

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



**YETİŞKİN BİREYLERDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI VE
YEME BOZUKLUĞU ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Nursena OCAK

**Psikoloji Anabilim Dalı
Klinik Psikoloji Programı**

AĞUSTOS, 2022

T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ



**YETİŞKİN BİREYLERDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI VE
YEME BOZUKLUĞU ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Nursena OCAK
(Y2012.480056)

Psikoloji Anabilim Dalı
Klinik Psikoloji Programı

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Abdurrahman KENDİRCİ

AĞUSTOS, 2022

ONAY FORMU

ONUR SÖZÜ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “YETİŞKİN BİREYLERDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI VE YEME BOZUKLUĞU ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ” adlı çalışmanın, tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim. (20/05/2022)

Nursena OCAK

ÖNSÖZ

Hayatım boyunca beni en iyi noktaya taşımak için desteğini, emeğini ve sevgisini her an hissettiğim değerli annem ve babama; bana her daim yol gösterici olan sevgili ablalarım; çalışmama her türlü desteği sağlayan benim için birbirinden kıymetli dostlarıma gösterdikleri sabır ve destek için teşekkürlerimi iletiyorum.

Ağustos, 2022

Nursena OCAK

YETİŞKİN BİREYLERDE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI VE YEME BOZUKLUĞU ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

ÖZET

Günümüzde popüler basın içerisinde önemli bir yeri olan sosyal medyanın kullanım amaçları ve sürelerine bağlı olarak birçok psikolojik semptomla ilişkili olduğu düşünülebilir. Sosyal medyanın kilo algısı ve ideal beden üzerine konuşmak için uygun bir platform olduğu söylenebilir. Bu gerekçeyle de sosyal medyanın beden üzerinde yarattığı etkinin büyük olduğu düşünülmektedir. Bedene yönelik algısal çarpıklığı yol açarak bireylerin beden memnuniyetsizliğine ve yeme bozukluğu davranışı geliştirmelerine sebep olması beklenen bir durumdur. Bu çalışmada, yetişkin bireylerde sosyal medya bağımlılığının yeme bozukluğu ile anlamlı bir ilişkisinin olup olmadığının incelenmesi amaçlanmıştır. Ayrıca katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ile yeme bozukluğu için verdikleri yanıtların demografik özelliklere göre farklılaşma durumunun incelenmesi de araştırmanın bir diğer amacını teşkil etmektedir. Çalışma kapsamında nicel araştırma yöntemi kullanılmış ve bu bağlamda ilişkisel tarama deseninden yararlanılmıştır. Araştırmada genel evren Türkiye’de 18 yaş üzeri tüm yetişkin bireylerdir. Araştırma evreni ise İstanbul ilinde 18 yaş üzeri bireylerdir. Çalışmada kolayda örnekleme teknikleri kullanılmış, İstanbul ilinde yaşayan 449 katılımcı ile anket yapılmıştır. Ankette 20 madde ve 2 boyuttan oluşan Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Yetişkin Formu ile 28 soru ve 5 boyuttan oluşan Yeme Bozukluğu Değerlendirme Ölçeği kullanılmıştır. Katılımcılardan toplanan veriler SPSS-23 programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Gerçekleştirilen analizlerin neticesinde; yetişkin bireylerde sosyal medya bağımlılığının yeme bozukluğu ile anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu, ayrıca hem sosyal medya bağımlılığı hem de yeme bozukluğu için katılımcıların vermiş oldukları yanıtların, çeşitli sosyo-demografik değişkenlere göre anlamlı şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir. Literatürde yeme bozuklukları ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar oldukça sınırlı olduğundan, bu araştırmanın bulgularının mevcut açığı kapatma adına literatüre ve klinik psikolojiye

önemli katkılarda bulunacağı öngörülmektedir. Ayrıca araştırma neticesinde elde edilen bilgilerin teori ve uygulamalara katkıda bulunacağı ve bu konuda gerçekleştirilecek olan başka araştırmalara ışık tutacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Sosyal Medya Bağımlılığı, Yeme Davranışı, Yeme Bozukluğu, Yetişkin

INVESTIGATING THE RELATION BETWEEN SOCIAL MEDIA ADDICTION AND EATING DISORDER IN ADULT INDIVIDUALS

ABSTRACT

Within the scope of this study, it is aimed to examine whether or not there is significant relation of social media addiction with eating disorder in terms of adult individuals. Furthermore, investigating whether there are significant differences in the answers of participants given for social media addiction and eating disorder according to their demographical characteristics is another goal of this study. Quantitative research method was used in the study; thus, relational screening model was also used. General universe of the research consists of all adult individuals who are above age of 18 in Turkey. Moreover, research universe comprises individuals living in Istanbul and are above 18. In the study, convenience sampling and snowball sampling techniques were used, and a survey was conducted with 449 participants living in Istanbul city between 5th of March 2022 and 5th of May 2022. In the survey, Social Media Addiction Scale Adult Form developed by Şahin and Yağcı (2017) with 20 statements and 2 dimensions, and Eating Disorder Examination Questionnaire developed by Fairburn and Beglin (1994) and adapted into Turkish language by Yücel et al. (2011) with 28 questions and 5 dimensions were used. The data collected from participants was analysed via SPSS-23 program. As the result of the analyses made; it is found that there is significant relation of social media addiction with eating disorder in terms of adult individuals; moreover, the answers of participants for both social media addiction and eating disorder are significantly different according to various socio-demographical variables. Since there are limited-number of studies examining the relation between eating disorder and social media addiction in literature, it is forecasted that findings of this research would make important contributions to the literature and clinical psychology to close existing gap in literature. Also, it is considered that findings of this research will contribute to

both theory and practices, and will lead the way for other researches that could be conducted on the same issue.

Keywords: Social Media, Social Media Addiction, Eating Behaviour, Eating Disorder, Adult

İÇİNDEKİLER

ONUR SÖZÜ	iii
ÖNSÖZ.....	v
ÖZET.....	vii
ABSTRACT	ix
İÇİNDEKİLER	xi
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xv
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xvii
ÇİZELGELER LİSTESİ.....	xix
I. GİRİŞ.....	1
A. Araştırmanın Amacı	3
B. Araştırmanın Önemi	3
C. Araştırma Soruları	4
D. Araştırmanın Sayıtları	4
E. Araştırmanın Sınırlılıkları	5
F. Tanımlar	5
II. KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....	7
A. Sosyal Medya	7
1. Sosyal Medyanın Tanımı ve Özellikleri	7
2. Sosyal Medyanın Tarihçesi	13
3. Sosyal Medyanın Avantajları.....	16
4. Sosyal Medya ile Geleneksel Medyanın Farkları	18
5. Popüler Sosyal Medya Araçları	20
a. Facebook	21
b. Twitter.....	22
c. WhatsApp.....	23
d. Instagram.....	24
e. YouTube.....	24
f. LinkedIn.....	26

g. Pinterest.....	26
h. TikTok.....	27
i. Telegram	27
6. Dünyada ve Türkiye’de Sosyal Medya Kullanımı.....	27
7. Sosyal Medyanın Birey ve Toplum Üzerindeki Etkileri.....	28
B. Sosyal Medya Bağımlılığı	31
1. Bağımlılık Kavramı.....	31
2. Davranışsal Bağımlılık.....	34
3. İnternet ve Teknoloji Bağımlılığı.....	37
4. Sosyal Medya Bağımlılığının Tanımı	39
5. Sosyal Medya Bağımlılığının Belirtileri ve Nedenleri.....	42
6. Sosyal Medya Bağımlılığının Açıklayan Kuramsal Yaklaşımlar	44
7. Sosyal Medya Bağımlılığının Etkileri.....	45
8. Sosyal Medya Bağımlılığında Tedavi	46
9. Sosyal Medya Bağımlılığına Yönelik Araştırmalar	48
C. Yeme Bozuklukları	49
1. Yeme Davranışı.....	49
2. Yeme Bozukluğunun Tanımı	50
3. Yeme Bozukluklarında Tanı ve Sınıflandırma.....	52
a. Anoreksiya nervoza	53
b. Bulimiya nervoza	54
c. Tikanırcasına yeme bozukluğu.....	55
d. Kaçınan/Kısıtlı yeme bozukluğu.....	57
e. Pika.....	58
f. Ruminasyon (geri çıkarma) bozukluğu.....	59
g. Tanımlanmamış yeme bozuklukları	59
4. Yeme Bozukluklarının Etiyolojisi.....	59
5. Yeme Bozukluklarının Epidemiyolojisi.....	61
6. Yeme Bozukluğunun Tedavisi	62
D. Sosyal Medya Bağımlılığı ile Yeme Bozuklukları Konusunda Yapılan Çalışmalar.....	63
1. Uluslararası Çalışmalar	63
2. Ulusal Çalışmalar	65

III. METODOLOJİ	67
A. Evren ve Örneklem.....	67
B. Araştırma Modeli.....	67
C. Veri Toplama Araçları.....	68
D. Veri Analiz Yöntemi	69
IV. BULGULAR.....	71
A. Sosyo-Demografik Bulgular.....	71
B. Ölçeklere İlişkin Tanımlayıcı Bulgular	74
C. Araştırma Sorularının Bulguları	83
D. Farklılık Analizleri Bulguları	85
V. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER	96
A. Tartışma.....	98
B. Sonuç	102
C. Öneriler.....	104
VI. KAYNAKLAR	106
EKLER.....	137
ÖZGEÇMİŞ.....	147

KISALTMALAR LİSTESİ

- BE** : Tıkanırmasına Yeme
EC : Yemeyle İlgili Endişeler
R : Kısıtlama
SC : Beden Şekliyle İlgili Endişeler
Sİ : Sanal İletişim
SMB : Sosyal Medya Bağımlılığı
ST : Sanal Tolerans
WC : Kiloyla İlgili Endişeler

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1 Araştırma Modeli.....	68
-------------------------------	----

ÇİZELGELER LİSTESİ

Çizelge 1	Yaş dağılımı	71
Çizelge 2	Cinsiyet dağılımı	71
Çizelge 3	En son mezun olunan okul dağılımı	72
Çizelge 4	Medeni durum dağılımı	72
Çizelge 5	Romantik ilişki durumu dağılımı	72
Çizelge 6	Kurum türüne göre dağılım	72
Çizelge 7	Tanısı konulmuş sağlık sorunu dağılımı	73
Çizelge 8	Tanısı konulmuş psikiyatrik rahatsızlık dağılımı	73
Çizelge 9	Tanısı konulmuş yeme bozukluğu dağılımı	73
Çizelge 10	Sosyal medya hesabı sahipliği dağılımı	73
Çizelge 11	En çok kullanılan sosyal medya uygulaması dağılımı	74
Çizelge 12	Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği tanımlayıcı bulguları	74
Çizelge 13	Sosyal medya bağımlılık seviyeleri ve puan dağılımları	76
Çizelge 14	Katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ortalama ve toplam puanları ...	76
Çizelge 15	Sanal tolerans alt boyutu için bağımlılık düzeyi dağılımı	76
Çizelge 16	Sanal iletişim alt boyutu için bağımlılık düzeyi dağılımı	77
Çizelge 17	Sosyal medya bağımlılık düzeyi dağılımı	77
Çizelge 18	Kısıtlama boyutu tanımlayıcı analiz bulguları	78
Çizelge 19	Beden şekliyle ilgili endişeler boyutu tanımlayıcı analiz bulguları	79
Çizelge 20	Yemeyle ilgili endişeler boyutu tanımlayıcı analiz bulguları	80
Çizelge 21	Kiloyla ilgili endişeler boyutu tanımlayıcı analiz bulguları	80
Çizelge 22	Tıkanırçasına yeme boyutu tanımlayıcı analiz bulguları	81
Çizelge 23	Yeme Bozukluğu Değerlendirme Ölçeği toplam ve ortalama puanları ile ölçeğin tüm boyutlarına ilişkin tanımlayıcı analiz bulguları	82
Çizelge 24	Yeme Bozukluğu Değerlendirme Ölçeği ve boyutları için ≥ 4 klinik önem sınır değerine göre katılımcıların değerlendirilmesi	82

Çizelge 25 Araştırma sorularını test etmek üzere yapılan korelasyon analizi bulguları.....	84
Çizelge 26 Cinsiyete göre farklılık analizi bulguları.....	85
Çizelge 27 Yaşa göre farklılık analizi bulguları.....	87
Çizelge 28 En son mezun olunan okula göre farklılık analizi bulguları	88
Çizelge 29 Medeni duruma göre farklılık analizi bulguları	89
Çizelge 30 Romantik ilişki durumuna göre farklılık analizi bulguları.....	90
Çizelge 31 Ekonomik duruma göre farklılık analizi bulguları	91
Çizelge 32 Tanısı konulmuş sağlık sorunu olup olmadığına göre farklılık analizi bulguları.....	92
Çizelge 33 Tanısı konulmuş psikiyatrik rahatsızlığı olup olmadığına göre farklılık analizi bulguları	93

I. GİRİŞ

Yaşadığımız çağın zaman, mekân ve gündelik yaşam pratikleri kavrayışı ve algısını büyük oranda değiştirip dönüştüren internet teknolojilerinin, bilhassa da günümüzde sosyal medyanın, bireylerin ve toplumun yaşamı hususunda varoluşsal anlamda neye tekabül ettiği, üzerinde durulmayı hak eden önemli bir konu şeklinde karşımızda durmaktadır (Babacan, 2016). Sosyal medya günümüz koşullarında her yaştan insan tarafından aktif şekilde kullanılmaktadır. Bireyler, sosyal medya platformlarında kendilerini tanıtmakta olan profil sayfaları oluşturmaktadır ve bu profillerde kendilerine dair bilgileri, deneyimlerini, düşüncelerini, video ve fotoğraflarını paylaşmaktadır.

Sosyal medya bize fayda sağlayacak bir araç şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Düşüncelerimizi paylaşmak, gruplar oluşturmak, kilometrelerce uzaktaki başka insanlarla iletişim kurmayı sağlamak bu faydalar arasında yer almaktadır. Ancak sosyal medya bu şekilde yaşamımızı kolaylaştırmaktayken, artan sosyal medya kullanımı neticesinde ortaya çıkan sosyal medya bağımlılığı ise çeşitli sıkıntılara yol açabilmektedir. Ögel (2001)'e göre bağımlılık, bir kimsenin kullandığı maddeyi pek çok defa bırakma girişiminde bulunmasına karşın bırakamaması, günden güne kullanım miktarını artırması, kullanmayı bırakması halinde yoksunluk belirtilerinin ortaya çıkması, zararlarını görmesine karşın kullanımı devam ettirmesi, zamanının önemli bir kısmını bir arayış içinde geçirmesiyle alakalı belli bir durum şeklinde ifade edilmiştir. Bu doğrultuda sosyal medya bağımlılığı ise; aşırı kullanım, kullanım arzusunu tatmin edememe, aşırı kullanmaktan ötürü çeşitli faaliyetlerin ihmal edilmesi, aşırı sosyal medya kullanımının sosyal ilişkilere zarar vermesi, olumsuz duygular ve hayat stresinden bir kaçış aracı şeklinde kullanma, kullanımı azaltma ve durdurma konusunda sorunlarla karşılaşma, kullanımın olanaklı olmadığı hallerde gergin ve sinirli olma ve kullanım süresiyle miktarına yönelik olarak yalan söyleme durumu biçiminde betimlenebilir (Savcı ve Aysan, 2017).

Son dönemlerde insanları etkisi altına alıp artış gösteren sosyal medya kullanımı, pek çok uzmanın ilgi duymakta olduğu bir konu niteliğindedir. İnsanların

yaşamlarının merkezi konumuna gelmiş olan sosyal medya kullanımı beraberinde pek çok psikopatolojileri de getirmektedir. Yapılan araştırmalardan elde edilmiş olan bulgular bağlamında, sosyal medya veya genel anlamıyla internet kullanımının ilişkili bulunduğu pek çok psikolojik sorun sıralanabilir (Kulu ve Özsoy, 2020). Bu sorunlardan biri olarak bu araştırmada sosyal medya bağımlılığının psikopatolojik etkilerinden biri olan yeme bozuklukları ele alınmaktadır.

Yeme bozukluklarını ele alabilmek üzere önce beden algısını ele almak gerekmektedir. Beden algısı, bir kimsenin kendi bedeninin parçalarına ve bu parçaların fonksiyonlarına yönelik pozitif ve negatif duygularının kendisince değerlendirilmesi şeklinde belirtilebilir. Beden algısı cinsiyet, yaş, beden yapısı ve kilo durumu, benlik saygısı, bedene karşı duyarlılık ve verilen anlam, medya baskısı ve toplumun beden görünüşüne vermekte olduğu değerden etkilenmektedir. Bireyin kendi bedeniyle olmayı arzu ettiği beden şeklinin arasında fark bulunmakta ise, beden memnuniyetsizliği ortaya çıkmaktadır (Aslan, 2004). Yeme bozukluğu ise, kişinin beden algısının bozulmasının neticesinde yeme tutumu ile davranışında bozuklukların ortaya çıkmakta olduğu bir rahatsızlık şeklinde nitelendirilmektedir. Yeme bozukluklarına temel olarak beden memnuniyetsizliği, kilo endişesi, düşük benlik saygısı ve kusursuz olma isteği vb. unsurlar yol açmaktadır (Uzdil vd., 2017).

Yeme bozukluklarının ortaya çıkması noktasında, medyanın önemli bir etkisinin olduğu öngörülmektedir. Kadın ve erkek cinsiyet rollerinde fiziksel görünüme odaklanması, zayıflığın ideal beden imgesi şeklinde sunulması, sosyal medya kullanmakta olan kişilerde baskı meydana getirmektedir. Zayıf ve fit bir görünümde olmak sosyal medya uygulamalarında kabul görmekte olan bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durum sosyal medya kullanmakta olan kişilerde beden algısını negatif şekilde etkilemektedir. Zayıflığa ilişkin bu aşırı baskılarla pekiştirmelerin neticesinde bilhassa kadınlarda devamlı şekilde diyet yapma, yediklerinden kurtulabilmek üzere kusma, diüretik veya laksatif kullanımı vb. yeme davranışına ilişkin bozuklukları ortaya çıkarmaktadır (Silverstein vd., 1986). Bu durumu Sosyal Karşılaştırma Teorisi (Festinger, 1954) ile açıklayabiliriz. Sosyal karşılaştırma teorisine göre insanlar düşünce ve becerilerini değerlendirmeye dair bir dürtüye sahiptir ve karşılaştırma esnasında referans alabilecekleri objektif bir noktaya ihtiyaçları vardır. Ancak bu noktanın olmadığı ya da kişisel Yeteneklerden emin olamadığı durumlardaysa kişilerin kendileriyle diğer insanları karşılaştırmayı

yönelik bir tutum sergiledikleri söylenebilir. Konumuz dahilinde düşünüldüğünde ideal görünüm ve buna ilişkin mesajların sıklıkla yer aldığı sanal ortamların kişilerin kendi bedenleri ile karşılaştırma yaparak kendilerine dair bir değerlendirmeye varmalarına imkan sağladığı söylenebilir. Karşılaştırmaların olumsuz sonuçlanması halindeyse bedenle ilişkili artan kaygılarını yeme bozukluğu semptomlarının gelişme ihtimali söz konusudur.

Bu anlatılanlar çerçevesinde, araştırma kapsamında bireylerin sosyal medya bağımlılıklarının yeme bozuklukları ile ilişkisinin incelenmesi amaçlanmıştır.

A. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmada temel amaç; yetişkin bireylerde sosyal medya bağımlılığının yeme bozukluğu ile anlamlı bir ilişkisi olup olmadığının incelenmesi şeklindedir. Yanı sıra, katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ile yeme bozukluğu için verdikleri yanıtların demografik özelliklere göre farklılaşma durumunun incelenmesi de araştırmanın bir diğer amacını teşkil etmektedir.

B. Araştırmanın Önemi

Literatüre bakıldığında, yeme bozuklukları ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi incelemekte olan çalışmaların henüz oldukça sınırlı sayıda olduğu görülmektedir. Gerek yurt dışında gerekse de Türkiye’de konu hakkında gerçekleştirilmiş olan çalışma sayısı oldukça azdır ve bu çalışmaların çoğunluğu da ergenler ve/veya genç bireyler üzerine yapılmıştır. Bu doğrultuda, ulusal ve uluslararası çalışmaların yeme bozuklukları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisi konusundaki kısıtlılıkları dikkat çekmektedir. Bu nedenle, yapılan bu çalışmanın, sosyal medya bağımlılığının yeme bozuklukları ile ilişkisini belirlemesi bakımından önemli olduğu düşünülmektedir.

Ayrıca çalışma neticesinde elde edilecek olan bulguların hem yeme bozukluğu literatürüne hem sosyal medya literatürüne hem de sosyal medya bağımlılığı literatürüne, konuya ilişkin teorilerle uygulamalara katkıda bulunacağı, bu konu hakkında ileride gerçekleştirilebilecek olan çalışmalara ışık tutacağı öngörülmektedir.

Yanı sıra, bu çalışmanın ele almış olduğu cinsiyet, yaş, en son mezun olunan okul, medeni durum, romantik ilişki durumu, ekonomik durum, tanısı konulmuş sağlık sorunu olup olmadığı ve tanısı konulmuş psikiyatrik rahatsızlığı olup olmadığı vb. sosyo-demografik özelliklerin sosyal medya bağımlılığı ve yeme bozukluğu davranışı ile olan ilişkisi ve farklı sosyo-demografik özelliklere sahip gruplardaki sosyal medya bağımlılığı ile yeme bozukluğu davranışı oranları ile farklılıkları hesaplanarak öğrenilmiş olacaktır.

Son olarak, COVID-19 pandemisinden ötürü, içinden geçmekte olduğumuz bu kritik dönemde toplumun psikolojik sağlığı, yemek yeme davranışı ve pandemi döneminde artan sosyal medya kullanımından ötürü sosyal medya bağımlılığı ile ilgili yapılan her araştırma ve incelemenin ileriki zamanlar için ve toplumun yeme bozukluğu ile sosyal medya bağımlılığı hususunda farkındalık kazanması bakımından faydalı olacağı da söylenebilir.

C. Araştırma Soruları

Araştırmada temel araştırma soruları şu şekilde belirlenmiştir:

- i. Yetişkin bireylerde sosyal medya bağımlılığı ile yeme bozukluğu arasında anlamlı düzeyde bir ilişki var mıdır?
- ii. Yetişkin bireylerde sosyal medya bağımlılığı puan ortalamaları, sosyo-demografik değişkenlere göre anlamlı düzeyde farklılaşmakta mıdır?
- iii. Yetişkin bireylerde yeme bozukluğu puan ortalamaları, sosyo-demografik değişkenlere göre anlamlı düzeyde farklılaşmakta mıdır?

D. Araştırmanın Sayıltıları

Araştırmanın sayıltıları şu şekildedir:

- Araştırma kapsamında seçilmiş olan örneklem grubunun evreni yansıtmakta olduğu varsayılmaktadır.
- Araştırmaya katılım gösteren kişilerin ankette yer alan ölçeklere ve sorulara tarafsız, samimi ve dürüst biçimde yanıt verdikleri varsayılmaktadır.
- Araştırma çerçevesinde uygulanmasına karar verilmiş olan araştırma yöntemiyle ölçme araçlarının araştırmanın konusu, değişkenleri, modeli ve amaçlarıyla uyumlu olduğu varsayılmaktadır.

E. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırmada bazı sınırlılıkları mevcuttur. Bu sınırlılıklar şu şekildedir:

- i. Çalışma örneklem sınırlılığı açısından İstanbul ilinde yaşayan ve 18 yaş üzeri yetişkin bireylerle sınırlandırılmıştır.
- ii. COVID-19 koşulları nedeniyle anket çalışması yüz yüze yapılamamış, sadece online şekilde Google Forms online anket uygulaması vasıtasıyla gerçekleştirilmiştir.
- iii. Konusu açısından çalışma sosyal medya, sosyal medya bağımlılığı ve yeme bozukluğu konularıyla sınırlı durumdadır.
- iv. Araştırmanın zaman sınırlılığı vardır. Araştırmada örneklem grubundan ankete ilişkin veriler, 5 Mart 2022 ile 5 Mayıs 2022 tarihleri arasında elde edilmiştir.

F. Tanımlar

Sosyal Medya: Kullanıcılarına kişisel web sayfaları ya da online şekilde oluşturulan profiller vasıtasıyla online bir sosyal ağ geliştirme imkânı sunmakta olan bir sistemdir (Kara ve Özgen, 2012).

Bağımlılık: Bir kimsenin alkol, sigara, esrar, kokain vb. kimyasal ve narkotik bileşenleri içermekte olan nesnelere ya da maddelere bağımlı duruma gelmesidir. Geçmişte yalnızca psikoaktif maddelerden kaynaklanan bir durum şeklinde değerlendirilen bağımlılığa, son dönemlerde sıradan alışkanlıklarla faaliyetlerin de yol açabileceği belirtilmektedir (Andreassen, Pallesen ve Griffiths, 2017).

Sosyal Medya Bağımlılığı: Bir kimsenin davranışsal, zihinsel, duygusal süreçleriyle beraber gelişim gösteren, kişinin hayatında akademik alan, özel alan, sosyal alan vb. günlük yaşamın pek çok alanında duygu durum düzenleme, meşgul olma, yineleme, çatışma vb. problemlere sebebiyet veren ve sonuç olarak kişinin yaşantısını negatif yönde etkileyen psikolojik bir rahatsızlık şeklinde betimlenmiştir (Tutgun-Ünal, 2015).

Yeme Bozukluğu: Bedensel ve psikososyal boyutlara sahip olan, bir kimsenin yemeğe, vücut ağırlığına, fiziksel görüntüsüne ilişkin düşünceleriyle yemek yeme

davranışında bozukluklar vasıtasıyla kendisini göstermekte olan durumlara verilen isimdir (Becker, 1999).

II. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

A. Sosyal Medya

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde ortaya çıkan hızlı ilerlemeler, bilgi erişimi ve bu erişimi etkili şekilde kullanma arzusu, günümüz koşullarında insanlar açısından vazgeçilemeyecek bir ihtiyaç ve günlük yaşantının önemli bir parçası durumundadır. Teknolojide gerçekleşen ilerlemelerle beraber bilgiye erişimin en hızlı ve kolay yolu niteliğindeki internetin kullanılmasındaki yaygınlaşmanın ve yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkmasının neticesinde yeni ve farklı platformların ortaya çıkmaya başladığından bahsedilebilir (Toros, 2009: 52). İnternet günümüzde sadece dünyadaki milyarlarca bilgisayarı birbirlerine bağlamakta olan bir ağ değildir. Yanı sıra milyarlarca insanı ve yüzbinlerce sosyal topluluğu da birbirlerine bağlamakta olan bir ortam niteliğindedir ve sürekli şekilde büyüyüp gelişmektedir. Devamlı gelişim gösterip ilerlemekte olan teknoloji sayesinde kitle iletişim araçları son derece ileri bir düzeye ulaşırken, bu doğrultuda sosyal medya ortaya çıkmıştır (Dalaylı, 2018).

1. Sosyal Medyanın Tanımı ve Özellikleri

Günümüz şartlarında devamlı bir artışa sahip olan ve geçmiş dönemlerle kıyaslandığında farkın sarıh şekilde gözlenebildiği teknoloji, günlük yaşantıda varlığını aktif şekilde sürdürmekte, ayrıca devamlı biçimde değişip gelişmektedir. İnsanların yaşamları da teknolojiye bağlı bu değişimlerle gelişimlerden etkilenmektedir ve insanlar sürekli şekilde yeni kavramlarla karşılaşmaktadır. Bu kavramlardan en önemlilerinden birisi ise sosyal medya şeklindedir (Erdoğan, 2019).

Sosyal medya, bireylere online platformların üzerinde bir söz hakkı vermesinden dolayı, bireylerin bir konuya ilişkin görüşlerini ve/veya sıkıntılarını belirtebildikleri, aynı zamanda yaşadıkları, şahit oldukları aksaklıklarla eksiklikleri ve şikayetlerini ifade edebildikleri bir platform niteliğindedir. Zira günümüz koşullarında insanlar herhangi bir sorunla karşı karşıya kaldıklarında, çağrı merkezlerini ve müşteri hizmetlerinin arayarak bu sorunlarını

çözümleyemediklerinde, sorun yaşadıkları markanın veya kurumun sosyal medya hesaplarından markayla/kurumla iletişime geçmeyi tercih etmektedirler (Özkaşıkçı, 2012: 71).

Sosyal medyaya ilişkin literatür incelendiğinde, sosyal medya kavramına ilişkin pek çok farklı tanımlamanın yapılmış olduğu görülmektedir. Boyd ve Ellison (2007)'a göre sosyal medya, bireylerin kendi profillerini oluşturabilecekleri, gerçek yaşantıdaki ve online platformlardaki arkadaşlarıyla etkileşimde bulunabilecekleri, gerek online gerekse çevrim dışı ilişkilerini devam ettirmek üzere benzer ilgi alanlarına sahip olan başka bireylerle tanışabilecekleri sanal topluluklardır. Flavian ve Guinaliu (2005) sosyal medyayı, yeni iletişim kanallarını arasında en interaktif ve en sosyal olanı şeklinde nitelendirmiş ve arka planında bilgisayar ağlarının yer aldığı, dijital bir dili olan, oluşturulan iletilerin kaynaklarının da interaktif olduğu, iletilerin global biçimde paylaşılabilirdiği, hem zaman hem de mekân kısıtı olmayan bir medya türü olarak betimlemiştir. Toprak vd. (2009) tarafından sosyal medya, internetteki sanal ortam üzerinde bireyleri farklı birtakım bireylerle buluşturmakta olan web temelli hizmetler şeklinde tanımlanmıştır.

Kocadaş (2005) açısından sosyal medya, yeni kuşak internet uygulamalarının sunmakta olduğu kullanıcı kolaylığı ve anlık iletişim sayesinde elde edilen eş zamanlı bilgi aktarımının gerçekleştirilmesi vasıtasıyla, bireylerin kendi içeriklerini internet üzerinde üretebildikleri dijital ortamlar şeklinde ifade edilmiştir. Çetinöz (2015)'e göre sosyal medya, bireylerin içeriklerini kendilerinin yayınladıkları ve paylaştıkları her türdeki online platformun genel ismidir. Boyd (2014) tarafından sosyal medyadaki profil kavramına dikkat çekilmiş olup, bu doğrultuda sosyal medyayı online ortam üzerinde aktif şekilde faaliyet gösteren kişilerce meydana getirilmiş profillerin vasıtasıyla yorumlanmış ve bireylerin birbirleriyle profillerinin üzerinden etkileşimde geçtikleri online bir ortam olarak ifade etmiştir.

Dilmen (2015) sosyal medyayı, çevrimiçi sosyal katılımların yaşanmakta olduğu topluluklar sayesinde ortaya çıkan, bu topluluklarda bireyler arası iletişimlerin kurulduğu ve birbirlerini tanıyan bireylerin bu topluluklar nezdinde bir araya gelmekte oldukları ortamlar şeklinde betimlemiştir. Hepkon (2011)'e göre sosyal medya; kullanıcılara profillerinde ya da başka kullanıcıların profillerinde, duyguları ile düşüncelerini veya ilgi duydukları içeriklerle ilintili paylaşım yapma olanağını vermesinden ötürü, kullanıcılar arasında etkileşimlerin yaşanmasını

sağlamakta olan online uygulamalara ilişkin kullanılmış olan bir isimdir. Mişçi (2006) tarafından sosyal medya; sürekli gelişim gösteren teknolojiden dolayı bilgisayarların ve internetin çok yönlü dijital platformlara evrilmesinin sonucu olarak ortaya çıkan, karşılıklı bir etkileşime dayanan medya şeklinde tanımlanmıştır.

Kara ve Özgen (2012) açısından sosyal medya; kullanıcılarına kişisel web sayfaları ya da online şekilde oluşturulan profiller vasıtasıyla online bir sosyal ağ geliştirme imkânı sunmakta olan bir sistemdir. Çakır, Horzum ve Ayas (2013)'a göre sosyal medya, internet aracılığıyla online platformlarda insanların birbirine anlık duygularını, düşüncelerini, gözlemlerini, hissettiklerini, deneyimlerini iletmek ve görüşlerini bildirmek ya da hayatlarındaki herhangi bir detayı diğer insanlarla paylaşmak istedikleri, sınırsız bir iletişimin kurulmasını sağlamakta olan ve bu iletişimin içinde içeriklerin paylaşılmasına imkan tanıyan, insanların birbirinin paylaşımları için yorumda bulunabilmelerine izin vermekte olan sosyal paylaşım siteleridir. Barutçu ve Tomuş (2013) tarafından sosyal medya, kullanıcılara etkileşim imkânı tanıyarak düşünceleriyle görüşlerini belirtmelerinde yardımcı olan, internet üzerinde büyük bir zemine sahip durumdaki genel bir kavram şeklinde nitelendirilmiştir.

Vural ve Bat (2010) sosyal medyayı, kullanıcıların kendi kişisel profillerini yaratabildikleri, arzu ettikleri kullanıcılarla etkileşimde bulunabildikleri, benzer ilgi alanları konusunda bir araya gelebildikleri kullanıcılarla paylaşımlarını ve etkileşimlerini artırdıkları, iletişimde bulunacakları arkadaş listelerini meydana getirebildikleri internet temelli uygulamalar şeklinde tanımlamıştır. Sayımer (2008), internet teknolojilerindeki gelişim neticesinde ortaya çıkan sosyal etkileşimlerin sosyal medyayı ortaya çıkardığından bahsederek; Web 2.0 olarak da nitelendirilen sosyal medyanın yeni nesil web uygulamalarını kapsadığına değinmiş ve sosyal medyayı; kullanıcılara bilgilerini, düşüncelerini, görüşlerini, ilgilerini paylaşma imkanı tanıyarak karşılıklı bir etkileşimin yaşanmasını sağlayan çevrim içi araçlarla web sayfalarına ilişkin olarak kullanılan bir terim şeklinde ifade etmiştir. Preeti (2009) tarafından sosyal medya, benzer fikirler ile amaçlar etrafında toplanmakta olan bireylerin karşılıklı şekilde fikir paylaşımında buldukları ve başka bireylerle etkileşimde bulunarak web üzerinde topluluklar meydana getirmelerini sağlayan sistem şeklinde belirtilmiştir.

Işık ve Topbaş (2015) açısından sosyal medya, toplumdaki farklı kesimlerden kişilerle kurumların paylaşım gerçekleştirebildikleri ve geribildirimde bulunabildikleri, kullanıcıların her türlü müdahalelerde bulunabildikleri karşılıklı etkileşimle katılıma dayanan sanal bir uygulama aracıdır. Olgun (2015)'a göre dar manasıyla sosyal medya, internetin insanları birbiriyle sanal ortamda buluşturmakta olduğu web temelli hizmetlerden birisi iken; geniş manasıyla sosyal medya, insanların açık veya yarı açık şekilde kendi profillerini yaratmalarına olanak veren ve oluşturdukları profillerin vasıtasıyla diğer insanlarla iletişime geçmelerini sağlamakta olan, profillerinde dosyalar paylaşma imkânı veren, insanların sahip oldukları profillerini gösteren web temelli hizmetlerdir.

Akar (2010) sosyal medyayı, Web 2.0 teknolojisi bağlamında kurulmuş olan, daha derin sosyal etkileşimlerin yaşanması, toplulukların oluşturulması ve işbirliğine dayalı projelerin ortaya çıkarılmasını sağlayan web sayfaları şeklinde betimlemiştir. Tosun (2010) bakımından sosyal medya, Web 2.0 teknolojisinin ve internetin vasıtasıyla insanların kendi içeriklerini üretip paylaşımında bulunmalarına olanak tanıyan ve karşılıklı şekilde başkalarıyla etkileşimde buldukları online uygulamalardır. Gürültü (2016) tarafından sosyal medya, ikinci nesil web araçları ya da yazılımlar şeklinde ifade edilen Web 2.0 teknolojilerinin hizmette bulunmaya başlamasının ardından tek yönlü bir bilgi paylaşımından çift yönlü ve eş zamanlı şekildeki bir bilgi paylaşımına geçilmesine olanak veren bir sistem şeklinde ifade edilmiştir.

Yukarıdaki pek çok tanımdan da görülebileceği üzere, sosyal medyanın özünü Web 2.0 teknolojisi oluşturmaktadır. Aslında Web 2.0 teknolojisi, insanların aktif şekilde katılımda buldukları çevrim içi ortamların ortaya çıkmasını sağlamış olan bir teknolojidir. Nitekim insanların arasında etkileşimler meydana getirilmesi bağlamında ağ yapısı son derece büyük bir öneme ve role sahiptir. Sosyal medyanın sayede insanların internet üzerinde istedikleri bilgilere erişebilmeleri, sahip oldukları bilgilerini başkalarıyla paylaşabilmeleri ve diğer insanlarla etkileşime geçebilmeleri mümkün ve daha kolay duruma gelmiştir (Okur, 2015: 141).

Sosyal medyaya ilişkin olarak yapılmış tanımlarda görüldüğü gibi, teknolojik alanda yaşanan ilerlemeler çerçevesinde, dinamik ve sürekli şekilde değişim gösteren yapısından ötürü sosyal medyanın özelliklerinin izah edilmesinde birbirinden farklı çok sayıda yaklaşımın ve yorumun olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, sosyal

medyaya ilişkin yukarıda yapılmış olan tanımlar göz önünde bulundurulduğunda, herhangi bir internet sayfasının ya da uygulamanın sosyal medya şeklinde değerlendirilebilmesi noktasında; kullanıcıların yayımcıdan bağımsız olması, içeriklerin kullanıcı odaklı olması, zaman ve mekân kısıtları bulunmaksızın kullanıcıların arasında etkileşimde bulunabilmesine olanak vermesi biçiminde çeşitli temel kriterlere sahip olunması gerektiğinden bahsedilmektedir (Gülaslan, 2018: 14; Konuk, 2019: 14).

Yeni medya bağlamında değerlendirilebilen sosyal medyanın, bilgisayar ve internet teknolojileri çerçevesinde ortaya çıkan yeni medya kavramının da sahip olduğu şu üç ana özelliği barındırdığından söz edilebilir (Kırık, 2013: 93):

- i. *Etkileşim*: Sosyal medyanın sahibi olduğu en temel özelliklerden birisidir. Zira sosyal medyadaki etkileşimler sayesinde kaynakla alıcının arasındaki ayrım günden güne ortadan kalkmaktadır.
- ii. *Eş Zamansızlık*: Sosyal medyanın vasıtasıyla zaman sorunu ortadan kalkmaktayken, kullanıcılar paylaşılan herhangi bir içeriğe ya da bir yoruma arzuladıkları zamanda karşılık verebilme fırsatına sahiptir.
- iii. *Kitlesizleştirme*: Sosyal medyanın insanları kitlesel şekilde hareket etmekten çok, bireysel şekilde hareket etmeye yönlendirmekte olduğu görülmektedir. Bu yüzden kullanıcılar, sosyal medyanın sayesinde topluluklar şeklinde iletişim kurabilmektedir ve birbirlerine özel iletiler gönderip bireyler arası bir ilişki oluşturabilmektedir. Bu çerçevede, sosyal medyanın kitlesizleştirici bir niteliği bulunduğu bahsedilebilir.

Kietzmann vd. (2011) tarafından gerçekleştirilen çalışma kapsamında, sosyal medyanın sahip olduğu yapı taşları şöyle ifade edilmiştir:

- i. *Konum*: Sosyal medyayı kullanan bireylerin konumlarına ilişkin bildirimlerde bulunmalarının neticesinde insanlar, çevrelerindeki arkadaşları, diğerlerinin durum güncellemeleriyle konumlarını sosyal ağlarda paylaşmalarını ve hangi kişilerin fiziksel bakımdan yakında olduklarını görmektedir.
- ii. *Paylaşım*: Sosyal medyayı kullanan kişilerin içerikler paylaşmaları, sosyal medyada etkileşim sağlanmasının önemli bir yoludur.

- iii. *İlişkiler*: İlişkiler bloğu, sosyal medyayı kullanan kişilerin başkalarıyla ne derecede ilgili olabileceklerini göstermektedir. İlişki sözcüğüyle iki ya da daha çok sosyal medya kullanıcısının sohbet etmesine, toplumsallık nesnelere paylaşmasına, buluşmasına ya da yalnızca birbirini arkadaş veya hayranı şeklinde listelemesine yol açan çeşitli bağlantı türlerine sahip olduğu manasına gelmektedir.
- iv. *Kimlik*: Sosyal medya kullanıcılarının, kimliklerine ilişkin açıklayıcı bilgileri vermeleri ya da tam tersine bu bilgileri gizlemeleriyle alakalıdır. Kimlik, sosyal medya ağlarını meydana getiren ana işlevlerden biridir. Sosyal medya kullanıcıları kendileri gibi düşünmekte veya düşünmemekte olan başka sosyal medya kullanıcılarıyla bilgi alışverişinde bulunmak amacıyla sohbet etmek üzere sosyal medya platformlarında faaliyet gösterebilmektedir.
- v. *Sohbet*: Sosyal medya kullanıcıları arasında gerçekleşen iletişimdir. Bireyler kendileriyle benzer fikirlere sahip kişilerle tanışabilmek, gerçek aşkı bulabilmek, benlik saygısı yaratabilmek ya da yeni fikirlere veya trend konulara katılmak üzere sosyal medya uygulamalarından faydalanmaktadır.
- vi. *İtibar*: Sosyal medya kullanıcılarının, kendilerinin ve başkalarının durumlarını sosyal medya uygulamalarında tanımlayabilmesine imkân vermektedir.
- vii. *Gruplar*: Sosyal medya kullanıcılarının kendi aralarında topluluklar meydana getirmeleri neticesinde gruplar oluşmaktadır. Gruplar; işlevsel blokları, sosyal medya kullanıcılarının topluluklarını ve bunların alt topluluklarını meydana getirme boyutlarını temsil etmektedir.

