraflar üzerinde özgün efektler uygulatabilmesi, sosyal ağ üzerindeki insanlarla Instagram üzerinden iletişim kurabilme imkânı sunması uygulamanın bu kadar popüler olmasının nedenleri arasında sayılabilir. Fotoğrafların beğenilebilmesi ve yorumlanabilmesi de sunduğu özellikler arasındadır (15).

Instagram, 2022 yılında Türkiye nüfusunun yüzde 61,1'ine eşdeğer olan 52,15 milyon kullanıcıya sahipti. İnsanların Instagram'da geçirdiği süre aylık ortalama 20,2 saat olarak bulundu (14).

2.2.3. Twitter

Twitter 2006 yılında kurulmuş mikroblog türünde sosyal medya ağlarından biridir. 140 karakter sınırlamasıyla kullanıcıların düşüncelerini paylaşmasına olanak sağlamaktadır. Diğer birçok sosyal medya ağından farklı olarak takip etme ve edilme ilişkisi karşılık gerektirmemektedir. Paylaştıkları mesajlara tweet denilmektedir ve bu takipçileri tarafından anında görünür. Kullanıcının tweetleri ters kronolojik sırayla görülmektedir (16). Son güncellemeler ile karakter kullanım sınırlaması iki katına çıkarılmış, canlı yayın açma, fotoğraf ve video paylaşma imkanı sunulmuştur.

2022 yılının başındaki verilere göre Türkiye'de 16.10 milyon Twitter kullanıcısı mevcuttur. Yani Twitter'ın Türkiye'deki reklam erişimi toplam nüfusun yüzde 18,9'una, toplam internet kullanıcı sayısının ise yüzde 23'üne eşdeğerdir (14).

2.2.4. YouTube

YouTube, 2005'te kurulmuş ve dünyanın en yaygın video bulundurma ve paylaşım platformu olmuştur. Üyelik zorunluluğu olmayan ve ücretsiz erişim sağlanabilen platform; filmler, televizyon programları, müzik videoları ve bireysel videolardan meydana gelmektedir. Kişilere paylaşım yapma, videolar yükleyip izleme ve yorum yapma imkanı sağlayan platformun her geçen gün yüklenen video sayısı artmaktadır. Kişiler beğeni sayısını görmekte ve diğer bireylerin yaptıkları yorumları okuyabilmektedirler. YouTube, son yıllarda içerik üreticileri için meslek haline gelmiştir Üreticiler yükledikleri videoların izlenme ve beğeni sayısına göre ödeme almaktadırlar(17).

YouTube'un 2022 yılının başlarındaki verilere göre Türkiye'de 57,40 milyon kullanıcısı mevcuttur. Bu sayı Türkiye'nin toplam nüfusunun yüzde 67,3'üne eşdeğerdir. İnsanların YouTube da geçirdiği süre aylık 18,5 saat olarak bulundu (14).

2.2.5.WhatsApp

WhatsApp akıllı telefonlar için geliştirilen, anlık mesajlaşma, sesli arama ve videolu görüşme imkanı sağlayan sosyal ağlardan biridir. Aynı zamanda son görülme saati, çevrimiçi olma durumu, anlık fotoğraf ve video paylaşımı, süreli mesaj, durum paylaşımı, mavi gri tik gibi bazı özellikleri vardır (18).

2.3. Sosyal Medyanın Etkileri

Kitle iletişim araçlarından medya hayatımızın önemli unsurlarından biri olmuştur. Sosyal medya kullanımının yoğun olduğu modern toplumlarda bireyler giyim kuşamına, gideceği gezeceği yerlere, hava durumuna, haberlere kısacası hayatını etkileyen her şeye sosyal medya aracılığıyla ulaşmaktadır. Sosyal medya gerek bireysel ihtiyaçlar, gerekse toplumsal hayatın önemli unsurlarından olan siyaset, ekonomi, kültürel hayatın üzerinde önemli roller oynamaktadır (19).

Sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla artık kişiler gerçek hayat kadar sanal hayata da önem vermektedir. Farklı platformlarda fotoğraflar ve videolar paylaşp diğer kullanıcılarla etkileşime geçmektedir ve bu durumun bireyleri etkilemesi kaçınılmaz olmuştur. Günümüz toplumunda bireylerin ideal beden imajı oluşturmaları açısından sosyal medya büyük rol oynamaktadır (4).

Sosyal medyadan beklenti kişiden kişiye değişiklik göstermekte, kimilerinin izleyici konumunda olduğu sosyalleşmek istemediği bir platform iken, kimileri için ise başkaları tarafından onaylanma ve takip edilme arzusunu karşılayan bir alandır (20).

Sosyal medyanın hem olumlu hem olumsuz etkileri olabilmektedir. Kullanıcıların haberleşmelerine, sohbet etmelerine , birbirleriyle ortak noktalar oluşturmalarına imkan vermektedir. Kişileri yalnızlık, içe kapanma gibi duygulardan kurtarmaya yardımcı olmaktadır. Ayrıca kişiler normalde dile getiremeyeceği duygu ve düşüncelerini yazılar, fotoğraflar ve videolar yardımıyla kolayca ifade edebilmektedir. Fakat tam tersi kullanıcıları sosyalleştirmekten ziyade yalnızlaştırdığı, kullanıcıların

birileri tarafından takip edilme hazzına karşılık verdiği, aileleri ve sevdikleriyle kaliteli zamanlar geçirmesine engel olduğu da görülmüştür (21).

2.4. Sosyal Görünüş

Günümüzde, özellikle sosyal medyada ince, uzun bir bedene pürüzsüz bir cilde sahip kadınlar, kaslı, uzun boylu erkekler sıklıkla karşımıza çıkmaktadır. Modern yaşamda gerek iş hayatında gerek sosyal ilişkilerde bu ideal görüntülere sahip olmak bireylerin yaşantılarındaki başarılarla bağdaştırılmaktadır. İdeal görünümün bu olduğu algısı dayatılmakta ve kullanıcıların bunu benimsemesi sağlanmaktadır. Devamlı bu görüntülere maruz kalmak fazla kiloların, selülitlerin, sivilcelerin en büyük problemlerden olduğu algısını oluşturmaktadır. İnsanların ruh ve beden sağlığını etkilemekte, kişilerde güven sorunu oluşmaktadır. Son yıllarda artış gösteren bedenin bakımı ve güzelleşmesine hizmet eden merkezlerin sayısındaki ani yükseliş, kişisel bakım ürünlerinin çeşitliliği ve her mecradan yapılan reklamları, moda sektörünün daha çok zayıf bireylere hitap eden ürünler üretmesi bunun en iyi kanıtlarından birkaçıdır (5).

2.5. Sosyal Görünüş Kaygısı

İnsanlar çekici bireyler ile daha fazla iletişim kurmak istemektedir. Bu yüzden bireyler diğer insanlar üzerinde etkili bir izlenim bırakmak, çekici görünmek için çabalamaktadır (22). İyi bir izlenim bırakamayacağını düşünen birey ise bu durumla ilgili kaygı yaşamaktadır. Kişinin benlik saygısını etkileyen en önemli etmenlerden biri görünüşü hakkındaki duygularının nasıl olduğudur. İçinde bulunulan zamana, topluma, kültüre göre görünüşe verilen anlam ve görünüşle ilgili değerlendirmeler değişebilmektedir (23).

Olumsuz vücut algısı, kişinin vücuduyla ya da bir organıyla ilgili olumsuz duygu ve düşüncelere sahip olması, kendini başkalarından daha az çekici görmesi, kendini rahatsız hissetmesi ve bedeninden utanmasıdır. Olumsuz vücut algısına sahip bireyler sürekli kusurlu olduğunu düşündüğü yönleriyle uğraşma, aynada kendini kontrol etme, kendini başkalarıyla karşılaştırma gibi davranışlar sergilemektedir. Bu kişilerin aşırı makyaj yaptığı, kusurlu bölgelerine gereksiz estetik işlemler uygulattığı görülmüştür. Olumlu vücut algısı ise kişinin bedeninden memnun olmasını ifade eder. Bu bireyler

görünüşlerinin onların karakter, kişilik ve değerlerinin asıl belirleyicisi olmadığını bilirler (24).

Sosyal görünüş kaygısı, bireyin bedeniyle ve görünüşüyle ilgili olumsuz beden imajının bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Kişinin kendi kaygılarını ve başkalarının onu değerlendirmesi ile ilgili yaşanan kaygıları ifade etmektedir (25).

Sosyal görünüş kaygısı olan bireyler, toplum içinde her an diğer insanların kendini nasıl değerlendirdiği ile ilgili tetiktir. Olumsuz mesaj alması bireyin sosyal kaygıya yakalanma ihtimalini artırır (26).

Sosyal medyada birçok kişinin görseline maruz kalmak hem beden algısını hem öz-yeterlilik inançlarını etkilemektedir. İçerik denetiminin tamamen kullanıcı kontrolünde olması, bilgi ve veri akışını bu denetime uygun biçimde gerçekleştirmektedir. Kullanıcılar, bir süre sonra kendi bedenlerini diğerlerinin bedenleriyle karşılaştırmaya başlamaktadır. Aynı zamanda kullanıcıların beğenilerini, yorumlarını, takipçi sayılarını karşılaştırarak yarışa girmelerine de neden olabilecek bir ortam yaratmaktadır (27).

2.6. Depresyon

Kelimenin kökeni “depress” sözcüğü olan, Latince “depressus”tan, yani “alçakta olmak, bastırmak”tan gelen depresyon sözcüğü; çökkün ruh hali, hüznü hissetme, bireysel aktivitelerin azalması durumlarını kapsar. Tipik olarak daha önce kendine keyif veren durumlardan eskisi kadar keyif alamama, ilginin azalması, karamsarlık, elem keder duyguları ile seyreden duygudurumu, hem mental hem fiziksel alanlarda enerji azalması, psikomotor yavaşlama, düşünce içeriğinin kısıtlılığı, işlevsellikte azalma ve bilişsel yavaşlama ile kendini gösterir (28, 29). Bunlara ek olarak konsantrasyonda azalma, suçluluk duyguları, karamsar ruh hali, kendine zarar verme ya da özkıyım düşüncelerine sahip olma, iştah değişiklikleri, uyku bozuklukları ve libido azalması sık görülen belirtilerdendir. Depresyon tanısı konulabilmesi için klinik bulgular en az iki hafta sürmelidir. Her depresyon atağı birbirinden farklı şiddette olabilir. Semptomların sayısı, yoğunluğu ve tipi depresyonun şiddetini belirleyen faktörlerdendir (30).

Bu duygular, yaşam boyu karşılaşılan olumsuz olaylara bir tepki olarak da verilebilir. Benzer her duygu durumunu, depresyon olarak kabul etmemek gerekir. Depresyonda

bu duygular sürekli, kişinin günlük yaşamını ve işlevselliğini bozar. Majör depresyon yaygınlığı yaşam boyu %1,5 ile %19 arasında değişmektedir. Uygun tedavi edilmediği takdirde yüksek tedavi maliyeti, yüksek morbidite ve mortalite oranı ile ciddi toplumsal sorunlara sebep olmaktadır. (31).

Depresyon önemli bir küresel halk sağlığı sorunudur . Dünya çapında hastalık yükünün önde gelen nedenlerinden biridir. Depresyon çoğu zaman başka kronik hastalıklarla birlikte görülür ve ilişkili sağlık sorunlarını da kötüleştirir. (32)

Kadınlar erkeklere oranla iki kat daha sık depresyon tanısı almakta ya da yardım talebinde bulunmaktadır. Depresyon kadınlarda en çok 35-45, erkeklerde en çok 55-70 yaşları arasında görülmektedir. Ailede depresyon tanılı bireyin olması riski artırmaktadır (33).

Yaklaşık her dört kişiden biri ruhsal sorunlar nedeniyle birinci basamak sağlık kuruluşlarına başvuru yapmaktadır. Depresif bozukluklardan en ciddi seyreden majör depresyon olup birinci basamak sağlık kurumlarında görülme oranı %6-8 olarak bildirilmiştir. Genel toplumda yaşam boyu majör depresyon görülme oranı %4.8-17.1 olarak bildirilmiştir (34).

Çoğu zaman kronik hastalıklar depresyon döneminde tanı alır. Yani depresyon kronik bir hastalığın seyrini kötüleştirir gibi ,kronik bir hastalık da depresyona neden olabilir (33).

Psikiyatride hastalıkların ve bozuklukların sınıflandırılmasında en yaygın kullanılan sistem Amerikan Psikiyatri Birliği tarafından ilan edilen ve belli aralıklarla yenilenen DSM'dir (Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders; Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal Elkitabı). Major depresif bozukluk tanısı DSM-5 kriterlerine göre konulmaktadır (35).

Yapılan çalışmalarda üniversite öğrencilerinde depresyonun oldukça sık görüldüğü tespit edilmiştir. Üniversiteler eğitim vermelerinin yanı sıra sosyal ve kültürel imkanlar sunan kurumlardır. Fakat öğrencilerin yaşadığı uyum sürecinde arkadaşlık edinmede zorlanmaları , ailelerinden ayrılmaları, yalnız kalmaları , alınan sorumluluklar ve ekonomik güçlükler ruh sağlığının bozulmasına zemin oluşturmaktadır (36).

2.7. Depresyon ve Sosyal Medya

Sosyal medya kullanımı kişilerin ruh halini hem olumlu hem olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Sosyal ağlar kullanıcıları arkadaşlara, aileye, iş arkadaşlarına, yabancılara ve ünlülere bağlar. Kullanıcıların yeni arkadaşlıklar kurmasına, düşüncelerini, duygularını ve kimliğini ifade etmesine yardımcı olabilir. Sosyal etkileşimi destekleyip mümkün kıldığı ve yaşadıkları deneyimlerle ilgili olabilecek duyguları ifade etmelerine izin verdiği için akıl hastalığından koruyabilir. Bu yönüyle sosyal ilişkileri artırdığı ve ruh sağlığını desteklediği; daha az yalnızlık, daha fazla benlik saygısıyla ilişkili olduğu düşünülmektedir (6).

Öte yandan sosyal medya kullanımının uyku kalitesini düşürdüğü görülmüştür. Sosyal medyada uzun zaman geçirmek uyku süresinin azalmasına neden olurken, gece gelen uyarılar ve yeni içeriği kaçırma korkusu uykunun bölünmesine neden olabilir. Yatmadan önce ekrana maruz kalma ve bunun melatonin üretimi ve sirkadiyen ritim üzerindeki olumsuz etkisi de olası mekanizmalardır. İdealize edilmiş güzelliğin, manipüle edilmiş görüntülerin bolluğu, kullanıcılarda zayıf vücut imajının benimsenmesine neden olmaktadır. Çevrimiçi taciz deneyimi ve düşük benlik saygısı doğrudan depresif semptomlarla ilişkilidir (7). Gençlerin internet üzerinden iletişimi sık kullandığı göz önüne alındığında, yenilikçi, çevrimiçi psikososyal müdahalelerin geliştirilmesi, depresif semptomlar yaşayan genç insanlar için tedavinin kabul edilebilirliğini ve katılımını iyileştirmeye yardımcı olabilir. Çevrimiçi müdahalelerin yüz yüze terapi kadar etkili olduğu bildirilmiştir (37).

3.GEREÇ VE YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada, Ondokuz Mayıs Üniversitesi (OMÜ) Tıp Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ile sosyal görünüş kaygısı ve depresyon düzeyi arasındaki ilişkiyi incelemek amaçlanmıştır.

3.2. Araştırmanın Tipi

Bu çalışma tanımlayıcı, kesitsel tipte bir anket çalışmasıdır.

3.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evreni, 15.09.2022 – 15.09.2023 tarihleri arasında OMÜ Tıp Fakültesinde eğitim görmekte olan ve araştırmaya katılmayı kabul eden 1, 2, 3, 4, 5, 6. sınıf öğrencilerinden oluşmaktadır.

Örneklemenin büyüklüğü tıp fakültesinde eğitim gören 1673 kişilik evrene göre hesaplandı. Literatür taraması sonrası edinilen bilgiye göre sosyal medya kullanımına bağlı depresyon kliniği gösterenlerin oranı %52,4 olarak görüldü, OpenEpi yazılımı ile örneklem büyüklüğü hesaplanmıştır. %5 tip 1 hata, %95 güven aralığı ile çalışmaya 312 kişi dahil edilmiştir.

3.4. Anketin Kapsamı

Anket formunun birinci bölümü sosyodemografik özelliklerin sorulduğu 10 soruyu içermektedir. Katılımcıların cinsiyeti, yaşı, kaçınıcı sınıf öğrencisi olduğu, sosyal medya kullanım sıklığı, hangi sosyal medya platformlarını kullandığı, sosyal ağlarda paylaşım yapma sıklığı, bu paylaşımlara gelen beğenileri takip etme durumu gibi sorulardan oluşmaktadır. İkinci bölüm 16 soruluk sosyal görünüş kaygısı ölçeği, üçüncü bölüm 21 soruluk beck depresyon ölçeğinden oluşmaktadır. Veriler araştırmacının gözetiminde dersliklerde toplanmıştır.

3.4.1. Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği

Sosyal görünüş kaygısı, kişinin bedeniyle ve görüntüsüyle ilgili olumsuz bir beden imajına sahip olması, bununla ilgili duygusal ve davranışsal kaygılarının olmasıdır. Hart ve arkadaşları (2008) sosyal görünüş kaygısı ölçeğini bireylerin yaşadığı bu endişeleri ölçmek için geliştirmiştir. Türkçe geçerlik ve güvenilirlik çalışması Doğan

(2010) tarafından yapılmıştır. Ölçek 16 adet maddeden oluşup 5’li likert tipindedir. Puanlama 1 ile 5 arasında ‘Hiç uygun değil’ ile ‘Tamamen uygun’ arasında değişmektedir. İlk madde ters puanlanmıştır. Ölçekten alınan puanın artmasıyla sosyal görünüş kaygısının arttığı kabul edilmektedir. (38)

3.4.2. Beck Depresyon Ölçeği

Beck tarafından 1961 yılında geliştirilen Beck Depresyon Ölçeği, depresyonlu bireylerde görülen duygusal, bilişsel, motivasyonel alanlardaki belirtileri ölçmeye yaramaktadır. 21 maddeden oluşan ölçeğin Türkçe geçerlik ve güvenirlik çalışması 1989’da Hisli tarafından yapılmış ve Cronbach alfa değeri 0,80 olarak bulunmuştur. Dörtlü likert şeklinde oluşturulmuş olan ölçekte her madde 0-3 arasında puanlanmaktadır ve toplam puan bunların toplanması ile hesaplanmaktadır. Ölçekten alınan toplam puanlar 0-9 arasında minimal düzey, 10-16 arasında hafif düzey, 17-29 arasında orta düzey ve 30-63 arasında ise şiddetli düzey depresyon olarak sınıflanmaktadır.(39, 40)

3.5.Araştırmada Etik

Çalışma için OMÜ Klinik Uygulamalar Etik Kurulu Başkanlığı’na başvuru yapıldı. 27.10.2022 tarihli, OMÜ KAEK 2022/469 karar nosu ile onay verildi. Çalışma için OMÜ Tıp Fakültesi Dekanlığından izin alındı. Katılımcılara araştırma ile ilgili sözel bilgi verilerek, veriler gönüllülük esasına göre toplandı.

3.6. İstatiksel Analiz

Verilerin analizi IBM SPSS sürüm 25.0 kullanılarak gerçekleştirildi. Tablolarda kategorik değişkenler sayı (n) ve yüzde (%) halinde sunuldu. İkili grupların karşılaştırılmasında Mann-Whitney U testi, üç ve üstü grupların karşılaştırılmasında Kruskal Wallis testi kullanıldı. Üç ve üstü grupların karşılaştırılmasında Bonferoni düzeltmesi ile elde edilen p değerleri sunuldu. Kategorik verilerin karşılaştırılmasında ki-kare testi kullanıldı. $p < 0,05$ istatiksel olarak anlamlı kabul edildi.