Kullanıcılarına önem arz eden çeşitli fırsatları ve içerik paylaşımı imkanını sunan sosyal medyanın ana özellikleri Mayfield (2008: 5) tarafından şöyle belirtilmiştir:

- i. *Katılım*: Sosyal medya, kullanıcılarını cesaretlendirmekte olup, paylaşılan içeriklerle alakalı şekilde bütün sosyal medya kullanıcılarından geribildirim almaktadır.
- ii. *Açıklık*: Sosyal medya uygulamalarında verilmekte olan hizmetlerin çoğunluğu, geribildirimle katılıma açıktır. Sosyal medyanın bu hizmetleri oylama, yorum yapma, bilgi paylaşımı vb. işlemleri teşvik etmektedir.

Lakin içeriklerin kullanılması hususunda ve bu içeriklere erişme konusunda nadiren de olsa birtakım engellerle karşılaşılabilmesi mümkündür.

- iii. *Konuşma*: Geleneksel medya organları tek yönlüdür ve sadece yayına yöneliktir. Sosyal medya platformları ise iki yönlü bir konuşmayı mümkün hale getirmiştir.
- iv. *Topluluk*: Sosyal medya, kullanıcılarının oluşturdukları toplulukların hızlı bir şekilde ortaya çıkmasını ve bu toplulukların kendi aralarında da etkin bir etkileşimde bulunmalarını sağlamaktadır. Bu çerçevede topluluklar; fotoğraf, politika, sinema, televizyon gibi alanlarla alakalı ortak ilgi alanlarının olduğu şeyleri paylaşmaktadır.
- v. *Bağlantılılık*: Sosyal medyadaki pek çok uygulama, bağlantılılığa fırsat tanımaktadır ve diğer web sayfalarıyla, kaynaklarla ve kişilerle bağlantıların kurulmasına imkân vermektedir.

Sosyal medya platformlarının sahibi oldukları özellikler, sosyalliği ön planda tutmakta olup, kitlelerce bireylerin tek bir sosyal medya platformunun üzerinde toplanabilecekleri, tartışmalar gerçekleştirebilecekleri ve yorumlar yapabilecekleri, yeni, kolay ve sosyal aktiflik sergileyebilecekleri bir dünya niteliğinde bulunduğunu göstermektedir. Sosyal medya insanların sosyalleşme, kaçış, bilgilenme, eğlenme, etkileşimde bulunma, zaman geçirme gibi isteklerine bilhassa iletişim özelliğinin sayesinde cevap vermektedir (Hazar, 2011).

2. Sosyal Medyanın Tarihçesi

Sosyal medyanın tarihsel açıdan gelişmesi, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve yaygınlaşması sayesinde olmuştur (Hacıfendioğlu, 2014). Sosyal medyanın özünü teşkil eden internet 1960'lı senelerde ortaya çıkmıştır. 1960'lardan başlayarak internet teknolojisinde yaşanan ilerlemeler hem işletmeler hem de bireyler açısından yeni bir dönemin başlamasına sebebiyet vermiştir. Zira internetin sayesinde sürekli biçimde üretilen bilgiler ve içeriklerin saklanması, depolanması ve paylaşımı mümkün olmuş, ayrıca istenilen bilgilere ulaşılması da oldukça hızlı, kolay ve ucuz hale gelmiştir. Çift yönlü bir iletişimi mümkün kılan internet bu süreç zarfında yeni araçların ortaya çıkmasını sağlarken, bunlardan birisi de günümüzde tüm dünyada çok yaygın duruma gelmiş olan sosyal medyadır (Çarkçı, 2017: 17).

Ward Christensen ve Randy Suess tarafından 1978 senesinde, arkadaşları ile iletişim kurabilmek ve bilgi alışverişi yapabilmek üzere “Bulletin Board Services” (BBS) isimli bir yazılım geliştirilmiş olup, bu yazılım sosyal medyanın ilk örneğini teşkil etmektedir. Bu yazılım sayesinde insanlar sisteme girip online olmaktadır ve diğerleriyle iletişim kurmaktadır. Yanı sıra BBS yazılımı online durumdaki bireylerin birbirleriyle oyun oynayabilmelerini, başka bireylere mesaj gönderebilmelerini, mesaj okuyabilmeyi de sağlamıştır (Kara, 2012: 62).

BBS'nin ardından 1979 senesinde Tom Truscott ve Jim Ellis tarafınca interneti kullanabilen bireylerin birbirlerine mesaj gönderebilmelerine olanak veren “Usenet” bir tartışma platformu olarak kurulmuştur (Kaplan, 2009: 564). 1989 senesinde ise günümüz modern sosyal medyasının temeli olan ve Bruce ve Susan Abelson tarafınca online günlük yazmakta olan bireyleri bir platform üzerinde toplayan “Open Diary Web” sayfası kurulmuştur (Çelik, 2019).

Sosyal medyanın esas gelişmesi 1990 senesinde internet üstünden gerçekleştirilen iletişimin daha da kuvvetlendirilmesi hususunda Tim Berners tarafınca “World Wide Web”in (www) keşfi olmuştur (Eminoğlu, 2016). Sonrasında da sosyal medya platformları geliştirilmeye başlamıştır. 1995 senesinde “Classmates.com”, 1997 senesinde ise “SixDegrees.com”, sosyal medya paylaşım ağı tanımlarına uygun şekilde ilk web sayfası örnekleri kurulmuştur. “Classmates.com” insanların eski sınıf arkadaşlarını bulmaya yönelik olarak, “SixDegrees.com” ise insanların profil oluşturmalarına ve arkadaşlarını listelemelerine olanak vermek üzere kurulmuştur (Özmen vd., 2012).

1990’lı senelerde “ICQ, “IRC”, “Instant Messaging” gibi programlar kullanıcılar arasında mesaj alma ve gönderme ile dosya paylaşılması fonksiyonlarıyla geniş kitlelere yayılmıştır (Chapman, 2009). 1990’larda “www” platformu üstünde kurulan ilk sosyal ağlar; 1994 senesinde kurulmuş olan “Geocities”, 1995 senesinde kurulan “Theglobe.com” ve yine 1995 senesinde kurulan “Tripod.com” şeklindedir. Sosyal ağ niteliklerine sahip şekilde kurulan ilk sosyal medya örnekleri ise “CompuServe”, “America Online”, “Prodigy”, “The WELL”, “ChatNet” biçimindedir (Romm-Livermore ve Setzekorn, 2009: 45).

1990’ların sonuna doğru “forumlar” kurulmaya başlanmış, bu forumlarda sosyal medya kullanıcıları kendi görüş ve düşüncelerini belirtip, bu görüşleriyle

düşüncelerini başkalarına iletebilmeye başlamıştır (Gönenli ve Hürmeriç, 2012: 218). 2000'lerde çok sayıda sosyal medya uygulaması geliştirilmiş olup, böylelikle sosyal medya kullanıcılarının içerik üretimi de giderek artmış ve kolaylaşmıştır (Scoot ve Jacka, 2013: 9-10).

2003 senesi itibarıyla sosyal medya uygulamalarına yönelik ilgi gittikçe artmış, bu doğrultuda sosyal medya bağlamındaki uygulama sayısı hızlıca artmış göstermiştir. Bu çerçevede 2003 yılında "MySpace", "Couchsurfing", "LastFm", "LinkedIn", "Tribe.net", "DeLicio.us", "Plaxo", "HI5", "Second Life" ile "Photobucket"; 2004 yılında "Facebook", "Orkut", "Flickr", "Piczo", "Dogster", "Mixi", "Multiply", "Care2", "Dodgeball", "Catster", "Ning", "Digg", "BiggerPockets", "ASmallWorld" ile "Hyves"; 2005 yılında "YouTube", "Yahoo!360", "Xang", "Cyworld", "Reddit" ile "Bebo"; 2006 yılında "Twitter", "Fabulously40", "Mychurch", "Stylehive" kurulmuştur (Hazar, 2011). Bunların yanında 2007 senesinde "Groupon", 2008 senesinde "Tumblr", 2009 senesinde "Foursquare" kurulurken, 2010 senesinde "Google" ile "Buzz" sosyal medyaya girmiştir. 2011 senesinde Pinterest, 2012 senesinde "Google+", 2013 senesinde "Medium platformu", 2014 senesinde "Atmospeheir", 2015 senesinde "Periscope" kurulmuştur (Eminoğlu, 2016).

Sosyal medyanın kısa zamanda diğer internet uygulamalarına kıyasla insanlarca daha fazla ve daha kolay şekilde benimsenmesi ve cazip görülmesinin nedenlerini açıklayan Woodall ve Colby (2011), bu nedenlerin temelde dört tane olduğunu belirtmiştir. Bu doğrultuda ilk neden, insanların sosyalleşmek üzere her şartta sosyal medyaya katılabilmeleri, diğer insanlarca konuşmaya zorlanmamaları, etkileşimde bulunmayı arzu ettiklerinde sosyal medya uygulamalarına girebilmeleri şeklindedir. İkinci neden, bireylerin sahip oldukları deneyimlerini diğer insanlarla paylaşmayı arzu etmeleri halinde sosyal medyaya katılım göstermeleridir. Üçüncü neden, insanların yaşamış oldukları bir duruma benzer nitelikteki bir durumu yaşayan diğer insanlardan yardım almak üzere sosyal medya uygulamalarına girmektedir. Dördüncü neden, insanların benzer ilgi alanlarına sahip durumdaki diğer insanlarla iletişimde bulunmak ve ortak paylaşımlar gerçekleştirmek üzere sosyal medyaya girmeleridir (Woodall ve Colby, 2011: 23).

3. Sosyal Medyanın Avantajları

İçerisinde yer aldığımız dijital çağda bilgi ve iletişim teknolojileri insanların yaşamları üstünde önemli bir konuma sahip olmuş ve bu bağlamda sosyal medya da insanların gündelik yaşantılarının merkezine yerleşmiştir (Kırık, Arslan, Çetinkaya ve Gül, 2015: 110).

Günümüzün şartlarında sosyal medya, yöneticilerden iş görenlere, internetin öncüsü durumundaki bireylerden reklamcılara, blog yazarlarından dergilere kadar son derece büyük bir topluluğun görüş alışverişi yaptıkları bir alandan meydana gelmektedir. Sosyal medya son derece kolay olarak web sitelerinden istifade ederek bireyler arası söylemler ile iletişime imkân veren bir alandır (Sayımer, 2010: 123).

İnternetin kullanılması Web 2.0 süreci sayesinde kolaylaşırken, ayrıca internet materyalleri ağlara rahatlıkla eklenebilir hale gelmiş, böylelikle içerikler de daha fazla zenginleşmiştir. Sosyal medya, internette sosyal paylaşım uygulamalarına üye olan kişilerin diğerleriyle bilgi paylaşımında bulunmak veya iletişim kurmak amacıyla internette ziyarette buldukları sayfalar ve bu sayfalarla ilintili programları belirtmektedir. Öncelikli olarak O'Reilly tarafınca duyurulmuş olan Web 2.0, sosyal medya kullanıcılarının yönetilmesi ve yönlendirmesiyle içeriklerin meydana getirilmesi, düzenlenmesi, yorumlanması, tartışılması, diğer içerikler ile birleştirilmesi, kişiselleştirilmesi ve paylaşılması, diyalogla iletişimin kurulması, toplulukların oluşturulması ile bu topluluklarda aktif şekilde yer alınmasına fırsat vermektedir. Bu çerçevede sosyal medya uygulamaları, bu süreçleri gerçekleştirme imkânı tanıyan yeni medya anlayışı olarak, kullanıcıları sadece okuyan bir kitle değil hem okuyup hem de yazabilen kitleler haline getirmiş durumdadır (Turgut, 2013).

İnternet temelli teknolojilerin kullanılma seviyesinin günden güne artması, mobil cihazların ve uygulamaların internet temelli teknolojilerin kullanılmasını kolay hale getirmesi vb. sebeplerden ötürü, yeni bir sosyalleşme olanağı tanıyan sosyal medya uygulamalarının önemi gün geçtikçe artış göstermektedir. Sosyal medyanın sahip olduğu çok sayıdaki fonksiyonla beraber sosyal medya kullanıcıları kişisel ve sosyal açıdan tatmin elde edebilmek amacıyla kapsamlı içerikleri meydana getirerek sosyal medya sisteminin gelişmesi hususunda önemli katkılarda bulunmaktadır (Balakrishnan ve Griffiths, 2017: 12).

Sosyal medya insanların duygularını, düşüncelerini, deneyimlerini ve anılarını paylaşımlarının yanında, diğerleriyle etkileşime geçerek sosyalleşmelerini de sağlamaktadır (Özutku vd., 2014: 76-77). Böylelikle sosyal medya kullanıcıları aktif şekilde içerik üretebilme, paylaşımlar gerçekleştirebilme ve başkalarıyla etkileşimde bulunabilme imkanına sahip olmuştur (Kırık ve Domaç, 2014).

Sosyal medyadaki temel mantık, birbirini tanıyan insanların iletişim ve etkileşim içerisinde tutulması veya ortak ilgi alanları bulunan ve birbirine benzeyen insanların bir araya getirilmesi şeklindedir (Vural ve Bat, 2010: 3352). Sosyal medya kullanıcıları tarafınca sosyal medya uygulamalarının kullanımı vasıtasıyla kişisel bilgilerin yazdığı profiller meydana getirilebilmekte, arkadaşlarla meslektaşların profillerine erişilmesi suretiyle onlara mesajlar ve e-postalar iletilebilmekte, paylaşımları beğenilebilmekte ve yorumlar gerçekleştirilebilmektedir (Flavian ve Guinaliu, 2005: 417). Sosyal medya uygulamalarının bilhassa gençler arasında daha yaygın şekilde kullanılmakta olduğu görülmektedir (Balcı ve Baloğlu, 2018: 212).

Sosyal medya, insanların duygularıyla düşüncelerini kolaylıkla paylaşabildikleri, ilgili ya da ilgisiz hemen tüm konularda yorumlar gerçekleştirebildikleri ve başka insanların fikirleriyle tavsiyelerini görebildikleri bir platform biçiminde insan hayatında önemli bir yere sahip olmayı başarmıştır. İnsanlar sosyal çevrelerini genişletme, duygularıyla düşüncelerini belirtme, deneyimlerini başkalarıyla paylaşma, geniş kitlelere erişme noktasında sosyal medya uygulamalarından istifade etmektedir. Bu uygulamaların sayesinde sosyal medya kullanıcılarının işletmelerle yaşadıkları deneyimler, bu deneyimlere ilişkin paylaştıkları düşüncelerle yorumlar diğerleri bakımından da belirleyici bir unsur niteliğindedir (Vardarlıer, 2016: 1).

Sosyal medya sayesinde insanların görüşleriyle düşüncelerine yönelik sınırlandırmalar bertaraf edilirken, herhangi bir yerde gelişen bir vaka zaman içerisinde mekân sınırlandırması olmaksızın anında diğer çevrim içi kullanıcılara erişebilmekte ve etkileşim içine girebilmektedir. İnsanlar birbirleriyle ne kadar fazla etkileşim içinde bulunurlarsa, birbirlerine yönelik arkadaşlık bağları da o kadar güçlü olmaktadır (Domaç, 2014: 66).

Sosyal medyada kullananların oluşturdukları içerikler etkileşimin artmasını sağlarken (Komito ve Bates, 2009: 233), bireylerin kendilerini tanıtmaya yollarına

sahip olmalarına, topluluk seçebilmelerine veya başkalarıyla birlikte yeni bir ortam kurabilmelerine yardımcı bulunmaktadır. Bu özelliğinden ötürü sosyal medya, kullanıcılarının bire bir iletişimin haricinde de sosyalleşebilecekleri bir alan durumundadır (Akter, 2014: 458).

Yukarıda bahsedilenler çerçevesinde sosyal medyanın temel avantajları şu şekilde özetlenebilir (Çalışkan ve Mencik, 2015: 263):

- i. Hızlı, kolay ve ucuz şekilde erişilebilir olması,
- ii. Sınırsız bir iletişim olanağı tanınması,
- iii. Bilgiye erişme ve bilgiyi paylaşma fırsatı vermesi,
- iv. Eğlence gereksinimini gidermesi,
- v. Gereksinimlerin daha ekonomik şekilde karşılanabilmesi,
- vi. Toplumun bütün taraflarının rahatlıkla etkileşimde bulunabilmesi,
- vii. Sosyalleşmeye ilişkin fırsatlar vermesi,
- viii. Haber akışını devamlı biçimde izleyerek gündemi yakından takip etme olanağı vermesi,
- ix. Kültürleri etkileyici ve belirleyici bir özelliğe sahip olması,
- x. Eğitimle alakalı faaliyetlerin bulunması.

4. Sosyal Medya ile Geleneksel Medyanın Farkları

İnsanların gündelik şekilde arkadaşları ve çevreleri ile yüz yüze yaptıkları paylaşımların online platformlarda oluşturdukları bir simülasyona benzemekte olan sosyal medya, yüz yüze iletişimden farklı şekilde insanların aynı anda son derece fazla sayıdaki kişiyle iletişimde bulunmasına imkan vermekte, yanı sıra insanlar bu simule edilmiş durumdaki online platformlarda duygu, durum, düşünce, fotoğraf, video, müzik vb. çeşitli türlerdeki paylaşımlar ile ortaya konulan sosyal bir etkileşim durumuna zemin hazırlaması suretiyle, sosyallik ve sosyalleşme ile ilintili faaliyetleri, gerçeğe oldukça yakın şekilde yeniden kurgulamaktadır (Göker, Demir ve Doğan, 2010: 186).

Sosyal medya işletmelerin mevcut müşterilerine erişebilmelerinde, tüketici portföylerine yenilerini ekleyebilmelerinde, güven temine edebilmelerinde, farkındalığı artırmada ve markalarının sahip olduğu imajın muhafaza edilmesinde önemli araçtır (Mangold ve Faulds, 2009: 361).

Geleneksel medya, yazılı ve görsel yayın organlarından oluşan ve haberlerin bu kanallar vasıtasıyla insanlara ulaştırmasını sağlayan mecraların genel ismidir. Teknolojideki ilerlemelerle birlikte geleneksel medyanın sahip olduğu nitelikler daha sarif şekilde görölmeye başlamıştır. Tek yönlü ve merkezizyetçi bir yapıya sahip olması, içerik bağlamında göndericilerin denetim sahibi olması ve sınırlılıklarının bulunması geleneksel medyanın sahibi olduğu ana özellikler arasındadır (Delal, 2018). Geleneksel medya organları temelde tek yönlü bir iletişimi sağlamakla birlikte, duyurularla reklamların hangi kitlelere ve nasıl ulaştığını, ayrıca yapılan çalışmaların sonuçlarını tam olarak ölçemediği için, sonuçlarının tamamen analiz edilebilmesi de mümkün olmamaktadır (Coşar, 2018).

Geleneksel medya sayfalarıyla sosyal medya sayfalarının arasındaki en önemli farklılık, sosyal medya sayfalarında içeriklerin neredeyse tamamının sosyal medya kullanıcıları tarafından oluşturulması şeklindedir. Geleneksel medyada ise bu durum tam tersi biçimdedir. Zira içeriklerin tamamı geleneksel medya kullanıcılarının denetiminin dışında ve yayımcı tarafından oluşturulmaktadır (Bostancı, 2010: 43). Bununla birlikte, sosyal medyanın geleneksel medyadan ayrılmasını sağlayan temel özellikleri Çetinöz (2015: 151-152) şöyle ifade etmiştir:

- i. Geleneksel medya, işletmelerin kullanıcılar ile tek yönlü bir iletişim içerisinde bulunduğu bir platform iken; sosyal medya ise, işletmelerin sosyal medya kullanıcılarıyla bire bir biçimde iletişim kurdukları bir platformdur. Bu çerçevede, sosyal medyanın denetiminin ve yönlendirilmesinin zor olduğundan bahsedilebilir.
- ii. Sosyal medya; sürdürülebilirlik, ölçülebilirlik, paylaşım açıklık vb. sahip olduğu özellikleri çerçevesinde geleneksel medyadan farklı bir yapıya sahiptir. Yanı sıra algı yönetimi konusu da sosyal medya bağlamında apayrı bir uzmanlık alanı olarak değerlendirilmektedir.
- iii. Geleneksel medya organlarında gerçekleştirilen yayınlar denetimlerden geçirilmektedir. Sosyal medyanın denetimi ise tamamen sosyal medya kullanıcılarının elindedir. Bu bağlamda sosyal medyada denetim süreci bertaraf edilmiş durumdadır.
- iv. Geleneksel medyada bilgilerin aktarılması işletmelerden topluma doğru iken, sosyal medyada bilgilerin aktarılması işletmelerden topluma,

toplumdan topluma, toplumdan işletmelere ilişkin şekilde genişleme göstermektedir.

- v. Geçmişle alakalı bir bilgiye ulaşılması ve daha önce yayınlanmış bir içeriğin üstünde değişiklikler gerçekleştirilmesi, sosyal medya açısından çok daha kolaydır ve anlık bir işlemdir.
- vi. Sosyal medyaya ilişkin ölçümler anlık biçimde yapılabilmektedir ve sosyal medyadaki yayın stratejileri daha kısa bir süre içinde saptanabilmektedir.
- vii. Sosyal medyada yayınlanan içeriklerin en üst seviyedeki etkileşimlerden ötürü diğer sosyal medya kullanıcılarına eriştirilebildiğinden söz edilebilir. Bununla birlikte sosyal medya kullanıcıları, içerikleri takip edebilmelerinin yanında, kendileri de yayıncı haline dönüşebilmektedirler.
- viii. Sosyal medya uygulamalarıyla oldukça düşük maliyetlere katlanarak, küçük ya da geniş kitlelere erişilmesi mümkündür. Yanı sıra sosyal medya platformlarında düşük ya da sıfır maliyetle içerik yayınlamak da mümkündür.
- ix. Geleneksel medya faaliyetleri kapsamında içerik üretimi konusunda uzmanlaşmış yeteneklerle eğitimler gerekli durumdayken, sosyal medyada ise herhangi bir sosyal medya kullanıcısı içerik üretiminde bulunabilmektedir.

5. Popüler Sosyal Medya Araçları

Sosyal medyanın sayesinde, Web 1.0 teknolojisinin yerine artık daha farklı bir yaklaşım olan Web 2.0 teknolojisine geçilmiş, böylece Web 1.0'daki statik ve durağan internet sitelerinin yerini, kullanıcıların artık daha aktif şekilde rol oynadıkları yeni, dinamik ve etkileşimli internet siteleri almıştır. Etkileşimli bu yeni internet sitelerinin aracılığıyla sosyal medya kullanıcıları istedikleri bilgilere daha kolayca ulaşarak, bu bilgileri paylaşabilmektedir. Bu bağlamda artık günümüzde sosyal medya araçları ortaya çıkmış ve yaygınlaşmış durumdadır (Kırık ve Domaç, 2014).

Sosyal medya araçları sahip oldukları çeşitli özelliklerinden ötürü birbirlerinden de ayrılmaktadır. Kullanıcı altyapılı içerik paylaşımını mümkün kılan sosyal medya araçları “bloglar”, “sosyal ağlar”, “medya paylaşım siteleri” vb. farklı özelliklere sahip oluşumlar şeklinde ortaya çıkmıştır. Sosyal ağlar sosyal bir çevre

meydana getiren, büyük grupların birbiriyle iletişimde ve etkileşimde bulunabilmelerinin temin edildiği sanal mecralardır. Sosyal ağlar, kullanıcıların kendine yönelik bir ortamı oluşturup ağda yer alan başkalarıyla bir araya gelme ve dijital şekilde paylaşımı yapılabilecek her türdeki materyali paylaşma imkânı veren online ortamlar şeklinde ifade edilebilir (Kara ve Coşkun, 2012).

Sosyal medya araçları ile ilgili yazında pek çok farklı sınıflandırma olduğu görülmektedir. Ancak bu çalışma kapsamında, çalışmanın amacı ve araştırmanın niteliği doğrultusunda, sosyal medya kullanıcıları tarafından en çok kullanılan sosyal medya araçları niteliğindeki Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram, YouTube, LinkedIn, Pinterest, TikTok ve Telegram hakkında bilgilere yer verilmiştir.

a. Facebook

Harvard Üniversitesi'ndeki bir öğrenci olan Mark Zuckerberg tarafınca 2004 senesinde kurulmuş bir sosyal ağ olan Facebook, öncelikli olarak sadece Harvard Üniversitesi öğrencilerine yönelik tasarlanmış, sonrasında ABD'deki başka üniversitelere de yayılmış, daha sonra 2006 senesinde ise tüm dünyaya açılmıştır (Clement, 2020). Facebook adının kökeni "face paper"a dayanmaktadır. "Face paper", Harvard Üniversitesi'nden siteye üye olmak üzere öğrencilerle personelin doldurduğu formun adıdır (Alper, 2012: 5). Facebook, Türkiye'de ise 2007 yılından itibaren kullanılmaya başlamıştır (Kuşay, 2013). Facebook ilk kurulduğunda, online ortam üzerinde arkadaşlarla sohbet edebilme ve bilgi edinme olanaklarına ilişkin şekilde hizmet vermiştir (Alper, 2012: 5). Sonrasında ise arkadaşlarla iletişimde bulunma, organizasyonlarla etkinlikler gerçekleştirme, fotoğraflarla videolar paylaşma, arkadaş gruplarına katılma, iletişimde bulunulan kullanıcıların Facebook duvarlarında bildirimler yazma vb. işlevler eklenmiştir (Kuşay, 2013).

Dünyadaki en büyük sosyal ağ niteliğindeki Facebook'un 2020 yılında 2,5 milyarın üzerinde global kullanıcısı bulunduğu belirtilmektedir (Clement, 2020). 2020 yılında Türkiye'de ise toplam Facebook kullanıcı sayısının 37 milyon olduğu, kullanıcıların %64'ünün erkek, %36'sının kadın olduğu görülmektedir (Bayrak, 2020).

Facebook, kullanıcılarına sunmakta olduğu farklı ilgi alanlarına yönelik hizmetleri vasıtasıyla başka sosyal medya uygulamalarına kıyasla daha çok insana hitap etmektedir. Facebook kullanıcıları paylaşım yapabilmelerinin yanında birtakım

topluluklar veya sekmeler de meydana getirebilmekte, ilgi alanlarıyla alakalı olan topluluklara veya sayfalarda dahil olabilmekte, oyunlar oynayabilmekte, videolar çekerek canlı yayınlar yapabilmekte veya çekilen videoları, hikayeleri, canlı yayınları izleyebilmektedir (Bostancı, 2019: 41).

b. Twitter

Twitter, kullanıcıların “tweet” isimi verilen ve en fazla 280 karakterden meydana gelen kısa mesajları göndermelerine imkân veren online bir platform ve mikroblogdur. Twitter’a kayıt olan kullanıcılar başkalarının attıkları tweetleri okuyabilmekte, kendileri tweet oluşturup gönderebilmekte, başka kullanıcıları takibe alabilmektedirler. 2020 verilerine göre Twitter’ın aktif global kullanıcı sayısı 330 milyonun üzerindedir (Clement, 2020). 2020 yılında Türkiye’deki aktif Twitter kullanıcı sayısı 11,8 milyon olup, Facebook’ta olduğu gibi Twitter’da da kullanıcıların çoğunluğu erkektir (Bayrak, 2020). Türkiye’deki popülerliği gün geçtikçe artan Twitter günümüzde artık devlet kurumları, siyasal partiler, işletmeler tarafından da ciddi oranda kullanılmaktadır (Karadayı, 2019).

Twitter, bu uygulamayı kullanmakta olanlara “Şu anda ne oluyor?” sorusunu sormaktadır ve Twitter kullanıcılarının hayatlarındaki mevcut durumlarla gelişmeleri aktarmalarını teşvik etmektedir (Alper, 2012: 57). 2006 yılında kurulduktan sonra 2017 yılına değin Twitter’da bir “tweet” 140 karakter ile sınırlı tutulurken, 2017’den itibaren ise bir “tweet”teki kullanılabilir en yüksek karakter sayısı 140’tan 280’e çıkarılmıştır. Böylelikle Twitter kullanıcılarına mesajlarını daha rahat şekilde hazırlayıp paylaşma olanağı tanınmıştır (Bostancı, 2019: 47).

Twitter uygulamasını başka sosyal medya araçlarından ayırmakta olan en başat özellik; Twitter kullanıcılarının arasında sosyal iletişim odaklı olmasından çok, kullanıcıların arasında düşüncelerle bilgilerin paylaşılması temeline dayanıyor olmasıdır (Çap, 2017). Akıllı telefonların ve tabletlerin kullanımının artması doğrultusunda Twitter’a erişilebilirlik günden güne artış göstermiş, böylelikle anlık bilginin paylaşılması mümkün duruma gelmiştir (Ünlü, 2018).

Sosyal medya kullanıcılarının Twitter gibi mikroblogları kullanmak üzere tercih etmelerinde şu nedenlerin etkili olduğundan bahsedilebilir (Holotescu ve Grosseck, 2010: 2):

- i. Twitter bireysel açıdan öğrenme ağının oluşmasını sağlar.

- ii. Twitter eğitim ve öğretim süreci bağlamında başarılı şekilde kullanılabilen bir uygulamadır.
- iii. Twitter bireylerin online şekilde fikirleriyle düşüncelerini paylaşımları ve farklı fikirler üzerinde tartışabilmeleri olanağını vermektedir.
- iv. Twitter beklenmedik zamanda farklı ve anlık toplulukların ortaya çıkmasını sağlamaktadır.
- v. Twitter süreç odaklı bir öğrenmeyi teşvik etmesi suretiyle, paylaşım odaklı sanal bir ortamın oluşmasını sağlamaktadır.
- vi. Twitter çok farklı düşüncelerin bir arada yer alabilmesine olanak vermektedir.
- vii. Twitter öğrencilerin düşüncelerinin dikkate alınmasına fırsat tanımaktadır.
- viii. Twitter üst düzeyde bilgi edinilmesi hususunda yararlı bir araç niteliğindedir.
- ix. Twitter konferanslar ve toplantılarla desteklerin ve paylaşımların artırılması bağlamında kullanılabilen bir araçtır.
- x. Twitter bilgilerin bir araya gelmesiyle daha doğru neticelere ulaşılmasını sağlamaktadır.
- xi. Twitter yabancı dillerin öğrenilmesi noktasında pratik yapılması olanağını tanımaktadır.

c. WhatsApp

2010 senesinde Jan Joum ve Brian Acton tarafından Kaliforniya’da kurulmuş olan WhatsApp, anlık mesaj yazma işlevinin yanı sıra görüntülü ve sesli konuşma, fotoğraf, video ve dosya transferi fonksiyonlarına da sahiptir. Kısa bir zamanda dünya genelinde popülerliği giderek artan WhatsApp 2014 yılında 19 milyar ABD doları karşılığında Facebook tarafından satın alınmıştır (Seufert, Hobfeld, Schwind, Burger, ve Tran-Gia, 2016). Anlık mesajların iletilmesi hususunda internet sayesinde mobil cihazların arasında platformlar arası anlık bir mesajlaşma hizmeti sunan WhatsApp, 2020 yılında 2 milyar kullanıcı sayısına ulaşmıştır ve böylece dünyada en çok tercih edilen anlık mobil mesajlaşma uygulaması olmuştur (Clement, 2019).

Türkiye’de 43 milyonun üzerinde aktif WhatsApp kullanıcısı bulunmaktadır. İlk kurulduğu zaman hedefi sadece internetten ücretsiz anlık şekilde mesajlaşmak olan WhatsApp, zamanla fotoğraf, video, ses kaydı, konum bilgisi, dosya paylaşımına imkân vermiştir. WhatsApp uygulamasını başka sosyal medya

araçlarından ayırmakta olan özellik, kullanıcının telefon rehberinde kayıtlı diğer kullanıcılarla iletişime açık olmasıdır (Ünlü, 2018).

d. Instagram

Instagram sözcüğü, İngilizce dilinde “anlık” manasına gelen “instant” sözcüğü ve “telgraf” manasına gelen “telegram” sözcüğünün birleşmesiyle oluşturulmuştur (Yeniçikti, 2013). 2010 senesinde Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından ilk olarak iOS (iPhone ve iPad) cihazlar için geliştirilmiş olan Instagram, günümüzde tüm mobil cihazlar ve bilgisayarlarda kullanılabilen bir sosyal medya uygulamasıdır (Koçoğlu, 2018). Instagram, Facebook’un kurucusu olan Mark Zuckerberg tarafından 2012 senesinde 1 milyar ABD doları karşılığında satın alınmıştır (Stern, 2012).

Instagram kullanıcıları herkese açık şekilde ya da onaylamış oldukları takipçilerin görebilecekleri biçimde ücretsiz olarak fotoğraflar ve videolar paylaşabilmekte, fotoğraflar ve videolar düzenleyebilmekte, kaliteli filtreler ve diğer her gün yenilenen özellikleri sayesinde ilgi çeken ve kullanıcı sayısı günden güne artan bir içerik paylaşım uygulamasıdır. 2020 yılında Instagram’ın aktif global kullanıcı sayısı 1,3 milyarı geçmiştir (Clement, 2020). Türkiye’de 2020 senesinde aktif Instagram kullanıcı sayısı 46 milyonu geçmiş olup, uygulamayı kullanan erkek sayısı kadın sayısından daha fazladır (Bayrak, 2020).

Instagram uygulamasının sahip olduğu en önemli özelliklerden birisi, insanların fotoğraflarını veya videolarını Instagram platformunda paylaşırken, isterlerse aynı anda başka sosyal medya uygulamalarındaki hesaplarında da paylaşabiliyor olmalarıdır. Instagram’ın “hashtag” (etiket) özelliği vasıtasıyla Instagram kullanıcıları, kendilerini takip etmekte olan kimselere ilave şekilde üretmiş oldukları içerikleri, aynı etiketi kullanmakta olan başka kullanıcılarla da paylaşma imkanına sahiptirler (Koçoğlu, 2018). Ayrıca Instagram’da kullanıcılar paylaşımında buldukları fotoğraflarla videoların üzerinde renk değiştirme vb. müdahalelerde bulunabilmektedir (Düşünceli, 2016).

e. YouTube

İnsanların internete video yükleyebilmelerine ve ücretsiz şekilde internette video izleyebilmelerine imkân veren bir platform niteliğindeki YouTube (Alper, 2012: 107), üç eski PayPal çalışanı olan Steve Chen, Chad Hurley ve Jawed Karim

tarafından 2005 senesinde kurulmuştur (Bostancı, 2019: 37). Oldukça kısa bir zamanda dünya çapında yaygınlaşan YouTube, 2006 senesinin sonunda Google tarafından satın alınmıştır (Bostancı, 2019: 38). Google tarafından satın alınmasının ardından giderek büyüyen YouTube zamanla hem video paylaşım hem de bir televizyon sistemini içerisinde bulunduran bir sosyal medya aracı durumuna gelmiştir (Dikmen, 2018).

2 milyarın üzerinde aktif global kullanıcı sayısı bulunan YouTube, Facebook'un ardından dünyada en çok kullanıcısı bulunan ikinci sosyal medya platformudur (Clement, 2020). Türkiye'de ise YouTube, 50 milyonluk kullanıcı sayısı ile Türkiye'de en fazla kullanıcısı olan sosyal medya uygulamasıdır (Kemp, 2020).

YouTube'un temel kullanım amaçları şöyle izah edilebilir (Alper, 2012: 115):

- i. Kullanıcılar kendi yayınlarını açabilmektedir.
- ii. YouTube kullanıcıları kendi aralarında iletişimde bulunabilmektedir.
- iii. YouTube'da kullanıcılar tarafından videolar yüklenebilmekte ve bu videolar dünyanın her yerinde herkes tarafından izlenebilmektedir.
- iv. YouTube insanların izledikleri videolara, dinledikleri müziklere bakıp, ortak ilgi alanları bulunan kişilerle yeni arkadaşlıkların kurulmasına olanak tanımaktadır.
- v. İnsanlar akademik ve eğitim yaşamlarına ilişkin birçok ihtiyacını YouTube üzerindeki videolar aracılığıyla karşılayabilmektedir.
- vi. YouTube'da yüklenmiş olan içeriklere ilişkin gerçekleştirilen yorumların aracılığıyla videoların hakkında eleştiriler yapılabilir ve düşünceler karşılıklı şekilde aktarılabilir.
- vii. İnsanlar eğlenirken zamanlarını YouTube'da geçirebilmektedir.
- viii. İnsanlar kendi zevklerine uygun şekilde videoları bularak izleyebilmektedirler.

YouTube gerek içerik oluşturulması gerekse de uygulamadaki bütün içeriklere rahatlıkla erişilebilmesi fırsatlarını vermektedir. Çok fonksiyonlu dijital bileşenlerle akıllı mobil cihazların geliştirilmesiyle beraber insanlar televizyonlar, kişisel bilgisayarlar, tabletler, akıllı telefonlar sayesinde YouTube platformuna bağlanıp

etkileşimde bulunma olanağına sahip olmaktadır (Balakrishnan ve Griffiths, 2017: 1).

f. LinkedIn

2002 yılında Reid Hoffman ve arkadaşları tarafından kurularak 2003 senesi ortasında faaliyete giren LinkedIn, dünya genelindeki profesyonelleri birbirlerine bağlama amacındaki bir sosyal medya platformudur (Atalar, 2019). İnsanlar LinkedIn üzerinde eğitim bilgilerini, geçmiş iş deneyimlerini, bilgileriyle becerilerini paylaşabilmektedir. Bu doğrultuda LinkedIn platformunun insanlara oldukça geniş bir iş çevresi ile ilişki kurma imkânı verdiğiinden söz edilebilir (Uluç ve Yarcı, 2017).

Dünyadaki en geniş iş ağı şeklinde görülen LinkedIn, insanların çalıştıkları yerdeki ilişkilerinin kişiyi başarıya eriştiren en temel öge olduğu düşüncesini benimsemiştir ve işletmelerin istihdam sağlamaları ile aradıkları potansiyel çalışanları bulmaları konusunda yardımcı bulunmaktadır (Acar, Gürsoy ve Ünal, 2014).

Dünya genelinde aktif global LinkedIn kullanıcı sayısı 2020 senesinde 630 milyon kişiyken, Türkiye’de ise 2020 senesinde LinkedIn kullanıcı sayısı yaklaşık 10 milyon kişi civarındadır ve erkek kullanıcı sayısı çoğunluktadır (Bayrak, 2020).

g. Pinterest

“Pano” isimli bir sistem vasıtasıyla çalışmakta olan Pinterest, pek çok kategoride videolarla fotoğrafların paylaşılabilen bir sosyal medya platformudur. 2009 senesinde Ben Silbermann, Evan Sharp ve Paul Sciarra tarafından kurulmuş ve 2010 senesinde faaliyete girmiştir. Kısa zamanda oldukça popüler bir uygulama haline gelen Pinterest, kullanıcılarına kendi içeriklerini sisteme yükleme ve başka Pinterest kullanıcılarının sisteme yüklemiş oldukları içerikleri görüp paylaşma biçiminde fonksiyonlara sahiptir. “Pinlemek” diğer kullanıcıların paylaşmış oldukları içerikleri kişinin kendi Pinterest sayfasında paylaşmasını sağlayan seçeneğin adıdır. Pinlenen içerikler “pano” bölümünde kaydedilmektedir. Pinterest kullanıcıları kendi panolarını ilgi alanları doğrultusunda bölümlere ayırabilmektedir ve pinlemiş oldukları içerikleri de bu kategoriler içerisinde uygun bölümlerde paylaşabilmektedir (Koçoğlu, 2018).

h. TikTok

Çin menşeli olup, Çin’de “Douyin” şeklinde isimlendirilmiş olan TikTok, video üretme ve paylaşma işlevlerinin yanı sıra canlı yayın imkanı da sunan bir sosyal medya uygulamasıdır. 2016 senesinde kurulmuş olan TikTok, kısa zamanda tüm dünya genelinde yayılmıştır. Kullanıcılarına dans, müzik, komedi gibi çeşitli kategoriler çerçevesinde videolar oluşturma olanağı tanıyan TikTok’ta videolarda 15 saniye gibi süre sınırları bulunmaktadır. Günümüzde 150’den fazla ülkede yaygın şekilde kullanılan TikTok’un aktif global kullanıcı sayısı 1 milyarın üzerindedir (Sönmez, 2020: 183).

i. Telegram

Rus programcı Pavel Durov tarafınca 2013 senesinde kurulmuş olan Telegram, ücretsiz şekilde kullanılabilen bir anlık mesajlaşma uygulamasıdır. Telegram mobil cihazlarda kullanılabilmesinin yanı sıra bilgisayarlarda da kullanılabilmektedir (Yılmaz, 2020: 230).

6. Dünyada ve Türkiye’de Sosyal Medya Kullanımı

Devamlı şekilde değişip gelişen sosyal medya, bireylerle toplumların davranışlarını etkilemesinin yanı sıra, kullanıcılara kurdukları iletişimlerde kolaylıklar sağlaması suretiyle hızlı bir geribildirim imkanını da sunmaktadır (Vural ve Bat, 2010).

“We Are Social” platformu tarafından her yıl bir önceki yıla ilişkin sosyal medya istatistikleri ilan edilmektedir. “We Are Social” tarafından hazırlanmış olan 2020 raporuna göre internet, sosyal medya ve mobil kullanıcı sayısı dünya genelinde 4,54 milyar kişi olup, toplam dünya nüfusunun %59’unu teşkil etmektedir. Dünya genelindeki toplam sosyal medya kullanıcı sayısı ise 3,80 milyar kişi olup, bu rakam dünya nüfusunun %49’una denk gelmektedir. Ayrıca dünyada toplam 5,19 milyar mobil kullanıcı bulunmaktadır ve bu rakam dünya nüfusunun %67’sidir (Bayrak, 2020).

“We Are Social”ın 2021 yılında raporunda Türkiye’deki 16-64 yaş arası internet kullanıcılarının günlük ortalama 8 saatten çok internette zaman geçirdiği belirtilmiştir. Rapora göre Türkiye nüfusunun %77,7’si internette zaman geçirmektedir, 60 milyonu da her gün internete girmektedir. Dünya genelinde

internet kullanıcısı sayısı bir yılda %7,3 artmaktayken, bu oran Türkiye’de %6’dır. Türkiye’de toplam sosyal medya kullanıcı sayısı 60 milyonu geçmiş olup, kullanıcıların %94,5’i sosyal medya platformlarına mobil cihazları aracılığıyla giriş yapmaktadır (We Are Social, 2021).

2021 yılında Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından gerçekleştirilmiş olan “Hanelerde Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması” sonuçlarına göre; 16-74 yaş grubunda fertlerin internet kullanma oranı %82,6’dır. Erkek internet kullanıcısı oranı %87,7 iken, kadınların internet kullanıcı oranı %77,5’tir.

7. Sosyal Medyanın Birey ve Toplum Üzerindeki Etkileri

Kullanıcıların kişilikleri, kullanım zamanıyla miktarı, konu ve başka pek çok unsur doğrultusunda sosyal medyanın bireyler ve toplumlar üzerinde farklı birtakım etkileri bulunduğu bahsedilebilir. Bu etkiler zaman zaman sosyal iletişimle etkileşimi güçlendirmekteyken, bazen ise zayıflatmaktadır. Sosyal medyanın güçlendirici etkilerinin başında, etkileşim hususunda kolay ve ucuz bir yol sunuyor olması, etkileşimle ilgili olarak kullanıcıları zaman ve mekân açısından sınırlamıyor olması sayılabilmektedir. Yanı sıra kişilerin aileleriyle ya da arkadaşlarıyla yüz yüze iletişimlerini negatif şekilde etkilediğinden de söz edilmektedir (Heres ve Thomas, 2001: 177).

Sosyal medyanın pozitif yönlü etkilerinden söz edildiğinde, sosyal medya platformlarının kullanıcılara olumlu birtakım özellikler kazandırdığından bahsedilebilir. Nitekim sosyal medya kullanıcılarına bir sosyalleşme ortamı sunmaktadır ve yalnızca tanıdıkları kimselerle değil, diğer kullanıcılarla da iletişimde bulunabilecekleri bir mecra oluşturmakta, eğitim ve öğretim kapsamında insanlara geliştirilmiş öğrenme fırsatları vermekte, kullanıcıların hayal güçleriyle yaratıcılıklarını geliştirebilecekleri yeni içerikleri üretebilmelerini sağlamakta, sağlığa ilişkin bütün yeni gelişmeleri takip edip yaşamlarını daha kaliteli ve sağlıklı hale getirmeleri hususunda yardımcı olmakta, takım oyunları oynayabilmelerini ve gruplar kurmalarını sağlamakta, farklı görüşlere sahip kimseleri bir araya getirip sosyal medya kullanıcılarının görüş zenginliğine sahip olmalarını sağlamaktadır (Sağbaş, Ballı ve Şen, 2016). Bunlarla birlikte Castells (2005) sosyal medya kullanımının insanlara bireysel anlamda yaptığı temel katkıları şu şekilde belirtmiştir:

- i. İletişim kurulamayan arkadaşlar ile iletişimde bulunabilmeyi ve yeni kişilerle tanışıp arkadaşlıklar kurulmasını sağlamaktadır.
- ii. Arzu edilen zamanda ve mekânda iletişimde bulunabilme imkânı vermektedir.
- iii. İnsanların kendi bakış açıları çerçevesinde fikir paylaşımında bulunabilmelerine, uygun toplulukları meydana getirmelerine ve kendilerini ifade edebilmelerine fırsat vermektedir.
- iv. İnsanların kendilerini diğerlerinden izole ettikleri durumlarda pasif, mutsuz, kötümser hissetmeleri durumunu azaltıp, bu doğrultuda kendilerini daha iyi hissetmelerini sağlamaktadır.
- v. Bireyler kendi alanlarında kendileri bakımından yararlı olabilecek bilgilere ilişkin olarak doğru yöntemlerle çalışabilmektedirler.
- vi. İnsanlara bilgilerin esas olduğu yere erişebilme olanağını vermektedir.

Yukarıda bahsedilmiş olan sosyal medyanın pozitif etkileri bağlamında, sosyal medyanın bağımlılık sağlanmaksızın kullanılması halinde kişiye yarar sağlayabileceğinden söz edilebilir. Bu çerçevede sosyal medya; yalnızlık, içe kapanma, değersizlik durumlarından insanları kurtarmayı sağlar. Bireyler normal koşullarda yüz yüze dile getiremedikleri duygularını sosyal medyada fotoğraflar, videolar veya yazılarla kolayca ifade edebilmektedirler (Çakmak, 2018).

Sosyal medyanın insanlar tarafından yaygın biçimde kullanımı, globalleşme sürecinin gelişmesine de olumlu yönde bir katkıda bulunmaktadır. Sosyal medya platformlarını yalnızca fertler değil, kamu kurumlarıyla özel sektör kuruluşları da artık aktif şekilde kullanmaktadır. Bu tip kurumsal hesaplar üzerinden güncel gelişmelere, yeniliklere ve son dakika haberlerine yer verilmektedir. Bu yüzden fertlerin siyasetçilere, sanatçılara, kamu kurumlarına ve özel sektör kuruluşlarına erişimleri sosyal medya vasıtasıyla son derece kolaylaşmıştır (Ünlü, 2018: 163). Böylelikle dünya genelinde iktisadi, politik, sosyal ve kültürel bağlamda oldukça ciddi değişimler yaşanırken, kültürler arası etkileşimlerin neticesinde toplumlar da birbirlerine giderek daha fazla benzemeye başlamaktadır (Uluç ve Yarcı, 2017: 92).

Sosyal medyanın “dil” üzerinde de önemli etkileri bulunmaktadır. Sosyal medyanın eski jenerasyonların aşına olmadıkları ve belki de olamayacakları kendisine özgü bir dili ve alfabesi bulunmaktadır. Bu sosyal medya dili, duygu durumlarının farklı ifadeler ve sembollerle aktarılmasını sağlarken, eski

jenerasyonlara oldukça ilginç gelmektedir. Yanı sıra bütün insanların tutumlarını, kanaatlerini, değerlerini, düşüncelerini ve eğilimlerini derinden etkilemekte olan bir güce sahip durumdadır. Sosyal medyanın ortaya çıkması ve teknolojideki gelişmelerle iletişim biçimleri de hızlıca bir değişim gösterirken, insanların yalnızlık duyguları da özünde oldukça azalmıştır. Bireyler tanıdıklarına, sevdiklerine ve arkadaşlarına kolayca erişerek onlarla iletişimde bulunabilmektedirler. Tanıdıklarıyla iletişimde bulunmalarının yanında yeni bireylerle tanışıp iletişim kurmaları noktasında yardımcı olmaktadır (Akbaba, 2019).

Sosyal medya ile internetin kullanılma oranının artmasıyla ilintili pozitif neticeler incelendiğinde, insanların normal şartlarda gündelik yaşamlarında belki de kuramayacakları ilişkileri kurabilmeleri olumlu bir etki olarak değerlendirilebilir. Örnek olarak, bir kişinin yurt dışına giderek yabancı bir ülkedeki bireylerle tanışma olanağı yok iken, bunu sosyal medyanın vasıtasıyla kolayca sağlayabilmekte ve yabancı insanlarla tanışıp iletişim kurabilmektedir. İnternet erişiminin gün geçtikçe daha da kolaylaşmasıyla birlikte, bilhassa gençler merak ettikleri konular hakkında hızlıca araştırmalar yaparak aradıkları bilgileri edinme olanağına sahip olmaktadırlar. Böylelikle gençler daha bilgili, her şeyden haberdar olabilen, geleceklerini kurabilen, kültürel düzeyini artırmış bireyler haline gelmektedir. İnternet ve sosyal medya ayrıca hobileri, yetenekleri ve farklı alışkanlıkları geliştirip, benzer faaliyetlerde bulunan benzer kullanıcılara ulaşip sohbet etme fırsatını vermektedir. Bununla birlikte, farklı ülkelerdeki yaşlılarıyla iletişime geçmelerini sağlayıp, yabancı dillerinin gelişmesinde de katkıda bulunmaktadır (Yıldırım, 2014).

Sosyal medya uygulamalarının yukarıda bahsi geçen bireyler ve toplumlara yönelik pozitif etkilerinin yanı sıra, negatif birtakım etkilerinin bulunduğu da bahsedilebilir. Bu negatif etkiler; sosyal etkileşimlerin zamanla nefret söylemlerine dönüşmesi, insanların gördükleri negatif kişiler ve kurumlardan etkilenip çevrelerine güvenlerinin azalması, kullanıcıların birbirine siber zorbalık davranışında bulunması, kolay erişilebilir olmasından ötürü kullanıcıların diğer kullanıcıların profillerini sürekli şekilde ziyaret edip kıskançlık duymaları ve kendilerini başkalarıyla sürekli şekilde kıyaslama eğilimine girmeleri, bazı kullanıcıların diğerlerine zarar vermek amacıyla diğerlerini siber takip altına almaları, şiddet ve nefret içerikli paylaşımlara maruz kalınması, sahte kimlikler/hesaplar meydana getirerek propaganda yapılabilmesi, siber saldırılar düzenlenebilmesi, gelişmeleri kaçırma

korkusu (Fear of Missing Out – FOMO) rahatsızlığına yakalanma şeklinde ifade edilebilir (Sağbaşı, Ballı ve Şen, 2016; Yüksel, 2019). Benzer biçimde Çakmak (2018) sosyal medyanın insanları sosyalleştirmekten çok yalnızlaştırdığına, başkalarıyla iletişimde bulunmalarını sağlamaktan ziyade başkalarınca takip edilme duygusunu arzuladıklarına, aileleri ve sevdikleriyle verimli zamanlar geçirme hususunda fakirleştiklerine değinmiştir.

Sosyal medya uygulamalarının yoğun biçimde bireylerce kullanımı, insanların psikolojik durumlarının sürekli biçimde değişmesine yol açabilmekte ve sürekli değişim gösteren duygu durumlarından ötürü insanlar kendilerini daha sık şekilde huzursuz hissedebilmektedir. Bilhassa sürekli olarak sosyal medya uygulamalarını kullanan kişiler, sosyal medya uygulamaları vasıtasıyla kısa süreli bir rahatlama yaşadıklarını düşünseler bile, bu durum bir zaman sonrasında yerini huzursuzluk haline bırakabilir. Yanı sıra sosyal medya uygulamaları vasıtasıyla sanal ortamdan edinilen bilgilerle belgeler her daim doğruluk içermemektedir ve bu bağlamda sosyal medya kullanıcıları yanlış bilgi sahibi oldukları gibi ayrıca yanlış da yönlendirilebilmektedirler (Konuk, 2019).

Bireyler tarafından sosyal medyanın kullanım yoğunluğu arttığı müddetçe, sosyal medya kullanıcılarında fiziksel birtakım sorunlar ortaya çıkabilmekte, sürekli şekilde bilgisayarın ve/veya akıllı telefonun başında oturmak kişinin iskelet sisteminde hasarlara ve duruş bozukluklarına sebebiyet verebilmektedir. Devamlı şekilde ekrana bakmak ışığa karşı aşırı bir hassasiyete ve çeşitli görme bozukluklarına yol açabilmektedir. Yanı sır aşırı sosyal medya kullanımı uyku güçlüklerine de neden olabilmektedir (Yüksel, 2019).

B. Sosyal Medya Bağımlılığı

Bu bölümde bağımlılık kavramı, davranışsal bağımlılık, internet ve teknoloji bağımlılığı ile sosyal medya bağımlılığı konularında detaylı bilgiler verilmiştir.

1. Bağımlılık Kavramı

Bağımlılığa ilişkin olarak yazında pek çok tanımlama yapılmış olmakla birlikte, bu konuda yapılmış olan ilk tanımlamanın madde bağımlılığına ilişkin olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda 1964 senesinde Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından, alışkanlıklardan kaynaklı bağımlılıkla medya bağımlılığı aynı çatı altında

tanımlanmış ve tüm bağımlılıkların insanlara psikolojik ve fizyolojik boyutta olabileceği ifade edilmiştir (Akvardar vd., 2012). Bağımlılık bir kimsenin alkol, sigara, esrar, kokain vb. kimyasal ve narkotik bileşenleri içermekte olan nesnelere ya da maddelere bağımlı duruma gelmesidir. Geçmişte yalnızca psikoaktif maddelerden kaynaklanan bir durum şeklinde değerlendirilen bağımlılığa, son dönemlerde sıradan alışkanlıklarla faaliyetlerin de yol açabileceği belirtilmektedir (Andreassen, Pallesen ve Griffiths, 2017).

İngilizce dilinde “addiction” ve “dependence” terimleri ile ifade edilen bağımlılık, fiziksel açıdan bir nesneye olan bağımlılığı tabir etmek üzere kullanılmaktadır (Holden, 2001: 980). Başka bir ifadeyle bağımlılık, bir davranışa ya da nesneye gereğinden çok düşkünlük şeklinde betimlenebilir (Şahin ve Yağcı, 2017). Şenkoyuncu (2009) ise bağımlılık kavramını, bir kimsenin bağımlı durumda olduğu nesneden uzaklaşmaması, nesneye erişmemesi halinde arama davranışında bulunması şeklinde tanımlamıştır.

Bağımlılığa ilişkin tanımlarda genelde yabancı maddenin vücuda alınması konusu ön plana çıkmaktadır. Bu bağlamda bağımlılık, bir nesneye, bireye ya da varlığa duyulan kaçınılmaz istek ya da başka bir kimsenin hakimiyeti altına girme durumu biçiminde ifade edilebilir (Benjamin ve Chidi, 2014). Bağımlılık konusunun psikolojik ve fizyolojik boyutlarda ayrı şekilde değerlendirilebileceğinden söz edilebilir. Fizyolojik bağımlılık, bir kimsenin madde kullanmayı devam ettirme gereksinimi, maddeyi kullanmaktan yoksun kalma halinde yaşanan mahrum olma durumundan kurtulmak üzere tekrarlayıcı biçimde madde kullanma gereksinimi ve madde alıp kişinin kendini sakinleştirme gereksinimi şeklinde izah edilebilir. Alışkanlıktan kaynaklı gelişim gösteren psikolojik bağımlılıkta ise bireyin madde almasına ilişkin düzenli ve sürekli bir istek içinde olması söz konusu olmaktadır (Şeker, 2021).

Bağımlılık, elde etme ve bu neticede haz alma davranışlarıyla ilgili bir beyin hastalığı şeklinde nitelendirilebilir. Bağımlılığı meydana getiren nesnelere ilişkin ilk temas genellikle kaygıyı giderme ve haz alma maksadıyla gerçekleşmektedir. Bireylerin eriştiği nesnelere neticesinde bu duygulara sahip olması, beynin ödül sistemiyle alakalı uyarıcı etkilerinden kaynaklanır. Lakin bu nesnelere, maddelerin kendi nitelikleriyle bireyin yatkınlığı doğrultusunda değişim gösterebilen kısa bir zamanda bireyde maddeye yönelik şiddetli bir arzu oluşturmaya başlamaktadır

(Uzby, 2009). Bir kimsenin biyolojik, psikolojik ve ruhsal yaşamsal alanlarını negatif şekilde etkilemekte olan bağımlılık ayrıca zararlı etkilerine karşın psikoaktif kimyasallar vb. uyarıcıların kompulsif biçimde alımı ve kullanımı şeklinde ifade edilebilir (Das-Friebel vd., 2019).

Bağımlılık, bir maddenin maksadının dışında, o maddeye yönelik gelişim gösteren toleransın sonucu olarak, gittikçe artış gösteren miktarda alınarak kullanılması, kişinin yaşamında problemlere yol açmasına rağmen yine de kullanımın sürdürülmesi ve madde alımının azaltılması veya bırakılması halinde mahrumiyet durumunun yaşanmasıyla oluşan bir tablodur. Bağımlılığa neden olan maddelerin ortak özelliklerinin arasında madde kullanımının pekiştirici bir tesirinin olması bulunmaktadır (Uğurlu, Balcı-Şengül ve Şengül, 2012: 38). Bireylerin gündelik hayatlarında mevcut düzenleri üzerinde etkide bulunabilecek boyutlara erişen belli bir aracın, çeşitli zamanlarda farkında olmadan, normal olarak kabul edilmekte olan düzeyden daha çok kullanımı doğrultusunda ortaya çıkan durum, bağımlılık şeklinde isimlendirilmektedir (Düvenci, 2012).

Bağımlılık; bir kimsenin kendi arzularıyla isteklerini kontrolü altına alamamasından dolayı bir nesneye, olguya ya da bireye duyduğu bağımlılık hissidir. Bireyi fiziksel veya psikolojik açıdan negatif şekilde etkilese dahi verdiği haz doğrultusunda karşı konulamaz duruma gelmektedir. Bağımlılık hali bir anda ortaya çıkmamaktadır, bir sürecin neticesinde gerçekleşmektedir (Ermiş, 2017). Bağımlılık, yapma isteğiyle bu istek sonucu yaşanan doyum oranında ortaya çıkar. Birey bağımlılık sahibi olduğu şeyi gerçekleştirdiğinde rahatlama, gerçekleştirmediğinde ise huzursuzluk, yoksunluk ve boşluk yaşar. Bağımlılık, daha önceden denenip belirli bir doyum elde edilmesine sebebiyet veren, gelecek zaman diliminde yeni doyumlara neden olabileceği beklentisini meydana getiren düşünceler ya da eylemlerden kaynaklanabilir (Hazar, 2011). Bağımlılığın temel karakteristik özellikleri arasında zayıf öz düzenleme yeteneği, olumsuz geribildirim alınmasına karşın bağımlılık davranışının devam ettirilmesi ve genelde kontrol dışı şekilde bağımlılık davranışında bulunulması yer almaktadır (Kahramanlar, 2021).

Bağımlılık, gündelik rutin hayatında temel ihtiyaçlarını, duyuşsal ve bilişsel açıdan aksaklık oluşturacak boyutta, hastalık derecesinde bir aracın/nesnenin kullanılması haliyle alakalı bir tutumdur (Düvenci, 2012: 87). Bağımlılık, herhangi bir nesneye/maddeye fiziksel olarak bağlanmadır (Holden, 2001). Bağımlılık

genellikle çay, kahve, çikolata vb. besinler veya uyuşturucu madde, alkol, sigara vb. kimyasal maddelerle ilgili olarak değerlendirilmektedir. Ancak günümüz koşullarında bağımlılığın bilgisayar, akıllı telefon, internet, online oyunlar, sosyal medya gibi teknolojik cihazlarla uygulamaları da içerisine aldığından söz edilebilir (Şahin, 2017: 121). DSM-5 çerçevesinde bağımlılık, bir kimsenin uyuşturucu madde ve/veya alkol kullanmayı devamlı şekilde tekrarlaması olarak izah edilmektedir. DSM-5'e göre bağımlılıkla kastedilen, bir kimsenin gerek uyuşturucu maddenin gerekse alkolün pek çok zararını bilmesine karşın, kişinin alkol ve/veya uyuşturucu madde kullanmaya karşı koyamaması neticesinde yaşadığı aşırı isteğe engel olamaması durumudur (APA, 2013).

Bağımlılık temel olarak madde bağımlılığı ile davranışsal bağımlılık şeklinde iki türe ayrılmaktadır. Madde bağımlılığı kapsamındaki maddeler; alkol, esrar, halüsinojenler, soluma maddeleri (boya incelticiler, tutkal vb.), narkotik ağrı kesiciler (kodein, oksikodon vb.), sakinleştiriciler (hipnotikler, anksiyolitikler), tütün biçiminde belirtilmektedir (APA, 2013). Bununla birlikte davranışsal bağımlılığın kendi içinde iki türe ayrıldığından bahsedilebilir. Adli sonucu olan davranışsal bağımlılıklar kleptomani, piromani, kumar bağımlılığı, cinsel bağımlılık, satın alma bağımlılığı, internet oyunları ve internet bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı şeklindeyken; bariz bir adli sonucu olmayan davranışsal bağımlılıklar ise aşırı egzersiz yapma, aşırı yeme, aşırı bronzlaşma, diğer fiziksel zorlamalar (saç çekme, cilt çekme vb.) biçimindedir (Ascher ve Levounis, 2015).

Madde bağımlılığı ile davranışsal bağımlılıklar her ne kadar birbirlerinden farklı özelliklere sahip olabilse de birtakım ortak klinik özellikleri de bulunmaktadır. Bu ortak klinik özellikler şöyledir (Grant ve Potenza, 2005):

- i. Olumsuz neticelerine karşın aynı davranışı sergileme ve yineleme zorunluluğu,
- ii. Sorunlu davranışların üzerindeki birey kontrolünün azalması,
- iii. Problemliliğin öncesinde iştah açıcı bir dürtüyle özlem duygusu,
- iv. Problemliliğin sergilenmesi esnasındaki hedonik kalite.

2. Davranışsal Bağımlılık

Davranışsal bağımlılık şeklinde isimlendirilen bağımlılık türü, herhangi bir maddeye gereksinim olmaksızın yaşanan internet, oyun, televizyon ve makine-insan

etkileşiminin neticesinde ortaya çıkan davranış temelli bağımlılıklardan meydana gelmektedir (Şeker, 2021). Davranışsal bağımlılıklar, aynı alkol ve uyuşturucu madde bağımlılıklarında olduğu gibi, bağımlılığın temel bileşenleri niteliğindeki fiziksel ve psikolojik bağımlılığın belirtilerine sahiptir. Geçmiş dönemlerde bağımlılık yalnızca uyuşturucu madde ya da alkol kullanılması şeklinde belirtilirken, günümüz koşullarında uyuşturucu madde ve alkolün yanı sıra kumar, oyunlar, internet, teknoloji, sosyal medya gibi unsurları da kapsar niteliktedir. Bu yüzden patolojik kumar oynama, cinsel bağımlılık, genel teknoloji bağımlılığı, video oyun bağımlılığı vb. bağımlılıkların, madde bağımlılığı ölçütleri çerçevesinde uyarlanarak kabul edildiği görülmektedir (Das-Friebel vd., 2019).

Herhangi bir fiziksel maddenin kullanılmasına dayanmayan, takıntı ve tekrarlama içermekte olan bağımlılık türü, davranışsal bağımlılık şeklinde ifade edilmektedir. Özünde teknoloji, internet, televizyon, akıllı telefon, sosyal medya, oyun bağımlılıkları davranışsal bağımlılığın temel bileşenleridir (Aktaş ve Yılmaz, 2017). Bir başka ifadeyle davranışsal bağımlılık, bir kimseye ya da diğer insanlara zararlı bir davranışta bulunma dürtüsüne, güdülenmesine, hükmüne direnememe şeklinde betimlenmektedir (Grant, Potenza, Weinstein ve Gorelick, 2010).

Davranışsal bağımlılık, negatif duygu durumlarından kurtulmak maksadıyla kontrol edilemeyen durumlar şeklinde nitelendirilmektedir. Davranışsal bağımlılığın neticesinde kişinin kendinde ya da çevresinde önemli negatif tesirler görülebilmektedir. Kişinin yönetmek üzere gayret sarf ettiği davranışları bazen sonuçsuz kalmaktadır. Bu bağlamda davranış bağımlılığı noktasında dürtülerle güdülerde artış yaşanma durumu söz konusu olmaktadır (Goodman, 1990). Davranışsal bağımlılıkta, tıpkı fiziksel (madde) bağımlılığında olan belirtilere rastlanabilmektedir. İnsanlarda zihinsel meşguliyet, ani duygu durum farklılaşması, tolerans, yoksunluk, bireysel ilişkilerde iletişim sorunları yaşama davranışsal bağımlılığın temel belirtileri arasındadır (Arısoy, 2009).

Davranışsal bağımlılık türündeki bağımlılık durumlarının tamamında temel yapısal özellik, tekrarlayan davranış kalıplarıdır. Bu yinelenen tutumlar devamlılığa sahip olup, neticesinde sosyal yaşantıya da önemli tesirleri olmaktadır. Davranışsal bağımlılığa ilişkin bozukluk durumlarının sahip olduğu bu özellik, madde kullanımına ilişkin bozukluklarla benzerliğe sahiptir. Madde bağımlısı olan kimselerde maddeyi tekrarlayan şekilde kullanma arzusu ve kullanıma karşı direniş

konusunda zayıflık ortaya çıkmaktadır (Grant, Potenza, Weinstein ve Gorelick, 2010).

Davranışsal bağımlılık konusunda çalışmalarda bulunan Griffiths ve Davies (2005: 137) tarafından davranışsal bağımlılığın 6 temel belirtisi olduğu ifade edilmiştir. Bu belirtiler sosyal medya bağımlılığı temelinde şu şekilde izah edilebilir:

- i. *Dikkat Çekme (Belirginlik)*: Sosyal ağların insanların yaşantılarındaki en önemli faaliyet durumuna gelip insanların davranışlarına, duygularına ve düşüncelerine egemen olmasının neticesinde bu belirti ortaya çıkmaktadır. İnsanların online olmadıkları zaman, tekrardan online olmakla devamlı şekilde zihinlerini meşgul etmeleri ve bu durumu düşünmekten kendilerini alıkoyamamaları, bu belirtiyeye örnek teşkil etmektedir.
- ii. *Duygu Durum Değişiklikleri*: İnsanlar duygu durum değişikliklerinden bir başa çıkma tekniği şeklinde istifade etmektedirler. Bu durumda duygu durum değişikliği, insanların sosyal ağları kullanmaları halinde ortaya çıkan kişisel deneyimleri şeklinde belirtilebilir. İnsanlar aynı faaliyetin neticesinde uyarıcı nitelikteki bir yükselme duygusu ya da tam karşıtı biçiminde sakinleştirici bir düşme, uyuşma veya kaçış duygusu yaşayabilmektedir.
- iii. *Tolerans*: İnsanların sosyal medya uygulamalarını kullanma sürelerinin günden güne artmasıyla ilintilidir. İnsanlar daha önceden tecrübe etmiş oldukları olumlu duygu durumlarını yeniden yaşamak maksadıyla bu süre artışını gerçekleştirebilmektedirler.
- iv. *Çekilme Belirtileri*: İnsanların hasta olma, tatilde olma vb. durumların neticesinde sosyal medya uygulamalarında online olamadıkları haller ve zamanlarda ortaya çıkan, kişide rahatsızlık uyandırmakta olan duyguların ya da titreme vb. davranışsal belirtilerin yaşanmasıdır.
- v. *Çatışma*: İnsanların sosyal medya platformlarında aşırı ve kontrolsüz şekilde geçirdikleri zamandan ötürü çevrelerindeki başka insanlarla, yapmaları gerekli olan başka faaliyetlerle ya da doğrudan kendileriyle çatışma yaşamalarıyla alakalıdır.
- vi. *Relaps*: İnsanların geçmiş dönemlerde yaşamış oldukları sosyal medya kullanma örüntülerine devamlı ve tekrarlayıcı şekilde geri dönme gayretleriyle ilintilidir. İnsanlar kontrolü sağlama konusunda bir adımda

bulduklarında ve kısmi olarak başarı elde ettiklerinde, sonrasında tekrardan eskiden olduğu gibi aşırı ve kontrolsüz kullanma döngüsü içine girebilmektedir. Bu durum, “relaps” şeklinde adlandırılmaktadır.

Davranışsal bağımlılık, “araçsal bağımlılık” ve “eylemsel bağımlılık” şeklinde incelenebilir. Araçsal bağımlılığın içerikten bağımsız olduğu ve bu doğrultuda bireyin sosyal medya uygulamalarını beklentisiz şekilde kullandığı söylenebilir. Birey bir şeye bağlı kalmaksızın her gün düzenli biçimde sosyal medya platformlarına giriş yapmaktadır. Gündelik yaşamında kurduğu ilişkileri yine aynı insanlarla sosyal medyanın vasıtasıyla da kurma yoluna gitmektedir. Bu durum bireyin kullanmakta olduğu uygulamalara karşı bağımlılığını gösterir. Eylemsel bağımlılık ise araçsal bağımlılığın aksine, mesaj içeriği ile ilgilidir ve mesajın ifadelendirilmesi ile ilintilidir. Rastgele bir iş hususunda buluşmak üzere kullanılabilir (Hazar, 2011: 163).

Aşağıda yer verilen internet bağımlılığı, teknoloji bağımlılığı ve sosyal medya bağımlılığı, davranışsal bağımlılık çerçevesinde incelenmektedir (Beyler, 2019: 37). Çalışmanın konusu sosyal medya bağımlılığı ile ilgili olduğundan, sonraki bölümde önce internet ve teknoloji bağımlılığına, ardından sosyal medya bağımlılığı konusuna değinilecektir.

3. İnternet ve Teknoloji Bağımlılığı

20. yüzyıldaki en önemli teknolojik gelişmelerden birisi olan internet, bir ortamdan diğer bir ortama sesleri, görüntüleri ve yazıları aktaran bir sistem niteliğinde olması ve başka medya araçlarına kıyasla yapısal ve biçimsel değişmelere neden olması, ayrıca önem arz eden sosyokültürel ve iktisadi etkilerinden ötürü günümüz koşullarında bireyler ve kurumlarca etkili biçimde kullanılmaktadır (Saymer, 2008: 42). İnternet kullanımı noktasında yaşanan hızlı artış, birtakım kişiler açısından problemlili kullanım, hatta bağımlılık durumunun ortaya çıkmasına sebebiyet vermiştir. Nitekim çeşitli insanlar internet kullanımını yalnızca gereksinim duydukları eylemleri gerçekleştirmek ile sınırlamaktayken, bazı diğerleri ise internet kullanımlarını sınırlayamamaktadır. Bu doğrultuda internete bağımlı duruma gelmiş olan kişiler internetin kontrolsüz şekilde kullanımının negatif etkilerini bilmelerine karşın, internet kullanımını artarak devam ettirme eğilimindedirler (Büyükgöze, Dereli ve Yıldız, 2017).

İnternet bağımlılığı ilk defa 1995 yılında Dr. Ivan Goldberg tarafınca sorunlu internet kullanımının tanımlanması maksadıyla kullanılmıştır. Goldberg internet bağımlılığına ilişkin kriterleri, DSM-4 ölçütlerini temel almak suretiyle, madde bağımlılığındaki kriterlerden yola çıkarak oluşturmuştur. Goldberg'ın yaptığı internet bağımlılığı tanımlaması sonrasında konuya daha fazla dikkat çekilirken, böylelikle internet bağımlılığı da yazında kendisine yer bulmuş ve incelenmeye başlanmıştır (Ögel, 2012: 56). İnternet bağımlılığı, bir kimse tarafından internetin oldukça fazla şekilde kullanımı ve bu kullanımın durdurulamaması, internete girilmeksizin geçirilen zamanın önemsiz şekilde değerlendirilmesi, internetsiz kalınmış olan zamanlarda oransız agresiflik, sinirlilik ve saldırganlık durumlarıyla kişinin gündelik yaşamının problemlili hale gelmesi şeklinde ifade edilebilir (Young, 1996).

Şahin ve Korkmaz (2011) internet bağımlılığını, insanların ölçüsüz biçimde interneti kullanması ve bu doğrultuda mesleki, sosyal ve kişisel alanlarda sorunlar yaşaması durumu olarak tanımlamıştır. İnternet bağımlılığını da kapsamakta olan teknoloji bağımlılığı ise; internetin ve diğer teknolojik cihazlarla uygulamaların kullanımının zaman ve fonksiyonellik bağlamında değerlendirilmesi suretiyle yapılmaktadır. Bireyin interneti ve teknolojik cihazlarla uygulamaları aşırı şekilde kullanması, bu kullanım isteğini sona erdirememesi, aşırı kullanma süresinden ötürü gündelik görevleriyle sorumluluklarını icra edememesi, teknolojiyi fazla kullanmaktan ötürü sosyal ilişkilerinde güçlüklerle karşılaşması, negatif birtakım duygulardan ve yaşamın stresinden bir kaçış şeklinde teknolojiyi değerlendirmesi, teknolojik cihazlarla uygulamaları kullanmadığı ya da uzak kaldığı zamanlarda oldukça gergin, agresif ve stresli olması, teknolojik cihazlarla uygulamaları kullanma süresine ilişkin çelişkili ve aslında doğru olmayan ifadelerde bulunması teknoloji bağımlılığı şeklinde nitelendirilmektedir (Ektiricioğlu, Arslantaş ve Yüksel, 2020).

İnternetin ve teknolojinin kontrolsüz ve aşırı şekilde kullanılması insanların yaşantılarında çeşitli problemlere yol açmaktadır. Gerçekleştirilen araştırmalara göre kontrolsüz şekilde internetin ve teknolojinin kullanılması; rutin ve gerçekleştirilmesi gerekli olan işlere yeterli vakti ayıramama, aile, okul, iş, arkadaşlık ya da özel yaşamda sorunlar yaşama gibi problemlere sebebiyet vermektedir. Bu problemlerden ötürü insanlar bu problemlerin üzerini örtmek maksadıyla yalan söyleme davranışını dahi geliştirme yoluna gidebilmektedir. Ayrıca bu tarz kişilerin birtakım psikolojik problemleri de yaşadıkları belirtilmektedir (Young, 1996: 239).

Günden güne internete ulaşma imkanlarının ve akıllı telefonlarla tablet sahipliğinin artış göstermesi, sürekli olarak yeni teknolojilerin gelişim göstermesi ve teknolojik uygulamaların önemli oranda iyileştirilmesi, sosyal medyanın kullanım ortaya çıkmasını ve kullanım oranının sürekli şekilde artmasını sağlamıştır. Ancak kısa zaman içinde sosyal medya kullanımının artması global bir problem durumuna gelerek, sosyal medya bağımlılığını gündeme getirmiştir (Ahmed vd., 2021; Young, 2009).

4. Sosyal Medya Bağımlılığının Tanımı

Sosyal medya özünde yakın dönemde ortaya çıkmış olmasına karşın, insanlarca son derece kısa bir süre zarfında kabullenilmiş durumdadır. Bu durumun nedeni temelde teknolojinin oldukça hızlı şekilde gelişim göstermesi, sürekli olarak yeni gelişmelerin ortaya çıkması ve bilgi toplumuna giriş yapılması şeklindedir. Yanı sıra sosyal medyanın kısa zamanda yaygınlaşmasında internetin kullanımı ve yaygın hale gelmesi, akıllı cihazların piyasaya sunulması gibi olgular da oldukça etkili olmuştur. Bahsi geçen bu gelişmeler doğrultusunda gerek bireylerin gerekse toplumların yaşam biçimleri genel olarak bir dönüşüme uğramaya başlamıştır. Ancak bu dönüşüm sürecinde hem bireysel hem de toplumsal anlamda birtakım problemler de ortaya çıkma eğilimi göstermiştir. Gündelik yaşantıda bireylerin sosyal ihtiyaçlarını karşılamaları doğal bir süreç şeklinde kabul edilmekte olduğu gibi; sosyal medya uygulamaları vasıtasıyla başlayarak ilerlemekte olan arkadaşlıklar, ilişkiler ve bağılıkların zamanla yüz yüze iletişimin yerine geçmesi, dolayısıyla insanların sosyal medya uygulamalarına bağımlı olmaları duruma kaçınılmaz olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca en başta oldukça doğal olduğu düşünülen sosyal medya merakı, ilerleyen zamanda getirmiş olduğu negatif neticelerle birlikte kendisini artık farklı biçimde göstererek, insanlara fayda sağlıyormuş gibi göstermesine rağmen, onlara zarar verebilmekte ve bağımlılık meydana getirebilmektedir (Christakis ve Fowler, 2012).

İnternet günümüzde pek çok konuda ve alanda önemli bir olgu olmakla beraber gündemin takip edilmesi, sosyal ilişkilerin kurulması, eğitim, bilgi öğrenilmesi vb. konularda da aktif şekilde kullanılmasından ötürü internetin en fazla sosyal medya bağlamında kullanılmakta olduğundan bahsedilebilir. Sosyal medya insanların herhangi bir konuda fikir edinebilmelerini ve bilgi sahibi olmalarını sağlamakta,

ayrıca öğrenilen bilgilerin başkalarıyla paylaşılabilmesine de imkân vermektedir. Bununla birlikte eğlence aracı niteliğinden alışveriş fırsatlarına değin pek çok özelliği de içerisinde barındırmaktadır (Baz, 2018: 278). Sosyal medyanın insanlara bu kadar çok özelliği sunması sosyal medyanın cazibesini artırmakta, sosyal medyaya ilişkin merakın artması ve yaşanan her bir yeni gelişmenin insanlarca görülmek istenmesi doğrultusunda sosyal medyanın yoğun şekilde kullanıldığı görülmektedir. Bu bağlamda sosyal medya bağımlılığı da kaçınılmaz hale gelmektedir (Deniz ve Gürültü, 2018: 358). Bu doğrultuda sosyal medyanın aşırı ve problemlili şekilde kullanılması, insanların psikososyal işlevleriyle refahlarına negatif şekilde etki etmektedir (Bilgin ve Tas, 2018).

Sosyal medya bağımlılığı konusunda yazında birtakım tanımlamalar yapılmış olduğu görülmektedir. Caplan (2005) sosyal medya bağımlılığını, bir kimsenin hayatını negatif yönde etkilemekte olan çok boyutlu bir sendrom şeklinde tanımlamıştır. Sosyal medyanın internetin bir parçası olmasından ötürü Caplan (2005), sosyal medya bağımlılığının da internet bağımlılığından ayrı olarak düşünülmemeyeceğini belirtmiştir. Caplan (2005)'a göre internet kullanıcısının interneti yalnızca sosyal medya amacıyla kullanması halinde sosyal medya bağımlılığının internet bağımlılığından farklılaşacağını ifade etmiştir. Tutgun-Ünal (2015) tarafından sosyal medya bağımlılığı, bir kimsenin davranışsal, zihinsel, duygusal süreçleriyle beraber gelişim gösteren, kişinin hayatında akademik alan, özel alan, sosyal alan vb. günlük yaşamın pek çok alanında duygu durum düzenleme, meşgul olma, yineleme, çatışma vb. problemlere sebebiyet veren ve sonuç olarak kişinin yaşantısını negatif yönde etkileyen psikolojik bir rahatsızlık şeklinde betimlenmiştir.

Aydın (2016) davranışsal bağımlılığın bir türü niteliğindeki sosyal medya bağımlılığını; bir kimsenin herhangi bir sosyal medya aracını aşırı olacak biçimde kullanması ve kullanım süresine ilişkin kontrolünü yitirmesi olarak belirtmiştir. Andreassen ve Pallesen (2014) açısından sosyal medya bağımlılığı, sosyal medya uygulamalarına karşı önemli oranda düşkün olmak, bu uygulamalarda devamlı şekilde online olma arzusuna sahip olmak, sosyal medya uygulamalarına bağlanma konusunda kendisini kontrol edememek ve bu durumun gündelik yaşantıyla ilişkin aktiviteleri negatif yönde etkilemesidir.

Ahmed vd. (2021)'ne göre sosyal medya bağımlılığı; başka bağımlılık türlerindeki gibi kişinin özel hayatını, sosyal hayatını ve iş hayatını etkilemek suretiyle bilişsel, duyuşsal ve davranışsal süreçlerinde birtakım problemlerin ortaya çıkmasına neden olan, sosyal medyanın kontrol edilemez kullanımudur. Ahmed vd. (2021) alışveriş bağımlılığı, alkol bağımlılığı gibi başka bağımlılık türlerinde olduğu gibi sosyal medya bağımlılığının da yazında ruhsal bir problem şeklinde incelendiğine değinmiştir. Rıhtım ve Deniz (2020: 350) tarafından sosyal medya bağımlılığı, insanların sosyal medya araçlarını kontrolsüz ve aşırı şekilde kullanmaları ve bu kullanımın insanların gündelik yaşantılarında çeşitli sorunlara sebep olması şeklinde tanımlanmıştır. Buna göre insanların sosyal medya uygulamalarına ilgilerinin oldukça yüksek olması ve sosyal medya uygulamalarında oldukça fazla zaman geçirmeleri sosyal medya bağımlılığı şeklinde tabir edilmektedir.

Kuss ve Griffiths (2012) sosyal medya bağımlılığının internetle ilintili bir eylemsel bağımlılık türü olduğundan bahsederek, sosyal medya bağımlılığının insanlara getirebileceği fiziksel ve ruhsal olumsuzlukların yanı sıra insanların kullanım süreleri ve sosyal medya uygulamalarında maruz kalmış oldukları içeriklerin de önemli risk faktörleri arasında yer aldığından söz etmiştir. Kuss ve Griffiths (2012)'e göre, bilhassa sosyal medya uygulamalarının duygusal kaçış bağlamında kullanımı, sosyal medya uygulamalarında harcanan zamandan ötürü insanların gündelik işlevselliklerinin zarara uğraması ve kişinin sosyal medya kullanma davranışını çevresinden saklama girişiminde bulunması, sosyal medya bağımlılığının tespit edilmesi hususunda önemli göstergelerdendir. Aktan (2018: 406) açısından sosyal medya bağımlılığı, sosyal medya araçlarının çok fazla kullanılmasından dolayı kişinin gündelik yaşantısının zarar görmesi, engellenmesi ve çeşitlilik işlevlerinin bozulması şeklinde ifade edilmiştir.

Sosyal medya bağımlılığına ilişkin yapılan ilk tanımlamalarda “dikkat çekme”, “kontrol kaybı” ve “yoksunluk” ölçütlerine genel olarak yer verilirken, daha sonrasında Andreassen vd. tarafından “duygudurum değişikliği”, “tolerans”, “yoksunluk belirtileri”, “çatışma”, “nüksetme” ile “davranışsal, bilişsel ve duygusal meşguliyet” ölçütlerinin de dahil edilmiş olduğu görülmektedir (Cheng vd., 2021).

5. Sosyal Medya Bağımlılığının Belirtileri ve Nedenleri

İnsanların internet erişimlerinin giderek kolay hale gelmesinden dolayı, insanların günün herhangi bir anında ve rahatça internete bağlı olabilmelerini olanaklı kılmaktadır. Artış gösteren internet ve sosyal medya kullanma süreleriyle kullanma sıklığından ötürü insanlarda gün geçtikçe artan seviyede yayılan bir bağımlılık durumu yaşanmaktadır. Bu artış ve yayılma hızının ana nedenleri içinde en önemli olanı, teknolojinin olanaklı kılmış olduğu fırsatlarla kolayca erişilebilir olmasıdır. Özünde sosyal medya bağımlılığı, pek çok araştırma kapsamında internet bağımlılığının bir alt boyutu şeklinde değerlendirilmiştir. Bu bağımlılığın ortaya çıkmasındaki en önemli ölçüt, insanların sosyal medyayı kullanmalarını yaşantılarında birincil öncelik durumuna getirmiş olmaları ve doyum sağlayabilmek üzere sosyal medya uygulamalarını daha çok kullanmaya gereksinim duymalarıdır (Cabral, 2011: 12).