4. BULGULAR

Çalışmamıza %59,4'ü kadın(n=225), %40,6'sı erkek(n=154) olmak üzere toplam 379 tıp fakültesi öğrencisi katılmıştır. Katılımcıların %94,7'si (n=359) sosyal medyayı her gün kullanıyordu. Katılımcıların %59,9'unun (n=227) günlük sosyal medya kullanım süresi 1-3 saat arasındaydı. Kullanılan sosyal medya platform sayısı %26,4'ünde 1 adet, %26,0'sında 2 adet, %31,7'sinde 3 adet, % 14'ünde 4 ve daha fazlaydı. Sosyal medyada gördüğü kişilerle kendi görünüşünü karşılaştıranların oranı %57 idi. Haftalık sosyal medya paylaşım sayısı 1-3 kez olanlar %34,6, sosyal medya paylaşımlarına gelen beğenileri takip edenler %48,5, sosyal medya paylaşımlarına az beğeni gelmesini önemseyenler %28 di. En çok kullanılan sosyal medya platformları sırasıyla %75,7 WhatsApp, %68,3 Instagram, %57 YouTube'du. Beck depresyon ölçeği sınıflamasında depresyon belirtisi olmayanlar %46,2'ydi. (Tablo1)

Tablo 1. Katılımcı özellikleri

Değişken	Kategori	n (%)
Cinsiyet	Kadın	225 (59,4)
	Erkek	154 (40,6)
Dönem	1	55 (14,5)
	2	75 (19,8)
	3	72 (19,0)
	4	57 (15,0)
	5	57 (15,0)
	6	63 (16,6)
Sosyal medya kullanım sıklığı	Her gün	359 (94,7)
	Her gün değil	20 (5,3)
Sosyal medyada geçirilen süre	<1saat	46 (12,1)
	1-3 saat	227 (59,9)
	4-6 saat	92 (24,3)
	≥7 saat	14 (3,7)
Kullanılan sosyal medya sayısı	1	100 (26,4)
	2	106 (28,0)
	3	120 (31,7)
	≥4	53 (14,0)
Sosyal medyada görülen kişiler ile kendi görünüşünü karşılaştırma durumu	Hayır	163 (43,0)
	Evet	216 (57,0)
Haftalık sosyal medya paylaşım sayısı	Hiç	224 (59,1)
	1-3 kez	131 (34,6)
	>3 kez	24 (6,3)
Sosyal medya paylaşımlarına gelen beğenileri takip etme durumu	Hayır	195 (51,5)
	Evet	184 (48,5)
Sosyal medya paylaşımlarına az beğeni almayı önemseme durumu	Önemserim	106 (28,0)
	Önemsemem	273 (72,0)
Beck depresyon ölçeği sınıflaması	Yok	175 (46,2)
	Hafif	102 (26,9)
	Orta	89 (23,5)
	Şiddetli	13 (3,4)
En çok kullanılan sosyal medya platformları*	Youtube	216 (57,0)

WhatsApp	287 (75,7)
Twitter	104 (27,4)
Instagram	259 (68,3)
Facebook	14 (3,70)
Diğer	13 (3,6)

*Katılımcıların en çok kullandıkları sosyal medya platformlarını birden çok işaretlemeleri istenmiştir.

Çalışmaya toplam 379 tıp öğrencisi katıldı. Katılımcıların yaş ortalaması $21,7 \pm 2,4$ yıldır. Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği puan ortalaması $33,4 \pm 12,0$ olarak saptandı. Beck depresyon ölçeğine göre katılımcıların %46,2'sinin depresyon belirtisi yoktu.

Sosyal görünüş kaygısı ölçeği puanlarının katılımcı özelliklerine göre karşılaştırılması ile cinsiyetler arası anlamlı farklılık olduğu görüldü ($p=0,001$). Kadınlarda sosyal görünüş kaygısı anlamlı olarak yüksek bulundu. Sosyal görünüş kaygısı dönemler arası anlamlı farklılık göstermedi. Sosyal medya kullanım sıklığı, günlük sosyal medya kullanım süresi, kullanılan sosyal medya platformu sayısı ile sosyal görünüş kaygısı arasında anlamlı fark bulunamadı. Sosyal medyada görülen kişiler ile kendi görünüşünü karşılaştıranların sosyal görünüş kaygısı, karşılaştırmayanlara göre anlamlı olarak daha yüksek bulundu ($p<0,05$). Haftalık sosyal medyada paylaşım yapanlar ile yapmayanlar arasında anlamlı fark yoktu. Sosyal medya paylaşımlarına gelen beğenileri takip edenlerin sosyal görünüş kaygısı, takip etmeyenlere göre anlamlı olarak yüksek bulundu ($p<0,001$). Sosyal medya paylaşımlarına az beğeni almayı önemseyenlerin sosyal görünüş kaygısı, önemsemeyenlere göre anlamlı olarak yüksekti($p<0,001$). Beck depresyon ölçeğine göre depresyon belirtisi olmayanlar ile hafif, orta ve şiddetli depresyon belirtisi olanlar arasında anlamlı fark vardı($p<0,001$). Hafif depresyon belirtisi olanlar ile orta ve şiddetli depresyon belirtisi olanlar arasında anlamlı fark vardı($p<0,001$). Orta düzeyde depresyon belirtisi olanlar ile şiddetli depresyon belirtisi olanlar arasında anlamlı bir fark bulunamadı. Orta ve şiddetli depresyon belirtisi olanların diğer gruplara göre sosyal görünüş kaygısı anlamlı olarak daha yüksekti. (Tablo 2)

Tablo 2. Sosyal görünüş kaygısı ölçeği puanlarının katılımcı özelliklerine göre karşılaştırılması

Değişken	Kategori	Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği		
		Ort±SS	Ortanca (ç1-ç3)	p*
Cinsiyet	Kadın	35,1±12,5	34,0 (24,0-42,0)	0,001
	Erkek	31,0±10,8	29,5 (22,0-37,0)	
Dönem	1	33,6±11,8	32,0 (23,0-42,0)	0,148
	2	35,1±13,9	32,0 (23,0-41,0)	
	3	30,8±9,3	29,5 (23,0-39,0)	
	4	36,7±13,8	35,0 (25,0-43,0)	
	5	33,7±11,0	34,0 (25,0-38,0)	
	6	31,0±10,7	32,0 (23,0-36,0)	
Sosyal medya kullanım sıklığı	Her gün	33,5±12,2	32,0 (23,0-40,0)	0,668
	Her gün değil	31,3±7,4	31,5 (24,5-38,0)	
Günlük sosyal medya kullanım süresi	<1saat	29,3±8,8	31,0 (21,0-36,0)	0,118
	1-3 saat	33,8±12,0	32,0 (24,0-41,0)	
	4-6 saat	34,1±13,0	32,0 (23,0-40,0)	
	≥7 saat	35,9±11,4	36,5 (26,0-47,0)	
Kullanılan sosyal medya sayısı	1	31,7±10,9	31,0 (23,0-38,0)	0,227
	2	32,8±11,2	32,0 (24,0-39,0)	
	3	35,0±12,1	34,0 (25,0-43,5)	
	≥4	34,1±14,7	32,0 (22,0-42,0)	
Sosyal medyada görülen kişiler ile kendi görünüşünü karşılaştırma durumu	Hayır	29,3±9,7	28,0 (22,0-34,0)	<0,001
	Evet	36,5±12,6	36,0 (26,0-43,0)	
Haftalık sosyal medya paylaşım sayısı	Hiç	33,3±12,1	32,0 (23,5-39,5)	0,344
	1-3 kez	32,8±11,4	32,0 (23,0-39,0)	
	>3 kez	37,2±13,7	34,5 (26,5-48,5)	
Sosyal medya paylaşımlarına gelen beğenileri takip etme durumu	Hayır	31,1±10,8	30,0 (22,0-37,0)	<0,001
	Evet	35,9±12,6	35,0 (26,0-43,5)	
Sosyal medya paylaşımlarına az beğeni almayı önemseme durumu	Önemserim	38,7±13,2	37,0 (29,0-47,0)	<0,001
	Önemsemem	31,3±10,8	31,0 (23,0-38,0)	
Beck Depresyon Ölçeği Sınıflaması	Yok	29,4±9,5	29,0 (22,0-35,0) ^a	<0,001
	Hafif	33,3±11,2	33,0 (23,0-40,0) ^b	
	Orta	39,1±12,4	39,0 (29,0-47,0) ^c	
	Şiddetli	47,9±18,0	50,0 (32,0-63,0) ^c	

* İkili grupların karşılaştırılmasında Mann-Whitney U testi, üç ve üstü grupların karşılaştırılmasında Kruskal Wallis testi kullanıldı. Üç ve üstü grupların karşılaştırılmasında Bonferoni düzeltmesi ile elde edilen p değerleri sunuldu.

a-c:Aynı sütunda yer alan benzer harfler arasında istatistiksel olarak anlamlı fark yoktur.