Sosyal medya araçlarının yoğun biçimde kullanılmasının bir alışkanlık haline gelmesi, kolayca erişilebilir olması, bireysel psikolojik ve duygusal gereksinimlerin giderilebilmesi sosyal medyanın insanlarca kullanılmasını gerekli duruma getirmektedir ve bu durumda sosyal medya bağımlılığı ortaya çıkmaktadır (Babacan, 2016: 18). Yanı sıra Turel ve Serenko (2012) sosyal medya bağımlılığının nasıl ortaya çıktığını izah etmek üzere üç boyuta sahip bir model ortaya koymuştur:

- i. *Bilişsel-Davranışsal Boyut*: Bu boyut, anormal sosyal ağların uyumsuz bilişlerden kaynaklanmakta olduğunu ve birtakım çevresel unsurlarla kuvvetlendirildiğini ve neticesinde zorlayıcı ve/veya bağımlılık oluşturan sosyal ağlara sebebiyet verdiğini savunmaktadır.
- ii. *Sosyal Beceri Boyutu*: Bu boyut, anormal sosyal ağların, bireylerin kendilerini gösterme yeteneklerinden yoksun olmaları ve sanal nitelikteki bir iletişimi yüz yüze etkileşimlere tercih etmelerinden ötürü ortaya çıktığını ve bu doğrultuda sosyal ağların zorunlu ve/veya bağımlılık oluşturan bir kullanımına neden olduğunu ifade etmektedir.
- iii. *Sosyo-Bilişsel Boyut*: İnternet öz yeterliliği ve yetersiz internet öz düzenlemesiyle beraber pozitif neticeler beklentisinden dolayı anormal sosyal ağların meydana geldiğine vurgu yapmaktadır. Bu bağlamda zorlayıcı ve/veya bağımlılık oluşturan sosyal ağ davranışı ortaya çıkmaktadır.

Çiftçi (2018: 419) insanlarda birtakım ölçütlerin görülmesinin sosyal medya bağımlılığını düşündürdüğünden bahsetmiş ve bu kriterleri şöyle ifade etmiştir:

- i. Sosyal medya kullanımının gündelik aktiviteleri sınırlandırması,
- ii. Sosyal medya kullanımından ötürü insanlarla karşılıklı iletişimde yaşanan kesintiler,
- iii. Sosyal medya hesaplarının kontrol edilmediği zamanda huzursuzlukla kaygı durumunun ortaya çıkması,
- iv. Akademik başarıda düşme,
- v. Gerçek dünya ile sanal ortamı ayırt edememe,
- vi. Dikkat dağınıklığı ve algıda bozukluk,
- vii. Önceden var olmayan panik atak, agresiflik, sinirli olma, gergin olma hallerinin ortaya çıkması.

Sosyal medya uygulamalarına bağımlılık davranışsal bir bağımlılık olduğundan dolayı, madde ve alkol bağımlılıklarıyla benzer semptomları göstermektedir. Bu semptomlar şöyledir (Kuss ve Griffiths, 2011):

- i. *Belirginlik*: Sosyal medyaya katılmanın duygu durumlarında belirgin değişimlere sebebiyet vermesi,
- ii. *Ruh Hali Değişikliği*: Sosyal medya uygulamalarının kullanılmasıyla davranışsal, bilişsel ve duygusal meşguliyet,
- iii. *Tolerans*: Zamanla sosyal medya uygulamalarının kullanılma oranının gittikçe artış göstermesi,
- iv. *Yoksunluk Belirtileri*: Sosyal medya kullanımının kısıtlanması halinde ya da durdurulması durumunda hoş olmayan fiziksel ve duygusal semptomların yaşanması,
- v. *Çatışma*: Sosyal medyanın kullanılmasından dolayı kişilerarası ve intrapsişik birtakım problemlerin yaşanmaya başlaması,
- vi. *Tekrarlamak*: Sosyal medya bağımlısı olan kişinin yoksunluk dönemini yaşamasının ardından, aşırı sosyal medya kullanımı ile beraber bağımlılık durumuna geri dönmesi.

Sosyal medyanın bireylerce yoğun şekilde kullanılmasına ve bunun sonucu olarak bir bağımlılığa dönüşmesine yol açan temel unsurlar şu şekilde ifade edilmektedir (Tarhan ve Nurmedov, 2014: 74):

- i. Sosyal medyanın 7/24 saat kullanıma açık olması ve bu nedenle kişinin sürekli şekilde sosyal medya uygulamalarına girme isteğinde bulunabilmesi,
- ii. Bireyin bulunduğu yerden ayrılmasına gerek kalmaksızın kullanabiliyor olmasından ötürü sosyal medyanın kullanıcılar açısından oldukça cazip duruma gelmesi,
- iii. Sosyal medya uygulamalarının herhangi bir ücret ödemeksizin veya oldukça düşük ücretler karşılığında kullanılabilir olması,
- iv. Her kesimden bireylerin ilgi alanları doğrultusunda içerikler bulabiliyor olması ve sosyal medyanın her an kendisini yenileyebilen bir özellikte olması,
- v. Kişinin kendisini güvende hissedip arzu ettiği sosyal medya uygulamalarında özgürce dolaşabilmesi,
- vi. Sunulan içeriklerle oluşturulan uygulamaların oldukça ilgi çekici olması,
- vii. Sosyal medyanın bireylere kendi benliklerinden kaçış olanağı vermesi ve bireylerin kendilerini sosyal medyada daha rahat ve iyi şekilde ifade edebilmeleri.

6. Sosyal Medya Bağımlılığını Açıklayan Kuramsal Yaklaşımlar

Sosyal medya bağımlılığını açıklamaya çalışan çeşitli teorilerin yazında var olduğu görülmektedir. Bunlar arasında en önde gelenleri “dinamik psikoloji teorisi”, “sosyal kontrol teorisi”, “davranışsal teori”, “biyomedikal teori” ve “bilişsel teoriler” şeklindedir (Azizi, Soroush ve Khatony, 2019; Sadock ve Sadock, 2011):

- i. *Dinamik Psikoloji Teorisi*: Bu teoriye göre sosyal medya bağımlılığın temeli çocukluk, kişilik özellikleri ve psikososyal statüdeki psikolojik şoklar ya da duygusal eksiklikler doğrultusunda şekillenme eğilimindedir.
- ii. *Sosyal Kontrol Teorisi*: Bu teoriye göre sosyal medya bağımlılığı yaş, cinsiyet, ekonomik düzey, etnik köken bakımından farklılık göstermekte olduğundan, sosyal medya bağımlılığının toplumdaki çeşitli gruplarda başka gruplara kıyasla daha yüksek olması muhtemeldir.
- iii. *Davranışsal Açıklama Teorisi*: Bu teori, bir kimsenin gerçek hayattan uzaklaşma ve eğlenme amacıyla sosyal medya uygulamalarını kullandığını belirtmektedir.

- iv. *Biyomedikal Açıklama Teorisi*: Bu teori, birtakım kromozomların ya da hormonların varlığı ya da beyinsel faaliyetleri düzenlemekte olan çeşitli kimyasalların eksikliğinin sosyal medya bağımlılığında etkili rol oynadığını vurgulamaktadır.
- v. *Bilişsel Açıklama Teorisi*: Bu teoriye göre, sosyal medya bağımlılığı bilişsel hatalara bağlı şekilde meydana gelmektedir ve gerek iç gerek dış çevreden kaynaklanmakta olan problemlerden kaçmak üzere bireyler sosyal medya uygulamalarını kullanmaya yönelmektedir.

7. Sosyal Medya Bağımlılığının Etkileri

Sosyal medya bağımlılığına sahip insanlarda başka bağımlılık türlerindeki gibi birtakım fiziksel ve zihinsel negatif durumlar ortaya çıkmaktadır (Griffiths, 1996). Sosyal medya bağımlılığı bireylerin kişilerarası iletişim becerileriyle sosyalleşme eğilimlerine negatif şekilde etki etmektedir (Kolhar, Kazi ve Alameen, 2021; Savcı ve Aysan, 2017).

İnsanların sosyal medya uygulamalarını çok fazla kullanmaları doğrultusunda, benlik saygısıyla yaşam doyumunda düşüş ortaya çıkmaktadır (Karaçor, 2018). Ayrıca sosyal medya bağımlısı kişiler gündelik yaşantılarının önemli bölümünü sanal ortam üzerinde geçirmektedir. Bu nedenle kişinin gerçek sosyal ortamında kullandığı özellikler zayıflamakta ve kişinin gerçek sosyal ortamının gerektirdiği becerilerle eğilimler çarpıtılmaktadır. Bu bağlamda, sanal ortamların gerçek sosyalleşmenin deformasyonuna sebebiyet verdiğinden söz edilebilir (Ögel, 2014).

Yazındaki çeşitli araştırmalarda sosyal medya uygulamalarının oldukça fazla şekilde kullanılmasının olumsuz duygu durum, aile ile arkadaşlık ilişkilerinde bozulma ve yoğunlaşma sorunları gibi negatif neticelere yol açtığından bahsedilmektedir (Ostavar vd., 2016). Bununla birlikte, iletişim becerileriyle sosyalleşme eğilimi sosyal bağlılığa pozitif yönde katkı sağlayan unsurlar şeklinde kabul ediliyor olsa da, sosyal medya bağımlılığına sahip kişilerin sosyalleşmeyle iletişim becerilerinin azalma gösterdiği ve neticesinde sosyal bağlılıklarının da zayıflama eğiliminde olduğundan bahsedilebilir (Savcı ve Aysan, 2017).

Sosyal medya bağımlısı bireylerde, sanal ortam üzerinde gerçekleştirilecek her şeye ilişkin bir an önce bilgi sahibi olma arzusu yaşanmaktadır. Bu arzunun neticesinde sosyal medya bağımlısı olan kişiler davranışlarını kontrol edememektedir

ve devamlı şekilde uygulamalardaki profillerini kontrol etme eğilimindedirler. Gösterilen bu tarz davranışlar zaman içerisinde saplantılı davranışlara evrilmektedir (Hwang, 2017). Sosyal medya bağımlılığı, insanların sosyal ilişkilerini olumsuz yönde etkileyerek çalışma hayatı ile akademik hayatın uzamasına dahi neden olup, bireysel görevlerin unutulmasına ya da gecikmesine yol açmaktadır (Turel, Brevers ve Bechara, 2018).

8. Sosyal Medya Bağımlılığında Tedavi

Sosyal medya kullanımını düşürülmesi veya kontrollü şekilde kullanılması hususunda terapötik uygulamalarla tedbirler çerçevesinde genelde “Bilişsel Davranış Terapi”, “Motivasyonel Görüşme Yöntemi” ve “Gerçeklik Terapisi”nden faydalanılmaktadır (Andreassen, 2015; Hou vd., 2019).

Sosyal medya bağımlılığıyla ilgili olarak gerçekleştirilen müdahaleler, sosyal medya kullanıcılarının sosyal medyadaki davranışlarından tamamıyla yoksun bırakılmasının yerine, kontrollü biçimde kullanılmasına odaklanır. Yanı sıra sosyal medya bağımlılığının tedavisinde amacın, başka bağımlılık tedavilerinde olduğu gibi kişiyi internet kullanımından tamamıyla uzak tutmak olmadığına değinilebilir (Kuss ve Griffiths, 2011). Sosyal medya bağımlılığında tedavinin temel amacı, “bilişsel davranışçı terapiler” vasıtasıyla geliştirilmiş olan stratejilerden faydalanılarak, internetle sosyal medyanın kontrollü şekilde kullanılmasının sağlanması ve nüksün engellenmesi şeklindedir (Griffiths, Kuss ve Demetrovics, 2014).

Gupta, Arora ve Gupta (2013) tarafından sosyal medya uygulamalarının kontrollü şekilde kullanılmasına ilişkin önerilen temel rehabilite edici stratejiler; “içerik kontrol yazılımı”, “danışmanlık” ve “bilişsel davranışçı terapi” şeklindedir. Sosyal medya bağımlılığı konusunda faydalanılan terapötik müdahalelerden birisi durumundaki “motivasyonel görüşme”de, kişinin sosyal medya bağımlılığı davranışının negatif etkilerinin farkına varması, arzulanan durumla mevcut durum arasındaki farkın ve zıtlığın ortaya konması ve bu durumun değiştirilmesi hususunda içsel bir motivasyon elde etmesi amaçlanmaktadır (Andreassen, 2015).

Kendi kendine yardım stratejileri bağlamında bağımlı kişiler, internet aracılığıyla indirebilecekleri “Cold Turkey”, “Self Control” ve “Freedom” uygulamalarını telefonlarına kurarak, kendi kendilerine sosyal medya kullanımına müdahale gerçekleştirebilir. Bu müdahaleler arasında; sosyal medyaya harcanmakta

olan sürenin sınırlandırılması, sosyal medya uygulamalarından gelen bildirimlerin sessize alınması veya tamamen bildirimlerin kaldırılması, uygulamalara erişimlerin durdurulmasını sağlayabilen çeşitli uygulamalara yer verilmesi, çalışma yerinde veya okulda sosyal medya uygulamalarına giriş yapılmaması, sosyal medya uygulamalarına sadece belirlenen zamanlarda erişim sağlanması, bu uygulamaları kullanmaktayken bireyin düşünce kalıplarını değiştirmesi, sınırlar koyması vb. stratejiler bulunmaktadır (Andreassen, 2015). Bunlara ek olarak, insanların sosyal medyada geçirdikleri süreyi kontrol altına alarak sosyal medyaya olan bağımlılıklarını iyileştirici çeşitli stratejileri geliştirebilecekleri ifade edilmektedir. Bu stratejiler temel olarak şöyledir (Andreassen, 2015; Griffiths, Kuss ve Demetrovics, 2014; Lan vd., 2018):

- i. Sosyal medya bağımlılığının belirtilerinin tanınması,
- ii. Sosyal medya uygulamalarında hangi maksatla zaman geçirdiğini sorgulamaya başlama,
- iii. Her sosyal medya uygulamasında net olarak ne kadar zaman harcadığını yazma,
- iv. Sosyal medyada kişi açısından neyin veya nelerin değerli olduğunu tespit etme,
- v. Sosyal medyayı kullanacağı bir süre ve zaman aralığını saptama,
- vi. Sosyal medya uygulamalarından birisini belli bir faaliyet ile değiştirip, sosyal medya kullanma zamanını düşürme,
- vii. İnternet ortamının haricinde çeşitli faaliyetlerde bulunma,
- viii. Okula ya da iş yerine giderken telefonu evde bırakma,
- ix. E-posta bildirimlerini kapatma,
- x. Sosyal medya uygulamalarında çok fazla zamanın harcanmasını engelleyen sınırlandırıcı uygulamaları kullanma,
- xi. Gelecek dönemlerde sosyal medya uygulamalarını daha bilinçli ve gerektiği şekilde kullanmayı sağlayabilecek olan birtakım hedefleri tespit etme,
- xii. Sosyal medya platformlarından uzak kaldığı zamanda hissedilen rahatsızlığı ve sosyal medyaya girme arzusunu düşürmek üzere meditasyon, gevşeme ve nefes egzersizleri gerçekleştirme.

9. Sosyal Medya Bağımlılığına Yönelik Araştırmalar

Sosyal medya bağımlılığı konusunda son yıllarda yapılan araştırma sayısı giderek artış göstermiştir. Bu doğrultuda, son dönemlerde yapılan araştırmalarla sosyal medya bağımlılığın çeşitli değişkenlerle olan ilişkileri incelenmiştir. Sosyal medya bağımlılığına ilişkin yapılmış olan araştırmaların çoğunluğu genç bireylerle gerçekleştirilmiştir. Bunların arasında genç yetişkinler olduğu gibi, lise veya üniversite düzeyinde öğrenim görmekte olan öğrencilerle de olmaktadır (Ezen vd., 2019; Haand ve Shuwang, 2020; Tutgun ve Deniz, 2016; Tutgun, Deniz ve Moon, 2011).

Tang ve Koh (2017) sosyal medya bağımlılığına sahip lise öğrencilerinin bağımlılığa sahip olmayan lise öğrencilerine kıyasla duygu durum bozukluklarıyla davranışsal bozukluklarının daha yüksek düzeyde olduğunu saptamıştır. Longstreet ve Brooks (2017) sosyal medya bağımlılığına sahip bireylerin yaşam doyumlarının genel olarak düşük düzeyde olduğundan bahsetmiştir. Sosyal medya bağımlılığı, benlik saygısının azalmasına sebebiyet vermektedir. Aynı şekilde düşük benlik saygısı olan kişiler de sosyal medyada daha fazla zaman geçirme eğiliminde olmaktadır (Ahmed vd., 2021; Andreassen, Pallesen ve Griffiths, 2017; Hou vd., 2019). Luscombe (2009) tarafından sosyal medya bağımlılığı artış gösterdikçe evliliklerde önemli problemlerin ortaya çıktığı ve boşanmaların arttığı belirtilmiştir.

Sosyal medya bağımlılığı uyku kalitesini de negatif yönde etkilemektedir. Özellikle uyku zamanı öncesinde sosyal medya uygulamalarının kullanılması uyku kalitesinin kötüleşmesine sebebiyet vermektedir. Akıllı telefon kullanıcılarının büyük çoğunluğunun günümüzde sabah kalktıklarında ilk iş olarak ve gece uyumadan önce sosyal medya uygulamalarına bakma alışkanlığı bulunmaktadır (Pugh, 2017). Telefon ekranına uzunca bir zaman bakılmasından ötürü meydana gelen ve insomniaya kadar gidebilen uyku rahatsızlıklarının ardından fizyolojik ve psikolojik problemlerin gelişimi de tetiklenmektedir. Bu bakımdan sosyal medya bağımlılığı daha sonraki süreçlerde kişinin gündelik yaşamına ilişkin faaliyetlerine etki ederek düzenli uyku, beslenme, fiziksel hareketsizlik sıkıntıları yaşamalarına yol açabilmektedir (Sriwilai ve Charoensukmongkol, 2016; Young, 2004).

Sosyal medya bağımlılığının etkileri ile ilgili gerçekleştirilmiş olan araştırmaların sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde; sosyal medya

bağımlılığının fiziksel ve ruhsal sağlık üstünde olumsuz etkiye sahip olduğu, uyku problemleri, konsantrasyon ve öğrenme problemleri, daha yüksek düzeyde obezite, artan anksiyete ve depresyon insidansı, düşük düzeyde benlik saygısı, yaşam tatmininde düşüş, yanlış, uygunsuz ya da güvenli olmayan içeriklere ve kişilere maruz kalma vb. etkileri olduğu görülmektedir (Ahmed vd., 2021; Chasiakos vd., 2016; Dalvi-Esfahani vd., 2021).

C. Yeme Bozuklukları

Yeme bozukluğu, yeme davranışını içerisinde bulunduran tüm bozuklukları kapsayan bir kavramdır (Toker ve Hocaoglu, 2009). Yeme bozukluğu, bedensel ve psikososyal boyutlara sahip olan, bir kimsenin yemeğe, vücut ağırlığına, fiziksel görüntüsüne ilişkin düşünceleriyle yemek yeme davranışında bozukluklar vasıtasıyla kendisini göstermekte olan durumlara verilen isimdir (Becker, 1999). Yeme bozukluğu, anormal ya da rahatsız yeme alışkanlıklarıyla betimlenen bir psikolojik rahatsızlık olarak değerlendirilmektedir. Birçok uzmana göre yeme bozukluğu, ruhsal bir rahatsızlıktır (Hekimoğlu, 2019). Bu anlatılanlar çerçevesinde bu bölümde öncelikle yeme davranışına değinilmiş, ardından yeme bozukluğu ile ilgili literatür bilgisi verilmiştir.

1. Yeme Davranışı

Bütün canlı varlıkların hayatları boyunca gereksinim duymakta oldukları temel ortak unsurlar arasında en önemlisi beslenmedir. Yaşamı idame ettirmenin yanında, sağlıklı şekilde yaşayabilmek de sağlıklı gıdaların doğru bir kombinasyonunun tüketimiyle olanaklı durumdadır. Bedenin ihtiyaçları olan karbonhidrat, yağ, protein, vitamin ve mineraller, bu doğru kombinasyonların vasıtasıyla elde edilebilmektedir. Bu çerçevede yeme davranışı, bahsi geçen gıdaların tüketilme biçimini belirtmektedir. Yeme davranışı; yemek zamanlamasını, gıdaların tüketilme miktarını, gıda seçimini etkilemekte olan fizyolojik, psikolojik, sosyal ve genetik etkenlerin karmaşık bir etkileşimi şeklinde değerlendirilebilir (Grimm ve Steinle, 2011; Wilson ve Blackhurst, 1999).

Yemek yeme yalnızca fizyolojik ve biyolojik ihtiyaçları gidermek üzere gösterilen bir davranış olmayıp, yeme davranışının ayrıca fertlerin yaşadıkları pozitif ve negatif olaylarla da bağlantılı olduğundan söz edilebilir. Nitekim stres, sıkıntılar,

üzüntü, depresyon, neşe vb. muhtelif psikolojik durumlar bir kimsenin yeme davranışı üzerinde etkide bulunabilmektedir (Macht, 1999; Canetti, Bachar ve Berry, 2002; Laitinen, Ek ve Sovio, 2002). Örneğin stresin ve negatif duygu durumunun bir kimsenin gıda tüketimini artırabileceği kadar azaltabileceği de ifade edilmektedir (Macht, 2008). Bilhassa kişinin yaşamış olduğu hayati olaylar, durumsal birtakım etkenler ve psikolojik unsurlar kişide yanlış yeme tutumunun gelişmesine sebebiyet olabilmekte ve bu tutumun davranışa dönüşerek süregelmesi durumunda, ciddi bir sağlık problemi şeklinde nitelendirilen yeme bozukluğu ortaya çıkabilmektedir (Arslan, Karaağaoğlu ve Duyar, 1994).

Yeme davranışının üç temel boyutu; “kısıtlayıcı yeme”, “duygusal yeme” ve “kontROLSÜZ yeme” şeklinde ifade edilmektedir. Bu boyutlar şu şekilde özetlenebilir (Van Strien, Frijters, Bergers ve Defares, 1986):

- i. *Kısıtlayıcı yeme*: Bilinçli bir kararlılıkla bedenın ağırlığını kontrol altında tutmak üzere besin alınmasını ve kalori alımını sınırlandırma gayretini içerir. Kısıtlayıcı yeme davranışı, bir kimsenin kalori almasını kontrol altında tutmak maksadıyla bir strateji geliştirip bunu devam ettirmek üzere gayret göstermesi gerektiğini ve bir başarı yönelimine ilişkin niteliklerin gerekli olabileceğini savunmaktadır.
- ii. *Duygusal Yeme*: Depresyon, hayal kırıklığı, yalnızlık vb. negatif duygulara bir tepki şeklinde ortaya çıkan yeme eğilimidir. Duygusal yeme bağlamında, yüksek kaloriye sahip ve sağlığa bir yararı bulunmayan besinler sıkça tüketilmektedir.
- iii. *KontROLSÜZ Yeme*: Bir kimsenin görme, koku, tat vb. dışsal yiyecek faktörlerine tepki şeklinde daha fazla yemesi durumunu ifade etmektedir.

2. Yeme Bozukluğunun Tanımı

Yeme bozukluğu, yemeğe ve kilosuna yönelik davranışlarda önemli ve kalıcı değişimlerle karakterize edilmekte olan önemli bir psikiyatrik rahatsızlıktır (Kimber vd., 2017). Bir bireyin görünümüne ve vücut ağırlığına ilgi göstermekte olduğu, bireyin daha zayıf olabilmek üzere farklı davranışlar sergilediği, sağlığını bozacak düzeyde bir yeme davranışında bulunması yeme bozukluğu şeklinde isimlendirilmektedir (Troisi, Massoroni ve Cuzzolara, 2005). Yeme bozukluğu, yetersiz veya aşırı besin alınmasını içermekte olan, yemek yeme tutumlarıyla

davranışlarında kalıcı bir rahatsızlığa sebebiyet verebilen psikiyatrik bir hastalıktır (Baş, 2008).

Fiziksel ve psikolojik belirtilerin bir kombinasyonu ile ifade edilen yeme bozukluğu, karmaşık ve heterojen bir dizi durumu içermektedir (Wildes ve Marcus, 2013). Yeme bozukluğu, belli fiziksel belirtilerin çerçevesinde görülmekte olan, düşük iyileşme oranının ve tekrar etme halinin yüksek düzeyde olduğu bir hastalıktır (Lindberg ve Hjern, 2003). Yeme bozuklukları, yaşamsal açıdan önemli fiziksel neticeleri olabilen önemli bir ruhsal rahatsızlıktır (Çam, 2017).

Yeme bozukluğuna sahip olan kişilerde ortak şekilde göze çarpmakta olan noktalar temel olarak normalin dışında yeme alışkanlığının geliştirilmesi, kiloya ilişkin aşırı şekilde endişelenme, beden imajında önemli şekilde görülmekte olan çarpıklık biçimindedir (Koroğlu, 2009; Nolen-Hoeksema, 2004). DSM-5 açısından yeme bozukluğu, kişinin fiziksel sağlığında veya psikososyal fonksiyonlarında önem arz eden engellere yol açmaktadır ve toplumlarda yüksek düzeyde bir yaygınlığa sahip durumdadır. Fiziksel ve psikolojik bakımdan önemli neticelere sebebiyet verdiği için, belirtilerinin anlaşılması ve yeme bozukluğu hususunda etkin tedavilerin geliştirilmesi oldukça önemlidir (Yücel, 2009). Yeme bozukluğunun tanımlanması hususunda şu üç temel nitelik gereklidir (Yücel, Akdemir, Gürdal-Küey, Maner ve Vardar, 2013):

- i. Yeme davranışında veya kilo kontrolüne ilişkin davranışlarda kesin ve net bir bozulma,
- ii. Fiziksel sağlık veya psikososyal fonksiyonellikte klinik açıdan anlamlı bir bozulma ile neticelenen davranış bozukluğu veya temel yeme bozukluğu nitelikleri,
- iii. Herhangi bir genel tıbbi duruma veya başka psikiyatrik bozukluklara neden olan ikincil olmayan davranış bozuklukları.

Yeme bozukluğunun temel özelliği; bir kimsenin kendisini şişman şeklinde nitelendirmesi algılaması, kilo almaktan ve şişmanlıktan endişe duyması, zayıflama konusunda katı bir arzuya sahip olmayla ilişkili bedensel imge rahatsızlığı, baş edilemeyen duygusal durumlara karşı tepki olarak aşırı yemek yeme şeklindedir (Baş, 2008).

Bir kimsenin sağlıklı şekilde büyüyüp gelişebilmesi, sağlığını muhafaza ederek uzun bir ömür sürebilmesi hususunda, kendisine özgü gereksinimleri çerçevesinde gündelik şekilde alması gerekli olan gıda miktarı bulunmaktadır. Gıdanın gerekli olan miktardan daha az veya daha çok alınması, kişinin sağlık durumu açısından bir tehdit oluşturmaktadır. Kişi sağlığını muhafaza etmek, kendisini geliştirip daha yüksek düzeyde bir hayat standardına ve sahip olmak üzere beslenmesini dikkatli ve özenli biçimde gerçekleştirmelidir (İnalkaç ve Arslantaş, 2018).

Yeme bozukluğu, sadece kişinin kendisini yemekten kısıtlayıcı davranışlarda bulunması değil, tam tersine olacak şekilde aşırı yemek yeme, yediği besinler konusunda kişinin kendisini kontrol edebilme kabiliyetinin bozulmaya uğraması ve bu doğrultuda ortalama bakımdan bir kişinin yiyebileceği miktardan çok daha fazlasını yemeye gereksinim duyması ile sahip olunan kilonun bireyin kendini yanlış şekilde değerlendirmesiyle neticelenen bozulmuş yeme davranışlarıdır (Amerikan Psikiyatri Birliği, 2005).

3. Yeme Bozukluklarında Tanı ve Sınıflandırma

“Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve İstatistiksel El Kitabı” 4. baskı (DSM-IV) çerçevesinde yeme bozuklukları temel olarak anoreksiya nervoza, bulimiya nervoza ve başka şekilde isimlendirilemeyen yeme bozuklukları şeklinde üç türe ayrılmıştır. 2013 senesinde yayımlanmış olan DSM-V kapsamında ise yeme bozuklukları şu 8 tür çerçevesinde incelenmiştir (Amerikan Psikiyatri Birliği, 2013):

- i. Anoreksiya nervoza,
- ii. Bulimiya nervoza,
- iii. Tıkınırcasına yeme bozukluğu,
- iv. Pika,
- v. Geri çıkarma (geviş getirme) bozukluğu,
- vi. Kısıtlı besin alma bozukluğu,
- vii. Tanımlanmış diğer beslenme ve yeme bozuklukları (Gece yeme sendromu, atipik anoreksiya nervoza, düşük sıklıkta/sınırlı süreli bulimiya nervoza ve düşük sıklıkta/sınırlı süreli tikanırcasına yeme bozukluğu),
- viii. Tanımlanmamış diğer beslenme ve yeme bozuklukları.

a. Anoreksiya nervoza

Sözcük anlamı itibariyle “nevrotik iştah kaybı” manasına gelen anoreksiya nervoza (Moskowitz ve Weiselberg, 2017), kronik şekilde seyreden, yüksek komorbiditeyle bağlantılı psikolojik bir rahatsızlık olarak ifade edilmektedir (Van Autreve ve Vervaet, 2015). Anoreksiya nervoza, bir kimsenin kilosunun sağlıklı durumun oldukça altına düşmesine sebebiyet veren ciddi kilo kaybı, kişinin büyümesi sürerken uygun bir kiloya ulaşmayı reddetme, çok zayıf olmasına karşın kilo alıp şişman hale gelmekten aşırı derecede endişe duyma şeklinde tanımlanmaktadır (Stice, South ve Shaw, 2012; Schorr ve Miller, 2017). Başka bir ifadeyle anoreksiya nervoza, bir kimsenin normal kilosunu muhafaza etmeyi reddetmesi, vücut ağırlığında artış olacağına ilişkin korkması ve beden şekliyle boyutunda önem arz eden bir rahatsızlık algısıyla tabir edilen bir yeme bozukluğu niteliğindedir. Genellikle genç yaştaki kadınları etkileyen anoreksiya nervoza, çarpık beden görüntüsü ve aşırı diyetle karakterize olmaktadır (Amerikan Psikiyatri Birliği, 2000).

Yeme bozukluğu rahatsızlığı hususunda ilk tanımlanmış olan hastalık anoreksiya nervozadır. Bu hastalık henüz 1694 senesinde Richarda Morton tarafınca tanımlanmıştır. 1874 senesinde ise Sir William Gull, üç kadının sahip olduğu belirtiler çerçevesinde, bu rahatsızlığın farklı bir klinik durum olduğundan bahsetmiştir (Walsh vd., 2015). Bu rahatsızlığın tanı kriterleri 1970 senesinde belirlenmiş ve belirtileri; vücut ağırlığından kayıp oluşturacak davranışlar, kilo alma endişesine sahip olmak, kadınlarda amenore, erkeklerde cinsel güç kaybı ve ilgi kaybı şeklinde ifade edilmiştir (Garfinkel, 2002).

Anoreksiya nervozaya sahip olan kişiler; anksiyete, obsesif-kompulsif bozukluklar, sosyal açıdan zorluklarla karşılaşabilmektedir (Strober vd., 2007). Kişide tıkanırcasına yemek yeme atağı ve arınma davranışı görülebilmekte, zaman içerisinde durum bulimiya nervoza ya da tıkanırcasına yeme bozukluğuna dönüşebilmektedir (Treasure vd., 2015). Bu hastalığın başlangıcının öncesinde bireyler genelde yüksek kaloriye sahip besinleri yaşamlarından çıkarıp kalori almayı azaltarak, bir diyet programı dahilinde kilo vermeyi amaçlamaktadır. Diyet sürecinin içinde uygulanmakta olan programlar, az miktardaki yiyeceklerle uzun bir süre aç kalınması ve fazladan kilo verme tekniği yani kusma uygulanabilmektedir (Yiğitcan, 2021).

DSM-V çerçevesinde anoreksiya nervoza rahatsızlığına ilişkin tanı kriterleri şöyle ifade edilmiştir:

- i. İhtiyaçlar doğrultusunda enerji alınmasını sınırlandırma davranışı, kişinin cinsiyeti, yaşı ve gelişimsel bakımdan izlediği yolla beden sağlığı kavramı kapsamında sarih biçimde düşük kilonun ortaya çıkmasına sebebiyet verir. Açık biçimde düşük durumdaki kilo, olağan en düşük düzeyin altında ya da çocuklar ve gençler bakımından beklenmekte olan düzeyin en düşüğünün altında şeklinde tanımlanır.
- ii. Kilo almaktan ya da oldukça fazla şişman hale gelmekten endişe duyma ya da sarih biçimde düşük bir kiloda bulunulmasına karşın kilo almayla ilintili kuvvetli davranışlar sergilemek.
- iii. Kişinin kilosu ya da beden şeklini ne şekilde algılamakta olduğuna ilişkin bir bozukluk olabilir. Kişi, kendisini değerlendirmekteyken beden ağırlığına ya da biçimine gereksiz ölçüde bir önem atfetmektedir ya da o esnada düşük kilonun önemini kavrayamamaktadır.

b. Bulimiya nervoza

Bulimiya nervoza, iki saat içerisinde ciddi miktarlarda yemek yeme atakları sonrasında telafi davranışının yaşandığı beden biçimi ve ağırlığına ilişkin aşırı kaygıyla karakterize bir rahatsızlıktır. Buradaki telafi davranışları arasında ise kişinin kendi kendisini kusturması, müşil vb.'nin kötüye kullanılması, egzersizlerle beraber kişinin enerji harcaması, oruç tutulması gibi davranışlar bulunmaktadır (Slade vd., 2018; Wade, 2019). Bulimiya nervoza, yinelenen ve rahatsız edinceye değin tıkanırcasına yeme süreçlerinin ardından kişinin kilo kaybı sağlamak adına beslenme adına uygun olmayan davranışlarda bulunması neticesinde ortaya çıkan bir rahatsızlıktır (Koroğlu, 2009).

Bulimiya nervoza, kişinin haftada iki defa ortalama sıklık içinde kilo almasını engellemek üzere en az üç ay süresince yinelenen tıkanırcasına yeme ataklarıyla yinelenen telafi edici davranışlara girdiği zaman görülmektedir (Hekimoğlu, 2019). Bulimiya nervoza terimi ilk defa Russell (1979) tarafınca kullanılmıştır (Mehler vd., 2017). Bulimiya nervozanın başlangıcı genel olarak geç ergenlik ve erken erişkinlik dönemleri olup, kadın bireylerde daha sıkça görülmektedir (Lecomte vd., 2019).

Bulimiya nervoza sahibi olan kişiler genellikle yüksek şeker düzeyine sahip, karbonhidrat seviyesi çok olan yiyecekleri tercih etmektedir (Fitzgibbon ve Blackman, 2000). Kişi besinleri tüketmeye başladığında normalde olması gerektiğinden çok daha çabuk, kendi kontrolünü yitirerek, rahatsız edici bir biçimde abartmak suretiyle yemek yemektedir. Ayrıca bu kişiler tükettikleri yiyecek miktarından utandıklarından dolayı, gizlice ya da çevresindekilere belli etmeksizin yiyecekleri tüketme eğilimindedir (Palmer, 2014). Bulimiya nervoza sahibi bireyler devamlı şekilde zihinlerinde yemekleri düşünmektedirler. Vücutlarının görünümünden memnun olmayıp, kilo alma durumundan oldukça fazla düzeyde endişe etmektedirler. Bu nedenle de yiyecek tüketiminin ardından uygun olmayan birtakım davranışlarda bulunurlar (Palmer, 2014).

DSM-V çerçevesinde bulimiya nervoza rahatsızlığının tanı kriterleri şöyle ifade edilmiştir:

- i. Yinelenen tıkanırçasına yeme dönemleri:
 - Benzer koşullar altında, benzer süre dilimlerinde, birçok insanın yiyebileceği miktardan daha fazla besini, ayrı bir zaman dilimi içerisinde tüketme.
 - Bu dönemde besine tüketmeye ilişkin bireyin kendini durduramıyor durumda bulunması.
- ii. Kilo almaktan uzak durmak amacıyla bireyin kendini kusturması, idrar söktürücü ilaçları ya da başka birtakım ilaçları yanlış şekilde kullanması, hiç yemek yememesi ya da aşırı biçimde spor yapması vb. tekrarlayan uygunsuz davranışlarda bulunması.
- iii. Tıkanırçasına yeme davranışının ve uygun olmayan ödünleyici davranışının ikisi de ortalama üç aylık periyot içinde, haftada en azından bir defa olması.
- iv. Kişinin kendisini değerlendirmesinin beden biçimiyle kilosundan farklı bir şekilde etkilenmesi.
- v. Bulimiya nervoza, yalnızca anoreksiya nervoza döneminde yaşanan bir rahatsızlık değildir.

c. Tıkanırçasına yeme bozukluğu

Tıkanırçasına yeme bozukluğu, belli bir süre içerisinde, benzeyen şartlar altında ve zamanda, pek çok kişinin yiyebileceği miktardan daha çok besinin tüketildiği ve

bu davranışın yinelendiği yeme bozukluğuna verilen isimdir. Bu rahatsızlığa sahip olan kişiler acıkmamalarına karşın besinleri oldukça çabuk bir biçimde tüketebilirler (Amerikan Psikiyatri Birliği, 2013). Bu rahatsızlık başka bir tabirle besin tüketimiyle beraber gelmekte olan, uygun görülmeyen telafi edici davranışların ise ortaya çıkmadığı ataklar şeklinde izah edilebilir (Garfinkel, 2002). Bulimiya nervozanın bir alt tipi şeklinde nitelendirilmekte olan tıknırcasına yeme bozukluğu, 2013 senesinde DSM-V içine farklı bir tanı kategorisi şeklinde dahil edilmiştir (Wonderlich vd., 2009).

Yiyecekleri yeme süresinin normalden oldukça hızlı olduğu bulimiya nervozada bireyler fiziksel bakımdan açlık sahibi değilken kendini rahatsız edene değin yiyecek tüketimine devam edebilmektedirler ve tüketim miktarları oldukça fazla olduğundan utanç ve suçluluk duyabilmektedirler. Bu nedenle genellikle gizli ya da yalnız başına yiyecek tüketme durumu görülmektedir (Köroğlu, 2009).

Tıknırcasına yeme bozukluğuna sahip bireyler, farklı yeme bozukluklarındaki gibi, kilolarıyla ilintili oldukça fazla seviyede korkuya sahiptirler. Bu rahatsızlık kişide depresyon, kaygı biçiminde disforik duygudurum bozukluklarına yol açabilmektedir. Yanı sıra, bu rahatsızlığın fazla kilo ve obeziteyle ilişkisi olduğundan da söz edilebilir (Wilson, Wilfley, Agras ve Bryson, 2010).

DSM-V açısından tıknırcasına yeme bozukluğu tanı kriterleri aşağıdaki gibidir:

- i. Yinelenen tıknırcasına yeme dönemleri:
 - Benzer biçimlerde, benzer zaman dilimlerinde, birçok insanın tüketebileceğinden daha fazla miktarda besini, ayrı süre içinde tüketme.
 - Bu dönemde, yemek yemeye ilişkin kontrolün ortadan kalkmış olması.
- ii. Tıknırcasına yeme dönemlerine aşağıda bulunan üç durum eşlik eder:
 - Oldukça çabuk şekilde besin tüketme.
 - Bir rahatsızlık hissiyatı yaşanana değin besin tüketme.
 - Bedensel açıdan açlık hissetmediği halde aşırı ölçüde besin tüketme.
 - Çevresinden utanıldığından dolayı yalnız başına besin tüketme.
 - Kendinden tikslenme ya da ciddi bir suçluluk yaşama.
- iii. Tıknırcasına yemeye ilişkin sarih biçimde sorun yaşanmaktadır.

- iv. Tıkınırcasına yeme davranışı ortalama üç ayda, en az haftada bir defa gerçekleşmiştir.
- v. Tıkınırcasına yemede, bulimiya nervozada oluğu biçimde yinelenen uygun olmayan ödünleyici davranışlara rastlanmaz. Tıkınırcasına yeme, bulimiya nervozada ya da anoreksiya nervroza süreci içerisinde yaşanmamaktadır.

d. Kaçınan/Kısıtlı yeme bozukluğu

Kaçınan/kısıtlı yeme bozukluğu, yiyecek tüketiminden kaçınmayla karakterize olup, anoreksiya nervozaya benzer biçimde açık bir kilo kaybı ya da gelişimsel bozuklukla ortaya çıkabilen bir rahatsızlıktır. Genelde çocukluk döneminde ortaya çıkan bir hastalıktır (Rome ve Strandsjord, 2016) ve DSM-IV'te yer almazken, DSM-V içine dahil edilmiştir (Walsh, Attia, Glasofer ve Sysko, 2015). DSM-V kapsamındaki başka yeme bozukluklarına kıyasla, besinden kaçınma beden imajı algısından dolayı değil, besinin fiziksel özelliği, yemenin potansiyel bir neticesi ya da besine olan ilgisizlikten ötürü ortaya çıkmaktadır (Rome ve Strandsjord, 2016).

Çeşitli tatlardan, dokulardan ya da kokulardan pek haz etmeyen, duyuşal açıdan duyarlılığa sahip olan kişiler belli besinleri tükenmekten kaçınma eğiliminde olabilmektedir. Birtakım kişilerse yemeye dair ilgisizlik ya da iştahsızlıktan dolayı tükettikleri besin miktarını kısıtlama yoluna gidebilmektedir. Yanı sıra boğulma, kusma ya da başka gastroenterolojik rahatsızlıklar vb. travmatik deneyimler yaşamış olan kişiler de belli besinlerden kaçınma eğiliminde olabilmekte ya da besin tüketimini tamamıyla bırakabilmektedir (Thomas vd., 2017). Bu bozukluk kişinin önemli miktarda kilo kaybetmesine, beslenme yetersizliği yaşamasına, enteral beslenme ya da besin takviyesine bağımlı olmasına yol açabilmektedir (Katzman, Norris ve Zucker, 2018).

DSM-V çerçevesinde kaçınan/kısıtlı yeme bozukluğuna ilişkin tanı kriterleri şu şekildedir:

- i. Aşağıda yer alanlar içinde birinin eşlik etmekte olduğu, uygun beslenme ya da enerji gerekliliğinin devamlı şekilde karşılanamamasıyla kendisini göstermekte olan yeme bozukluğu:
 - Açık bir biçimde kilo kaybedilmesi.
 - Açık bir biçimde beslenme eksikliğinin yaşanması.

- Tüp yardımıyla beslenme ya da ağız yolu ile besin destekçilerine bağlı olma durumu.
 - Ruhsal ve toplumsal açıdan fonksiyonelliğın negatif biçimde düşüş göstermesi.
- ii. Bu rahatsızlık, erişilebilir yiyeceklerin olmaması ya da kültürel bakımdan onaylanmış olan bir olayla daha iyi şekilde açıklanamaz.
 - iii. Bu rahatsızlık yalnızca anoreksiya nervoza ya da bulimiya nervoza rahatsızlıklarının gidişatı esnasında ortaya çıkmayıp, kişinin beden ağırlığını ya da biçimini ne şekilde algılamakta olduğuyula ilintili bir bozukluk olduğuna ilişkin bir kanıt yoktur.
 - iv. Yeme bozukluğu ayrıca bir sağlık durumuna bağlanamamaktadır ya da farklı ruhsal bozukluklarla daha iyi şekilde açıklanamamaktadır. Diğer bir durumun ya da bozukluğun doğrultusunda ortaya çıkması halinde, bu bozukluğun neden olabileceği durumdan daha ağır olmakta ve klinik olarak ele alınması gerekmektedir.

e. Pika

Pika, yiyecek olmayan toprak, kireç, boya, kum, kâğıt, ip vb. maddelerin yemekmiş gibi yenmesinin neticesinde ortaya çıkan bir rahatsızlıktır. Kişide demir, bakır, çinko eksikliği nedeniyle gelişim göstermektedir. Bilhassa çocuklarda daha sıklıkla görülmektedir. Lakin bu durumun çocukların henüz yeni karşılaşmış oldukları nesnelere tanımak maksadıyla her bulduklarını ağızlarına almaları durumuyla karıştırılmaması gereklidir (Young vd., 2008). Uzunca bir zaman genellikle çocuk bireylerde teşhis edilmiş olan pika, DSM-V çerçevesinde her yaştaki bireyin bu tanıyı alabileceği biçiminde revizyona uğramıştır (Michalska vd., 2016).

Pika, insanların gelişme yaşları bakımından uygun görülmeyen, besin değeri bulunmayan, gıda dışı durumundaki nesnelere tüketilmesiyle bağlantılı olan, kültürel olarak izah edilemeyen devamlı bir tüketimin varlığını göstermektedir (Ertekin, Korkut, Sönmez ve Ertekin, 2012). Yinelenen ve besleyiciliği bulunmayan besin dışı nesnelere en azından bir aylık süreyle devamlı biçimde tüketilmesiyle karakterize olan bir rahatsızlıktır (Xiang vd., 2018). Pika rahatsızlığının temel sebepleri beslenmeye ilişkin yetersizliklerle sosyal ve psikolojik durumlar olup

(Orozco-González vd., 2019); peptik ülser, bağırsak tıkanması, perforasyon, enfeksiyon, elektrolit dengesizliği, anemi, zehirlenme vb. önemli neticelere yol açabilmektedir (Michalska vd., 2016).

DSM-V kapsamında pika bozukluğuna ilişkin tanı kriterleri şu şekilde belirtilmiştir:

- i. En azından bir yıl süreyle devamlı biçimde ve besleyiciliği bulunmayan, özünde besin niteliğine sahip olmayan maddelerin yenmesi.
- ii. Besleyici etkiye sahip olmayan, besin özelliği bulunmayan nesnelere yeme durumu, kişinin gelişme seviyesiyle uyumlu değildir.
- iii. Yeme davranışı, kültürel kaynağı bulunan ya da toplumsal bakımdan olağan şekilde kabul edilebilecek bir uygulama değildir.
- iv. Yeme davranışının, farklı bir ruhsal bozukluğun çerçevesinde ortaya çıkması halinde yetilerin yitirilmesi, otizm açılımı bağlamında bozukluk, ayrıyeten klinik bakımdan değerlendirmeyi gerektirecek kadar ağırdır.

f. Ruminasyon (geri çıkarma) bozukluğu

En azından bir ay süresince yinelenen bu bozukluk, yemek esnasında ya da yemeğin hemen ardından, kişinin ağzına gelmiş olan maddeyi yeniden çiğnemesi, tekrardan yutması ya da tükürmesiyle karakterize olan bir rahatsızlıktır (Murray vd., 2019). Psikolojik sorunlar, yetersiz beslenme durumu, diş hasarı vb. medikal komplikasyonlara yol açabilmektedir (Michalska vd., 2016).

g. Tanımlanmamış yeme bozuklukları

Tanımlanmamış yeme bozuklukları kategorisi; sosyal, mesleki ya da başka alanlarda klinik açıdan önemli sorunlara veya bozukluklara yol açan beslenme ya da yeme bozukluklarının karakteristik belirtilerinin baskın olduğu, ama beslenme ya da yeme bozukluklarının tanı sınıfında yer alan bozuklukların herhangi biri hususunda tam kriterlerin karşılanmamakta olduğu durumları kapsamaktadır (Amerikan Psikiyatri Birliği, 2014).

4. Yeme Bozukluklarının Etiyolojisi

Yeme bozuklukları öncelikle bu konuya ilişkin farkındalığın insanlarda artması doğrultusunda kendisini göstermeye başlamıştır. Bilhassa insanların stres durumu meydana getiren olayların içerisinde yer almaları, yeme bozukluğu yönelimlerinin

artmasına neden olmuştur (Graham, 2015). Etiyolojik bakımdan incelendiğinde, yeme bozuklukları bağlamında genetik ve nörobiyolojik etkenlerin yanında psikolojik etkenlerin de önemli role sahip olduğu görülmektedir (Rikani vd., 2013).

Yeme bozukluğu genetik ve biyolojik, cinsiyet, sosyokültürel, aile, psikolojik unsurlar vb. pek çok etkenin bir araya gelmesinin neticesinde ortaya çıkar (Göktürk, 2000). Yeme bozukluğuna ilişkin olarak gerçekleştirilen araştırmalar kapsamında açık bir etiyoloji bulunmamakla beraber, gerçekleştirilen araştırmalar çerçevesinde genel olarak genetik ve biyolojik, gelişimsel, psikososyokültürel etkenlerin ve bu etkenlerin aralarındaki etkileşimlerin etkili olduğu görülebilmektedir (Culbert, Racina ve Klump, 2015).

Yeme bozukluğuna neden olan biyolojik faktörler temel olarak genetik, nörobiyolojik, hormonal ve nörobilişsel unsurlardan meydana gelmektedir. Bu unsurlar temel olarak şu şekilde izah edilebilir (Yiğitcan, 2021):

- i. *Genetik Unsurlar:* Yeme bozukluğuna genetiğin etkisiyle ilgili araştırmalar genellikle DNA yapısıyla genlerin etkileri bağlamındadır. Gerçekleştirilen araştırmalarda, yeme bozukluğuyla genetik unsurlar arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir (Culbert, Burt, McGue, Iacono ve Klump, 2009).
- ii. *Nörobiyolojik Unsurlar:* Nörobiyolojik unsurlar bağlamında yeme bozukluğuna neden olan etkenlerle ilgili olarak serotonin, dopamin ve beyin kaynaklı durumların tesirleri hakkında bilimsel çalışmalar yapılmaktadır. Bu araştırmalarda farklı bulgular ediliyor olmakla birlikte, reseptör araştırmalarında ortaya çıkan farklılıkların yeme bozukluğuna etkide bulunduğu, çeşitli hastalarda anksiyete, mükemmeliyetçilik, takıntılı davranışların devam ettiği belirtilmektedir (Gorwood, Kipman ve Foulon, 2003).
- iii. *Hormonal Unsurlar:* İnsanlardaki üreme hormonları yaş unsuru da göz önünde bulundurularak incelendiği zaman, yeme bozukluğuna etki edebilmekte olduğu görülmektedir. Östradiol, progesteron düzeylerindeki değişimlerin, yeme bozukluğuna neden olabildiği belirtilmektedir (Edler, Lipson ve Keel, 2007).

- iv. *Nörobilişsel Unsurlar*: Son yıllarda yeme bozukluğuna maruz kalan bireylerde yürütücü fonksiyonellik ve görsel fonksiyonellikte bozulmaların meydana geldiği görülmektedir (Tchanturia, 2012).
- v. Gelişimsel unsurlar da insanlarda yeme bozukluğuna neden olabilmektedir. Aile bireyleriyle yaşanan problemlerin ve ailede yaşanan alkol, kumar, hastalık, ölüm gibi travmaların, anneyle babanın arasındaki ilişkide yaşanmakta olan problemlerin bireylerde yeme bozukluğuna yol açabildiği görülmektedir (Toker ve Hoccoğlu, 2009; Okumuş, Baykal, Deveci ve Karaköse, 2019). Yanı sıra cinsel istismar da bir gelişimsel faktör olarak değerlendirilmektedir. Bu konudaki tartışmalar devam ediyor olmakla birlikte, pek çok araştırmada çocukluk dönemindeki cinsel istismarın yeme bozukluğunun gelişimsel nedenleri arasında bulunduğu dair bulgulara ulaşılmıştır (Brewerton, 2007).

Psikososyokültürel unsurların da yeme bozukluğu üzerinde etkileri bulunduğu bahsedilmektedir. Buna göre diyet, egzersiz, sigara ve/veya alkol kullanımı, beden imgesi bozuklukları, psikiyatrik rahatsızlıklar, sosyal medyanın etkileri, aile baskısı, akranların etkisi, ünlülerle kişinin fizikini karşılaştırması, zayıflık kavramının içselleştirilmesi gibi psikososyokültürel unsurlar yeme bozukluğunun nedenleri arasında yer almaktadır (Yiğitcan, 2021).

5. Yeme Bozukluklarının Epidemiyolojisi

Biyolojik, psikolojik ve sosyal pek çok faktörün bir araya gelmesinin neticesinde ortaya çıkmakta olan yeme bozukluğunun toplumda görülme sıklığı gittikçe artmaktadır ve başlangıç yaşı da günden güne düşüş göstermektedir. Yeme bozuklukları nüfus içerisinde çok fazla sıklıkla görülmemekle birlikte, genellikle ergen ve genç kadınların arasında daha yaygın şekilde bu rahatsızlıklara rastlanmaktadır (Hoek ve Hoeken, 2003). Baş (2008) ise yeme bozukluklarının nadir şekilde erkeklerde görüldüğünü, genellikle oldukça ciddi duygusal ve fiziksel sorunlara sahip olan kadınlarda rastlandığını belirtmektedir.

Gelişmiş ülkelerde yeme bozukluklarının gelişmekte olan ülkelere kıyasla daha yaygın olduğu görülmektedir. Özellikle anoreksiya nervozanın gelişmiş ülkelerdeki yaygınlık oranı %0,3, bulimiya nervozanın ise %1 oranında olduğundan bahsedilebilir (Küey, 2008). Avrupa genelinde gerçekleştirilmiş olan bir araştırmada

insanlarda yaşamları süresince yeme bozukluklarının görülme sıklığının %1 ile %5 arasında olduğu saptanmıştır (Keski-Rahkonen ve Mustelin, 2016). ABD’de kadın lise ve üniversite öğrencileriyle gerçekleştirilen bir araştırmada, %15,4 oranında yeme bozukluğu olduğu bulgulanmıştır (Russell ve Ryder, 2001).

Yeme bozukluğu genelde ergenlikte ortaya çıktığından ötürü, pek çok kişi tarafından bir ergenlik dönemi rahatsızlığı şeklinde değerlendirilmektedir. Bilhassa anoreksiya nervozanın başka yeme bozukluğu rahatsızlıklarına kıyasla daha erken yaşta başladığı görülmektedir. Bu rahatsızlığın başlangıç yaşının 14 ile 18 yaş arası olduğu, bulimiya nervoza için de 16 ile 20 yaş arası olduğuna değinilmektedir. Ancak ergenliğin başlangıcının artık daha küçük yaşlarda olmaya başlamasından ötürü, anoreksiya nervoza ve bulimiya nervoza rahatsızlıklarının başlama yaşlarının da daha erken yaşlara kaymış olduğu öngörülmektedir. Ergenlik öncesine ilişkin yeme bozukluğu vakalarına ilişkin oldukça nadir rastlanmaktadır (Batıgün ve Utku, 2006).

Türkiye’de gerçekleştirilen ve DSM-IV tanı kriterleri çerçevesinde yapılan kapsamlı bir araştırmada, ergen bireyler arasında yeme bozukluklarının yaygınlığının %2,33 oranında olduğu tespit edilmiştir (Vardar ve Erzenin, 2011). Semiz, Kavakçı ve Yağız (2012) tarafından Sivas ilinde gerçekleştirilmiş olan araştırmada, yeme bozukluğu yaygınlığının Sivas’ta %1,52 düzeyinde olduğu ve yetişkinlerde en fazla görülen yeme bozukluğu rahatsızlığının tikanırcasına yeme bozukluğu olduğu bulguları elde edilmiştir.10 Siyez (2006) tarafından yapılan çalışmada, 10 ile 19 yaş arası kızlarda anoreksiya nervoza ile bulimia nervoza rahatsızlıklarının yaygınlığının %2 ve %4 civarında olduğu, erkeklerde ise %0,2 olduğu tespit edilmiştir.

6. Yeme Bozukluğunun Tedavisi

Yeme bozukluğunun tedavisinde ekip şeklinde çalışılması oldukça önemlidir. Bu bağlamda yeme bozukluğunun tedavisi için psikologların, diyetisyenlerin, psikiyatristlerin, endokrinologların, jinekologların, gastroenterologların, pediatristlerin işbirliği içerisinde faaliyet göstermesi gereklidir (Cinemre, 1999).

Yeme bozukluğunun teşhisi pek kolay olmamaktadır. Teşhisi yapılırsa dahi bireyin yeme bozukluğu rahatsızlığını kabullenmemesi tedaviye ilişkin süreci zorlaştırmakta, hatta tedaviye başlanamaması durumuyla karşılaşılabilir. Bu yüzden pek çok hasta tedavi edilememektedir (Kocabaşoğlu, 2001). Bu doğrultuda,

yeme bozukluğunun tedavisi sürecinde uygulanması gerekli olan tedavi yöntemlerinin dikkatle titizlikle seçilip en etkin biçimde uygulanması gerekmektedir. Temel olarak yeme bozukluğunun tedavisine ilişkin yöntemler şu şekildedir (Garfinkel vd., 1996):

- i. Kişinin optimum kilosuna erişmesinin ve bu kilonun sürdürülmesinin sağlanması.
- ii. Yiyecek tüketimine ilişkin olarak gerçekleştirilen kısıtlamaların ya da fazladan tüketilen yiyeceklerin dengelenmesi maksatlı yapılmakta olan uygunsuz davranışların engellenmesi,
- iii. Yeme bozukluklarının temel semptomlarını saptayıp, yerine daha sağlıklı olan yeme alışkanlıklarının koyulması,
- iv. Fiziksel komplikasyonların tedavi edilmesi,
- v. Eş-tanı durumlarının tedavi edilmesi,
- vi. Akut düzelmelerin ardından hastanın takip edilmesi ve izleyen beş sene içinde karşılaşılabilen atakların önlenmesi.

Yeme bozukluğu olan kimselerde ayaktan tedavi süreci başarısızlıkla sonuçlanmışsa, aşırı derecede kilo kaybı olmuşsa; kusma, devamlı şekilde yemek yemeyi reddetme, fiziksel komplikasyonlar, ciddi depresyon, intihar eğilimi bulunmaktaysa, yatarak tedavinin uygulanması gerekmektedir. Tedavi esnasında temel amacın, öncelikli olarak psikolojik tedaviyle beden algı bozukluğunun sebebinin incelenerek, bu problemin giderilmesi olması gereklidir. Nitekim bu problemlerin bertaraf edilmemesi halinde, yeme bozukluğu rahatsızlığına sahip olan kişide akut bir iyileşmenin sonrasında yeniden yeme bozukluğunun ortaya çıkması muhtemeldir (Keçeli, 2006).

D. Sosyal Medya Bağımlılığı ile Yeme Bozuklukları Konusunda Yapılan Çalışmalar

1. Uluslararası Çalışmalar

Son yıllarda giderek artmakta olan internet ve sosyal medya kullanımıyla sosyal medyanın popülerliği düşünüldüğünde, aşırı zaman harcanmakta olan sosyal medya kullanımının bireylerde düzensiz yeme davranışına neden olduğu görülmektedir. Nitekim birçok araştırma, sosyal medya uygulamalarının

kullanılmasının düzensiz beslenmeyle yakın ilişki içinde olduğunu göstermektedir (Boyd ve Ellison, 2007).

Borghuis, Hof ve Lemmink (2008), son yıllarda yeme bozuklukları sayısının ciddi oranda artış göstermeye başladığını ve bu durumun ortaya çıkmasında medya endüstrisi ile sosyal medyanın önemli bir etkisinin bulunduğunu ifade etmiştir.

Neumark-Sztainer vd. (2011), internetin uzun süre boyunca kullanılması neticesinde internet kullanıcılarında laksatif kullanımı, zayıflama ilaçları kullanımı vb. beslenme bozuklukları ile yeme bozukluklarının ortaya çıktığına değinmiştir.

Gordon, Ambegaonkar ve Caswell (2013) medyanın, yeme bozukluklarının temel nedenlerinden ya da tetikleyicilerinden birisi olduğunu belirtmiştir. Yazarlara göre, psikoloji alanında yapılmış olan araştırmalar, bireylerin öz güvenlerinin medya aracılığıyla manipülasyona duyarlı olduğunu göstermektedir. Yanı sıra kadınların medya tarafından erkeklere nazaran daha kolay şekilde manipüle edilebildiği de belirtilmiştir.

Ambegaonkar vd. (2014) son senelerde sosyal medya kullanıcılarını düzensiz yeme davranışına teşvik etmekte olan içeriklerin arttığından söz etmiştir. Bu içerikler temel olarak yeme bozukluğu yanlısı içerikler şeklinde ifade edilmektedir. Bu tarz siteler, sosyal medya kullanıcılarının yeme bozukluğu davranışını sürdürmelerine yol açabilmektedir. Schmidt vd. (2017)'ne göre, anoreksiya nervosa yanlısı içeriklerin yer aldığı internet sayfalarının düzensiz yemek yemeyi teşvik etmesi suretiyle, anoreksinin bir moda veya güzellik algısı şeklinde sosyal medya kullanıcıları tarafından değerlendirilmesini sağlamaktadır.

Pek çok uzman, sosyokültürel unsurların beden algısıyla yeme davranışına etki ettiğini, bilhassa aşırı yeme ile yeme bağımlılığının oluşmasında aile, çevre ve sosyal medyanın önemli bir role sahip olduğunu ortaya koymuştur (Raggatt vd., 2018). Özellikle fit durumdaki model kadınların beslenme tarzlarını sosyal medyanın vasıtasıyla paylaşımlarının neticesinde kişilerin kendilerine özgü olması gerekli olan diyet içeriklerini algıda seçicilik ve arzu edilen beden biçimine erişmek amacıyla değiştirdikleri, ama bu durumun neticesi olarak aşırı ve tıkanırcasına yeme alışkanlıklarına kısa zamanda geri döndükleri görülmektedir (Aparicio-Martinez vd., 2019). Yanı sıra sosyal medya, pek de gerçekçi olmayan güzellik ideallerinin popüler hale getirilmesi vb. birtakım unsurlardan etkilenmekte olan düzensiz yeme

davranışlarının ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Düzensiz yeme davranışıyla beden imajına yönelik duyguların arasındaki ilişkileri incelemiş olan bir araştırmada, kadın üniversite öğrencilerinde yeme bozukluğu davranışı ve sosyal medya sayfalarının kullanımı, güzellik idealleri, beden memnuniyeti, beden imajı, beden kaygıları, beden memnuniyetsizliği ve düzensiz yeme tutumlarının arasında anlamlı ilişki olduğu bulguları elde edilmiştir (Aparicio-Martinez vd., 2019).

2. Ulusal Çalışmalar

Hazar ve Taşmektepligil (2008) internet ve sosyal medya platformlarına erişimde kolaylığın artmasının, yeme bozukluğu olan kişilere duygularını, deneyimlerini ve hastalıklarına ilişkin bilgileri paylaşmaları için bir ortam hazırladığından bahsetmiştir.

Öyekçin ve Deveci (2012) sosyal medya platformları vasıtasıyla yüksek yağlı ve şekerli hazır besin tüketiminin empoze edilmesinin, buna yatkın kişilerde yeme bağımlılığının temelini hazırlaması suretiyle, obezitenin gelişmesini kolaylaştırdığından bahsetmiştir. Bu doğrultuda, sosyal medya gibi sağlıksız çevresel uyarıcılara karşı duyarlı olan ve ödül merkezinde fonksiyonel problemleri bulunan kişilerde fast-food tüketimiyle obezite riskinin daha yüksek düzeyde olduğu belirtilmiştir.

Alpaslan vd. (2015) tarafından yapılan araştırmada, Afyon'da 14-20 yaş arası lise öğrencilerinin internet bağımlılığı düzeyleriyle yeme bozukluğu davranışları arasındaki ilişki incelenmiş olup, katılımcıların %15,2'sinin beslenme tutumuna ilişkin problem yaşadığı, %10,1'inin internet bağımlısı olduğu, ayrıca internet bağımlılığı ile yeme tutumu arasında anlamlı ilişki olduğu saptanmıştır.

Odacı ve Çelik (2016) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, çok fazla internet kullananların zihinlerinin çok meşgul olmasından ötürü davranışlarını anlamada zorlandıkları, bu doğrultuda interneti çok kullanan bireylerin sağlıksız şekilde atıştırdıkları ve düzenli beslenmedikleri, kilo vermek üzere çok az yemek yedikleri veya yediklerini çıkarma gibi zararlı davranışlarda buldukları belirtilmiştir.

Yılmaz (2017) tarafından yapılan çalışmada, bir grup lise öğrencisinin internet kullanımlarının beden algıları ve yeme tutumları ile ilişkisi incelenmiş ve problemleri internet kullanımıyla yeme tutumu arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki olduğu belirlenmiştir.

Cansız (2019) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ve duygusal yeme arasındaki ilişki incelenmiş ve sosyal medya kullanımı ile duygusal yeme arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir.

Duran vd. (2019) tarafından yapılan ve üniversite öğrencilerinde stres ile sosyal medya kullanımının yeme davranışı üstündeki etkisinin incelendiği araştırmada, stres derecesiyle yeme davranışı bozukluğunun arasında anlamlı farklılık tespit edilmiş, stres şiddetinin artmasının anormal yeme davranışına sebebiyet verdiği belirlenmiş, ayrıca sosyal medya kullanımının artmasının da yeme davranışı bozukluğuna yol açtığı saptanmıştır.

Uysal-Atabay (2020) tarafından yapılan çalışmada, lise öğrencilerinin yaşam memnuniyeti, yeme bozukluğu ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiler incelenmiş ve sosyal medya bağımlılığı ile yeme bozukluğu arasında negatif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Yiğitcan (2021) tarafından yapılan araştırmada internet bağımlılığı, beden imajı ve yeme bozukluğu arasındaki ilişkiler incelenmiş ve internet bağımlılığı ile yeme tutumu arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu bulgusu elde edilmiştir.

Akyakar (2021) tarafından yapılan araştırmada, Sağlık Bilimleri Üniversitesi Gülhane Sağlık Bilimleri Fakültesi öğrencilerinde sosyal medya bağımlılık düzeyinin beslenme durumuyla ilişkisi incelenmiş ve sosyal medya bağımlılığının sağlıklı beslenmeye ilişkin tutum ile arasında negatif yönlü ve anlamlı ilişkisi olduğu bulgusu elde edilmiştir.

Gürsoy-Coşkun ve Atmaca-Demir (2021) tarafından yapılan çalışmada, İstanbul Rumeli Üniversitesi'nde öğrenim gören lisans öğrencileri özelinde sosyal medya bağımlılığı ve sağlıklı beslenmeye ilişkin tutum arasındaki ilişki incelenmiş, araştırma neticesinde öğrencilerin sosyal medya bağımlılıkları arttıkça, sağlıklı beslenmeye yönelik tutumlarının azaldığı bulgusu elde edilmiştir.

III. METODOLOJİ

A. Evren ve Örneklem

Araştırma kapsamında genel evren Türkiye’de 18 yaş üzeri tüm yetişkin bireyler olarak belirlenmiştir. Genel evren daraltılarak, araştırma evreni sadece İstanbul ilindeki 18 yaş üzeri yetişkin bireyler şeklinde sınırlandırılmıştır. Araştırma evreninin İstanbul ili olarak belirlenmesinde, araştırmacının İstanbul’da yaşıyor olması ve bu doğrultuda araştırmayla ilgili verilere daha kolay ulaşabilecek olması etkili olmuştur. Dolayısıyla, örnekleme tekniklerinden kolayda örnekleme tekniği kullanılarak araştırma çerçevesinde gerek duyulan katılımcılara ulaşılmaya çalışılmıştır.

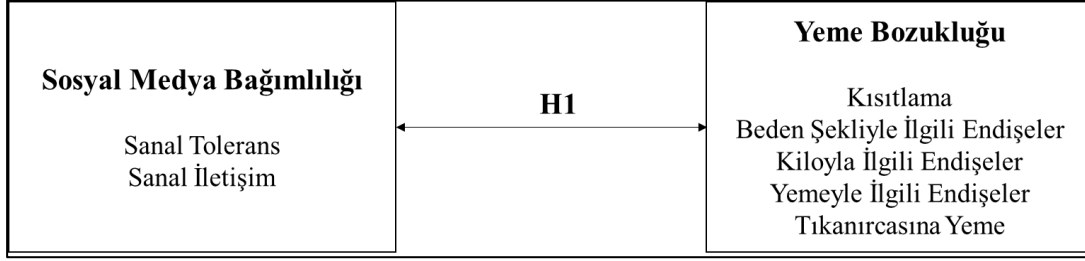
COVID-19’un halen egemen durumda olduğu bir dönemde yüz yüze veri toplamak güç olduğu için, araştırmacı tarafından Google Forms online anket uygulaması vasıtasıyla bir anket oluşturulmuş ve çeşitli sosyal medya uygulamaları aracılığıyla anket katılımcılara ulaştırılmıştır.

İstanbul ilinin nüfusu 2022 yılında 15,46 milyon civarındadır. Bu rakamın en az yarısının 18 yaş üzeri yetişkin bireyler olduğu düşünüldüğünde, araştırma kapsamında doğru ve güvenilir bulgulara erişebilmek üzere, %95 güven düzeyi ve %5 hata payı hesaplamaların göre en az 384 katılımcıya erişilmesi gerekmiştir. Bu çerçevede, 5 Mart 2022 ile 5 Mayıs 2022 tarihleri arasında 449 katılımcıdan meydana gelen bir örneklem grubuna erişilmiştir. Anket herhangi bir kurum veya sektörde çalışanlar üzerinde gerçekleştirilmediğinden ötürü, bir kurumdan izin alınmamıştır. Araştırmayla ilgili olarak EK-4’te yer alan İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu onayı alınmıştır. Böylelikle katılımcılar ankete gönüllü olarak ve kendi rızaları doğrultusunda katılım göstermişlerdir.

B. Araştırma Modeli

Araştırmada nicel araştırma yönteminden faydalanılmış ve tarama araştırması türlerinden ilişkisel tarama deseninden yararlanılmıştır. Araştırma kapsamında sosyal

medya bağımlılığı ile yeme bozukluğu arasındaki ilişkisi incelenmekte olup, bu doğrultuda oluşturulan araştırma modeli Şekil 1’de görülebilmektedir.



Şekil 1 Araştırma modeli

C. Veri Toplama Araçları

Araştırmaya ilişkin katılımcılardan veri toplamak amacıyla bir anket hazırlanmıştır. Ankette Sosyo-Demografik Bilgi Formu, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Yeme Bozukluğu Değerlendirme Ölçeği yer almıştır.

Sosyo-Demografik Bilgi Formu’nda, ankete katılım gösteren kişilerin demografik özelliklerini tespit etmek üzere 15 soru sorulmuştur. Bu sorular; yaş, cinsiyet, en son mezun olunan okul, medeni durum, romantik ilişki durumu, ekonomik durum, tanısı konulmuş herhangi bir sağlık sorunu olup olmadığı, düzenli kullanılan ilaç, tanısı konulmuş herhangi bir psikiyatrik rahatsızlığı olup olmadığı, eğer varsa psikiyatrik rahatsızlığın ismi, tanısı konulmuş herhangi bir yeme bozukluğu olup olmadığı, boy, kilo, sosyal medya hesabı olup olmadığı, sosyal medya uygulamalarından hangi uygulamanın en çok kullanıldığı şeklindedir.

Sosyal Medya Bağımlılığı (SMB) Ölçeği Yetişkin Formu, Şahin ve Yağcı (2017) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek toplam 20 maddeden meydana gelmektedir. İlk 11 madde Sanal Tolerans (ST) boyutuna, son 9 madde Sanal İletişim (Sİ) boyutuna ilişkindir. Ölçekteki 5. ve 11. maddeler olumsuzluk belirtmektedir ve tersten kodlanmaktadır. Ölçek 5’li Likert sistemiyle ölçümlenmektedir (1:Bana hiç uygun değil, 2:Bana uygun değil, 3:Kararsızım, 4:Bana uygun, 5:Bana çok uygun). Ölçekten alınabilecek en yüksek puan 100, en düşük puan 20’dir. Alınan puanın yüksek olması, kişinin sosyal medya bağımlısı olduğu anlamına gelmektedir. Yapılan bu araştırmada SMB’nin güvenilirlik düzeyi 0,885; ST’nin güvenilirlik düzeyi 0,824; Sİ’nin güvenilirlik düzeyi 0,820 ile yüksek düzeyde tespit edilmiştir.

Yeme Bozukluğu Değerlendirme Ölçeği, Fairburn ve Beglin (1994) tarafından geliştirilmiş, Yücel vd. (2011) tarafından Türkçe diline uyarlanmıştır. Ölçek toplam 28 sorudan meydana gelmektedir. Ölçek vasıtasıyla, 28 gün süresince gerçekleştirilen yemeye ilişkin davranışlar göz önünde bulundurulmakta ve 0 ile 6 arasında puanlama yapılmaktadır (0:Hiçbir Zaman, 1:1-5 Gün, 2:6-12 Gün, 3:13-15 Gün, 4:16-22 Gün, 5:23-27 Gün, 6:Her Gün). Bu doğrultuda alt boyutların ve ölçeğin puanları elde edilmektedir. Ölçeğin boyutları Kısıtlama (R), Yemeyle İlgili Endişeler (EC), Beden Şekliyle İlgili Endişeler (SC), Kiloyla İlgili Endişeler (WC) ve Tıkanırcasına Yeme (BE) şeklindedir. Ölçeğin değerlendirilmesi noktasında, boyutların puanlarını elde etmek üzere boyutlarda yer alan maddelerin puanları toplanmaktadır ve elde edilen toplam, boyutları meydana getiren maddelerin toplam sayısına bölünmektedir. Yeme Bozukluğu Değerlendirme Ölçeği toplam puanını bulmak üzere, R, EC, SC ve WC boyutlarının puanları toplanır ve boyut sayısı olan dörde bölünmektedir. BE boyutu ise ayrı olarak değerlendirilmekte ve hesaplanmaktadır. Yapılan bu araştırmada YB'nin güvenilirlik düzeyi 0,930; R'nin güvenilirlik düzeyi 0,829; EC'nin güvenilirlik düzeyi 0,740; SC'nin güvenilirlik düzeyi 0,859; WC'nin güvenilirlik düzeyi 0,784; BE'nin güvenilirlik düzeyi 0,736 ile yüksek düzeyde tespit edilmiştir.

D. Veri Analiz Yöntemi

Araştırma kapsamında toplanan verilerin analizi için nicel veri analiz yöntemi kullanılmıştır. Bu hususta SPSS-23 programından yararlanılmıştır. SPSS programı vasıtasıyla, demografik özellikler için frekans analizleri yapılmış, ölçekler, ölçeklerin boyutları ve maddelerinin ortalama ve toplam puanları ile normal dağılım koşulunu test etmek için tanımlayıcı analizler gerçekleştirilmiş, ölçeklerin ve boyutların güvenilirlik düzeylerini bulmak için güvenilirlik analizleri, araştırma sorularını test etmek için korelasyon analizi, araştırma değişkenlerine verilen cevapların demografik özelliklere göre anlamlı şekilde farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek üzere Bağımsız Örneklem T Testi ile Tek Yönlü ANOVA Testi uygulanmıştır.

IV. BULGULAR

A. Sosyo-Demografik Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde, anket formunu dolduran 449 katılımcının sosyo-demografik özelliklerini belirlemek amacıyla yapılan frekans analizlerine ilişkin bulgular yer almaktadır.

Çizelge 1’de katılımcıların yaş dağılımına yer verilmiştir. Çizelgeye göre, katılımcıların 239’u 18-29 yaş aralığında, 116’sı 30-39 yaş aralığında, 53’ü 40-49 yaş aralığında, 20’si 50-59 yaş aralığında, 21’i 60-69 yaş aralığındadır.

Çizelge 1 Yaş dağılımı

Yaş	N	%
18-29	239	53,2
30-39	116	25,8
40-49	53	11,8
50-59	20	4,5
60-69	21	4,7
Toplam	449	100,0

Çizelge 2’de katılımcıların cinsiyet dağılımı gösterilmiştir. Çizelgeye göre, katılımcıların 339’u kadın, 110’u erkektir.

Çizelge 2 Cinsiyet dağılımı

Cinsiyet	N	%
Kadın	339	75,5
Erkek	110	24,5
Toplam	449	100,0

Çizelge 3’te katılımcıların en son mezun oldukları okul dağılımı görülmektedir. Çizelgeye göre, katılımcıların 9’u ilkokul mezunu, 92’si ortaokul mezunu, 286’sı üniversite mezunu, 62’si yüksek lisans veya doktora mezunudur.

Çizelge 3 En son mezun olunan okul dağılımı

En Son Mezun Olunan Okul	N	%
İlkokul Mezunu	9	2,0
Ortaokul Mezunu	92	20,5
Üniversite Mezunu	286	63,7
Yüksek Lisans/Doktora Mezunu	62	13,8
Toplam	449	100,0

Çizelge 4’te katılımcıların medeni durum dağılımı yansıtılmıştır. Çizelgeye göre, katılımcıların 250’si bekar, 191’i evli, 8’i boşanmış veya ayrılmıştır.

Çizelge 4 Medeni durum dağılımı

Medeni Durum	N	%
Bekar	250	55,7
Evli	191	42,5
Boşanmış/Ayrılmış	8	1,8
Toplam	449	100,0

Çizelge 5’te katılımcıların romantik ilişki durumu dağılımına yer verilmiştir. Çizelgeye göre, katılımcıların 272’sinin romantik ilişkisi var olup, 177’sinin ise romantik ilişkisi yoktur.

Çizelge 5 Romantik ilişki durumu dağılımı

Romantik İlişki Durumu	N	%
Var	272	60,6
Yok	177	39,4
Toplam	449	100,0

Çizelge 6’da katılımcıların ekonomik durum dağılımı yer almaktadır. Çizelgeye göre, katılımcıların 25’i düşük ekonomik düzeyde, 349’u orta ekonomik düzeyde, 73’ü yüksek ekonomik düzeyde, 2’si çok yüksek ekonomik düzeydedir.

Çizelge 6 Kurum türüne göre dağılım

Ekonomik Durum	N	%
Düşük	25	5,6
Orta	349	77,7
Yüksek	73	16,3
Çok Yüksek	2	0,4
Toplam	449	100,0

Çizelge 7’de katılımcıların tanısı konulmuş sağlık durumu dağılımı gösterilmiştir. Çizelgeye göre, katılımcıların 94’ünün tanısı konulmuş sağlık sorunu bulunmaktayken, 355’inin ise tanısı konulmuş bir sağlık sorunu yoktur.

Çizelge 7 Tanısı konulmuş sağlık sorunu dağılımı

Tanısı Konulmuş Sağlık Sorunu	N	%
Evet	94	20,9
Hayır	355	79,1
Toplam	449	100,0

Çizelge 8’de katılımcıların tanısı konulmuş psikiyatrik rahatsızlık dağılımı görülmektedir. Çizelgeye göre, katılımcıların 36’sının tanısı konulmuş psikiyatrik rahatsızlığı bulunmaktayken, 413’ünün ise tanısı konulmuş bir psikiyatrik rahatsızlığı yoktur.

Çizelge 8 Tanısı konulmuş psikiyatrik rahatsızlık dağılımı

Tanısı Konulmuş Psikiyatrik Rahatsızlık	N	%
Evet	36	8,0
Hayır	413	92,0
Toplam	449	100,0

Çizelge 9’da katılımcıların tanısı konulmuş yeme bozukluğu dağılımı yansıtılmıştır. Çizelgeye göre, katılımcıların 14’ünün tanısı konulmuş yeme bozukluğu bulunmaktayken, 435’inin ise tanısı konulmuş bir yeme bozukluğu yoktur.

Çizelge 9 Tanısı konulmuş yeme bozukluğu dağılımı

Tanısı Konulmuş Yeme Bozukluğu	N	%
Evet	14	3,1
Hayır	435	96,9
Toplam	449	100,0

Çizelge 10’da katılımcıların sosyal medya hesabı sahipliği dağılımı yer almaktadır. Çizelgeye göre, katılımcıların 431’inin sosyal medya hesabı bulunmakta olup, 18’inin ise sosyal medya hesabı yoktur.

Çizelge 10 Sosyal medya hesabı sahipliği dağılımı

Sosyal Medya Hesabı	N	%
Evet	431	96,0
Hayır	18	4,0
Toplam	449	100,0

Çizelge 11’de katılımcıların en çok kullandıkları sosyal medya uygulaması dağılımına yer verilmiştir. Çizelgeye göre, katılımcıların 359’u en çok Instagram uygulamasını, 27’si en çok Facebook uygulamasını, 43’ü en çok Twitter

uygulamasını, 2'si en çok Snapchat uygulamasını kullanmakta olup, 18'i ise bu uygulamalardan herhangi birini kullanmamaktadır.

Çizelge 11 En çok kullanılan sosyal medya uygulaması dağılımı

En çok Kullanılan Sosyal Medya Uygulaması	N	%
Instagram	359	80,0
Facebook	27	6,0
Twitter	43	9,6
Snapchat	2	0,4
Hiçbiri	18	4,0
Toplam	449	100,0

B. Ölçeklere İlişkin Tanımlayıcı Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde, anket formunda kullanılan Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ile Yeme Bozukluğu Değerlendirme Ölçeği üzerinde gerçekleştirilen tanımlayıcı analizlerin bulguları yer almaktadır.

Çizelge 12'de Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği, ölçeğin alt boyutları olan Sanal Tolerans (ST) ile Sanal iletişim (Sİ) ve ölçek maddelerine yönelik olarak gerçekleştirilmiş tanımlayıcı analiz bulguları görülmektedir. Ölçekte yer alan ST5 ile ST11 kodlu maddeler olumsuzluk belirttiği için, bu maddelere verilmiş olan yanıtlar analiz öncesinde tersine çevrilerek olumlu hale getirilmiştir. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği üzerinde gerçekleştirilmiş olan tanımlayıcı analiz sonucunda, ölçeğin ortalamasının $\bar{x}=2,377$ (SS=0,669) ile ortalamanın altında olduğu, ST alt boyutunun ortalamasının $\bar{x}=2,617$ (SS=0,760) ile ortalamanın altında olduğu, Sİ alt boyutunun ortalamasının $\bar{x}=2,085$ (SS=0,707) ile düşük düzeyde olduğu belirlenmiştir. Yanı sıra, ölçek maddelerinin çarpıklık ve basıklık değerleri doğrultusunda, çarpıklık ve basıklık değerleri genel olarak (-2) ile (+2) arasında çıktığı için, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği için verilerin normal dağılıma yaklaştığı yorumu yapılabilir.