Beck depresyon ölçeğine göre depresyon belirtisi olanların %65,7'si (n=134) kadın, %34,3'ü (n=70) erkek idi. Kadın katılımcılardan depresyon belirtisi gösterenlerin beck depresyon ölçeği puanları anlamlı olarak yüksek bulundu($p<0,05$). Katılımcıların depresyon belirtisi durumuna göre karşılaştırılmasında dönemler arası fark anlamlıdır($p<0,05$). Sosyal medya kullanım süresi 1-3 saat arasında olanlarda, sosyal medyada gördüğü kişilerle kendi görünüşünü karşılaştıranlarda ve sosyal medya paylaşımlarına az beğeni gelmesini önemsemeyenlerde depresyon belirtisi anlamlı olarak yüksek bulundu($p<0,05$). (Tablo 3)

Tablo 3. Katılımcı özelliklerinin depresyon belirtisi durumuna göre karşılaştırılması

Değişken	Kategori	Depresyon Belirtisi		p*
		Yok n (%)	Var n (%)	
Cinsiyet	Kadın	91 (52,0)	134 (65,7)	0,007
	Erkek	84 (48,0)	70 (34,3)	
Dönem	1	19 (10,9)	36 (17,6)	0,008
	2	33 (18,9)	42 (20,6)	
	3	25 (14,3)	47 (23,0)	
	4	27 (15,4)	30 (14,7)	
	5	32 (18,3)	25 (12,3)	
	6	39 (22,3)	24 (11,8)	
Sosyal medya kullanım sıklığı	Her gün	163 (93,1)	196 (96,1)	0,203
	Her gün değil	12 (6,9)	8 (3,9)	
Günlük sosyal medya kullanım süresi	<1saat	28 (16,0)	18 (8,8)	0,002
	1-3 saat	110 (62,9)	117 (57,4)	
	4-6 saat	36 (20,6)	56 (27,5)	
	≥ 7 saat	1 (0,6)	13 (6,4)	
Kullanılan sosyal medya sayısı	1	53 (30,3)	47 (23,0)	0,411
	2	46 (26,3)	60 (29,4)	
	3	51 (29,1)	69 (33,8)	
	≥ 4	25 (14,3)	28 (13,7)	
Sosyal medyada görülen kişiler ile kendi görünüşünü karşılaştırma durumu	Hayır	90 (51,4)	73 (35,8)	0,002
	Evet	85 (48,6)	131 (64,2)	
Haftalık sosyal medya paylaşım sayısı	Hiç	107 (61,1)	117 (57,4)	0,220
	1-3 kez	61 (34,9)	70 (34,3)	
	>3 kez	7 (4,0)	17 (8,3)	
Sosyal medya paylaşımlarına gelen beğenileri takip etme durumu	Hayır	95 (54,3)	100 (49,0)	0,306
	Evet	80 (45,7)	104 (51,0)	
Sosyal medya paylaşımlarına az beğeni almayı önemseme durumu	Önemserim	40 (22,9)	66 (32,4)	0,040
	Önemsemem	135 (77,1)	138 (67,6)	

*Ki-kare testi kullanıldı.

5. TARTIŞMA

Literatür taramasında öğrencilerin sosyal medya kullanımı ile sosyal görünüş kaygısı ve depresyon düzeyi arasındaki ilişkiyi birlikte değerlendiren bir çalışmaya rastlanmadı. Konularla ilgili yapılan bağımsız çalışmalar ile araştırmamızın bulguları değerlendirildi.

Yapılan çalışmanın sonuçlarına göre, sosyal görünüş kaygısı kadınlarda erkeklere oranla anlamlı olarak yüksek bulundu. Literatür incelendiğinde Boursier ve ark. (41), Zimmer-Gembeck ve ark. (42) , Caner ve ark. (43) , Hawes ve ark. (44) tarafından yapılan çalışmalarda bizim çalışmamıza benzer şekilde kadınlardaki sosyal görünüş kaygısı erkeklere göre anlamlı olarak yüksek bulunmuştur. Bayram ve ark. (45) tarafından yapılan çalışmada da kadın öğrencilerin kaygı ve stres puanlarının erkeklerden anlamlı olarak yüksek olduğu bulundu. Bu durumun toplum tarafından kadınların fiziksel güzelliğinin çok önem arzettiği, her kadının belli güzellik standartlarına uygun olması gerektiği şeklinde dayatmaların sonucu olabileceği düşünüldü. Doğan (24) ‘ın yaptığı araştırmada çalışmamızın aksine erkeklerin sosyal görünüş kaygısı puanı kadınlara göre yüksek bulunmasına rağmen istatistiksel olarak anlamlı değildi. Bunun sebebini toplumun erkeklerden daha fazla girişim beklemesi ve sosyal anksiyeteye bağlı olarak ortaya çıkan korkma, kaçınma davranışlarının erkek kimliğine yakıştırılmaması olarak değerlendirmiştir (24) .

Bu çalışmanın sonuçlarına göre en çok kullanılan sosyal medya platformları sırasıyla WhatsApp, Instagram ve YouTube şeklindeydi. Caner ve ark. (43) tarafından yapılan çalışmaya göre en çok kullanılan platform Instagramdı. Alruwayshid ve ark. (46) üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı çalışmada ise en çok kullanılan sosyal medya platformunun Twitter olduğunu buldu. Barman ve ark. (47) tarafından yapılan çalışmada kullanılan en sık platformlar sırasıyla WhatsApp, Facebook ve Instagram idi. Marengo ve ark. (48) çalışmasına göre en çok kullanılan sosyal medya platformları Instagram sonra Facebook ve Snapchat bulundu.

Çalışmamızda sosyal medya kullanım süresi ile sosyal görünüş kaygısı arasında anlamlı ilişki bulunmadı. Caner ve ark. (43) , Hawes ve ark. (44) tarafından yapılan çalışmalarda ise bu çalışmanın aksine sosyal medyada geçirilen süre arttıkça, sosyal görünüş kaygısının anlamlı olarak arttığı bulunmuştur. Yang (49) tarafından ergenlik

dönemindeki kızlarla yapılan bir çalışmanın sonuçlarına göre sosyal medyayı yoğun kullananların sosyal görünüş kaygısının daha yüksek olduğu bulunmuştur. Tiggeman ve ark. (50) yaptığı çalışmada sosyal medyanın genç kadınların yaşamları üzerinde güçlü bir sosyokültürel etkiyi temsil ettiği, maruziyetin artmasının görünüm karşılaştırması ile ilişkili olduğunu buldu. Alruwayshid ve ark. (46) tarafından üniversite öğrencileri ile yapılan çalışmada ise sosyal medyanın kullanım süresinin artmasının, vücut memnuniyetsizliğini arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Marengo ve ark. (48) yaptığı çalışma sık görsel sosyal medya kullandığını bildiren öğrencilerin, az kullanan akranlarına göre önemli ölçüde beden imajı endişeleri taşıdığını bildirdi. Meier ve ark. (51) Facebook kullanım süresinin artmasının kilo memnuniyetsizliği, zayıflık dürtüsü, ince görünümü içselleştirme ile önemli ölçüde ilişkili olduğunu buldu. Vannucci ve ark. (52) sosyal medya kullanım süresinin artmasının kaygı bozukluğuna sahip olma ihtimalini artırdığını buldu. Kim ve ark. (53) sosyal medyada geçirilen sürenin beden imajı kaygıları ile ilişkili olmadığını gösterdi. Çalışmamızın mevcut çalışmalardan farklı sonuç vermesi seçilen örneklem büyüklüğü ve göreceli olarak sosyal medyayı daha az kullanan kesime yapılmış olması olabileceği düşünüldü.

Çalışmamızın sonucuna göre sosyal medyada gördüğü kişilerle kendi görünüşünü karşılaştıranların sosyal görünüş kaygısı, karşılaştırmayanlara göre anlamlı olarak yüksek bulundu. Jarman 'in (54) ve Rodgers 'in (55) yaptıkları çalışmalar sosyal medya kullanımının artması ile bireylerin görünüşlerini, sosyal medyada gördükleri kişilerle karşılaştırdığını gösterdi. Fardouly ve ark. (56) çalışması Facebook kullanımının görünüm karşılaştırmasına aracılık ettiğini gösterdi. Choe ve ark. (57) tarafından yapılan çalışmada kadın sosyal medya kullanıcılarının influencerları takip ettiği ve kıskandığı gösterilmiştir. Caner ve ark. (43) tarafından yapılan çalışmada influencerları takip edenlerin sosyal görünüş kaygısı anlamlı olarak yüksek bulunmuştur. Jiotsa ve ark. (58) tarafından yapılan çalışmada kişinin kendi fiziksel görünümünü sosyal medyada takip edilen kişilerinkiyle karşılaştırma sıklığı ile vücut memnuniyetsizliği arasında bir ilişki bulunmuştur. Benzer şekilde Hogue ve ark. (59) yaptığı çalışmada sosyal medyada akranlarının çekici fotoğraflarına maruz kalanların vücut memnuniyetsizliğinin ve kaygılarının arttığını göstermiştir. Hanna ve ark. (60) üniversite öğrencileriyle yaptığı çalışmada Facebook kullanımıyla kendini

başkalarıyla karşılaştırma ve kaygı arasında doz-yanıt ilişkisi olduğunu gösterdi. İnsanlarda; kendilerini ve kendi özelliklerini (fikirlerini, yeteneklerini, gelişmelerini vb.) değerlendirme yönünde, doğuştan gelen bir eğilim bulunmaktadır. Sosyal karşılaştırma kuramı Festinger tarafından tanımlanan, insanların görüş ve yeteneklerini değerlendirip, diğer insanlarla kendilerinininkini karşılaştırdıkları varsayımından hareket eder. (61, 62) . Sosyal karşılaştırmaların, sosyal medya kullanımı ile birlikte hem ergenlerde hem genç yetişkinlerde beden imajı, kıskançlık ve görünüş kaygısı konusunda zirve yaptığı belirtilmiş olup mevcut çalışmaların sonuçları da bu yöndedir.

Çalışmamızda haftalık sosyal medyada paylaşım yapanlar ile yapmayanlar arasında anlamlı fark yoktu. Seyfi ve ark. (63) tarafından sosyal medya platformlarında selfie paylaşımı ile görünüş kaygısı ilişkini inceleyen araştırmada paylaşım yapan öğrencilerin yapmayan öğrencilere göre görünüşe önem verme eğiliminin daha yüksek olduğu bulunmuştur. Aktan ve ark. (64) tarafından üniversite öğrencileriyle yaptığı çalışma sosyal medyada paylaşılan içeriklerin beğenilmemesi durumundan endişe duyduklarını gösterdi.

Bu çalışmada kullanılan sosyal medya sayısı ile sosyal görünüş kaygısı arasında anlamlı ilişki bulunmadı. Barry ve ark. (65) tarafından yapılan çalışmada , çalışmamızın aksine sosyal medyada kullanılan platform sayısının artması ile kaygı bozukluklarının anlamlı olarak yüksek olduğu bulunmuştur.