Çizelge 12 Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği tanımlayıcı bulguları

Madde	N	Min.	Maks.	Ort.	SS	Çarpıklık	Basıklık
ST1-Sosyal medyayı gerçek dünyadan bir kaçış olarak görüyorum.	449	1,00	5,00	2,343	1,211	0,446	-0,868
ST2-Sosyal medyada planladığımdan daha uzun süre kalırım.	449	1,00	5,00	3,096	1,272	-0,187	-1,093
ST3-Kendimi mutsuz hissettiğim zamanlarda sosyal medyada olmak beni rahatlatır.	449	1,00	5,00	2,612	1,279	0,111	-1,251

ST4-Sosyal medyada çok zaman geçirdiğimden işlerimi aksatıyorum.	449	1,00	5,00	2,330	1,298	0,550	-0,933
ST5RS-Sosyal medyaya gerekmedikçe girmem.	449	1,00	5,00	3,432	1,257	-0,404	-0,835

Çizelge 13 (devamı) Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği tanımlayıcı bulguları

ST6-Sosyal medya yüzünden verimliliğimin azaldığını fark ediyorum.	449	1,00	5,00	2,748	1,370	0,194	-1,236
ST7-Sosyal medyada çok zaman geçirdiğim için çevremdekiler beni eleştirirler.	449	1,00	5,00	1,915	1,158	1,127	0,259
ST8-Sosyal medyayı kullanırken biri beni rahatsız ettiğinde sinirleniyorum.	449	1,00	5,00	1,882	1,152	1,173	0,344
ST9-Sosyal medyada iken kendimi özgür hissediyorum.	449	1,00	5,00	2,082	1,182	0,785	-0,511
ST10-Sabah uyandığımda ilk işim sosyal medyaya girmek olur.	449	1,00	5,00	2,568	1,411	0,304	-1,305
ST11RS-Sosyal medya kullanmayı sevmiyorum.	449	1,00	5,00	3,777	1,259	-0,721	-0,557
Sanal Tolerans (ST)	449	1,00	4,73	2,617	0,760	0,187	-0,527
Sİ1-Güncel olaylardan haberdar olmak için sosyal medyadan ayrılamıyorum.	449	1,00	5,00	2,835	1,283	0,056	-1,125
Sİ2-Çevremde birileri varken bile, sosyal medyada olmayı tercih ederim.	449	1,00	5,00	1,851	0,974	1,016	0,338
Sİ3-Özel bazı duyuruları görebilmek ya da paylaşabilmek için sosyal medyada daha çok zaman geçiriyorum.	449	1,00	5,00	2,728	1,268	0,093	-1,126
Sİ4-Sosyal medyadan dolayı aile üyelerini ihmal ettiğim olur.	449	1,00	5,00	1,704	0,988	1,360	0,994
Sİ5-İnsani amaçlı sosyal projelerde yer almak için sosyal medyayı kullanmaktan kendimi alamıyorum.	449	1,00	5,00	2,200	1,174	0,660	-0,542
Sİ6-Sosyal medyada bağlantı kurduğum insanlara kendimi daha iyi anlatıyorum.	449	1,00	5,00	1,757	1,007	1,199	0,508
Sİ7-Sosyal medyadaki arkadaşlıkları gerçek yaşamdaki arkadaşlıklara tercih ederim.	449	1,00	5,00	1,343	0,820	2,807	7,935
Sİ8-Sosyal medya gruplarıyla iletişim halinde olabilmem için sosyal medyayı daha uzun süre kullanırım.	449	1,00	5,00	1,791	1,053	1,211	0,519
Sİ9-Çeşitli sosyal duyarlılıklar konusunda çabuk haberdar olma isteği beni daha çok sosyal medyada olmaya itiyor.	449	1,00	5,00	2,552	1,272	0,225	-1,179
Sanal İletişim (Sİ)	449	1,00	5,00	2,085	0,707	0,547	0,259
Sosyal Medya Bağımlılığı (ortalama)	449	1,00	4,60	2,377	0,669	0,265	-0,340

SMBÖ'den alınabilecek en düşük puan ile en yüksek puan dikkate alınarak elde edilen aralığın 5'e bölünmesiyle bağımlılık seviyeleri "bağımlılık yok", "düşük bağımlı", "orta bağımlı", "yüksek bağımlı" ve "çok yüksek bağımlı" olarak derecelendirilmiştir. Maddelerin her biri; maddelerden "Bana hiç uygun değil-1", "Bana uygun değil-2", "Kararsızım-3", "Bana uygun-4", "Bana çok uygun-5" şeklinde ölçeklendirilmiştir. Bireylerin, beşli Likert tipi ölçeğe verdikleri cevaplara karşılık olarak elde edilen puanlar, alt ölçeklerdeki madde sayısı farklılıkları

nedeniyle standart bir nitelik göstermemektedir. Bundan dolayı elde edilen ham puanların en düşüğü ve en yüksekini kesme noktaları hesaplanarak beş kategori (yok, düşük, orta, yüksek, çok yüksek) oluşturulmuştur. Kategorik puanların hesaplanmasında şu formülden yararlanılabilir: (Likert ölçek en yüksek puan - en düşük puan / kategori). Buna göre, ölçeğin geneli ve alt ölçek puan kategorileri ise, elde edilen aralık değeri ile ölçek madde sayısı çarpılarak hesaplanır (Jaafar, Arifin, Aiyub, Razman ve Kamaruddin 2018). Çizelge 13'te bağımlılık seviyelerinin puan dağılımları gösterilmiştir.

Çizelge 14 Sosyal medya bağımlılık seviyeleri ve puan dağılımları

Bağımlılık Seviyesi	SMB (Toplam) (1-20)	Sanal Tolerans (1-11)	Sanal İletişim (12-20)
Bağımlılık yok	20-35	11-19	9-16
Düşük Bağımlı	36-51	20-28	17-23
Orta Bağımlı	52-67	29-37	24-31
Yüksek Bağımlı	68-83	38-46	32-38
Çok Yüksek Bağımlı	84-100	47-55	39-45

Çizelge 14'te, katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ortalama ve toplam puanları görülmektedir. SMB ortalama puanı 449 katılımcı için $\bar{x}=2,377$ ($SS=0,669$) ile ortalamanın altında düzeyde iken, katılımcıların genelinin toplam puan açısından $\bar{x}=47,548$ ($SS=13,374$) ile düşük bağımlı kategorisinde yer aldığı görülmektedir.

Çizelge 15 Katılımcıların sosyal medya bağımlılığı ortalama ve toplam puanları

Değişken	N	Min.	Maks.	Ort.	SS	Çarpıklık	Basıklık
Sosyal Medya Bağımlılığı (toplam)	449	20,00	92,00	47,548	13,374	0,265	-0,340
Sosyal Medya Bağımlılığı (ortalama)	449	1,00	4,60	2,377	0,669	0,265	-0,340

Çizelge 15'te katılımcıların ST alt boyutu için bağımlılık düzeyi dağılımları görülmektedir. Çizelgeye göre, 66 kişinin sanal toleransa ilişkin bağımlılığı bulunmamakta, 163 kişinin düşük düzeyde bağımlılığı bulunmakta, 147 kişinin orta düzeyde bağımlılığı bulunmakta, 68 kişinin yüksek düzeyde bağımlılığı bulunmakta, 5 kişinin çok yüksek düzeyde bağımlılığı bulunmaktadır.

Çizelge 16 Sanal tolerans alt boyutu için bağımlılık düzeyi dağılımı

ST Bağımlılık Düzeyi	N	%
Bağımlılık yok	66	14,7

Düşük bağımlılık	163	36,3
Orta bağımlılık	147	32,7
Yüksek bağımlılık	68	15,2
Çok yüksek bağımlılık	5	1,1
Toplam	449	100,0

Çizelge 16’da katılımcıların Sİ alt boyutu için bağımlılık düzeyi dağılımları gösterilmiştir. Çizelgeye göre, 181 kişinin sanal iletişime ilişkin bağımlılığı bulunmamakta, 162 kişinin düşük düzeyde bağımlılığı bulunmakta, 92 kişinin orta düzeyde bağımlılığı bulunmakta, 12 kişinin yüksek düzeyde bağımlılığı bulunmakta, 2 kişinin çok yüksek düzeyde bağımlılığı bulunmaktadır.

Çizelge 17 Sanal iletişim alt boyutu için bağımlılık düzeyi dağılımı

Sİ Bağımlılık Düzeyi	N	%
Bağımlılık yok	181	40,3
Düşük bağımlılık	162	36,1
Orta bağımlılık	92	20,5
Yüksek bağımlılık	12	2,7
Çok yüksek bağımlılık	2	0,4
Toplam	449	100,0

Çizelge 17’de katılımcıların SMB için bağımlılık düzeyi dağılımları gösterilmiştir. Çizelgeye göre, 92 kişinin sosyal medya bağımlılığı bulunmamakta, 186 kişinin düşük düzeyde sosyal medya bağımlılığı bulunmakta, 134 kişinin orta düzeyde sosyal medya bağımlılığı bulunmakta, 35 kişinin yüksek düzeyde sosyal medya bağımlılığı bulunmakta, 2 kişinin çok yüksek düzeyde sosyal medya bağımlılığı bulunmaktadır.

Çizelge 18 Sosyal medya bağımlılık düzeyi dağılımı

SMB Bağımlılık Düzeyi	N	%
Bağımlılık yok	92	20,5
Düşük bağımlılık	186	41,4
Orta bağımlılık	134	29,8
Yüksek bağımlılık	35	7,8
Çok yüksek bağımlılık	2	,4
Toplam	449	100,0

Yeme Bozukluğu Ölçeği’nde Kısıtlama (R), Beden Şekliyle İlgili Endişeler (SC), Kiloyla İlgili Endişeler (WC), Yemeyle İlgili Endişeler (EC) ve Tıkanırcasına Yeme (BE) isimli 5 boyut bulunmaktadır. Aşağıda her bir boyutun maddelerine, boyutlara ve ölçeğe ilişkin tanımlayıcı bulgulara yer verilmiştir.

Çizelge 18’de Kısıtlama boyutuna ilişkin tanımlayıcı analiz bulguları gösterilmiştir. Çizelgeden görüleceği üzere, Kısıtlama boyutunun ortalamasının $\bar{x}=1,792$ ($SS=1,657$) olduğu tespit edilmiştir. Buna göre katılımcıların yemek yeme konusunda kısıtlama davranışını genel olarak 1-5 gün arasında sergilediklerinden bahsedilebilir. Yanı sıra, ölçek maddelerinin çarpıklık ve basıklık değerleri doğrultusunda, çarpıklık ve basıklık değerleri genel olarak (-2) ile (+2) arasında çıktığı için, Kısıtlama boyutu için verilerin normal dağılıma yaklaştığı yorumu yapılabilir.

Çizelge 19 Kısıtlama boyutu tanımlayıcı analiz bulguları

Madde	N	Min.	Maks.	Ort.	SS	Çarpıklık	Basıklık
R1-Kilonuzu ya da bedeninizin şeklini değiştirmek amacıyla yiyecek miktarınızı kasıtlı olarak sınırlandırmaya çalıştınız? (Başarılı olup olmadığınız önemli değildir.)	449	0,00	6,00	2,267	2,326	0,565	-1,287
R2-Bedeninizin şeklini ya da kilonuzu değiştirmek amacıyla uzun bir süre (uyanık olduğunuz 8 saat boyunca ya da daha fazla bir süre için) hiçbir şey yemediğiniz oldu?	449	0,00	6,00	0,835	1,581	2,108	3,411
R3-Bedeninizin şeklini ya da kilonuzu değiştirmek amacıyla hoşlandığımız yiyecekleri beslenme düzeninizden çıkarmaya çalıştınız? (Başarılı olup olmadığınız önemli değildir.)	449	0,00	6,00	2,031	2,137	0,744	-0,904
R4-Bedeninizin şeklini ya da kilonuzu değiştirmek amacıyla yemenizle ilgili (örn. kalori sınırlandırması) belli kurallara uymaya çalıştınız? (Başarılı olup olmadığınız önemli değildir.)	449	0,00	6,00	2,283	2,326	0,522	-1,349
R5-Bedeninizin şeklini ya da kilonuzu etkilemek amacıyla boş bir mideye sahip olmak için belirgin bir arzu duyduunuz?	449	0,00	6,00	1,546	2,287	1,152	-0,381
Kısıtlama (R)	449	0,00	6,00	1,792	1,657	0,753	-0,464

Çizelge 19’da Beden Şekliyle İlgili Endişeler boyutuna ilişkin tanımlayıcı analiz bulguları gösterilmiştir. Çizelgeden görüleceği üzere, Beden Şekliyle İlgili Endişeler boyutunun ortalamasının $\bar{x}=2,398$ ($SS=1,449$) olduğu tespit edilmiştir. Buna göre katılımcıların genel olarak 6-12 gün arasında beden şekliyle ilgili endişe duyduklarından bahsedilebilir. Yanı sıra, ölçek maddelerinin çarpıklık ve basıklık değerleri doğrultusunda, çarpıklık ve basıklık değerleri genel olarak (-2) ile (+2)

arasında çıktığı için, Beden Şekliyle İlgili Endişeler boyutu için verilerin normal dağılıma yaklaştığı yorumu yapılabilir.

Çizelge 20 Beden şekliyle ilgili endişeler boyutu tanımlayıcı analiz bulguları

Madde	N	Min.	Maks.	Ort.	SS	Çarpıklık	Basıklık
SC1-Tamamen düz bir karına sahip olmak için belirgin bir arzu duydunuz?	449	0,00	6,00	3,216	2,658	-0,083	-1,814
SC2-Bedeninizin şekli ve kiloyla ilgili düşünmenin, ilgilendiğiniz konulara (örn. İşinize, bir konuşmayı takip etmenize ya da okumanıza) yoğunlaşmanızı çok zorlaştırdığı oldu?	449	0,00	6,00	0,882	1,757	2,081	2,999
SC3-Kilo alabileceğinizden belirgin bir biçimde korktunuz?	449	0,00	6,00	2,145	2,460	0,701	-1,239
SC4-Kendinizi şişman hissettiniz?	449	0,00	6,00	2,376	2,475	0,483	-1,480
SC5-Bedeninizin şekli, kendiniz hakkındaki düşüncenizi (yargınızı) etkiledi mi?	449	1,00	6,00	2,561	1,649	0,767	-0,600
SC6-Bedeninizin şeklinden ne derece memnun değilsiniz?	449	1,00	6,00	3,051	1,677	0,452	-1,028
SC7-Bedeninizi görmekten ne kadar rahatsız oluyorsunuz (örn. Aynada, mağazanın camında, soyunurken, banyo ya da duş yaparken)?	449	1,00	6,00	2,372	1,610	1,016	-0,152
SC8-Başkalarının bedeninizin şeklini görme-sinden ne derece rahatsız oluyorsunuz? (örn. Soyunma odalarında, yüzerken ya da dar elbiseler giyerken)	449	1,00	6,00	2,579	1,716	0,811	-0,666
Beden Şekliyle İlgili Endişeler (SC)	449	,50	6,00	2,398	1,449	0,743	-0,408

Çizelge 20’de Yemeye İlgili Endişeler boyutuna ilişkin tanımlayıcı analiz bulguları gösterilmiştir. Çizelgeden görüleceği üzere, Yemeye İlgili Endişeler boyutunun ortalamasının $\bar{x}=1,280$ (SS=1,115) olduğu tespit edilmiştir. Buna göre katılımcıların genel olarak 1-5 gün arasında yemeye ilgili endişeler duyduklarından bahsedilebilir. Yanı sıra, ölçek maddelerinin çarpıklık ve basıklık değerleri

doğrultusunda, çarpıklık ve basıklık değerleri genel olarak (-2) ile (+2) arasında çıktığı için, Yemeyle İlgili Endişeler boyutu için verilerin normal dağılıma yaklaştığı yorumu yapılabilir.

Çizelge 21 Yemeyle ilgili endişeler boyutu tanımlayıcı analiz bulguları

Madde	N	Min.	Maks.	Ort.	SS	Çarpıklık	Basıklık
EC1-Yiyecek, yemek yeme ya da kalorilerle ilgili düşünmenin, ilgilendiğiniz konulara (örn. çalışma, bir konuşmayı takip etme ya da okuma) yoğunlaşmanızı çok zorlaştırdığı oldu?	449	0,00	6,00	1,031	1,857	1,831	1,965
EC2-Yemek yemeyle ilgili kontrolü kaybetmekten belirgin biçimde korktuğunuz oldu?	449	0,00	6,00	1,416	2,204	1,360	0,188
EC3-Son 28 gün içinde, kaç kere gizlice (örn. Saklanarak) yemek yediniz? (Tıkınırcasına yeme durumlarını saymayınız.)	449	0,00	6,00	0,249	0,871	4,945	26,694
EC4-Yemek yediğiniz zaman bedeninizin şeklini ya da kilonuzu etkilediği için ne oranda kendinizi suçlu hissettiniz (hata yaptığınızı hissettiniz)? (Tıkınırcasına yemek yeme durumlarını saymayınız.)	449	1,00	6,00	2,323	1,677	1,013	-0,343
EC5-Son 28 gün içinde, başkalarının sizi yemek yerken görmesiyle ilgili ne kadar endişelendiniz? (Tıkınırcasına yeme durumlarını saymayınız.)	449	1,00	5,00	1,379	0,888	2,577	6,216
Yemeyle İlgili Endişeler (EC)	449	,40	5,80	1,280	1,115	1,540	1,984

Çizelge 21’de Kiloyla İlgili Endişeler boyutuna ilişkin tanımlayıcı analiz bulguları gösterilmiştir. Çizelgeden görüleceği üzere, Kiloyla İlgili Endişeler boyutunun ortalamasının $\bar{x}=2,225$ (SS=1,361) olduğu tespit edilmiştir. Buna göre katılımcıların genel olarak 6-12 gün arasında kiloyla ilgili endişeler duyduklarından bahsedilebilir. Yanı sıra, ölçek maddelerinin çarpıklık ve basıklık değerleri doğrultusunda, çarpıklık ve basıklık değerleri genel olarak (-2) ile (+2) arasında çıktığı için, Kiloyla İlgili Endişeler boyutu için verilerin normal dağılıma yaklaştığı yorumu yapılabilir.

Çizelge 22 Kiloyla ilgili endişeler boyutu tanımlayıcı analiz bulguları

Madde	N	Min.	Maks.	Ort.	SS	Çarpıklık	Basıklık
WC1-Bedeninizin şekli ve kiloyla ilgili düşünmenin, ilgilendiğiniz konulara (örn. İşinize, bir konuşmayı takip etmenize ya da okumanıza) yoğunlaşmanızı çok zorlaştırdığı oldu?	449	0,00	6,00	0,882	1,757	2,081	2,999
WC2-Kilo vermek için güçlü bir arzunuz	449	0,00	6,00	2,483	2,508	0,406	-1,566

oldu?							
WC3-Kilonuz, kişi olarak kendiniz hakkında düşüncenizi ve yargınızı etkiledi mi?	449	1,00	6,00	2,497	1,646	0,830	-0,538
WC4-Önümüzdeki dört hafta boyunca, haftada 1 kez tartılmanız istense (ne daha sık ne daha seyrek), bu sizi ne kadar üzerti?	449	1,00	6,00	2,156	1,527	1,208	0,390
WC5-Kilonuzdan ne derece memnun değilsiniz?	449	1,00	6,00	3,109	1,691	0,437	-1,049
Kiloyla İlgili Endişeler (WC)	449	,60	6,00	2,225	1,361	0,877	-0,053

Çizelge 22’de Tıkanırcasına Yeme boyutuna ilişkin tanımlayıcı analiz bulguları gösterilmiştir. Çizelgeden görüleceği üzere, Tıkanırcasına Yeme boyutunun ortalamasının $\bar{x}=0,391$ ($SS=0,562$) olduğu tespit edilmiştir. Buna göre katılımcıların genel olarak neredeyse hiç tıkanırcasına yeme davranışı göstermediklerinden bahsedilebilir. Yanı sıra, ölçek maddelerinin çarpıklık ve basıklık değerleri doğrultusunda, çarpıklık ve basıklık değerleri genel olarak (-2) ile (+2) arasında çıkmadığı için, Tıkanırcasına Yeme boyutu için verilerin normal dağılıma yaklaşmadığı yorumu yapılabilir.

Çizelge 23 Tıkanırcasına yeme boyutu tanımlayıcı analiz bulguları

Madde	N	Min.	Maks.	Ort.	SS	Çarpıklık	Basıklık
BE1-Son 28 gün içinde, kaç kere, başka insanların alışılmadık miktarda fazla (şartlara göre) olarak tanımlayacakları biçimde yemek yediniz?	449	0,00	6,00	0,755	1,087	2,700	9,682
BE2-Bu süre içinde kaç kere yemek yemenizle ilgili kontrolü kaybetme hissine kapıldınız (yediğiniz sırada)?	449	0,00	6,00	0,682	1,056	2,927	11,326
BE3-Son 28 günün kaç GÜNÜNDE aşırı yemek yeme nöbetleri ortaya çıktı (örn. Alışılmadık miktarda fazla yemek yediğiniz ve o sırada kontrolü kaybettiğiniz duygusunu yaşadınız)?	449	0,00	6,00	0,575	1,006	3,107	12,371
BE4-Son 28 gün içinde, bedeninizin şekli ya da kilonuzu kontrol amacıyla, kaç kere kendinizi kusturdunuz?	449	0,00	6,00	0,065	0,498	10,151	111,314
BE5-Son 28 gün içinde, bedeninizin şekli ya da kilonuzu kontrol amacıyla, kaç kere müşhil (bağırsak çalıştırıcı) kullandınız?	449	0,00	6,00	0,082	0,448	8,287	86,748
BE6-Son 28 gün içinde, kilonuzu, bedeninizin şeklini ya da yağ miktarınızı kontrol etmek, kalorileri yakmak amacıyla, kaç kere “kendinizi kaybedercesine” ya da	449	0,00	6,00	0,187	0,802	5,852	37,248

“saplantılı” biçimde egzersiz yaptınız?

Tıkanırcasına Yeme (BE)	449	0,00	6,00	0,391	0,562	3,807	25,721
-------------------------	-----	------	------	-------	-------	-------	--------

Çizelge 23’te Yeme Bozukluğu Değerlendirme Ölçeği toplam ve ortalama puanları ile ölçeğin tüm boyutlarına ilişkin tanımlayıcı analiz bulguları gösterilmiştir. Çizelgeden görüleceği üzere, Yeme Bozukluğu ortalama puanının $\bar{x}=2,036$ (SS=1,241) olduğu tespit edilmiştir. Buna göre katılımcıların genel olarak 6-12 gün arasında yeme bozukluğu davranışı sergilemekte olduklarından bahsedilebilir. Yanı sıra, ölçeğin çarpıklık ve basıklık değerleri doğrultusunda, çarpıklık ve basıklık değerleri (-2) ile (+2) arasında çıkmadığı için, Yeme Bozukluğu Değerlendirme Ölçeği için verilerin normal dağılıma yaklaştığı yorumu yapılabilir.

Çizelge 24 Yeme Bozukluğu Değerlendirme Ölçeği toplam ve ortalama puanları ile ölçeğin tüm boyutlarına ilişkin tanımlayıcı analiz bulguları

Değişken	N	Min.	Maks.	Ort.	SS	Çarpıklık	Basıklık
Kısıtlama (R)	449	0,00	6,00	1,792	1,657	0,753	-0,464
Beden Şekliyle İlgili Endişeler (SC)	449	,50	6,00	2,398	1,449	0,743	-0,408
Kiloyla İlgili Endişeler (WC)	449	,60	6,00	2,225	1,361	0,877	-0,053
Yemeye İlgili Endişeler (EC)	449	,40	5,80	1,280	1,115	1,540	1,984
Tıkanırcasına Yeme (BE)	449	0,00	6,00	0,391	0,562	3,807	25,721
Yeme Bozukluğu (toplam)	449	9,00	123,00	44,788	27,309	0,763	-0,211
Yeme Bozukluğu (ortalama)	449	,41	5,59	2,036	1,241	0,763	-0,211

Yeme bozukluğu bakımından klinik önem sınır değeri, her bir boyut puanı ve Yeme Bozukluğu Değerlendirme Ölçeği ortalama puanı için ≥ 4 şeklinde kabul edilmektedir (Lavender, De Young ve Anderson, 2010). Buna göre, herhangi bir boyut ve/veya ölçek için ≥ 4 sınır değerini geçen katılımcıda yeme bozukluğu davranışı bulunduğu bahsedilebilir. Bu sınır değerden faydalanılarak, katılımcıların Yeme Bozukluğu Değerlendirme Ölçeği ve boyutlarındaki puan dağılımı Çizelge 24’te sunulmuştur. Çizelgeden görüleceği üzere; 60 katılımcının kısıtlama davranışı sergilediği, 78 katılımcının beden şekliyle ilgili endişeler duyduğu, 62 katılımcının kiloyla ilgili endişeler duyduğu, 15 kişinin yemeye ilgili endişeler duyduğu, 1 kişinin tıkanırcasına yeme davranışı sergilediği, 40 kişinin ise genel olarak yeme bozukluğu davranışı sergilediği belirlenmiştir.

Çizelge 25 Yeme Bozukluğu Değerlendirme Ölçeği ve boyutları için ≥ 4 klinik önem sınır değerine göre katılımcıların değerlendirilmesi

R (Kısıtlama)	N	%
Var	60	13,4
Yok	389	86,6
Toplam	449	100,0
SC (Beden Şekliyle İlgili Endişeler)	N	%
Var	78	17,4
Yok	371	82,6
Toplam	449	100,0
WC (Kiloyla İlgili Endişeler)	N	%
Var	62	13,8
Yok	387	86,2
Toplam	449	100,0

Çizelge 26 (devamı) Yeme Bozukluğu Değerlendirme Ölçeği ve boyutları için ≥ 4 klinik önem sınır değerine göre katılımcıların değerlendirilmesi

EC (Yemeye İlgili Endişeler)	N	%
Var	15	3,3
Yok	434	96,7
Toplam	449	100,0
BE (Tıkanırcasına Yeme)	N	%
Var	1	,2
Yok	448	99,8
Toplam	449	100,0
YB (Yeme Bozukluğu)	N	%
Var	40	8,9
Yok	409	91,1
Toplam	449	100,0

C. Araştırma Sorularının Bulguları

Çizelge 25'te araştırma sorularını test etmek üzere gerçekleştirilen korelasyon analizine ilişkin bulgulara yer verilmiştir. Korelasyon analizinde 0,000 ile 0,300 arasındaki korelasyon düzeyi düşük düzeyli ilişkiyi, 0,300 ile 0,700 arasındaki korelasyon düzeyi orta düzeyli ilişkiyi, 0,700 ile 1,000 arasındaki korelasyon düzeyi ise yüksek düzeyli ilişkiyi göstermektedir. Araştırma kapsamında yapılan korelasyon analizi neticesinde şu bulgular elde edilmiştir:

- ST ile R arasında pozitif yönlü, anlamlı ve düşük düzeyli ilişki vardır ($r=0,094$; $p=0,047$).
- Sİ ile R arasında anlamlı ilişki yoktur ($p=0,248$).
- ST ile SC arasında pozitif yönlü, anlamlı ve orta düzeyli ilişki vardır ($r=0,311$; $p=0,000$).

- Sİ ile SC arasında pozitif yönlü, anlamlı ve düşük düzeyli ilişki vardır (r=0,184; p=0,000).
- ST ile WC arasında pozitif yönlü, anlamlı ve orta düzeyli ilişki vardır (r=0,320; p=0,000).
- Sİ ile WC arasında pozitif yönlü, anlamlı ve düşük düzeyli ilişki vardır (r=0,189; p=0,000).
- ST ile EC arasında pozitif yönlü, anlamlı ve düşük düzeyli ilişki vardır (r=0,290; p=0,000).
- Sİ ile EC arasında pozitif yönlü, anlamlı ve düşük düzeyli ilişki vardır (r=0,145; p=0,002).
- ST ile BE arasında pozitif yönlü, anlamlı ve düşük düzeyli ilişki vardır (r=0,157; p=0,001).
- Sİ ile BE arasında pozitif yönlü, anlamlı ve düşük düzeyli ilişki vardır (r=0,121; p=0,010).

Çizelge 27 Araştırma sorularını test etmek üzere yapılan korelasyon analizi bulguları

Değişken	Korelasyon	ST	Sİ	SMB	R	SC	WC	EC	BE	YB
ST	r-değeri	1								
	p-değeri									
Sİ	r-değeri	0,644**	1							
	p-değeri	0,000								
SMB	r-değeri	0,931**	0,878**	1						
	p-değeri	0,000	0,000							
R	r-değeri	0,094*	0,055	0,085	1					
	p-değeri	0,047	0,248	0,073						
SC	r-değeri	0,311**	0,184**	0,282**	0,565**	1				
	p-değeri	0,000	0,000	0,000	0,000					
WC	r-değeri	0,320**	0,189**	0,290**	0,610**	0,882**	1			
	p-değeri	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000				
EC	r-değeri	0,290**	0,145**	0,251**	0,524**	0,816**	0,816**	1		
	p-değeri	0,000	0,002	0,000	0,000	0,000	0,000			
BE	r-değeri	0,157**	0,121*	0,156**	0,279**	0,378**	0,368**	0,447**	1	
	p-değeri	0,001	0,010	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000		
YB	r-değeri	0,286**	0,165**	0,258**	0,773**	0,942**	0,929**	0,866**	0,410**	1
	p-değeri	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	

** . Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır (2-yönlü).

* . Korelasyon 0,05 düzeyinde anlamlıdır (2-yönlü).

D. Farklılık Analizleri Bulguları

Çeşitli sosyo-demografik özelliklere göre, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve boyutları ile Yeme Bozukluğu Değerlendirme Ölçeği ve boyutlarına verilmiş olan cevaplarda anlamlı farklılıklar olup olmadığını tespit etmek için farklılık analizleri gerçekleştirilmiş, bu doğrultuda iki grulu sosyo-demografik değişkenler için Bağımsız Örneklem T Testi, ikiden fazla grubu olan sosyo-demografik değişkenler için Tek Yönlü ANOVA Testi uygulanmıştır.

Çizelge 26’da cinsiyete göre farklılık analizi bulguları gösterilmiştir. Cinsiyet sosyo-demografik değişkeninde iki değişken grubu bulunduğu için, Bağımsız Örneklem T Testi uygulanmıştır. Çizelgeden görüleceği üzere; ST ($t=4,317$; $p=0,000$), SMB ($t=3,414$; $p=0,001$), SC ($t=4,274$; $p=0,000$), WC ($t=3,009$; $p=0,001$) ve EC ($t=3,199$; $p=0,000$) değişkenlerinde $p<0,05$ şeklinde tespit edilmiş olduğundan, bu değişkenlerde anlamlı farklılıklar olduğu bulgusu elde edilmiştir. Bu doğrultuda şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- ST için kadın katılımcılar ($\bar{x}=2,703$) erkek katılımcılara ($\bar{x}=2,350$) kıyasla daha yüksek yanıtlar vermişlerdir.
- SMB için kadın katılımcılar ($\bar{x}=2,438$) erkek katılımcılara ($\bar{x}=2,190$) kıyasla daha yüksek yanıtlar vermişlerdir.
- SC için kadın katılımcılar ($\bar{x}=2,561$) erkek katılımcılara ($\bar{x}=1,894$) kıyasla daha yüksek yanıtlar vermişlerdir.
- WC için kadın katılımcılar ($\bar{x}=2,335$) erkek katılımcılara ($\bar{x}=1,889$) kıyasla daha yüksek yanıtlar vermişlerdir.
- EC için kadın katılımcılar ($\bar{x}=1,375$) erkek katılımcılara ($\bar{x}=0,987$) kıyasla daha yüksek yanıtlar vermişlerdir.

Çizelge 28 Cinsiyete göre farklılık analizi bulguları

Değişken	Cinsiyet	N	Ort.	SS	t-değeri	sd	p-değeri
ST	Kadın	339	2,703	0,769	4,317	447	0,000
	Erkek	110	2,350	0,667			
Sİ	Kadın	339	2,114	0,708	1,533	447	0,126
	Erkek	110	1,995	0,700			
SMB	Kadın	339	2,438	0,671	3,414	447	0,001
	Erkek	110	2,190	0,628			
R	Kadın	339	1,828	1,674	0,792	447	0,429
	Erkek	110	1,684	1,606			

SC	Kadın	339	2,561	1,481	4,274	447	0,000
	Erkek	110	1,894	1,220			
WC	Kadın	339	2,335	1,396	3,009	447	0,001
	Erkek	110	1,889	1,194			
BE	Kadın	339	0,420	0,594	1,957	447	0,051
	Erkek	110	0,300	0,441			
EC	Kadın	339	1,375	1,193	3,199	447	0,000
	Erkek	110	0,987	0,760			
YB	Kadın	339	2,147	1,289	3,360	447	0,000
	Erkek	110	1,694	1,013			

Çizelge 27’de yaşa göre farklılık analizi bulguları gösterilmiştir. Yaş grubu açısından 50-59 yaş grubunda 20, 60-69 yaş grubunda 21 kişi bulunduğu için, bu iki grup 50-69 yaş grubu adı altında birleştirilmiştir. Bu doğrultuda, yaş sosyo-demografik değişkeninde dört değişken grubu bulunduğu için, Tek Yönlü ANOVA Testi uygulanmıştır. Çizelgeden görüleceği üzere; ST (F=13,347; p=0,000), Sİ (F=4,243; p=0,006), SMB (F=10,652; p=0,000), SC (F=3,431; p=0,017) ve YB (F=2,848; p=0,037) değişkenlerinde $p < 0,05$ şeklinde tespit edilmiş olduğundan, bu değişkenlerde anlamlı farklılıklar olduğu bulgusu elde edilmiştir. Anlamlı farklılıkların nereden kaynaklandığını tespit etmek için post-hoc testleri yapılmıştır. Hangi post-hoc testinin yapılacağını belirlemek üzere ise Levene homojenlik testi gerçekleştirilmiştir. Levene testi sonucunda $p < 0,05$ bulgusu elde edilen değişkenler için varyanslar homojen olmadığından Tamhane’s T2 post hoc testi, $p > 0,05$ bulgusu elde edilen değişkenler için ise varyanslar homojen olduğundan Tukey post hoc testi uygulanmıştır. Bu doğrultuda şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- ST için 18-29 yaş grubundakiler ($\bar{x}=2,785$), 30-39 yaş grubundakilere ($\bar{x}=2,566$), 40-49 yaş grubundakilere ($\bar{x}=2,374$) ve 50-69 yaş grubundakilere ($\bar{x}=2,095$) kıyasla; ayrıca 30-39 yaş grubundakiler ($\bar{x}=2,566$), 50-69 yaş grubundakilere ($\bar{x}=2,095$) kıyasla daha yüksek yanıtlar vermişlerdir.
- Sİ için 18-29 yaş grubundakiler ($\bar{x}=2,175$), 50-69 yaş grubundakilere ($\bar{x}=1,810$) kıyasla daha yüksek yanıtlar vermişlerdir.
- SMB için 18-29 yaş grubundakiler ($\bar{x}=2,511$), 40-49 yaş grubundakilere ($\bar{x}=2,178$) ve 50-69 yaş grubundakilere ($\bar{x}=1,967$) kıyasla; ayrıca 30-39 yaş grubundakiler ($\bar{x}=2,339$), 50-69 yaş grubundakilere ($\bar{x}=1,967$) kıyasla daha yüksek yanıtlar vermişlerdir.

- SC için 18-29 yaş grubundakiler ($\bar{x}=2,546$), 50-69 yaş grubundakilere ($\bar{x}=1,860$) kıyasla daha yüksek yanıtlar vermişlerdir.
- YB için 18-29 yaş grubundakiler ($\bar{x}=2,147$), 50-69 yaş grubundakilere ($\bar{x}=1,637$) kıyasla daha yüksek yanıtlar vermişlerdir.

Çizelge 29 Yaşa göre farklılık analizi bulguları

Değişken	Yaş Grubu	N	Ort.	SS	F-değeri	p-değeri	Levene	Anlamlı Fark
ST	18-29	239	2,785	0,754	13,347	0,000	0,076	1-2, 1-3, 1-4, 2-4
	30-39	116	2,566	0,743				
	40-49	53	2,374	0,701				
	50-69	41	2,095	0,566				
Sİ	18-29	239	2,175	0,721	4,243	0,006	0,253	1-4
	30-39	116	2,061	0,671				
	40-49	53	1,939	0,741				
	50-69	41	1,810	0,586				
SMB	18-29	239	2,511	0,670	10,652	0,000	0,180	1-3, 1-4, 2-4
	30-39	116	2,339	0,644				
	40-49	53	2,178	0,656				
	50-69	41	1,967	0,499				
R	18-29	239	1,832	1,717	1,342	0,260		
	30-39	116	1,678	1,546				
	40-49	53	2,106	1,750				
	50-69	41	1,483	1,441				
SC	18-29	239	2,546	1,508	3,431	0,017	0,060	1-4
	30-39	116	2,227	1,322				
	40-49	53	2,519	1,474				
	50-69	41	1,860	1,266				
WC	18-29	239	2,346	1,435	2,508	0,058		
	30-39	116	2,041	1,227				
	40-49	53	2,366	1,356				
	50-69	41	1,863	1,199				
EC	18-29	239	1,393	1,181	2,218	0,085		
	30-39	116	1,152	0,940				

	40-49	53	1,264	1,105				
	50-69	41	1,000	1,135				
	18-29	239	0,432	0,655				
BE	30-39	116	0,382	0,505	1,488	0,217		
	40-49	53	0,330	0,326				
	50-69	41	0,252	0,287				
	18-29	239	2,147	1,334				
YB	30-39	116	1,886	1,101	2,848	0,037	0,019	1-4
	40-49	53	2,170	1,189				
	50-69	41	1,637	1,015				

Çizelge 28’de en son mezun olunan okula göre farklılık analizi bulguları gösterilmiştir. En son mezun olunan okul açısından ilkokul grubunda 9, ortaokul grubunda 92 kişi bulunduğundan dolayı, bu iki grup ilköğretim grubu adı altında birleştirilmiştir. Bu doğrultuda, en son mezun olunan okul sosyo-demografik değişkeninde üç değişken grubu bulunduğundan, Tek Yönlü ANOVA Testi uygulanmıştır. Çizelgeden görüleceği üzere, sadece ST (F=3,727; p=0,025) değişkeninde p<0,05 şeklinde tespit edilmiş olduğundan, bu değişkende anlamlı farklılık olduğu bulgusu elde edilmiştir. Anlamlı farklılığın nereden kaynaklandığını tespit etmek için post-hoc testi yapılmıştır. Hangi post-hoc testinin yapılacağını belirlemek üzere ise Levene homojenlik testi gerçekleştirilmiştir. Levene testi sonucunda, p>0,05 bulgusu elde edilen ST değişkeni için varyanslar homojen olduğundan Tukey post hoc testi uygulanmıştır. Bu doğrultuda şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- ST için üniversite mezunları (\bar{x} =2,654), lisansüstü mezunlarına (\bar{x} =2,374) kıyasla daha yüksek yanıtlar vermişlerdir.

Çizelge 30 En son mezun olunan okula göre farklılık analizi bulguları

Değişken	Yaş Grubu	N	Ort.	SS	F-değeri	p-değeri	Levene	Anlamlı Fark
ST	İlköğretim	101	2,660	0,786	3,727	0,025	0,236	2-3
	Üniversite	286	2,654	0,756				
	Lisansüstü	62	2,374	0,695				
Sİ	İlköğretim	101	2,076	0,692	0,449	0,639		
	Üniversite	286	2,104	0,718				
	Lisansüstü	62	2,011	0,687				
SMB	İlköğretim	101	2,397	0,670	2,261	0,105		
	Üniversite	286	2,407	0,674				
	Lisansüstü	62	2,210	0,627				
R	İlköğretim	101	1,844	1,790	0,076	0,927		
	Üniversite	286	1,785	1,642				
	Lisansüstü	62	1,745	1,520				

SC	İlköğretim	101	2,431	1,500	0,450	0,638
	Üniversite	286	2,421	1,453		
	Lisansüstü	62	2,236	1,359		
WC	İlköğretim	101	2,364	1,440	1,060	0,347
	Üniversite	286	2,215	1,344		
	Lisansüstü	62	2,048	1,304		
BE	İlköğretim	101	0,436	0,579	2,551	0,079
	Üniversite	286	0,407	0,596		
	Lisansüstü	62	0,245	0,295		
EC	İlköğretim	101	1,392	1,165	1,715	0,181
	Üniversite	286	1,287	1,132		
	Lisansüstü	62	1,061	0,918		
YB	İlköğretim	101	2,103	1,302	0,602	0,548
	Üniversite	286	2,045	1,246		
	Lisansüstü	62	1,886	1,118		

Çizelge 29’da medeni duruma göre farklılık analizi bulguları gösterilmiştir. Medeni durum açısından boşanmış/ayrılmış grubunda 8 kişi bulunduğu için, bu grupta yer alan 8 kişinin yanıtları bekar grubuna aktarılmıştır. Bu doğrultuda, medeni durum sosyo-demografik değişkeninde iki değişken grubu bulunduğu için, Bağımsız Örneklem T Testi uygulanmıştır. Çizelgeden görüleceği üzere; ST ($t=5,145$; $p=0,000$), Sİ ($t=3,250$; $p=0,001$), SMB ($t=4,770$; $p=0,000$), WC ($t=2,073$; $p=0,035$) ve EC ($t=2,169$; $p=0,031$) değişkenlerinde $p<0,05$ şeklinde tespit edilmiş olduğundan, bu değişkenlerde anlamlı farklılıklar olduğu bulgusu elde edilmiştir. Bu doğrultuda şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- ST için bekar katılımcılar ($\bar{x}=2,771$) evli katılımcılara ($\bar{x}=2,408$) kıyasla daha yüksek yanıtlar vermişlerdir.
- Sİ için bekar katılımcılar ($\bar{x}=2,177$) evli katılımcılara ($\bar{x}=1,960$) kıyasla daha yüksek yanıtlar vermişlerdir.
- SMB için bekar katılımcılar ($\bar{x}=2,504$) evli katılımcılara ($\bar{x}=2,207$) kıyasla daha yüksek yanıtlar vermişlerdir.
- WC için bekar katılımcılar ($\bar{x}=2,340$) evli katılımcılara ($\bar{x}=2,071$) kıyasla daha yüksek yanıtlar vermişlerdir.
- EC için bekar katılımcılar ($\bar{x}=1,378$) evli katılımcılara ($\bar{x}=1,148$) kıyasla daha yüksek yanıtlar vermişlerdir.

Çizelge 31 Medeni duruma göre farklılık analizi bulguları

Değişken	Medeni Durum	N	Ort.	SS	t-değeri	sd	p-değeri
ST	Bekar	258	2,771	0,748	5,145	447	0,000
	Evli	191	2,408	0,726			
Sİ	Bekar	258	2,177	0,730	3,250	447	0,001

SMB	Evli	191	1,960	0,657	4,770	447	0,000
	Bekar	258	2,504	0,674			
R	Evli	191	2,207	0,624	0,884	447	0,368
	Bekar	258	1,852	1,742			
SC	Evli	191	2,260	1,352	1,740	447	0,082
	Bekar	258	2,340	1,437			
WC	Evli	191	2,071	1,238	2,073	447	0,035
	Bekar	258	0,414	0,628			
BE	Evli	191	0,360	0,458	1,017	447	0,310
	Bekar	258	1,378	1,169			
EC	Evli	191	1,148	1,025	2,169	447	0,031
	Bekar	258	2,128	1,333			
YB	Evli	191	1,911	1,097	1,835	447	0,060

Çizelge 30'da romantik ilişki durumuna göre farklılık analizi bulguları gösterilmiştir. Romantik ilişki durumu sosyo-demografik değişkeninde iki değişken grubu bulunduğundan, Bağımsız Örneklemeler T Testi uygulanmıştır. Çizelgeden görüleceği üzere, herhangi bir değişkende $p < 0,05$ şeklinde tespit edilmemiş olduğundan, hiçbir değişkende romantik ilişki durumuna göre anlamlı farklılık olmadığı bulgusu elde edilmiştir.

Çizelge 32 Romantik ilişki durumuna göre farklılık analizi bulguları

Değişken	Romantik İlişki Durumu	N	Ort.	SS	t-değeri	sd	p-değeri
ST	Var	272	2,574	0,737	-1,503	447	0,134
	Yok	177	2,684	0,791			
Sİ	Var	272	2,048	0,688	-1,354	447	0,176
	Yok	177	2,141	0,735			
SMB	Var	272	2,337	0,647	-1,584	447	0,114
	Yok	177	2,439	0,698			
R	Var	272	1,854	1,678	0,971	447	0,332
	Yok	177	1,698	1,624			
SC	Var	272	2,405	1,413	0,136	447	0,892
	Yok	177	2,386	1,507			
WC	Var	272	2,235	1,339	0,191	447	0,849
	Yok	177	2,210	1,398			
BE	Var	272	0,377	0,572	-0,655	447	0,513
	Yok	177	0,412	0,547			
EC	Var	272	1,279	1,098	-0,008	447	0,994
	Yok	177	1,280	1,144			
YB	Var	272	2,052	1,202	0,348	447	0,728
	Yok	177	2,011	1,302			

Çizelge 31’de ekonomik duruma göre farklılık analizi bulguları gösterilmiştir. Ekonomik durum açısından çok yüksek ekonomik düzey grubunda sadece 2 kişi bulunduğu için dolaylı olarak, bu iki kişinin yanıtları yüksek ekonomik düzey grubuna aktarılmıştır. Bu doğrultuda, ekonomik durum sosyo-demografik değişkeninde üç değişken grubu bulunduğu için, Tek Yönlü ANOVA Testi uygulanmıştır. Çizelgeden görüleceği üzere, sadece SC (F=5,360; p=0,005) değişkeninde p<0,05 şeklinde tespit edilmiş olduğundan, bu değişkende anlamlı farklılık olduğu bulgusu elde edilmiştir. Anlamlı farklılığın nereden kaynaklandığını tespit etmek için post-hoc testi yapılmıştır. Hangi post-hoc testinin yapılacağını belirlemek üzere ise Levene homojenlik testi gerçekleştirilmiştir. Levene testi sonucunda, p<0,05 bulgusu elde edilen SC değişkeni için varyanslar homojen olmadığından Tamhane’s T2 post hoc testi uygulanmıştır. Bu doğrultuda şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- SC için düşük ekonomik düzeydeki katılımcılar ($\bar{x}=3,100$), orta ekonomik düzeydeki katılımcılara ($\bar{x}=2,424$) ve yüksek ekonomik düzeydeki katılımcılara ($\bar{x}=2,042$) kıyasla daha yüksek yanıtlar vermişlerdir.

Çizelge 33 Ekonomik duruma göre farklılık analizi bulguları

Değişken	Ekonomik Durum	N	Ort.	SS	F-değeri	p-değeri	Levene	Anlamlı Fark
ST	Düşük	25	2,895	0,741	2,085	0,126		
	Orta	349	2,614	0,770				
	Yüksek	75	2,538	0,706				
Sİ	Düşük	25	2,222	0,545	0,553	0,576		
	Orta	349	2,071	0,707				
	Yüksek	75	2,101	0,756				
SMB	Düşük	25	2,592	0,540	1,422	0,242		
	Orta	349	2,370	0,680				
	Yüksek	75	2,341	0,650				
R	Düşük	25	1,872	1,425	0,044	0,957		
	Orta	349	1,782	1,667				
	Yüksek	75	1,816	1,701				
SC	Düşük	25	3,100	1,535	5,360	0,005	0,048	1-3, 2-3
	Orta	349	2,424	1,477				
	Yüksek	75	2,042	1,178				
WC	Düşük	25	2,624	1,404	2,405	0,091		
	Orta	349	2,250	1,392				
	Yüksek	75	1,976	1,161				
BE	Düşük	25	0,520	0,662	0,997	0,370		
	Orta	349	0,393	0,570				

	Yüksek	75	0,338	0,482		
	Düşük	25	1,688	1,401		
EC	Orta	349	1,294	1,141	2,966	0,053
	Yüksek	75	1,077	0,815		
	Düşük	25	2,482	1,253		
YB	Orta	349	2,049	1,270	2,711	0,068
	Yüksek	75	1,827	1,057		

Çizelge 32’de tanısı konulmuş sağlık sorunu olup olmadığına göre farklılık analizi bulguları gösterilmiştir. Tanısı konulmuş sağlık sorunu olup olmadığı sosyo-demografik değişkeninde iki değişken grubu bulunduğundan, Bağımsız Örneklem T Testi uygulanmıştır. Çizelgeden görüleceği üzere, SMB ($t=-1,988$; $p=0,047$) ve R ($t=2,216$; $p=0,027$) değişkenlerinde $p<0,05$ şeklinde tespit edilmiş olduğundan, bu değişkenlerde anlamlı farklılık olduğu bulgusu elde edilmiştir. Bu doğrultuda şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- SMB için tanısı konulmuş bir sağlık sorunu olmayanlar ($\bar{x}=2,410$), tanısı konulmuş bir sağlık sorunu olanlara ($\bar{x}=2,256$) kıyasla daha yüksek yanıtlar vermişlerdir.
- R için tanısı konulmuş bir sağlık sorunu olanlar ($\bar{x}=2,128$), tanısı konulmuş bir sağlık sorunu olmayanlara ($\bar{x}=1,704$) kıyasla daha yüksek yanıtlar vermişlerdir.

Çizelge 34 Tanısı konulmuş sağlık sorunu olup olmadığına göre farklılık analizi bulguları

Değişken	Sağlık Sorunu	N	Ort.	SS	t-değeri	sd	p-değeri
ST	Evet	94	2,493	0,820	-1,780	447	0,076
	Hayır	355	2,650	0,741			
Sİ	Evet	94	1,966	0,708	-1,838	447	0,067
	Hayır	355	2,116	0,705			
SMB	Evet	94	2,256	0,704	-1,988	447	0,047
	Hayır	355	2,410	0,656			
R	Evet	94	2,128	1,668	2,216	447	0,027
	Hayır	355	1,704	1,645			
SC	Evet	94	2,626	1,575	1,723	447	0,108
	Hayır	355	2,337	1,410			
WC	Evet	94	2,428	1,438	1,623	447	0,105
	Hayır	355	2,172	1,337			
BE	Evet	94	0,486	0,767	1,847	447	0,065
	Hayır	355	0,366	0,492			
EC	Evet	94	1,381	1,302	0,989	447	0,381
	Hayır	355	1,253	1,060			

YB	Evet	94	2,255	1,338	1,929	447	0,054
	Hayır	355	1,978	1,210			

Çizelge 33’de tanısı konulmuş psikiyatrik rahatsızlığı olup olmadığına göre farklılık analizi bulguları gösterilmiştir. Tanısı konulmuş psikiyatrik rahatsızlığı olup olmadığı sosyo-demografik değişkeninde iki değişken grubu bulunduğundan, Bağımsız Örneklem T Testi uygulanmıştır. Çizelgeden görüleceği üzere, herhangi bir değişkende $p < 0,05$ şeklinde tespit edilmemiş olduğundan, hiçbir değişkende psikiyatrik rahatsızlığı olup olmadığı durumuna göre anlamlı farklılık olmadığı bulgusu elde edilmiştir.

Çizelge 35 Tanısı konulmuş psikiyatrik rahatsızlığı olup olmadığına göre farklılık analizi bulguları

Değişken	Psikiyatrik Rahatsızlık	N	Ort.	SS	t-değeri	sd	p-değeri
ST	Evet	36	2,636	0,739	0,160	447	0,873
	Hayır	413	2,615	0,762			
Sİ	Evet	36	2,068	0,799	-0,148	447	0,883
	Hayır	413	2,086	0,700			
SMB	Evet	36	2,381	0,711	0,030	447	0,976
	Hayır	413	2,377	0,666			
R	Evet	36	1,972	1,841	0,678	447	0,498
	Hayır	413	1,777	1,642			
SC	Evet	36	2,823	1,551	1,840	447	0,066
	Hayır	413	2,361	1,436			
WC	Evet	36	2,644	1,653	1,932	447	0,116
	Hayır	413	2,189	1,329			
BE	Evet	36	0,352	0,481	-0,434	447	0,665
	Hayır	413	0,394	0,569			
EC	Evet	36	1,506	1,288	1,268	447	0,205
	Hayır	413	1,260	1,098			
YB	Evet	36	2,371	1,445	1,694	447	0,150
	Hayır	413	2,007	1,220			

V. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmanın beşinci bölümü olan tartışma, sonuç ve öneriler bölümünde, çalışma kapsamında yapılmış olan analizlerin neticesinde elde edilmiş olan bulgular literatür çerçevesinde tartışılmış, araştırma sonuçları özetlenmiş ve ileride yapılabilecek çalışmalar ile sektöre yönelik önerilere yer verilmiştir.

Bu araştırmanın temel amacı, yetişkin bireylerde sosyal medya bağımlılığının yeme bozukluğu ile anlamlı bir ilişkisi olup olmadığının incelenmesidir. Bu ilişkinin var olup olmadığını tespit etmek üzere, 5 Mart 2022 ile 5 Mayıs 2022 tarihleri arasında İstanbul ilinde 18 yaş üzeri 449 kişi ile Google Forms online anket uygulaması vasıtasıyla anket gerçekleştirilmiştir.

Araştırmaya katılanların yaş dağılımına göre 239'u 18-29 yaş aralığında, 116'sı 30-39 yaş aralığında, 53'ü 40-49 yaş aralığında, 20'si 50-59 yaş aralığında, 21'i 60-69 yaş aralığındadır. Cinsiyet dağılımı açısından 339 kişi kadın, 110 kişi erkektir. En son mezun olunan okul dağılımı bakımından 9 kişi ilköğretim mezunu, 92 kişi ortaokul mezunu, 286 kişi üniversite mezunu, 62 kişi yüksek lisans veya doktora mezunudur. Medeni durum dağılımına göre 250 katılımcı bekar, 191 katılımcı evli, 8 katılımcı boşanmış veya ayrılmıştır. Romantik ilişki durumu dağılımı açısından 272 katılımcının romantik ilişkisi bulunmakta, 177 katılımcının romantik ilişkisi bulunmamaktadır. Ekonomik durum dağılımı bakımından 25 kişi düşük ekonomik düzeyde, 349 kişi orta ekonomik düzeyde, 73 kişi yüksek ekonomik düzeyde, 2 kişi çok yüksek ekonomik düzeydedir. Tanısı konulmuş sağlık durumu dağılımına göre 94 katılımcının tanısı konulmuş sağlık sorunu bulunmakta, 355 katılımcının tanısı konulmuş bir sağlık sorunu bulunmamaktadır. Tanısı konulmuş psikiyatrik rahatsızlık dağılımı açısından 36 kişinin tanısı konulmuş psikiyatrik rahatsızlığı bulunmakta, 413 kişinin tanısı konulmuş bir psikiyatrik rahatsızlığı bulunmamaktadır. Tanısı konulmuş yeme bozukluğu dağılımı bakımından 14 katılımcının tanısı konulmuş yeme bozukluğu bulunmakta, 435 katılımcının tanısı konulmuş bir yeme bozukluğu bulunmamaktadır. Sosyal medya hesabı sahipliği dağılımına göre 431 kişinin sosyal medya hesabı bulunmakta, 18 kişinin sosyal

medya hesabı bulunmamaktadır. En çok kullanılan sosyal medya uygulaması dağılımı açısından 359 katılımcı en çok Instagram uygulamasını, 27 katılımcı en çok Facebook uygulamasını, 43 katılımcı en çok Twitter uygulamasını, 2 katılımcı en çok Snapchat uygulamasını kullanmakta, 18 katılımcı bu uygulamalardan herhangi birini kullanmamaktadır.

Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerinin incelenmesinin ardından, araştırma ölçeklerine ilişkin tanımlayıcı analizler gerçekleştirilmiştir. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği üzerinde gerçekleştirilen tanımlayıcı analiz neticesinde; SMB'nin ortalama düzeyin altında puana, ST'nin ortalama düzeyin altında puana, Sİ'nin düşük düzeyde puan ortalamasına sahip olduğu saptanmış, ayrıca Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği için verilerin normal dağılıma yaklaştığı bulgusu elde edilmiştir. SMB toplam puanı bakımından katılımcıların genel olarak düşük sosyal medya bağımlısı kategorisinde oldukları belirlenmiştir. ST için yapılan bağımlılık düzeyi analizinde, 66 katılımcının sanal tolerans bağımlılığı olmadığı, 163 katılımcının düşük düzeyde bağımlı olduğu, 147 katılımcının orta düzeyde bağımlı olduğu, 68 katılımcının yüksek düzeyde bağımlı olduğu, 5 kişinin çok yüksek düzeyde bağımlı olduğu tespit edilmiştir. Sİ için yapılan bağımlılık düzeyi analizinde, 181 katılımcının sanal iletişim bağımlılığı olmadığı, 162 katılımcının düşük düzeyde bağımlı olduğu, 92 katılımcının orta düzeyde bağımlı olduğu, 12 katılımcının yüksek düzeyde bağımlı olduğu, 2 katılımcının çok yüksek düzeyde bağımlı olduğu saptanmıştır. SMB için yapılan bağımlılık düzeyi analizinde ise, 92 katılımcının sosyal medya bağımlısı olduğu, 186 katılımcının düşük düzeyde sosyal medya bağımlısı olduğu, 134 katılımcının orta düzeyde sosyal medya bağımlısı olduğu, 35 katılımcının yüksek düzeyde sosyal medya bağımlısı olduğu, 2 katılımcının çok yüksek düzeyde sosyal medya bağımlısı olduğu belirlenmiştir.

Yeme Bozukluğu Ölçeği üzerinde gerçekleştirilen tanımlayıcı analiz neticesinde; katılımcıların yemek yeme konusunda kısıtlama davranışını genel olarak 1-5 gün arasında sergiledikleri, genel olarak 6-12 gün arasında beden şekliyle ilgili endişe duydukları, genel olarak 1-5 gün arasında yemeyle ilgili endişeler duydukları, genel olarak 6-12 gün arasında kiloyla ilgili endişeler duydukları, genel olarak neredeyse hiç tıkanırcasına yeme davranışı göstermedikleri tespit edilmiş, ayrıca Yeme Bozukluğu Değerlendirme Ölçeği için, BE boyutu haricinde verilerin normal dağılıma yaklaştığı bulgusu elde edilmiştir. Yanı sıra, katılımcıların genel olarak 6-

12 gün arasında yeme bozukluğu davranışı sergiledikleri görülmüştür. Yeme bozukluğuna ilişkin klinik önem sınır değeri doğrultusunda yapılan analiz neticesinde; klinik önem sınır değerini 60 kişinin kısıtlama davranışı için, 78 kişinin beden şekliyle ilgili endişeler için, 62 kişinin kiloyla ilgili endişeler için, 15 kişinin yemeye ilgili endişeler için, 1 kişinin tikanırcasına yeme davranışı için, 40 kişinin genel olarak yeme bozukluğu davranışı için aşmış olduğu belirlenmiştir.

A. Tartışma

Çalışmanın birinci araştırma sorusu olan, yetişkin bireylerde sosyal medya bağımlılığı ile yeme bozukluğu arasında anlamlı düzeyde bir ilişkinin olup olmadığını tespit etmek üzere korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda; sanal tolerans ile kısıtlama davranışı arasında pozitif yönlü, anlamlı ve düşük düzeyli ilişki olduğu, sanal iletişim ile kısıtlama davranışı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı, sanal tolerans ile beden şekliyle ilgili endişeler arasında pozitif yönlü, anlamlı ve orta düzeyli ilişki olduğu, sanal iletişim ile beden şekliyle ilgili endişeler arasında pozitif yönlü, anlamlı ve düşük düzeyli ilişki olduğu, sanal tolerans ile kiloyla ilgili endişeler arasında pozitif yönlü, anlamlı ve orta düzeyli ilişki olduğu, sanal iletişim ile kiloyla ilgili endişeler arasında pozitif yönlü, anlamlı ve düşük düzeyli ilişki olduğu, sanal tolerans ile yemeye ilgili endişeler arasında pozitif yönlü, anlamlı ve düşük düzeyli ilişki olduğu, sanal iletişim ile yemeye ilgili endişeler arasında pozitif yönlü, anlamlı ve düşük düzeyli ilişki olduğu, sanal tolerans ile tikanırcasına yeme davranışı arasında pozitif yönlü, anlamlı ve düşük düzeyli ilişki olduğu, sanal iletişim ile tikanırcasına yeme davranışı arasında pozitif yönlü, anlamlı ve düşük düzeyli ilişki olduğu saptanmıştır. Bu bulgulara göre, yalnızca Sİ ile R arasında anlamlı bir ilişki bulunmamakta, diğer tüm değişkenler arasında düşük veya orta düzeyli anlamlı ilişki bulunmaktadır. Elde edilen bu bulgular doğrultusunda, yetişkin bireylerde sosyal medya bağımlılığının yeme bozukluğu ile anlamlı ilişkiye sahip olduğuna ilişkin kabul edilmiştir. Yanı sıra, SMB ile YB arasında gerçekleştirilen korelasyon analizi neticesinde de iki değişken arasında pozitif yönlü, anlamlı ve düşük düzeyli ilişki olduğu tespit edilerek, araştırma soruları testinin bulgusu tekrar doğrulanmıştır. Elde edilen bu araştırma bulgusu, literatürdeki önceki çalışmaların bulgularını destekler niteliktedir (Boyd ve Ellison, 2007; Neumark-Sztainer vd., 2011; Alpaslan vd., 2015; Odacı ve Çelik,

2016; Cansız, 2019; Uysal-Atabay, 2020; Yiğitcan, 2021; Akyakar, 2021). Nitekim Boyd ve Ellison (2007) artan sosyal medya ve internet kullanımının düzensiz yeme davranışına sebebiyet verdiğini belirtirken, Neumark-Sztainer vd. (2011) uzun süre internet kullanımının yeme bozukluklarına yol açtığını ifade etmiş, Alpaslan vd. (2015) lise öğrencilerinde internet bağımlılığı ile yeme tutumu arasında anlamlı ilişki olduğu bulgusunu elde etmiş, Odacı ve Çelik (2016) interneti çok fazla kullananlarda sağlıksız ve düzensiz beslenme görüldüğüne, kilo vermek için bu kişilerin yanlış yeme davranışlarında bulduklarına değinmiş, Cansız (2019) üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ile duygusal yeme arasında pozitif bir ilişki olduğunu belirtmiş, Uysal-Atabay (2020) lise öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ile yeme bozukluğu arasında anlamlı ilişki saptamış, Yiğitcan (2021) internet bağımlılığı ile yeme tutumu arasında anlamlı ilişkiye rastlamış, Akyakar (2021) ise üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığının sağlıklı beslenmeye ilişkin tutumla anlamlı ilişkiye sahip olduğunu tespit etmiştir. Klinik psikoloji bakımından değerlendirildiğinde, yeme bozukluğu üzerinde sosyal medya bağımlılığının düşük ve orta düzeyde bir etkisi tespit edilmiş olsa da, yeme bozukluğu olan bireylerin sosyal medya kullanımını azaltmaları, henüz yeme bozukluğu olmayan bireylerin de sosyal medya kullanımında aşırıya kaçmamaları tavsiyesinde bulunulabilir.

Çalışmanın ikinci araştırma sorusunda yetişkin bireylerde sosyal medya bağımlılığı puan ortalamalarının, üçüncü araştırma sorusunda ise yetişkin bireylerde yeme bozukluğu puan ortalamalarının sosyo-demografik değişkenlere göre anlamlı düzeyde farklılaşma durumunu belirlemek üzere farklılık analizleri gerçekleştirilmiştir.

Cinsiyete göre yapılan farklılık analizi neticesinde; ST, SMB, SC, WC ve EC değişkenlerinde kadın katılımcılar lehine anlamlı farklılıklara rastlanmıştır. Buna göre, kadın katılımcılar erkeklere kıyasla daha fazla sosyal medya bağımlısı ve daha fazla sanal tolerans sahibi olup, beden şekliyle ilgili, yemeyle ilgili ve kiloyla ilgili endişeleri erkeklere nazaran daha fazladır. Günümüz koşullarında değerlendirildiğinde, kadın bireylerin sosyal medya uygulamalarını oldukça fazla kullanmaları ve sosyal medyada gördükleri diğer fit ve zayıf kadınlardan etkilenerek bu doğrultuda kendi bedenleriyle ilgili endişeler duymaları, bu bulguyu desteklemektedir. Literatürde sosyal medya bağımlılığı ile cinsiyet ilişkisine yönelik

farklı bulgulara rastlamak mümkündür. Örnek olarak Rıhtım (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışmada kadınların sosyal medya bağımlılıklarının erkeklere kıyasla daha yüksek olduğu; Demiroğlu (2021), Sırakaya ve Seferoğlu (2013), Turel ve Serenko (2012) tarafından gerçekleştirilen çalışmada cinsiyete göre anlamlı bir farklılığın olmadığı, Çiftçi (2018) tarafından yapılan çalışmada ise erkeklerin kadınlara kıyasla daha yüksek düzeyde sosyal medya bağımlılığına sahip olduğu belirlenmiştir. Yeme bozukluğu bağlamında ise kadınların erkeklere kıyasla daha yüksek düzeyde yeme bozukluğuna sahip oldukları literatür bulgularında genel olarak görülmektedir (Tavolacci vd., 2015; Charfi vd., 2015; Ulaş, Uncu ve Üner, 2013; Şanlıer, Yabancı ve Alyakut, 2008).

Yaşa göre yapılan farklılık analizi neticesinde; ST, Sİ, SMB, SC ve YB değişkenlerinde genç katılımcılar lehine anlamlı farklılıklara rastlanmıştır. Bu farklılıkların nedeni, genç yaştaki bireylerin daha yaşlı olanlara kıyasla çok daha fazla sosyal medya uygulamalarını kullanmaları ve bu doğrultuda beden şekilleriyle ilgili sosyal medyada gördükleri insanlardan daha fazla etkilenerek yeme bozukluğu davranışında bulunmaları olabilir. Literatürde sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutları bağlamında genç bireylerin daha yüksek yanıtlar vermiş oldukları genel olarak belirlenmiştir (Şeker, 2021; Yaygır, 2018; Terzi, 2019; Kaya, 2019; Konuk, 2019; Macit, 2019). Yeme bozukluğu bağlamında ise Aydın (2020) tarafından yapılan çalışmada yeme bozukluğu ölçeği ve alt boyutlarında yaşa göre anlamlı farklılık tespit edilmemiştir.

En son mezun olunan okula göre yapılan farklılık analizi neticesinde; yalnızca ST değişkeninde üniversite mezunlarının lisansüstü mezunlarına kıyasla daha fazla sanal toleransa sahip oldukları belirlenmiştir. Bu farklılığın nedeni, lisansüstü mezunu olan katılımcıların daha üst düzey işlerle uğraşmalarından ve bu nedenle sosyal medyaya lisans mezunlarına göre daha az vakit ayırıyor olmalarından kaynaklandığı düşünülmektedir. Literatürde sosyal medya bağımlılığı ile eğitim ilişkisine yönelik farklı bulgular yer almaktadır. Demiroğlu (2021), Kaya (2018), Konuk (2019) ve Macit (2019) tarafından gerçekleştirilen çalışmalarda sosyal medya bağımlılığı ile eğitim arasında anlamlı farklılığa rastlanmazken; Şeker (2018), Sırakaya (2011), Çil (2020), Şentürk (2017) tarafından gerçekleştirilen araştırmalarda ise sosyal medya bağımlılığının eğitim düzeyine göre anlamlı şekilde farklılaştığına ilişkin bulgular elde edilmiştir.

Medeni duruma göre yapılan farklılık analizi neticesinde; ST, Sİ, SMB, WC ve EC değişkenlerinde bekar katılımcılar lehine anlamlı farklılıklara rastlanmıştır. Bu farklılıkların nedeni, bekarların evlilere kıyasla sosyal medyada daha fazla etkileşimde ve iletişimde bulunmaları, evlilik sorumlulukları olmadığından sosyal medya uygulamalarını daha fazla kullanmaları, bekar olmalarından ötürü kilolarına ve yemeklerine evliler kadar fazla dikkat etmemeleri olabilir. Literatürde sosyal medya bağımlılığı ile medeni durum ilişkisine yönelik çeşitli çalışmalar bulunmakta olup, bu çalışmalarda da genel olarak bekarlar lehine anlamlı farklılıklara rastlanmıştır (Demiroğlu, 2021; Çil, 2020; Kaya, 2018; Konuk, 2019; Şentürk, 2017).

Romantik ilişki durumuna göre yapılan farklılık analizi neticesinde; herhangi bir değişkende anlamlı farklılık tespit edilmemiştir. Bu durumun nedeni, bir ilişkisi olsun veya olmasın tüm katılımcıların sosyal medyaya karşı tutumları ile yeme tutumlarının birbirine benziyor olmasıyla ve örneklem grubunun bu konuda homojen bir yapıya sahip olmasıyla açıklanabilir. Literatürde, Andreassen, Torsheim ve Pallesen (2014) ilişkisi olmayan kişilerin ilişkisi olanlara kıyasla daha fazla sosyal medya kullanımına yöneldiklerini ifade etmiştir. Bu bulgu, araştırma bulgusu ile tezat oluşturmaktadır.

Ekonomik duruma göre yapılan farklılık analizi neticesinde; yalnızca SC değişkeninde düşük ekonomik düzeydeki katılımcıların orta ekonomik düzeydeki ve yüksek ekonomik düzeydeki katılımcılara kıyasla beden şekliyle ilgili endişelerinin daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Bu farklılığın nedeni, orta ve yüksek ekonomik düzeydeki bireylerin zayıflamak veya tam tersine kilo almak üzere daha fazla para harcayabilir durumda olmalarıyla açıklanabilir. Literatürde sosyal medya bağımlılığının gelir düzeyine göre anlamlı şekilde farklılaşmadığına ilişkin pek çok araştırma bulgusu bulunmaktadır (Şeker, 2021; Gürültü, 2016; Teyfur vd., 2017; Akbulut, 2018; Ünlü, 2018).

Tanısı konulmuş sağlık sorunu olup olmadığına göre yapılan farklılık analizi neticesinde; SMB değişkeninde tanısı konulmuş bir sağlık sorunu olmayanlar lehine, R değişkeninde ise tanısı konulmuş bir sağlık sorunu olanlar lehine anlamlı farklılıklara rastlanmıştır. Buna göre, sağlık sorunu olmayanların olanlara kıyasla sosyal medyayı daha fazla kullandıkları, sağlık sorunu olanların olmayanlara kıyasla kendilerini yemek yeme konusunda daha fazla kısıtladıkları söylenebilir.

Tanısı konulmuş psikiyatrik rahatsızlığı olup olmadığına göre yapılan farklılık analizi neticesinde; herhangi bir değişkende anlamlı farklılık tespit edilmemiştir. Bu durumun nedeni, örneklem grubunun bu konuda homojen bir yapıya sahip olması olabilir. Tüm bunlara ek olarak günümüzde sosyal medyanın şişmanlık, kilo kaygısı, diyet, spor ve ideal beden üzerine konuşmak ve bunlarla ilgili paylaşımda bulunmak için uygun bir ortam(Mabe vd.,2014) olduğu düşünüldüğünde kişilerin beden algısı üzerinde yarattığı etki büyüklüğünü anlamamızı kolaylaştırır. Özellikle ergenlik döneminden Facebook'tan daha fazla zaman geçiren bireylerin başkalarının vücutlarına daha fazla dikkat ettiklerini, kendilerini diğerleriyle daha sık karşılaştırdıklarının ve bedenle negatif duyguların daha yüksek olduğunun (Eckler vd., 2016) tespiti de dikkat çekici bir bulgudur. Vücut ve yüz görüntüsüne dair memnuniyetsizliklerin Tinder'ı kullanan bireyler tarafından da sıklıkla deneyimlendiği belirtilmiştir (Stubel ve Petrie, 2017). Araştırma bulgularının ışığında sonuç olarak dünyanın bir çok yerinde en önemli iletişim ve eğlence araçlarından biri olan sosyal medyanın çoğunlukla bedene dair toplumsal ve psikolojik bağlamdaki etkilerinin düşünmemiz gereken önemli bir mesele olduğunu vurgulamamız gerekir.

B. Sonuç

Yetişkin bireylerde sosyal medya bağımlılığı ile yeme bozukluğu arasında anlamlı düzeyde bir ilişkinin olup olmadığını tespit etmek üzere gerçekleştirilen araştırmada şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- i. Sanal tolerans ile kısıtlama davranışı arasında pozitif yönlü, anlamlı ve düşük düzeyli ilişki vardır.
- ii. Sanal iletişim ile kısıtlama davranışı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.
- iii. Sanal tolerans ile beden şekliyle ilgili endişeler arasında pozitif yönlü, anlamlı ve orta düzeyli ilişki vardır.
- iv. Sanal iletişim ile beden şekliyle ilgili endişeler arasında pozitif yönlü, anlamlı ve düşük düzeyli ilişki vardır.
- v. Sanal tolerans ile kiloyla ilgili endişeler arasında pozitif yönlü, anlamlı ve orta düzeyli ilişki vardır.
- vi. Sanal iletişim ile kiloyla ilgili endişeler arasında pozitif yönlü, anlamlı ve düşük düzeyli ilişki vardır.

- vii. Sanal tolerans ile yemeyle ilgili endişeler arasında pozitif yönlü, anlamlı ve düşük düzeyli ilişki vardır.
- viii. Sanal iletişim ile yemeyle ilgili endişeler arasında pozitif yönlü, anlamlı ve düşük düzeyli ilişki vardır.
- ix. Sanal tolerans ile tıkanırmasına yeme davranışı arasında pozitif yönlü, anlamlı ve düşük düzeyli ilişki vardır.
- x. Sanal iletişim ile tıkanırmasına yeme davranışı arasında pozitif yönlü, anlamlı ve düşük düzeyli ilişki vardır.
- xi. Cinsiyete göre yapılan farklılık analizi neticesinde; ST, SMB, SC, WC ve EC değişkenlerinde kadın katılımcılar lehine anlamlı farklılıklara rastlanmıştır.
- xii. Yaşa göre yapılan farklılık analizi neticesinde; ST, Sİ, SMB, SC ve YB değişkenlerinde genç katılımcılar lehine anlamlı farklılıklara rastlanmıştır.
- xiii. En son mezun olunan okula göre yapılan farklılık analizi neticesinde; yalnızca ST değişkeninde üniversite mezunlarının lisansüstü mezunlarına kıyasla daha fazla sanal toleransa sahip oldukları belirlenmiştir.
- xiv. Medeni duruma göre yapılan farklılık analizi neticesinde; ST, Sİ, SMB, WC ve EC değişkenlerinde bekar katılımcılar lehine anlamlı farklılıklara rastlanmıştır.
- xv. Romantik ilişki durumuna göre yapılan farklılık analizi neticesinde; herhangi bir değişkende anlamlı farklılık tespit edilmemiştir.
- xvi. Ekonomik duruma göre yapılan farklılık analizi neticesinde; yalnızca SC değişkeninde düşük ekonomik düzeydeki katılımcıların orta ekonomik düzeydeki ve yüksek ekonomik düzeydeki katılımcılara kıyasla beden şekliyle ilgili endişelerinin daha fazla olduğu tespit edilmiştir.
- xvii. Tanısı konulmuş sağlık sorunu olup olmadığına göre yapılan farklılık analizi neticesinde; SMB değişkeninde tanısı konulmuş bir sağlık sorunu olmayanlar lehine, R değişkeninde ise tanısı konulmuş bir sağlık sorunu olanlar lehine anlamlı farklılıklara rastlanmıştır.
- xviii. Tanısı konulmuş psikiyatrik rahatsızlığı olup olmadığına göre yapılan farklılık analizi neticesinde; herhangi bir değişkende anlamlı farklılık tespit edilmemiştir.

C. Öneriler

- Klinik psikoloji bakımından değerlendirildiğinde, yeme bozukluğu üzerinde sosyal medya bağımlılığının düşük ve orta düzeyde bir etkisi tespit edilmiş olsa da, yeme bozukluğu olan bireylerin sosyal medya kullanımını azaltmaları, henüz yeme bozukluğu olmayan bireylerin de sosyal medya kullanımında aşırıya kaçmamaları tavsiyesinde bulunulabilir.
- İleride yapılabilecek olan çalışmalarda, Ankara, İzmir, Bursa gibi Türkiye'nin farklı şehirlerinde aynı araştırma gerçekleştirilebilir veya farklı örnek gruplarında, üniversite öğrencileri, lise öğrencileri, çalışan bireyler gibi örneklem grupları üzerinde benzer araştırmalar yapılabilir.
- Farklı ülkelerdeki örneklem grupları ile Türkiye'deki örneklem gruplarını karşılaştırmaya yönelik çalışmalar da yapılabilir.

VI. KAYNAKLAR

KİTAPLAR

AKVARDAR, Y., ARIKAN, Z., BERKMAN, K., DILBAZ, N., ORAL, G., ULUĞ, B., UZBAY, T., AKGÜR, S., BİLİCİ, M., GÜROL, D., METE, L., GÜREL, Ş. ve ZORLU, N. (2012). **Madde Bağımlılığı Tanı ve Tedavi Kılavuzu El Kitabı**, Ankara, T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü.

ALPER, A. (2012). **Sosyal Ağlar**, Ankara, Pelikan Yayıncılık.

AMERICAN PSYCHIATRIC ASSOCIATION. (2013). **Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders: DSM-5**, Arlington, American Psychiatric Association.

AMERİKAN PSİKİYATRİ BİRLİĞİ. (2000). **Psikiyatride Hastalıkların Tanımlanması ve Sınıflandırılması Elkitabı Yeniden Gözden Geçirilmiş Dördüncü Baskı (DSMIV-TR)**, Çev. Ed. E. Köroğlu, Ankara, Hekimler Yayın Birliği.

AMERİKAN PSİKİYATRİ BİRLİĞİ. (2005). **Mental Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal El Kitabı (DSM-IV)**, Çev. Ed. E. Köroğlu, Ankara, Hekimler Yayın Birliği.

AMERİKAN PSİKİYATRİ BİRLİĞİ. (2014). **Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal Elkitabı (DSM-5)**, Çev. E. Köroğlu, Ankara, Hekimler Yayın Birliği, 5. Baskı.

ASCHER, M. ve LEVOUNIS, P. (2015). **The Behavioral Addictions**, U.S.A., American Psychiatric Publication.

BAŞ, M. (2008). “Diyetsel Yaklaşım ve Ağrlık Yönetimi İlişkisi”, A. Baysal ve M. Baş (Eds.), **Yetişkinlerde Ağrlık Yönetimi** içinde, 202-232, İstanbul.

BOSTANCI, M. (2019). **Sosyal Medya Dün Bugün Yarın**, Palet Yayınları.

BOYD, D. (2014). **It’s Complicated: The Social Lives of Networked Teens**, London, Yale University Press.

- CASTELLS, M. (2005). “Enformasyonculuk ve Network Toplumu”, H. Pekka (Ed.), **Hacker Etiği, İş Hayatına Yıkıcı Bir Yaklaşım** içinde, İstanbul, Ayrıntı Yayınları.
- CHRISTAKIS, N. A. ve FOWLER, J. H. (2012). **Sosyal Ağların Şaşırtıcı Gücü ve Yaşantımızı Biçimlendiren Etkisi**, Çev. D. Yüksel, İstanbul, Varlık Yayınları.
- ÇAKIR, Ö., HORZUM, M. B. ve AYAS, T. (2013). “İnternet Bağımlılığının Tanımı ve Tarihçesi, M. Kalkan ve C. Kaygusuz (Eds.), **İnternet Bağımlılığı: Sorunlar ve Çözümler** içinde, ss.1-16, Ankara, Anı Yayıncılık.
- ÇELİK, T. (2019). **Bilinçli Sosyal Medya Kullanımı İçin Paydaşlarla El Ele**, Ankara, PEGEM Akademi.
- ÇETİNÖZ, N. (2015). “Sosyal Medya”, T. V. Yüzer ve M. E. Mutlu (Eds.), **Yeni İletişim Teknolojileri** içinde, ss.150-174, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- ERMİŞ, M. (2017). **Sosyal Medya Dijital Devrim**, İstanbul, Okusun Yayınları.
- GARFINKEL, P. E. (2002). “Classification and Diagnosis of Eating Disorders”, K. D. Brownell ve C. J. G. Fairburn (Eds.), in **Eating Disorders and Obesity: A Comprehensive Handbook**, ss.155-161. London, The Guilford Press.
- GÖKTÜRK, Ü. (2000). “Çocuk ve Ergen Psikiyatrisi”, **İstanbul Üniversitesi Temel ve Klinik Bilimler Ders Kitapları** içinde, İstanbul, Nobel Tıp Kitabevleri.
- GÖNENLİ, G. ve HÜRMERİÇ, P. (2012). “Sosyal Medya: Bir Alan Çalışması Olarak Facebook’un Kullanımı”, T. Kara ve E. Özgen (Eds.), **Sosyal Medya Akademi** içinde, İstanbul, Beta Basım Yayım.
- GRIFFITHS, M. D. ve DAVIES, M. N. O. (2005). **Videogame Addiction: Does It Exist? Handbook of Computer Game Studies**, Boston, MIT.
- GRIFFITHS, M. D., KUSS, D. J. ve DEMETROVICS, Z. (2014). **Social Networking Addiction: An Overview of Preliminary Findings**, New York, Elsevier.
- HEPKON, Z. (2011). **İletişim ve Teknoloji Olanaklar, Uygulamalar, Sınırlar**, İstanbul, Kırmızı Kedi Yayınevi.

- HERES, J. ve THOMAS, F. (2007). **Civic Participation and ICTs, Information and Communication Technologies in Society E-Living in A Digital Europe**. Routledge.
- JAAFAR, M. H., ARIFIN, K., AIYUB, K., RAZMAN, M. R. ve KAMARUDDIN, M. A. (2018). “Human Element as the Contributing Factor Towards Construction Accidents from the Perspective of Malaysian Residential Construction Industry”, P. Arezes (Ed.), **Advances in Safety Management and Human Factors, Advances in Intelligent Systems and Computing** içinde, Springer International Publishing.
- KARA, T. (2012). İletişim, Pazarlama İletişimi, Ağ Toplumu, Teknoloji, T. Kara ve E. Özgen (Eds.), **Sosyal Medya Akademi**, İstanbul, Beta Basım Yayım.
- KARA, T. ve ÖZGEN, E. (2012). **Sosyal Medya Akademi**, İstanbul, Beta Basım Yayım.
- KIRIK, A. M. (2013). “Gelişen Web Teknolojileri ve Sosyal Medya Bağımlılığı”, A. Büyükaslan ve A. M. Kırık (Eds.), **Sosyal Medya Araştırmaları I** içinde, ss.69-102, Konya, Çizgi Kitabevi.
- KÖROĞLU, E. (2009). **Klinik Uygulamada Psikiyatri Tanı ve Tedavi Kılavuzları Kitabı**, Ankara, Hekimler Yayın Birliği.
- KUŞAY, Y. (2013). **Sosyal Medya Ortamında Çekicilik ve Bağımlılık**, İstanbul, Beta Yayıncılık.
- NOLEN-HOEKSEMA, S. (2004). **Abnormal Psychology**, McGraw Hill Companies.
- OKUR, M. R. (2015). “Web 2.0 ve Sonrası”, T. V. Yüzer ve M. E. Mutlu (Eds.), **Yeni İletişim Teknolojileri** içinde, ss.128-149, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- ÖGEL, K. (2001). **Bağımlılığı Önleme Anne-Babalar Öğretmenler İçin Kılavuz**, İstanbul, IQ Kültür Sanat Yayıncılık.
- ÖGEL, K. (2012). **İnternet Bağımlılığı: İnternetin Psikolojisini Anlamak ve Bağımlılıkla Başa Çıkmak**, İstanbul, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

- ÖGEL, K (2014). **Internet Addiction, Understanding The Psychology of Internet and Overcoming Addiction**, Istanbul, Kultur Publishing.
- ÖZKAŞIKÇI, I. (2012). **Sosyal Medya Pazarla(ma)?**, İstanbul, Le Color Baskı.
- ÖZUTKU, F., KÜÇÜKYILMAZ, M., ÇOPUR, H., İLTER, K., SİĞİN, İ. ve ARI, Y. (2014). **Sosyal Medyanın ABC'si**, İstanbul, Alfa Yayınları.
- PALMER, B. (2014). **Helping People with Eating Disorders: A Clinical Guide to Assessment and Treatment**, John Wiley & Sons.
- ROMM-LİVERMORE, C. ve SETZEKORN, K. (2009). **Social Networking Communities and Edating Services: Concepts and Implications**, U.S.A., IGI Publishing Hershey.
- SADOCK, B. J. ve SADOCK, V. A. (2011). **Kaplan and Sadock's Synopsis of Psychiatry: Behavioral Sciences/Clinical Psychiatry**, Lippincott Williams & Wilkins.
- SAYIMER, İ. (2008). **Sanal Ortamda Halkla İlişkiler**, İstanbul, Beta Basım Yayım.
- SAYIMER, İ., 2010. **Sosyal Medya ve Blogların Halkla İlişkiler Sürecine Etkileri: Türkiye'de Halkla İlişkiler Uygulamacılarının Konuya Yaklaşımı**, Ankara, Nobel Yayın Dağıtım.
- SCOOT, P. R. ve JACKA, J. M. (2013). **Sosyal Medya Kurumsal Yönetim ve Risk Rehberi**, İstanbul, Türkiye İç Denetim Enstitüsü Yayınları.
- SÖNMEZ, M. F. (2020). "Video İçerikli Platformları", T. Elitaş (Ed.), **Sosyal Medya Rehberi** içinde, ss.171-197, Ankara, Nobel Yayınevi.
- TARHAN, N. ve NURMEDOV, S. (2014). **Bağımlılık Sanal veya Gerçek**, İstanbul, Timaş Yayınları.
- TOPRAK, A. A. YILDIRIM, E. AYGÜL, M., BİNARK, S. ve BÖREKÇİ, T. Ç. (2009). **Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: Görülüyorum Öyleyse Varım**, İstanbul, Kalkedon Yayınları.
- TOSUN, N. (2010). **İletişim Temelli Marka Yönetimi**, İstanbul, Beta Yayıncılık.
- TURGUT, S. (2013). **Yeni Medya-Medyanın "Kağıttan" Kalesi Çökerken**, İstanbul, Destek Yayınları.