Çalışmamızda depresyon belirtisi olanların sosyal görünüş kaygısı anlamlı olarak yüksek bulundu. Özcan ve ark. (66) tarafından yapılan çalışma da benzer şekilde sosyal görünüş kaygısının yüksek olduğu bireylerde, depresyon belirtilerinin de yüksek olduğunu buldu.

Çalışmamızda depresyon belirtisi gösterenlerde cinsiyetler arası anlamlı fark bulundu. Kadın cinsiyetin depresyon belirtisi gösterme oranı daha yüksekti. Hawes ve ark. (44), Primack ve ark. (67) ve Lin ve ark. (68) tarafından yapılan çalışmalarda, çalışmamıza benzer şekilde kadın cinsiyetin depresyonla ilişkili olduğu bulundu. Alsabaani ve ark. (69) tarafından tıp öğrencileri ile yapılan çalışmada kız öğrencilerin depresyon düzeyi erkeklere oranla yüksek bulundu. Bayram ve ark. (45) tarafından üniversite öğrencilerinde yapılan çalışmanın sonucuna göre kadın ve erkek öğrencilerin

depresyon puan ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı değildi. Saluja ve ark. (70) yaptıkları bir çalışmada depresif belirtilerin yoğunluğunun kadınlarda erkeklerden daha yüksek olduğunu gösterdi. Adewuya ve ark. (71)'nin çalışması kadın üniversite öğrencilerinde depresyon riskinin erkeklere göre iki kat yaygın olduğunu gösterdi. Blomfield Neira ve ark. (72) tarafından yapılan çalışmada kadın sosyal medya kullanıcılarının daha depresif ve zayıf benlik saygısına sahip olduğu bulundu. Dahlin ve ark. (73) tarafından yapılan çalışmada tıp fakültesi öğrencilerinin depresyon oranının genel popülasyondan daha yüksek olduğu, kadın öğrencilerin depresyon oranının ise erkek öğrencilerden daha yüksek olduğu bulundu. Bostancı ve ark. (74) tarafından Türk üniversite öğrencilerine, Grant ve ark. (75) tarafından lisans öğrencilerine yapılan çalışmalarda depresyon ve depresif ruh hali açısından cinsiyetler arası anlamlı fark bulunamadı. Kadın cinsiyette depresyon belirtilerinin daha fazla olması kadının üstlendiği ve toplum tarafından ona verilen rollerden, yoğun iş yükünden ve ruhsal sorunları daha rahat ifade etmesinden kaynaklanıyor olabilir.

Çalışmamızda sosyal medya kullanım süreleri arası anlamlı fark bulundu. Hawes ve ark. (44) , Labrague ve ark. (76), Lin ve ark. (68) tarafından yapılan çalışmaların sonuçlarına göre sosyal medyada geçirilen sürenin artması ile depresyon oranı anlamlı olarak yüksek bulundu. Pantic ve ark. (77), Ahmad ve ark. (78) tarafından yapılan çalışmalarda sosyal ağlarda geçirilen sürenin depresyon riski ile ilişkili olduğu gösterildi. Sampasa – Kanyinga ve ark. (79) tarafından yapılan çalışma, ruh sağlığı desteği ihtiyacı olduğunu bildiren öğrencilerin, destek ihtiyacı olmayan öğrencilere göre sosyal ağları her gün iki saatten fazla kullandığını bildirdi. Elhai ve ark. (80) yaptığı çalışmada depresyon ve kaygının üniversite öğrencilerinin ekran başında geçirdikleri süre ile bağlantılı olduğunu buldu. Twenge ve ark. (81) tarafından yapılan çalışma gençlerin ekrana ne kadar çok zaman harcarsa ,depresyon belirtileri bildirme olasılıklarının o kadar arttığını gösterdi. Moreno ve ark. (82) ile Jelenchick ve ark. (83) yaptıkları çalışmada internet kullanım miktarı ile depresyon arasında anlamlı ilişki bulamadı. Wright ve ark. (84) tarafından yapılan çalışma sosyal medya kullanımı ile depresyon arasındaki bağlantı sosyal medya sitelerinde geçirilen süreden ziyade, genç yetişkinlerin sosyal medyayı nasıl kullandığı ile bağlantılı olduğunu gösterdi. Benzer şekilde Shensa ve ark. (85) yaptıkları çalışmada depresif semptomlar için risk teşkil eden şeyin sosyal medyayı ne kadar değil nasıl kullandığı sonucuna ulaştı.

Bu çalışmada sosyal medya kullanım sıklığı ile depresyon belirtisi arasında anlamlı fark bulunmadı. Lee ve ark. (86) Kore’de hareket engeli olan kişiler ile yaptığı bir çalışmada sosyal ağ kullanımı ve çevrimiçi topluluk kullanım yoğunluğu daha yüksek olan kişilerin daha düşük depresyon seviyeleri ile ilişkili olduğunu buldu. Grieve ve ark. (87) tarafından yapılan çalışma Facebook kullanımının çevrimiçi ortamda sosyal bağları geliştirme ve sürdürme fırsatı sağladığı, bu yüzden daha düşük depresyon belirtisi ve kaygı ile ilişkili olduğunu gösterdi. Simoncic ve ark. (88) tarafından yapılan çalışmada Facebook kullanımı ile depresif belirtiler arasında doğrudan ilişki bulunamadı. Shensa ve ark. (85), Hawes ve ark. (44) tarafından yapılan çalışmalar ise çalışmamızın aksine sosyal medya kullanım sıklığının artması ile depresyon oranının anlamlı olarak yüksek olduğunu bulmuştur. Kuss ve ark. (89) ve Murrieta ve ark. (90) tarafından yapılan çalışmalarda genç yetişkinler arasında yüksek sosyal medya kullanım oranı ile hem depresyon hem kaygı arasında ilişki bulundu. Lin ve ark. (68) yaptığı çalışmada ABD’li genç yetişkinlerde sosyal medya kullanımı ile depresyon arasında güçlü ve anlamlı bir ilişki olduğunu gösterdi. Hanna ve ark. (60) tarafından yapılan çalışmada üniversite öğrencilerinin Facebook kullanımıyla depresyon arasında doz-yanıt ilişkisi olduğunu gösterdi. Blomfield Neira ve ark. (72) yaptığı çalışmada sosyal ağ kullanım sıklığının artmasıyla depresyon belirtilerinin anlamlı olarak arttığını gösterdi.

Çalışmamızda sosyal medyada gördüğü kişilerle kendi görünüşünü karşılaştıranlar kişilerde depresyon belirtisi anlamlı olarak yüksek bulundu. Feinstein ve ark. (91) yaptığı çalışma da sosyal medyada kendini başkalarıyla karşılaştıranlarda depresif belirtilerin olabileceğini buldu.

Bu çalışmanın sonuçları kullanılan sosyal medya platform sayısı ile depresyon belirtileri arasında anlamlı ilişki olmadığını gösterdi. Primack ve ark. (67) tarafından yapılan çalışma ise çalışmamızın aksine 0-2 arası sosyal medya platformu kullanan genç yetişkinlerin depresif ve endişeli belirti gösterme olasılığının, 7-11 arası platform kullananlara göre önemli ölçüde az olduğunu buldu. Barman ve ark. (47) yaptığı çalışmada kullanılan sosyal ağlardaki platform sayısının depresyonla ilişkisi olmadığı, sosyal ağları sık kullananların depresyon belirtisi gösterme ihtimalinin yüksek olduğunu buldu.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma OMÜ Tıp Fakültesinde eğitim almakta olan 379 öğrenci üzerinde yapıldı. Çalışma sonuçlarına göre sosyal görünüş kaygısı kadınlarda, sosyal medyada gördüğü kişilerle kendi görünüşünü karşılaştıranlarda, paylaşımlarına gelen beğenileri takip edenlerde, az beğeni almasını önemseyenlerde anlamlı yüksek bulundu. Beck depresyon ölçeğinden alınan puanlar kadınlarda, günlük sosyal medya kullanım süresi 1-3 saat olanlarda, sosyal medyada gördüğü kişilerle kendi görünüşünü karşılaştıranlarda, paylaşımlarına az beğeni gelmesini önemseyenlerde anlamlı yüksek bulundu. Ayrıca orta ve şiddetli depresyon belirtisi olanlarda sosyal görünüş kaygısı anlamlı yüksek bulundu.

Sosyal medya platformlarına her geçen gün bir yenisinin eklenmesi ve mevcut ağlardaki katılımcı sayısının giderek artması, kullanıma bağlı sosyal görünüş kaygısı ve depresyon belirtilerinin de giderek artabileceğini düşündürmektedir. Bu konuda birinci basamakta sağlık hizmeti veren aile hekimlerinin bilinçli olması ve hem gençleri hem aileleri yönlendirmesi önemlidir. Gençleri sosyal medyanın zararlarından korumak, farkındalıklarını artırmak, sosyalleşmek için sanal ortamları daha az tercih etmelerini sağlamak yönünde rehberlik ve danışmanlık hizmeti verilebilir. Ayrıca bu platformların kullanımlarını ve içeriklerini denetlemek için uygulamalar geliştirilebilir, önlemler alınabilir.

7.KAYNAKLAR

1. Kirik A, Arslan A, Çetinkaya A, Mehmet G. A quantitative research on the level of social media addiction among young people in Turkey. *International Journal of Sport Culture and Science*. 2015;3(3):108-22.
2. İnce M, Koçak MC. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 2017;7(2):736-49.
3. Bat ZBAVM, VURAL ZBA, Mikail B. Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: ege üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*. 2010;5(20):3348-82.
4. Silva MLdA, Taquette SR, Coutinho ESF. Senses of body image in adolescents in elementary school. *Revista de saude publica*. 2014;48:438-44.
5. Atı D. İdeal Beden İmgisini Oluşturan Sosyal ve Kurumsal Faktörler ve Bu İdealin Bireyler Üzerindeki Etkileri. *Journal of Faculty of Letters/Edebiyat Fakültesi Dergisi*. 2008;25(1).
6. Seabrook EM, Kern ML, Rickard NS. Social Networking Sites, Depression, and Anxiety: A Systematic Review. *Jmir Ment Health*. 2016;3(4):e50.
7. Kelly Y, Zilanawala A, Booker C, Sacker A. Social Media Use and Adolescent Mental Health: Findings From the UK Millennium Cohort Study. *EClinicalMedicine*. 2018;6:59-68.
8. Digital 2022: Another Year Of Bumper Growth (E.T Ocak 2023) 2022 [Available from: <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>].
9. Kaplan AM, Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*. 2010;53(1):59-68.
10. Kirtiş AK, Karahan F. To Be or Not to Be in Social Media Arena as the Most Cost-Efficient Marketing Strategy after the Global Recession. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 2011;24:260-8.
11. Kurtuluş S, Özkan E, Öztürk S. How do social media users in Turkey differ in terms of their use habits and preferences? *International Journal of Business and Information (IJBI)*. 2015;10(3):337-64.
12. Köseoğlu Ö. Sosyal Ağ Sitesi Kullanıcılarının Motivasyonları: Facebook Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk İletişim*. 2012;7(2):58-81.
13. Ellison NB, Steinfield C, Lampe C. The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of computer-mediated communication*. 2007;12(4):1143-68.
14. We Are Social 2022 Türkiye Sosyal Medya Kullanımı Verileri [03.04.2023]. Available from: <https://recrodigital.com/we-are-social-2022-turkiye-sosyal-medya-kullanimi-verileri/>.
15. Türkmenoğlu H. Teknoloji ile sanat ilişkisi ve bir dijital sanat örneği olarak Instagram. *Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi*. 2014;2(4).

16. Yolcu O. Twitter Usage of Universities in Turkey. Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET. 2013;12(2):360-71.
17. Zinderen İE. Yeni medya ekolojisi ekseninde YouTube: Türkiye örneği. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 2020;24(1):215-32.
18. Tulgar AT. WhatsApp as a tool for sustainable glocal linguistic, social and cultural interaction. Turk Online J Distan. 2019;20(3):17-28.
19. Toruk İ. Üniversite Gençliğinin Medya Kullanma Alışkanlıkları Üzerine Bir Analiz. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 2008(19):475-88.
20. TEKTAS N. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanımlarına Yönelik Bir Araştırma. Tarih Okulu Dergisi. 2014;2014(XVII).
21. Çakmak E. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım düzeyleri ile sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişkinin farklı değişkenler açısından değerlendirilmesi [Yüksek lisans]: Beykent Üniversitesi; 2018.
22. Yousefi B, Hassani Z, Shokri O. Reliability and factor validity of the 7-item social physique anxiety scale (SPAS-7) among university students in Iran. World Journal of Sport Sciences. 2009;2(3):201-4.
23. Harter S. Developmental perspectives on the self system. Handbook of child psychology: Socialization personality and social development. 1983;4.
24. Doğan T. Bilişsel ve kendini değerlendirme süreçlerinin sosyal anksiyete açısından incelenmesi: Sakarya Üniversitesi (Turkey); 2009.
25. Özcan H, SUBAŞI B, Budak B, Çelik M, Gürel ŞC, YILDIZ M. Ergenlik ve genç yetişkinlik dönemindeki kadınlarda benlik saygısı, sosyal görünüş kaygısı, depresyon ve anksiyete ilişkisi. Journal of Mood Disorders. 2013;3(3):107-13.
26. Hart EA, Leary MR, Rejeski WJ. Tie measurement of social physique anxiety. Journal of Sport and exercise Psychology. 1989;11(1):94-104.
27. Zöhre K, DALKIÇ A. Instagram Kullanan ve Kullanmayan Ergenlerde Beden Algısı ve Öz-yeterliğin İncelenmesi. Gençlik Araştırmaları Dergisi. 2020;8(Özel Sayı):48-74.
28. Işık E, Işık U, Taner Y. Çocuk, ergen, erişkin ve yaşlılarda depresif ve bipolar bozukluklar. Ankara, Rotatıp Kitabevi. 2013.
29. Çelik FH, Hocoğlu Ç. Major depresif bozukluk'tanımı, etyolojisi ve epidemiyolojisi: bir gözden geçirme. Çağdaş Tıp Dergisi. 2016;6(1):51-66.
30. Karamustafalıoğlu O, Yumrukçal H. Depresyon ve anksiyete bozuklukları. Şişli Etfal Hastanesi Tıp Bülteni. 2011;45(2):65-74.
31. Olchanski N, McInnis Myers M, Halseth M, Cyr PL, Bockstedt L, Goss TF, et al. The Economic Burden of Treatment-Resistant Depression. Clinical Therapeutics. 2013;35(4):512-22.
32. Moussavi S, Chatterji S, Verdes E, Tandon A, Patel V, Ustun B. Depression, chronic diseases, and decrements in health: results from the World Health Surveys. Lancet. 2007;370(9590):851-8.
33. Mete HE. Kronik hastalık ve depresyon. Klinik Psikiyatri. 2008;11(3):3-18.

34. ÇAKIR S. Genel tıpta depresyon. İlk Söz. 2009.
35. DİKİCİ DS, AŞÇIBAŞI K. DSM-5 depresyon ölçeği Türkçe formunun geçerliliği ve güvenilirliği. Anadolu Psikiyatri Dergisi. 2017;18:51-7.
36. Ulas B, Tatlibadem B, Nazik F, Sonmez M, Uncu F. Üniversite Öğrencilerinde Depresyon Sıklığı Ve İlişkili Etmenler. Celal Bayar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi. 2015;2(3):71-5.
37. Rice SM, Goodall J, Hetrick SE, Parker AG, Gilbertson T, Amminger GP, et al. Online and social networking interventions for the treatment of depression in young people: a systematic review. J Med Internet Res. 2014;16(9):e206.
38. Doğan T. Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nin (SGKÖ) Türkçe uyarlaması: geçerlik ve güvenilirlik çalışması. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi. 2010;39(39):151-9.
39. Beck AT, Steer RA, Brown GK. Beck depression inventory: Harcourt Brace Jovanovich New York;; 1987.
40. Hisli N. Beck Depresyon Ölçeği'nin bir Türk örnekleminde geçerlilik ve güvenilirliği. Psikoloji Dergisi. 1988;6(22):118-22.
41. Boursier V, Gioia F, Griffiths MD. Do selfie-expectancies and social appearance anxiety predict adolescents' problematic social media use? Comput Hum Behav. 2020;110.
42. Zimmer-Gembeck MJ, Webb HJ, Farrell LJ, Waters AM. Girls' and boys' trajectories of appearance anxiety from age 10 to 15 years are associated with earlier maturation and appearance-related teasing. Development and Psychopathology. 2018;30(1):337-50.
43. Caner N, Efe YS, Basdas O. The contribution of social media addiction to adolescent LIFE: Social appearance anxiety. Curr Psychol. 2022.
44. Hawes T, Zimmer-Gembeck MJ, Campbell SM. Unique associations of social media use and online appearance preoccupation with depression, anxiety, and appearance rejection sensitivity. Body Image. 2020;33:66-76.
45. Bayram N, Bilgel N. The prevalence and socio-demographic correlations of depression, anxiety and stress among a group of university students. Soc Psychiatry Psychiatr Epidemiol. 2008;43(8):667-72.
46. Alruwayshid MS, Alduraywish SA, Allafi AH, Alshuniefi AS, Alaraik EF, Alreshidi F, et al. The influence of social media on body dissatisfaction among college students. J Fam Med Prim Care. 2021;10(4):1741-6.
47. Barman L, Mukhopadhyay DK, Bandyopadhyay GK. Use of Social Networking Site and Mental Disorders among Medical Students in Kolkata, West Bengal. Indian J Psychiat. 2018;60(3):340-5.
48. Marengo D, Longobardi C, Fabris MA, Settanni M. Highly-visual social media and internalizing symptoms in adolescence: The mediating role of body image concerns. Comput Hum Behav. 2018;82:63-9.

49. Yang H, Wang JJ, Tng GYQ, Yang S. Effects of Social Media and Smartphone Use on Body Esteem in Female Adolescents: Testing a Cognitive and Affective Model. *Children (Basel)*. 2020;7(9).
50. Tiggemann M, Miller J. The Internet and adolescent girls' weight satisfaction and drive for thinness. *Sex roles*. 2010;63:79-90.
51. Meier EP, Gray J. Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*. 2014;17(4):199-206.
52. Vannucci A, Flannery KM, Ohannessian CM. Social media use and anxiety in emerging adults. *J Affect Disorders*. 2017;207:163-6.
53. Kim JW, Chock TM. Body image 2.0: Associations between social grooming on Facebook and body image concerns. *Comput Hum Behav*. 2015;48:331-9.
54. Jarman HK, Marques MD, McLean SA, Slater A, Paxton SJ. Social media, body satisfaction and well-being among adolescents: A mediation model of appearance-ideal internalization and comparison. *Body Image*. 2021;36:139-48.
55. Rodgers RF, Slater A, Gordon CS, McLean SA, Jarman HK, Paxton SJ. A Biopsychosocial Model of Social Media Use and Body Image Concerns, Disordered Eating, and Muscle-Building Behaviors among Adolescent Girls and Boys. *J Youth Adolesc*. 2020;49(2):399-409.
56. Fardouly J, Diedrichs PC, Vartanian LR, Halliwell E. The mediating role of appearance comparisons in the relationship between media usage and self-objectification in young women. *Psychology of Women Quarterly*. 2015;39(4):447-57.
57. Chae J. Explaining Females' Envy Toward Social Media Influencers. *Media Psychology*. 2018;21(2):246-62.
58. Jiotsa B, Naccache B, Duval M, Rocher B, Grall-Bronnec M. Social Media Use and Body Image Disorders: Association between Frequency of Comparing One's Own Physical Appearance to That of People Being Followed on Social Media and Body Dissatisfaction and Drive for Thinness. *Int J Environ Res Public Health*. 2021;18(6).
59. Hogue JV, Mills JS. The effects of active social media engagement with peers on body image in young women. *Body Image*. 2019;28:1-5.
60. Hanna E, Ward LM, Seabrook RC, Jerald M, Reed L, Giaccardi S, et al. Contributions of social comparison and self-objectification in mediating associations between Facebook use and emergent adults' psychological well-being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 2017;20(3):172-9.
61. Myers TA, Crowther JH. Social comparison as a predictor of body dissatisfaction: A meta-analytic review. *J Abnorm Psychol*. 2009;118(4):683-98.
62. Festinger L. A theory of social comparison processes. *Human relations*. 1954;7(2):117-40.

63. Seyfi M, Arpacı İ. The Relationship Between Appearance Concerns And Selfie Sharing On Social Media. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi| Istanbul University Faculty of Communication Journal*. (51):143-54.
64. Aktan E. Sosyal medya ve sosyal kaygı: Sosyal medya kullanıcıları üzerine bir araştırma. *Selçuk İletişim*. 2018;11(2):35-53.
65. Barry CT, Sidoti CL, Briggs SM, Reiter SR, Lindsey RA. Adolescent social media use and mental health from adolescent and parent perspectives. *J Adolesc*. 2017;61:1-11.
66. Ozcan H, Subasi B, Budak B, Celik M, Gurel S, Yildiz M. Relationship between self-esteem, social appearance anxiety, depression and anxiety in adolescent and young adult women. *Journal of Mood Disorders*. 2013;3(3).
67. Primack BA, Shensa A, Escobar-Viera CG, Barrett EL, Sidani JE, Colditz JB, et al. Use of multiple social media platforms and symptoms of depression and anxiety: A nationally-representative study among U.S. young adults. *Comput Hum Behav*. 2017;69:1-9.
68. Lin LY, Sidani JE, Shensa A, Radovic A, Miller E, Colditz JB, et al. Association between Social Media Use and Depression among Us Young Adults. *Depress Anxiety*. 2016;33(4):323-31.
69. Alsabaani A, Alshahrani AA, Abukaftah AS, Abdullah SF. Association Between Over-Use of Social Media and Depression among Medical Students, King Khalid University, Kingdom of Saudi Arabia. *The Egyptian Journal of Hospital Medicine*. 2018;70(8):1305-11.
70. Saluja G, Iachan R, Scheidt PC, Overpeck MD, Sun W, Giedd JN. Prevalence of and risk factors for depressive symptoms among young adolescents. *Archives of pediatrics & adolescent medicine*. 2004;158(8):760-5.
71. Adewuya AO, Ola BA, Aloba OO, Mapayi BM, Oginni OO. Depression amongst Nigerian university students: prevalence and sociodemographic correlates. *Social psychiatry and psychiatric epidemiology*. 2006;41:674-8.
72. Blomfield Neira CJ, Barber BL. Social networking site use: Linked to adolescents' social self-concept, self-esteem, and depressed mood. *Australian Journal of Psychology*. 2014;66(1):56-64.
73. Dahlin M, Joneborg N, Runeson B. Stress and depression among medical students: A cross-sectional study. *Med Educ*. 2005;39(6):594-604.
74. Bostanci M, Ozdel O, Oguzhanoglu NK, Ozdel L, Ergin A, Ergin N, et al. Depressive symptomatology among university students in Denizli, Turkey: prevalence and sociodemographic correlates. *Croat Med J*. 2005;46(1):96-100.
75. Grant K, Marsh P, Syniar G, Williams M, Addlesperger E, Kinzler MH, et al. Gender differences in rates of depression among undergraduates: measurement matters. *J Adolesc*. 2002;25(6):613-7.
76. Labrague LJ. Facebook use and adolescents' emotional states of depression, anxiety, and stress. *Health science journal*. 2014;8(1):80.

77. Pantic I, Damjanovic A, Todorovic J, Topalovic D, Bojovic-Jovic D, Ristic S, et al. Association between online social networking and depression in high school students: behavioral physiology viewpoint. *Psychiat Danub*. 2012;24(1.):90-3.
78. Ahmad N, Hussain S, Munir N. Social Networking and Depression among University Students. *Pakistan journal of medical research*. 2018;57.
79. Sampasa-Kanyinga H, Lewis RF. Frequent use of social networking sites is associated with poor psychological functioning among children and adolescents. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 2015;18(7):380-5.
80. Elhai JD, Dvorak RD, Levine JC, Hall BJ. Problematic smartphone use: A conceptual overview and systematic review of relations with anxiety and depression psychopathology. *J Affect Disord*. 2017;207:251-9.
81. Twenge JM. Have smartphones destroyed a generation. *The Atlantic*. 2017;9:2017.
82. Moreno MA, Jelenchick L, Koff R, Eickhoff J. Depression and internet use among older adolescents: An experience sampling approach. *Psychology*. 2012;3(09):743.
83. Jelenchick LA, Eickhoff JC, Moreno MA. "Facebook Depression?" Social Networking Site Use and Depression in Older Adolescents. *J Adolescent Health*. 2013;52(1):128-30.
84. Wright KB, Rosenberg J, Egbert N, Ploeger NA, Bernard DR, King S. Communication competence, social support, and depression among college students: A model of Facebook and face-to-face support network influence. *Journal of health communication*. 2013;18(1):41-57.
85. Shensa A, Escobar-Viera CG, Sidani JE, Bowman ND, Marshal MP, Primack BA. Problematic social media use and depressive symptoms among U.S. young adults: A nationally-representative study. *Social Science & Medicine*. 2017;182:150-7.
86. Lee HE, Cho J. Social media use and well-being in people with physical disabilities: Influence of SNS and online community uses on social support, depression, and psychological disposition. *Health Commun*. 2019;34(9):1043-52.
87. Grieve R, Indian M, Witteveen K, Tolan GA, Marrington J. Face-to-face or Facebook: Can social connectedness be derived online? *Comput Hum Behav*. 2013;29(3):604-9.
88. Simoncic TE, Kuhlman KR, Vargas I, Houchins S, Lopez-Duran NL. Facebook use and depressive symptomatology: Investigating the role of neuroticism and extraversion in youth. *Comput Hum Behav*. 2014;40:1-5.
89. Kuss DJ, Griffiths MD. Social Networking Sites and Addiction: Ten Lessons Learned. *Int J Environ Res Public Health*. 2017;14(3).
90. Murrieta J, Frye CC, Sun L, Ly LG, Cochancela CS, Eikey EV, editors. # depression: Findings from a literature review of 10 years of social media and depression research. *Transforming Digital Worlds: 13th International Conference, iConference 2018, Sheffield, UK, March 25-28, 2018, Proceedings 13*; 2018: Springer.

91. Feinstein BA, Hershenberg R, Bhatia V, Latack JA, Meuwly N, Davila J. Negative social comparison on Facebook and depressive symptoms: Rumination as a mechanism. *Psychology of Popular Media Culture*. 2013;2(3):161.



8.EKLER

Ek 1. Örneklem Büyüklüğü Hesabı

Bir Popülasyondaki Frekans için Örnek Boyutu

Popülasyon boyutu(sonlu popülasyon düzeltme faktörü veya fpc için)(N):1673
Popülasyondaki sonuç faktörünün varsayımsal % sıklığı (p): %50+/-5
100'ün %'si olarak güven sınırları(mutlak +/- %)(d): %5
Tasarım etkisi (küme araştırmaları için- $DEFF$): 1

Çeşitli Güven Düzeyleri için Örnek Boyutu (n)

Kendinden eminSeviye(%)	Örnek boyut
%95	313
%80	150
%90	234
%97	368
%99	476
%99.9	658
%99,99	796

Denklem

$$\text{Örnek boyutu } n = [DEFF * N * p(1-p)] / [(d^2 / Z_{1-\alpha/2}^2 * (N-1) + p*(1-p)]$$

OpenEpi, Sürüm 3, açık kaynak hesap makinesinden sonuçlar--SSPropor
Tarayıcıdan ctrl-P ile yazdırın
veya kopyalayıp diğer programlara yapıştırılacak metni seçin.

Ek 2. Katılımcılara Uygulanan Anket

Demografik Bilgiler

1.Cinsiyetiniz: Erkek () Kadın()

2.Yaşınız: _____

3.Tıp fakültesi kaçınıcı sınıfsınız: _____

4.Sosyal medyayı hangi sıklıkta kullanırsınız?

()hergün

()2-3 günde bir

()haftada bir

5.Sosyal medyada ne kadar süre geçirirsiniz?

()1 saatten az

()1-3 saat

()4-6 saat

()7 saat ve üstü

6.En çok hangi sosyal medya platformlarını kullanırsınız?

() Instagram

() Facebook

() Twitter

() Youtube

() WhatsApp

() Diğer

7.Sosyal medyada gördüğünüz kişiler ile kendi görünüşünüzü karşılaştırır mısınız?

() Evet

()Hayır

8. Kullandığınız tüm sosyal ağlarda haftada kaç kez paylaşım yaparsınız?

() Hiç

()1-3 kez

()4-6 kez

() 7 kez ve üstü

9.Paylaşımlarınıza gelen beğenileri takip eder misiniz?

() Evet

() Hayır

10.Paylaşımlarınızın az beğeni almasını önemser misiniz?

() Önemserim

() Önemsemem

Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ)

		Hiç Uygun Değil	Uygun Değil	Biraz Uygun	Uygun	Tamamen Uygun
1	Dış görünüşümle ilgili kendimi rahat hissedirim.					
2	Fotoğrafım çekilirken kendimi gergin hissedirim.					
3	İnsanlar doğrudan bana baktıklarında gerilirim.					
4	İnsanların görünüşümden dolayı benden hoşlanmayacakları konusunda endişelenirim.					
5	Yanlarında olmadığım zamanlarda insanların, görünüşümle ilgili kusurlarımı konuşacaklarından endişelenirim.					
6	Görünüşümden dolayı insanların benimle beraber vakit geçirmek istemeyeceklerinden endişelenirim.					
7	İnsanların beni çekici bulmamalarından korkarım.					
8	Görünüşümün yaşamımı zorlaştıracığından endişe duyarım.					
9	Karşıma çıkan fırsatları görünüşümden dolayı kaybetmekten kaygılanırım.					
10	İnsanlarla konuşurken görünüşümden dolayı gerginlik yaşarım.					
11	Diğer insanlar görünüşümle ilgili bir şey söylediklerinde kaygılanırım.					
12	Dış görünüşümle ilgili başkalarının beklentilerini karşılayamamaktan endişeleniyorum.					
13	İnsanların görünüşümü olumsuz olarak değerlendirecekleri konusunda endişelenirim.					
14	Diğer insanların görünüşümdeki bir kusurun farkına vardıklarını düşündüğümde kendimi rahatsız hissedirim.					
15	Sevdiğim kişinin görünüşümden dolayı beni terk edeceğinden endişe duyuyorum.					
16	İnsanların görünüşümün iyi olmadığını düşünmelerinden endişeleniyorum.					

Beck Depresyon Envanteri

- 1.a. Kendimi üzgün hissetmiyorum
b. Kendimi üzgün hissediyorum
c. Her zaman için üzgünüm ve kendimi bu duygudan kurtaramıyorum
d. Öylesine üzgün ve mutsuzum ki dayanamıyorum
- 2.a. Gelecekte umutsuz değilim
b. Gelecek konusunda umutsuzum
c. Gelecekte beklediğim hiçbir şey yok
d. Benim için bir gelecek olmadığı gibi bu durum değişmeyecek
- 3.a. Kendimi başarısız görmüyorum
b. Herkesten daha fazla başarısızlıklarım oldu sayılır
c. Geriye dönüp baktığımda, pek çok başarısızlığımın olduğunu görüyorum
d. Kendimi bir insan olarak tümüyle başarısız görüyorum
- 4.a. Her şeyden eskisi kadar doyum (zevk) alabiliyorum
b. Her şeyden eskisi kadar doyum alamıyorum
c. Artık hiçbir şeyden gerçek bir doyum alamıyorum
d. Bana doyum veren hiçbir şey yok. Her şey çok sıkıcı
- 5.a. Kendimi suçlu hissetmiyorum
b. Arada bir kendimi suçlu hissettiğim oluyor
c. Kendimi çoğunlukla suçlu hissediyorum
d. Kendimi her an için suçlu hissediyorum
- 6.a. Cezalandırılıyormuşum gibi duygular içinde değilim
b. Sanki bazı şeyler için cezalandırılabilirmişim gibi duygular içindeyim
c. Cezalandırılacakmışım gibi duygular yaşıyorum
d. Bazı şeyler için cezalandırılıyorum
- 7.a. Kendimi hayal kırıklığına uğratmadım
b. Kendimi hayal kırıklığına uğrattım
c. Kendimden hiç hoşlanmıyorum
d. Kendimden nefret ediyorum
- 8.a. Kendimi diğer insanlardan daha kötü durumda görmüyorum
b. Kendimi zayıflıklarım ve hatalarım için eleştiriyorum
c. Kendimi hatalarım için her zaman suçluyorum
d. Her kötü olayda kendimi suçluyorum
- 9.a. Kendimi öldürmek gibi düşüncelerim yok
b. Bazen kendimi öldürmeyi düşünüyorum ama böyle bir şey yapamam
c. Kendimi öldürebilmeyi çok isterdim
d. Eğer bir fırsatını bulursam kendimi öldürürüm
- 10.a. Herkesten daha fazla ağladığımı sanmıyorum
b. Eskisine göre şimdilerde daha çok ağlıyorum
c. Şimdilerde her an ağlıyorum
d. Eskiden ağlayabilirdim. Şimdilerde istesem de ağlayamıyorum
- 11.a. Eskisine göre daha sinirli veya tedirgin sayılmam.
b. Her zamankinden biraz daha fazla tedirginim
c. Çoğu zaman sinirli ve tedirginim
d. Şimdilerde her an için tedirgin ve sinirliyim
- 12.a. Diğer insanlara karşı ilgimi kaybetmedim
b. Eskisine göre insanlarla daha az ilgiliyim
c. Diğer insanlara karşı ilgimin çoğunu kaybettim

- d. Diğer insanlara karşı hiç ilgim kalmadı
- 13.a.** Eskisi gibi rahat ve kolay kararlar verebiliyorum
- b. Eskisine kıyasla şimdilerde karar vermeyi daha çok erteliyorum
- c. Eskisine göre karar vermekte oldukça güçlük çekiyorum
- d. Artık hiç karar veremiyorum
- 14.a.** Eskisinden daha kötü bir dış görünüşüm olduğunu sanmıyorum
- b. Sanki yaşlanmış ve çekiciliğimi kaybetmişim gibi düşünüyor ve üzülüyorum
- c. Dış görünüşümde artık değiştirilmesi mümkün olmayan ve beni çirkinleştiren değişiklikler olduğunu hissediyorum
- d. Çok çirkin olduğumu düşünüyorum
- 15.a.** Eskisi kadar iyi çalışabiliyorum
- b. Bir işe başlayabilmek için eskisine göre daha çok çaba harcıyorum
- c. Ne olursa olsun, yapabilmek için kendimi çok zorluyorum
- d. Artık hiç çalışmıyorum
- 16.a.** Eskisi kadar kolay ve rahat uyuyabiliyorum
- b. Şimdilerde eskisi kadar kolay ve rahat uyuyamıyorum
- c. Eskisine göre bir veya iki saat erken uyanıyor, tekrar uyumakta güçlük çekiyorum
- d. Eskisine göre çok erken uyanıyor ve tekrar uyuyamıyorum
- 17.a.** Eskisine göre daha çabuk yorulduğumu sanmıyorum
- b. Eskisinden daha çabuk ve kolay yoruluyorum
- c. Şimdilerde neredeyse her şeyden, kolayca ve çabuk yoruluyorum
- d. Artık hiçbir şey yapamayacak kadar yorgunum
- 18.a.** İştahım eskisinden pek farklı değil
- b. İştahım eskisi kadar iyi değil
- c. Şimdilerde iştahım epey kötü
- d. Artık hiç iştahım yok
- 19.a.** Son zamanlarda pek fazla kilo kaybettiğimi/aldığımı sanmıyorum
- b. Son zamanlarda istemediğim halde iki buçuk kilodan fazla kaybettim/aldım
- c. Son zamanlarda beş kilodan fazla kaybettim/aldım
- d. Son zamanlarda yedi buçuk kilodan fazla kaybettim/aldım
- 20.a.** Sağlığım beni pek endişelendirmiyor
- b. Son zamanlarda ağrı, sızı, mide bozukluğu, kabızlık gibi sıkıntıları var
- c. Ağrı, sızı gibi bu sıkıntıları beni çok endişelendiriyor
- d. Bu tür sıkıntılar beni öylesine endişelendiriyor ki başka bir şey düşünemiyorum
- 21.a.** Son zamanlarda cinsel yaşantımda dikkatimi çeken bir şey yok
- b. Eskisine göre cinsel konularla daha az ilgileniyorum
- c. Şimdilerde cinsellikle pek ilgili değilim
- d. Artık cinsellikle hiçbir ilgim kalmadı

Ek 3. Etik Kurul Onayı



T.C.
ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ
KLİNİK ARAŞTIRMALAR ETİK KURULU

Sayı: B.30.2.ODM.0.20.08/696

27.10.2022

Sayın Dr. Öğretim Üyesi Mustafa Ünal

Etik Kurulumuza sunmuş olduğunuz Tıp fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ile sosyal görünüş kaygısı ve depresyon düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesi başlıklı OMÜ KAEK 2022/469 Karar nolu Anket Çalışması nitelikli araştırma projeniz Klinik Araştırmalar Etik Kurulu yönergesine göre 26.10.2022 tarihli Etik Kurulumuzda incelenmiş etik açıdan uygun bulunmuştur. Ancak araştırmanın yapılacağı yerlerdeki ilgili kurumlardan izin yazısı alınıp, tarafımıza bildirilmesinden sonra başlanmasına oy birliği ile karar verilmiştir. Bilgilerinize arz/rica ederim.

Ek 4: OMÜ Tıp Fakültesi Dekanlığı Kurum Onayı



T.C.
ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ
Tıp Fakültesi Dekanlığı

Sayı : E-19054817-605.01-350938
Konu : Araştırma Anket İzni (Dr. Ayşegül ÖZER)

AİLE HEKİMLİĞİ ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞINA

İlgi : 11.11.2022 tarihli ve E-69061891-100-350079 sayılı yazınız.

İlgi yazınızla Anabilim Dalınız Araştırma Görevlisi Dr. Ayşegül ÖZER'in Dr. Öğr. Üyesi Mustafa ÜNAL'ın danışmanlığında yürüttüğü "Tıp Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı ile Sosyal Görünüş Kaygısı ve Depresyon Düzeyi Arasındaki İlişki" başlıklı OMÜ-KAEK 2022/469 Karar nolu anket çalışmasının Fakültemiz öğrencilerine uygulanması Dekanlığımızca uygundur.

Bilgilerini ve gereğini rica ederim.

Ek 5: Orijinallik Raporu

ORJİNALLİK RAPORU			
% 16	% 13	% 4	% 8
BENZERLİK ENDEKSİ	İNTERNET KAYNAKLARI	YAYINLAR	ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ
BİRİNCİL KAYNAKLAR			
1	acikbilim.yok.gov.tr İnternet Kaynağı		% 2
2	recrodigital.com İnternet Kaynağı		% 1
3	nek.istanbul.edu.tr:4444 İnternet Kaynağı		% 1
4	Submitted to Okan Üniversitesi Öğrenci Ödevi		% 1
5	www.researchgate.net İnternet Kaynağı		% 1
6	docs.wixstatic.com İnternet Kaynağı		% 1
7	muhaz.org İnternet Kaynağı		% 1
8	9lib.net İnternet Kaynağı		% 1
9	Submitted to Konya Necmettin Erbakan University Öğrenci Ödevi		% 1