VARDARLIER, P. (2016). **Sosyal Medya Stratejisi**, Ankara, Nobel Yayıncılık.

WALSH, B. T., ATTIA, E., GLASOFER, D. R. ve SYSKO, R. (Eds.). (2015). **Handbook of Assessment and Treatment of Eating Disorders**, U.S.A., American Psychiatric Publication.

YÜCEL, B., AKDEMİR, A., GÜRDAL-KÜEY, A. MANER, F. ve VARDAR, E. (2013). **Yeme Bozuklukları ve Obezite-Tanı ve Tedavi Kitabı**, Ankara, Türkiye Psikiyatri Derneği Yayınları Çalışma Birimi Dizisi.

MAKALELER

ACAR, S., GÜRSOY, H. ve ÜNAL, N. Ö. (2014). “İlişkisel Toplumda Sosyal İş Ağlarının Kariyer Gelişimi Açısından Önemi: LinkedIn Örneği”, **Electronic Journal of Vocational Colleges**, cilt 4, sayı 3, ss.17-34.

AHMED, O., SIDDIQUA, S. J. N., ALAM, N. ve GRIFFITHS, M. D. (2021). “The Mediating Role of Problematic Social Media Use in The Relationship between Social Avoidance/Distress and Self-Esteem”, **Technology in Society**, sayı 64.

AKAR, E. (2010). “Sanal Toplulukların Bir Türü Olarak Sosyal Ağ Siteleri – Bir Pazarlama İletişimi Kanalı Olarak İşleyişi”, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, cilt 10, sayı 1, ss.107-122.

AKTAN, E. (2018). “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi”, **Erciyes İletişim Dergisi**, cilt 5, sayı 4, ss.405-421.

AKTAŞ, H. ve YILMAZ, N. (2017). “Smartphone Addiction in Terms of The Elements of Loneliness and Shyness of University Youth”, **International Journal of Social Sciences and Education Research**, cilt 3, sayı 1, ss.85-100.

AKTER, T. (2014). “Social Media Addiction, Resistance, and Influence of Awareness: Measurement of Psychology Students’ Resistance to Facebook Addiction”, **Mediterranean Journal of Social Sciences**, cilt 5, sayı 8, ss.456-464.

ALPASLAN, A. H., KOÇAK, U., AVCI, K. ve TAŞ, H. U. (2015). “The association between internet addiction and disordered eating attitudes among Turkish

- high school students”, **Eating and Weight Disorders-Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity**, cilt 20, sayı 4, ss.441-448.
- AMBEGAONKAR, J. P., METTINGER, L. M., CASWELL, S. V., BURTT, A. ve CORTES, N. (2014). “Relationships between Core Endurance Hip Strength, and Balance in Collegiate Female Athletes”, **Int J Sports Phys Ther**, cilt 9, sayı 5, ss.604-616.
- ANDREASSEN, C. S. (2015). “Online Social Network Site Addiction: A Comprehensive Review”, **Current Addiction Reports**, cilt 2, sayı 2, ss.175-184.
- ANDREASSEN, C. S. ve PALLESEN, S. (2014). “Social Network Site Addiction- An Overview”, **Current Pharmaceutical Design**, sayı 20, ss.4053-4061.
- ANDREASSEN, C. S., PALLESEN, S., GRIFFITHS, M. D. (2017). “The Relationship between Addictive Use of Social Media, Narcissism, and Self-Esteem: Findings from A Large National Survey”, **Addictive Behaviors**, sayı 64, ss.287-293.
- APARICIO-MARTINEZ, P., PEREA-MORENO, A. J., MARTINEZ-JIMENEZ, M. P., REDELMACÍAS, M. D., PAGLIARI, C. ve VAQUERO-ABELLAN, M. (2019). “Social Media, Thin-Ideal, Body Dissatisfaction and Disordered Eating Attitudes: An Exploratory Analysis. “**International Journal of Environmental Research and Public Health**”, cilt 16, sayı 21, ss.41-77.
- ARISOY, Ö. (2009). “İnternet Bağımlılığı ve Tedavisi”, **Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar**, cilt 1, sayı 1, ss.55-67.
- ARSLAN, P., KARAAĞAOĞLU, N. ve DUYAR, İ. (1994). “Yükseköğrenim Gençlerinin Beslenme Alışkanlıklarının Beslenme Puanlama Yöntemi ile Değerlendirilmesi”, **Beslenme ve Diyet Dergisi**, sayı 22, ss.195-208.
- ASLAN, D. (2004). “Beden Algısı ile İlgili Sorunların Yaratabileceği Beslenme Sorunları”, **STED**, cilt 13, sayı 9, ss.326-329.
- AYDIN, İ. E. (2016). “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Bir Araştırma: Anadolu Üniversitesi Örneği”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, sayı 35, ss.373-386.

- AZIZI, S. M., SOROUGH, A. ve KHATONY, A. (2019). "The Relationship between Social Networking Addiction and Academic Performance in Iranian Students of Medical Sciences: A Cross-Sectional Study", **BMC Psychology**, cilt 7, sayı 1.
- BABACAN, M. E. (2016). "Sosyal Medya Kullanım Alanları ve Bağımlılık İlişkisi", **Addicta: The Turkish Journal on Addictions**, cilt 3, sayı 1, ss.7-28.
- BALAKRISHNAN, J. ve GRIFFITHS, M. D. (2017). "Social Media Addiction: What Is The Role of Content in YouTube?", **Journal of Behavioral Addictions**, ss.1-14.
- BALCI, Ş. ve BALOĞLU, E. (2018). "Sosyal Medya Bağımlılığı ile Depresyon Arasındaki İlişki: Üniversite Gençliği Üzerine Bir Saha Araştırması", **Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi**, sayı 29, ss.209-234.
- BARUTÇU, S. ve TOMAŞ, M. (2013). "Sürdürülebilir Sosyal Medya Pazarlaması ve Sosyal Medya Pazarlaması Etkinliğinin Ölçümü", **İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi**, cilt 4, sayı 1, ss.5-23.
- BATIGÜN, D. ve UTKU, Ç. (2006). "Bir Grup Gençte Yeme Tutumu ve Öfke Arasındaki İlişkinin İncelenmesi", **Türk Psikoloji Dergisi**, cilt 21, sayı 57, ss.65-78.
- BAZ, F. Ç. (2018). "Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Çalışma", **OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi**, cilt 9, sayı 16, ss.276-295.
- BECKER, A. E. (1999). "Eating Disorders", **The New England Journal of Medicine**, cilt 340, sayı 14, ss.1092-1098.
- BENJAMIN, A. ve CHIDI, N. (2014). "Drug Abuse, Addiction and Dependence. **Pharmacology and Therapeutics**, sayı 11, ss.330-350.
- BİLGİN, O. ve TAŞ, I. (2018). "Effects of Perceived Social Support and Psychological Resilience on Social Media Addiction among University Students", **Universal Journal of Educational Research**, cilt 6, sayı 4, ss.751-758.

- BORGHUIS, J., HOF, A. L. ve LEMMINK, K. A. (2008). "The Importance of Sensory-Motor Control in Providing Core Stability: Implications for Measurement and Training", **Sports Med**, cilt 38, sayı 11, ss.893-916.
- BOYD, D. ve ELLISON, N. (2007). "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship", **Journal of Computer- Mediated Communication**, cilt 13, sayı 1, ss.210-230.
- BREWERTON, T. D. (2007). "Eating Disorders, Trauma, and Comorbidity: Focus on PTSD", **Eating Disorders**, cilt 15, sayı 4, ss.285-304.
- CABRAL, J. (2011). "Is Generation Y Addicted to Social Media?" **The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications**, cilt 2, sayı 1, ss.5-14.
- CANETTI, L., BACHAR, E. ve BERRY, E. M. (2002). "Food and Emotion", **Behavioural Processes**, cilt 60, sayı 2, ss.157-164.
- CAPLAN, S. (2005). "Sorunlu İnternet Kullanımının Sosyal Beceri Hesabı", **İletişim Dergisi**, cilt 55, sayı 4, ss.721-736.
- CHARFI, N., TRIGUI, D., THABET, B., HAJBI, K., ZOUARI, N. ve ZOUARI, L. (2015). "A Study of The Telationship between Eating Disorders, Stress Level and Selfesteem among Medicine Students", **La Tunisie Medicale**, cilt 93, sayı 11, ss.720-724.
- CHASSIAKOS, Y. L. R., RADESKY, J., CHRISTAKIS, D., MORENO, M. A. ve CROSS, C. (2016). "Children and Adolescents and Digital Media", **Pediatrics**, cilt 138, sayı 5.
- CHENG, C., LAU, Y. C., CHAN, L. ve LUK, J. W. (2021). "Prevalence of Social Media Addiction Across 32 Nations: Meta-Analysis with Subgroup Analysis of Classification Schemes and Cultural Values", **Addictive Behaviors**.
- CİNEMRE, B. (1999). "Yeme Bozuklukları: Epidemiyoloji ve Eşlik Eden Hastalıklar", **Ege Psikiyatri Süreli Yayınları**, cilt 4, sayı 2, ss.137-154.
- CULBERT, K. M., BURT, S. A., MCGUE, M., IACONO, W. G. ve KLUMP, K. L. (2009). "Puberty and The Genetic Diathesis of Disordered Eating Attitudes and Behaviors", **Journal of Abnormal Psychology**, cilt 118, sayı 4.

- CULBERT, K. M., RACINE, S. E. ve KLUMP, K. L. (2015). “Research Review: What We Have Learned about The Causes of Eating Disorders—A Synthesis of Sociocultural, Psychological, and Biological Research”, **Journal of Child Psychology and Psychiatry**, cilt 56, sayı 11, ss.1141-1164.
- ÇALIŞKAN, M. ve MENCİK, Y. (2015). “Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya”, **Akademik Bakış Dergisi**, sayı 50, ss.254-277.
- ÇAM, H. H. (2017). “Ergenlerde Yeme Bozukluğu Görülme Sıklığı ve Ruhsal Semptomlarla İlişkisi”, **Turk J. Public Health**, cilt 15, sayı 2, ss.96-105.
- ÇİFTÇİ, H. (2018). “Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı”, **MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi**, cilt 7, sayı 4, ss.417-434.
- DALVI-ESFAHANI, M., NIKNAFS, A., ALAEDINI, Z., AHMADABADI, H. B., KUSS, D. J., RAMAYAH, T. (2021). “Social Media Addiction and Empathy: Moderating Impact of Personality Traits Among High School Students”, **Telematics and Informatics**, sayı 57.
- DAS-FRIEBEL, A., PERKINSON-GLOOR, N., BRAND, S., DEWALD-KAUFMANN, J. F., GROB, A., WOLKE, D., LEMOLA, S. (2019). “A Pilot Cluster-Randomised Study to Increase Sleep Duration by Decreasing Electronic Media Use at Night and Caffeine Consumption in Adolescents”, **Sleep Medicine**, sayı 60, ss.109-115.
- DENİZ, L. ve GÜRÜLTÜ, E. (2018). “Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları”, **Kastamonu Eğitim Dergisi**, cilt 26, sayı 2, ss.355-367.
- DİKMEN, E. Ş. (2018). “Yüksek Öğretim Kurumlarının Video Paylaşım Stratejileri: Türkiye’deki Üniversitelerin YouTube Kanalları Üzerine Bir İnceleme”, **Ankara Üniversitesi İLEF Dergisi**, cilt 5, sayı 2.
- DURAN, S., ÇETİNBAŞ, A., BAŞARAN, T., KARA, A., ELGÜN, B. ve KEKLİK, N. (2019). “Üniversite Öğrencilerinde Stres ve Sosyal Medya Kullanımının Yeme Davranışları Üzerine Etkisi”, **Eurasian Journal of Family Medicine**, (149).
- EDLER, C., LIPSON, S. F. ve KEEL, P. K. (2007). “Ovarian Hormones and Binge Eating in Bulimia Nervosa”, **Psychological Medicine**, cilt 37, sayı 1.

- EKTİRİCİOĞLU, C., ARSLANTAŞ, H. ve YÜKSEL, R. (2020). “Ergenlerde Çağın Hastalığı: Teknoloji Bağımlılığı”, *Arşiv Kaynak Tarama Dergisi*, cilt 29, sayı 1, ss.51-64.
- ERTEKİN, Y., KORKUT, Y., SÖNMEZ, C. ve ERTEKİN, H. (2012). “Farklı Bir Pika Hastalığı Olgusu”, *Ankara Medical Journal*, cilt 12, sayı 3.
- EZEN, M., AÇIKGÖZ, A., EMİR, B. ve ÖZKARAMAN, A. (2019). “Hemşirelik Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkların İletişim Becerilerine Etkisi”, *Kocaeli Med J.*, cilt 8, sayı 1, ss.130-140.
- FAIRBURN, C. G. ve BEGLIN, S. J. (1994). “Assessment of Eating Disorders: Interview or Self- Report Questionnaire?”, *The International Journal of Eating Disorders*, sayı 16, ss.363-370.
- FITZGIBBON, M. L. ve BLACKMAN, L. R. (2000). “Binge Eating Disorder and Bulimia Nervosa: Differences in The Quality and Quantity of Binge Eating Episodes”, *International Journal of Eating Disorders*, cilt 27, sayı 2, ss.238-243.
- FLAVIAN, C. ve GUINALIU, M. (2005). “The Influence of Virtual Communities on Distribution Strategies in The Internet”, *International Journal of Retail and Distribution Management*, cilt 33, sayı 6, ss.405-425.
- GARFINKEL, P. E., LIN, E., GOERING, P., SPEGG, C., GOLDBLOOM, D. S. ve KENNEDY, S. (1996). “Should Amenorrhea Be Necessary For Hediagnosis of Anorexia Nervosa? Evidence from A Canadian Community Sample”, *British Journal of Psychiatry*, sayı 168, ss.500-506.
- GOODMAN, A. (1990). “Addiction: Definition and Implications”, *British Journal of Addiction*, sayı 85, ss.1403-1408.
- GORDON, A. T., AMBEGAONKAR, J. P. ve CASWELL, S. V. (2013). “Relationships between Core Strength, Hip External Rotator Muscle Strength, and Star Excursion Balance Test Performance in Female Lacrosse Players”, *Int J Sports Phys Ther*, cilt 8, sayı 2, ss.97-104.
- GORWOOD, P., KİPMAN, A. ve FOULON, C. (2003). “The Human Genetics of Anorexia Nervosa”, *European Journal of Pharmacology*, cilt 480, sayı 1-3, ss.163-170.

- GÖKER, G., DEMİR, M. ve DOĞAN, A. (2010). “Ağ Toplumunda Sosyalleşme ve Paylaşım: Facebook Üzerine Ampirik Bir Araştırma”, **e-Journal of New World Sciences Academy**, cilt 5, sayı (2), ss.183-206.
- GRANT, J. ve POTENZA, M. (2005). “Pathological Gambling and Other Behavioral Addictions”, **Clinical Textbook of Addictive Disorders**, sayı 3, ss.303-320.
- GRANT, J. E., POTENZA, M. N., WEINSTEIN, A. ve GORELICK, D. A. (2010). “Introduction to Behavioral Addictions”, **The American Journal of Drug and Alcohol Abuse**, cilt 36, sayı 5, ss.233-241.
- GRIFFITHS, M. (1996). “Behavioral Addictions: An Issue for Everybody?”, **Journal of Workplace Learning**, sayı 8, ss.19-25.
- GRIMM, E. R. ve STEINLE, N. I. (2011). “Genetics of Eating Behavior: Established and Emerging Concepts”, **Nutrition Reviews**, cilt 69, sayı 1, ss.52-60.
- GUPTA, V. K., ARORA, S. ve GUPTA, M. (2013). “Computer-Related Illnesses and Facebook Syndrome: What Are They and How Do We Tackle Them?”, **Medicine Update**, sayı 23, ss.676-679.
- GÜRSOY-COŞKUN, G. ve ATMACA-DEMİR, B. (2021). “Lisans Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Sağlıklı Beslenmeye İlişkin Tutumlarının Değerlendirilmesi-İstanbul’da Bir Üniversite Örneği”, **Fenerbahçe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi**, cilt 1, sayı 3, ss.195-205.
- HAAND, R. ve SHUWANG, Z. (2020). “The Relationship between Social Media Addiction and Depression: A Quantitative Study among University Students in Khost, Afghanistan”, **International Journal of Adolescence and Youth**, cilt 25, sayı 1, ss.780-786.
- HACIEFENDİOĞLU, Ş. (2014). “Sosyal Medyanın Marka Bağlılığına Etkisi Üzerine Bir Araştırma”, **Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, sayı 28, ss.59-70.
- HAZAR, M. (2011). “Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Araştırması”, **Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Kuram ve Araştırma Dergisi**, sayı 32, ss.151-176.

- HAZAR, F. ve TAŞMEKTEPLİGİL, Y. (2008). “Puberte Öncesi Dönemde Denge ve Esnekliğin Çeviklik Üzerine Etkilerinin İncelenmesi”, **Spor metre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi**, cilt 6, sayı 1, ss.9-12.
- HOEK, H. ve HOEKEN, V. (2003). “Review of The Prevalence and Incidence of Eating Disorders”, **International Journal of Eating Disorders**, cilt 34, sayı 4, ss.383-386.
- HOLDEN, C. (2001). “Behavioral Addictions: Do They Exist?”, **Science**, cilt 294, sayı 5544, ss.980-982.
- HOU, Y., XIONG, D., JIANG, T., SONG, L., WANG, Q. (2019). “Social Media Addiction: Its Impact, Mediation, and Intervention”, **Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace**, cilt 13, sayı 1.
- HWANG, H. S. (2017). “The Influence of Personality Traits on The Facebook Addiction”, **KSII Transactions on Internet and Information Systems**, cilt 11, sayı 2, ss.1032-1042.
- IŞIK, U. ve TOPBAŞ, H. (2015). Facebook ve Bağımlılık: Medya Bağımlılığı Araştırması”, **International Journal of Social Science**, cilt 38, ss.319-336.
- İNALKAÇ, S. ve ARSLANTAŞ, H. (2018). “Duygusal yeme”, **Arşiv Kaynak Tarama Dergisi**, cilt 27, sayı 1, ss.70-82.
- KAPLAN, K. (2009). “Dijital Çağ ve Bireyin İdeolojik Aygıtları”, **The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication**, cilt 2, sayı 4, ss.7-12.
- KARA, Y. ve COŞKUN, A. (2012). “Sosyal Ağların Pazarlama Aracı Olarak Kullanımı: Türkiye’deki Hazır Giyim Firmaları Örneği”, **Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi**, cilt 14, sayı 2, ss.73-90.
- KESKI-RAHKONEN, A. ve MUSTELIN, L. (2016). “Epidemiology of Eating Disorders in Europe: Prevalence, Incidence, Comorbidity, Course, Consequences, and Risk Factors”, **Current Opinion in Psychiatry**, cilt 29, sayı 6, ss.340-345.
- KIRIK, A. M., ARSLAN, A., ÇETİNKAYA, A. ve GÜL, M. (2015). “A Quantitative Research on The Level of Social Media Addiction among Young People in Turkey”, **International Journal of Science Culture and Sport (IntJSCS)**, cilt 3, sayı 3, ss.108-122.

- KIRIK, A. M. ve DOMAÇ, A. (2014). “Sosyal Medya Üzerinden Televizyon Reyting Ölçümlerinin Analizi: Twitter Örneği”, **Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi**, cilt 2, sayı 5, ss.414-430.
- KIETZMANN, J. H., HERMKENS, K., McCARTHY, I. P. ve SILVESTRE, B. S. (2011). “Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media”, **Business Horizons**, cilt 54, sayı 3, ss.241-251.
- KIMBER, M., McTAVISH, J. R., COUTURIER, J., BOVEN, A., GILL, S. ve DIMITROPOULOS, G. (2017). “Consequences of Child Emotional Abuse, Emotional Neglect and Exposure to Intimate Partner Violence for Eating Disorders: A Systematic Critical Review”, **BMC Psychology**, cilt 5, sayı 1, ss.1-18.
- KOCABAŞOĞLU, N. (2001). “Yeme Bozuklukları”, **Yeni Symposium**, cilt 39, sayı 2, ss.95-99.
- KOCADAŞ, B. (2005). “Kültür ve Medya”, **Ahmet Yesevi Üniversitesi Bilig Dergisi**, cilt 34, sayı 1, ss.1-15.
- KOLHAR, M., KAZI, R. N. A. ve ALAMEEN, A. (2021). “Effect of Social Media Use on Learning, Social Interactions, and Sleep Duration among University Students”, **Saudi Journal of Biological Sciences**, sayı 28, ss.2216-2222.
- KOMITO, L. ve BATES, J. (2009). “Virtually Local: Social Media and Community Among Polish Nationals in Dublin. School of Information and Library Studies”, **Aslib Proceedings**, cilt 61, sayı 3, ss.232-244
- KULU, M. E. ve ÖZSOY, F. (2020). “İnternet Kafelerdeki Sık Zaman Geçiren Gençlerden İnternet Bağımlılığı, Dikkat Eksikliği ve Dürtüsellik”, **Türk Aile Hek. Dergisi**, cilt 24, sayı 1, ss.12-22.
- KUSS, D. J. ve GRIFFITHS, M. D. (2011). “Online Social Networking and Addiction—A Review of The Psychological Literature”, **Int J Environ Res Public Health**, cilt 8, sayı 9, ss.3528-3552.
- KUSS, D. J. ve GRIFFITHS, M. D. (2012). “Online Gaming Addiction in Children and Adolescents: A Review of Empirical Research”, **J Behav Addict**, cilt 1, sayı 1, ss.3-22.

- LAITINEN, J., EK, E. ve SOVIO, U. (2002). "Stress-Related Eating and Drinking Behavior and Body Mass Index and Predictors of This Behavior", **Preventive Medicine**, cilt 34, sayı 1, ss.29-39.
- LAN, Y., DING, J. E., LI, W., LI, J., ZHANG, Y., LIU, M. ve FU, H. (2018). "A Pilot Study of A Group Mindfulness-Based Cognitive-Behavioral Intervention for Smartphone Addiction among University Students", **Journal of Behavioral Addictions**, cilt 7, sayı 4, ss.1171-1176.
- LAVENDER, J. M., DE YOUNG, K. P. ve ANDERSON, D. A. (2010). "Eating Disorder Examination Questionnaire (EDE-Q): Norms for Undergraduate Men", **Eating Behaviors**, cilt 11, sayı 2, ss.119-121.
- LECOMTE, A., ZERROUK, A., SIBEONI, J., KHAN, S., REVAH-LEVY, A. ve LACHAL, J. (2019). "The Role of Food in Family Relationships amongst Adolescents with Bulimia Nervosa: A Qualitative Study Using Photo-Elicitation", **Appetite**, sayı 141.
- LINDBERG, L. ve HJERN, A. (2003). "Risk Factors for Anorexia Nervosa: A National Cohort Study", **International Journal of Eating Disorders**, cilt 34, sayı 4, ss.397-408.
- LONGSTREET, P. ve BROOKS, S. (2017). "Life Satisfaction: A Key to Managing Internet & Social Media Addiction", **Technology in Society**, sayı 50, ss.73-77.
- LUSCOMBE, B. (2009). "Social Norms: Facebook and Divorce", **Time Journal**, cilt 173, sayı 24, ss.93-94.
- MACHT, M. (1999). "Characteristics of Eating in Anger, Fear, Sadness and Joy", **Appetite**, cilt 33, sayı 1, ss.129-139.
- MACHT, M. (2008). "How Emotions Affect Eating: A Five-Way Model", **Appetite**, cilt 50, sayı 1, ss.1-11.
- MANGOLD, W. G. ve FAULDS, D. J. (2009). "Social Media: The New Hybrid Element of The Promotion Mix", **Business Horizons**, cilt 52, sayı 4, ss.357-365.
- MEHLER, P. S., O'MELIA, A., BROWN, C., GIBSON, D., HOLLIS, J. ve WESTMORELAND, P. (2017). "Medical Complications of Bulimia

- Nervosa”, **British Journal of Hospital Medicine**, cilt 78, sayı 12, ss.672-677.
- MICHALSKA, A., SZEJKO, N., JAKUBCZYK, A. ve WOJNAR, M. (2016). “Nonspecific Eating Disorders-A Subjective Review”, **Psychiatria Polska**, cilt 50, sayı 3.
- MOSKOWITZ, L. ve WEISELBERG, E. (2017). “Anorexia Nervosa/Atypical Anorexia Nervosa”, **Current Problems in Pediatric and Adolescent Health Care**, cilt 47, sayı 4, ss.70-84.
- MURRAY, H. B., JUARASCIO, A. S., DI LORENZO, C., DROSSMAN, D.A. ve THOMAS, J. J. (2019). “Diagnosis and Treatment of Rumination Syndrome: A Critical Review”, **The American Journal of Gastroenterology**, cilt 114, sayı 4.
- NEUMARK-SZTAINER, D., WALL, M., LARSON, N. I., EISENBERG, M. E. ve LOTH, K. (2011). “Dieting and Disordered Eating Behaviors from Adolescence to Young Adulthood: Findings from A 10-Year Longitudinal Study”, **J Am Diet Assoc**, cilt 111, sayı 7, ss.1004-1011.
- ODACI, H. ve ÇELİK, Ç. B. (2016). “Does Internet Dependence Affect Young People’s Psycho-Social Status? Intrafamilial and Social Relations, Impulse Control, Coping Ability and Body Image”, **Computers in Human Behavior**, sayı 57, ss.343-347.
- OKUMUŞ, F. E. E., BAYKAL, N. B., DEVECİ, E. ve KARAKÖSE, S. (2019). “Yeme Bozukluğu Vakalarında Hastalık Yaşantısı ve Grup Süreci: Nitel Bir Çalışma”, **Yaşam Becerileri Psikoloji Dergisi**, cilt 2, sayı 4, ss.307-318.
- OLGUN, B. (2015). “Sosyal Medyanın Tüketici Satınalma Davranışları Üzerine Etkisi”, **Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi**, sayı 12, ss.484-507.
- OROZCO-GONZÁLEZ, C. N., CORTÉS-SANABRIA, L., MÁRQUEZ-HERRERA, R. M. ve NÚÑEZ-MURILLO, G. K. (2019). “Pica in End-Stage Chronic Kidney Disease: Literature Review”, **Nefrología**, cilt 39, sayı 2, ss.115-123.
- OSTAVAR, Ş., AMINPOOR, H., MOAFYAN, F., MARIANI, M. N., GRIFFITHS, M. ve ALLAHYAR, N. (2016). “İranlı Ergenler ve Genç Yetişkinlerde

- İnternet Bağımlılığı ve Psikososyal Riskleri (Depresyon, Kaygı, Stres ve Yalnızlık): Kesitsel Bir Çalışmada Yapısal Bir Eşitlik Modeli”, **Uluslararası Ruh Sağlığı ve Bağımlılık Dergisi**, cilt 14, sayı 3, ss.257-267.
- ÖYEKÇİN, D. ve DEVECİ, A. (2012). “Yeme Bağımlılığının Etiyolojisi”, **Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar**, cilt 4, sayı 2, ss.138-153 .
- ÖZMEN, F., AKÜZÜM, C., SÜNKÜR, M. ve BAYSAL, N. (2012). “Sosyal Ağ Sitelerinin Eğitsel Ortamdaki İşlevselliği”, **e-Journal of New World Sciences Academy**, cilt 7, sayı 2, ss.496-506.
- PREETI, M. (2009). “Use of Social Networking in A Linguistically and Culturally Rich India”, **The International Information ve Library Review**, cilt 41, sayı 3, ss.129-136.
- RAGGATT, M., WRIGHT, C., CARROTTE, E., JENKINSON, R., MULGREW, K., PRICHARD, I. ve LIM, M. (2018). “I Aspire to Look and Feel Healthy Like The Posts Convey: Engagement With Fitness Inspiration on Social Media and Perceptions of Its Influence on Health and Wellbeing”, **BMC Public Health**, cilt 18, sayı 1, 1002.
- RIKANI, A. A., CHOUDHRY, Z., CHOUDHRY, A. M., IKRAM, H., ASGHAR, M. W., KAJAL, D., WAHEED, A. ve MOBASSARAH, N. J. (2013). “A Critique of The Literature on Etiology of Eating Disorders”, **Annals of Neurosciences**, cilt 20, sayı 4, ss.157-161.
- ROME, E. S. ve STRANDJORD, S. E. (2016). “Eating Disorders”, **Pediatrics in Review**, cilt 37, sayı 8, ss.323-336.
- RUSSELL, G. (1979). “Bulimia Nervosa: An Ominous Variant of Anorexia Nervosa”, **Psychological Medicine**, cilt 9, sayı 3, ss.429-448.
- SAVCI, M., AYSAN, F. (2017). “Technological Addictions and Social Connectedness: Predictor Effect of Internet Addiction, Social Media Addiction, Digital Game Addiction and Smartphone Addiction on Social Connectedness”, **Düşünen Adam: Journal of Psychiatry & Neurological Sciences**, cilt 30, sayı 4, ss.202-216.
- SCHMIDT, H., PEDERSEN, T. L., JUNGE, T., ENGELBERT, R. ve JUUL-KRISTENSEN, B. (2017). “Hypermobility in Adolescent Athletes: Pain,

- Functional Ability, Quality of Life, and Musculoskeletal Injuries”, **Journal of Orthopaedic & Sports Physical Therapy**, cilt 47, sayı 10, ss.792-800.
- SCHORR, M. ve MILLER, K. K. (2017). “The Endocrine Manifestations of Anorexia Nervosa: Mechanisms and Management”, **Nature Reviews Endocrinology**, cilt 13, sayı 3.
- SEMİZ, M., KAVAKÇI, Ö. ve YAĞIZ, A. (2012). “Sivas İl Merkezinde Yeme Bozukluklarının Yaygınlığı ve Eşlik Eden Psikiyatrik Tanılar”, **Türk Psikiyatri Dergisi**, sayı 23, ss.1-8.
- SILVERSTEIN, B., PERDUE, L. ve PETERSON, B. (1986). “The Role of The Mass Media in Promoting A Thin Standard of Bodily Attractiveness for Women”, **Sex Roles**, cilt 14, sayı 2, ss.519-532.
- SIRAKAYA, M. ve SEFEROĞLU, S. S. (2013). “Öğretmen Adaylarının Problemleri İnternet Kullanımlarının İncelenmesi”, **Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, cilt 28, sayı 1, ss.356-368.
- SİYEZ, D. M. (2006). “Yeme Bozukluğu Olan Çocuklar ve Ergenler Etiyolojisiyle İlgili Çalışmalar, Müdahale, Değerlendirme ve Tedavi”, **Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi**, sayı 20, ss.21-27.
- SLADE, E., KEENEY, E., MAVRANEZOULI, I., DIAS, S., FOU, L. ve STOCKTON, S. (2018). “Treatments for Bulimia Nervosa: A Network Meta-Analysis”, **Psychological Medicine**, cilt 48, sayı 16, 2629-2636.
- SRIWILAI, K. ve CHAROENSUKMONGKOL, P. (2016). “Face It, Don’t Facebook It: Impacts of Social Media Addiction on Mindfulness, Coping Strategies and The Consequence on Emotional Exhaustion”, **Stress and Health**, cilt 32, sayı 4, ss.427-434.
- STICE, E., SOUTH, K. ve SHAW, H. (2012). “Future Directions in Etiologic, Prevention, and Treatment Research for Eating Disorders”, **Journal of Clinical Child & Adolescent Psychology**, cilt 41, sayı 6, ss.845-855.
- STROBER, M., FREEMAN, R., LAMPERT, C. ve DIAMOND, J. (2007). “The Association of Anxiety Disorders and Obsessive Compulsive Personality Disorder with Anorexia Nervosa: Evidence from A Family Study with

- Discussion of Nosological and Neurodevelopmental Implications”, **International Journal of Eating Disorders**, cilt 40, sayı 3, ss.46-51.
- ŞAHİN, C. (2017). “The Predictive Level of Social Media Addiction for Life Satisfaction: A Study on University Students”, **TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology**, cilt 16, sayı 4, ss.120-125.
- ŞAHİN, C. ve KORKMAZ, O. (2011). “İnternet Bağımlılığı Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması”, **Selçuk Üniversitesi Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Dergisi**, sayı 32, ss.101-115.
- ŞAHİN, C. ve YAĞCI, M. (2017). “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması”, **Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)**, cilt 18, sayı 1, ss.523-538.
- ŞANLIER, N., YABANCI, N. ve ALYAKUT, Ö. (2008). “An Evaluation of Eating Disorders among A Group of Turkish University Students”, **Appetite**, cilt 51, sayı 3, ss.641-645.
- TANG, C. S. ve KOH, Y. Y. W. (2017). “Online Social Networking Addiction Among College Students in Singapore: Comorbidity With Behavioral Addiction and Affective Disorder”, **Asian Journal of Psychiatry**, sayı 25, ss.175-178.
- TAVOLACCI, M. P., GRIGIONI, S., RICHARD, L., MEYRIGNAC, G., DÉCHELOTTE, P. ve LADNER, J. (2015). “Eating Disorders and Associated Health Risks among University Students”, **Journal of Nutrition Education and Behavior**, cilt 47, sayı 5, ss.412-420.
- TCHANTURIA, K., DAVIES, H., ROBERTS, M., HARRISON, A., NAKAZATO, M., SCHMIDT, U. ... ve MORRIS, R. (2012). “Poor Cognitive Flexibility in Eating Disorders: Examining The Evidence Using The Wisconsin Card Sorting Task”, **PloS One**, cilt 7, sayı 1.
- TEYFUR, M., AKPINAR, B., ŞAFALI, S., ERCENİZ, M. (2017). “Eğitim Fakültesi Öğrencilerin Akademik Erteleme Davranışları ile Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişkinin Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi”, **Elektronik Türkçe Çalışmaları**, cilt 12, sayı 33, ss.625-640.

- THOMAS, J. J., LAWSON, E. A., MICALI, N., MISRA, M., DECKERSBACH, T ve EDDY, K. T. (2017). "Avoidant/Restrictive Food Intake Disorder: A Three-Dimensional Model of Neurobiology with Implications for Etiology and Treatment", **Current Psychiatry Reports**, cilt 19, sayı 8.
- TOKER, D. E. ve HOCAOĞLU, Ç. (2009). "Yeme Bozuklukları ve Aile Yapısı: Bir Gözden Geçirme", **Düşünen Adam**, cilt 22, sayı 1-4, ss.36-42.
- TREASURE, J., ZIPFEL, S., MICALI, N., WADE, T., STICE, E. ve CLAUDINO, A. (2015). "Anorexia Nervosa", **Nature Reviews Disease Primers**.
- TROISI, A., MASSARONI, P. ve CUZZOLARO, M. (2005). "Early Separation Anxiety and Adult Attachment Style in Women with Eating Disorders", **British Journal of Clinical Psychology**, cilt 44, sayı 1, ss.89-97.
- TUREL, O. ve SERENKO, A. (2012). "The Benefits and Dangers of Enjoyment with Social Networking Websites", **European Journal of Information Systems**, cilt 21, sayı 5, ss.512-528.
- TUREL, O., BREVERS, D. ve ANTOÏNE, B. (2018). "Time Distortion When Users At-Risk For Social Media Addiction Engage in Non-Social Media Tasks", **Journal of Psychiatric Research**, sayı 97, ss.84-88.
- TUTGUN, A., DENİZ, L. ve MOON, M.-K. (2011). "A Comparative Study of Problematic Internet Use and Loneliness among Turkish and Korean Prospective Teachers", **The Turkish Online Journal of Educational Technology**, cilt 10, sayı 4, ss.14-30.
- UĞURLU, T. T., ŞENGÜL, C. B. ve ŞENGÜL, C. (2012). "Bağımlılık Psikofarmakolojisi", **Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar**, cilt 4, sayı 1, ss.37-50.
- ULAŞ, B., UNCU, F. ve ÜNER, S. (2013). "Sağlık Yüksekokulu Öğrencilerinde Olası Yeme Bozukluğu Sıklığı ve Etkileyen Faktörler", **İnönü Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi**, cilt 2, sayı 2, ss.15-22.
- ULUÇ, G. ve YARCI, A. (2017). "Sosyal Medya Kültürü", **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, sayı 52, ss.88-102.

- UZBAY, T. (2009). “Madde Bağımlılığının Tarihçesi, Tanımı, Genel Bilgiler ve Bağımlılık Yapan Maddeler”, **Meslek İçi Sürekli Eğitim Dergisi**, cilt 21, sayı 22, ss.5-73.
- UZDİL, Z., ÖZENOĞLU, A. ve ÜNAL, G. (2017). “Lise Öğrencilerinde Yeme Tutumlarının Beslenme Alışkanlıkları, Antropometrik ve Demografik Özellikler ile İlişkisi”, **Düzce Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi**, cilt 7, sayı 1, ss.11-18.
- VAN AUTREVE, S. ve VERVAET, M. (2015). “Are There Differences in Central Coherence and Set Shifting across The Subtypes of Anorexia Nervosa?: A Systematic Review”, **The Journal of Nervous and Mental Disease**, cilt 203, sayı 10, ss.774-780.
- VAN STRIEN, T., FRIJTERS, J. E., BERGERS, G. P. ve DEFARES, P. B. (1986). “The Dutch Eating Behavior Questionnaire (DEBQ) for Assessment of Restrained, Emotional, and External Eating Behavior”, **International Journal of Eating Disorders**, cilt 5, sayı 2, ss.295-315.
- VARDAR, E. ve ERZENGİN, M. (2011). “Ergenlerde Yeme Bozukluklarının Yaygınlığı ve Psikiyatrik Eş Tanıları İki Aşamalı Toplum Merkezli Bir Çalışma”, **Türk Psikiyatri Dergisi**, cilt 22, sayı 4, ss.205-212.
- VURAL, Z. B. ve BAT, M. (2010). “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”, **Journal of Yaşar Universtiy**, cilt 5, sayı 20, ss.3348-3382.
- WADE, T. D. (2019). “Recent Research on Bulimia Nervosa”, **Psychiatric Clinics**, cilt 42, sayı 1, ss.21-32.
- WILDES, J. E. ve MARCUS, M. D. (2013). “Alternative Methods of Classifying Eating Disorders: Models Incorporating Comorbid Psychopathology and Associated Features”, **Clinical Psychology Review**, cilt 33, sayı 3, ss.383-394.
- WILSON, N. ve BLACKHURST, A. (1999). “Food Advertising and Eating Disorders: Marketing Body Dissatisfaction, the Drive for Thinness, and Dieting in Women's Magazines”, **The Journal of Humanistic Counseling, Education and Development**, sayı 38, ss.111-112.

- WILSON, G. T., WILFLEY, D. E., AGRAS, W. S. ve BRYSON, S. W. (2010). “Psychological Treatments of Binge Eating Disorder”, **Archives of General Psychiatry**, cilt 67, sayı 1, ss.94-101.
- WONDERLICH, S. A., GORDON, K. H., MITCHELL, J. E., CROSBY, R. D. ve ENGEL, S. G. (2009). “The Validity and Clinical Utility of Binge Eating Disorder”, **International Journal of Eating Disorders**, cilt 42, sayı 8, ss.687-705.
- WOODALL, G. ve COLBY, C. (2011). “The Results Are in: Social Media Techniques vs. Focus Groups for Qualitative Research”, **MRA’s Alert! Magazine**, ss.23-27.
- XIANG, H., HAN, J., RIDLEY, W. E. ve RIDLEY, L. J. (2018). Pica: Eating Disorder, **Journal of Medical Imaging and Radiation Oncology**, sayı 62, ss.97-98.
- YENİÇIKTI, N.T. (2013). “Halkla İlişkiler Aracı Olarak Instagram: Sosyal Medya Kullanan 50 Şirket Üzerine Bir Araştırma”, **Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, cilt 9, sayı 22, ss.92-115.
- YILDIRIM, M. (2014). “İnternetin Görünen Yüzü”, **KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, cilt 16, sayı 1.
- YOUNG, K. S. (1996). “Internet Addiction: The Emergence Of A New Clinical Disorder”, **Cyber Psychology and Behavior**, cilt 1, sayı 3, ss.237-244.
- YOUNG, K. S. (2004). “Internet Addiction. A New Clinical Phenomenon And Its Consequences”, **Am Behav Sci**, sayı 48, ss.402-441.
- YOUNG, K. S. (2009). “Internet Addiction: Diagnosis And Treatment Consideration”, **Journal of Contemporary Psychotherapy**, sayı 39, ss.241-246.
- YOUNG, S., WILSON, M., MILLER, D. ve HILLIER, S. (2008). “Toward A Comprehensive Approach to The Collection and Analysis of Pica Substances, with Emphasis on Geophagic Materials”, **Plos One**, cilt 3, sayı 9, ss.31-47.
- YÜCEL, B. (2009). “Estetik Bir Kaygıdan Hastalığa Uzanan Yol: Yeme Bozuklukları”, **İlk Söz**.

YÜCEL, B., POLAT, A., İKİZ, T., DÜŞGÖR, B. P., YAVUZ, A. E. ve BERK, Ö. S. (2011). “The Turkish Version of the Eating Disorder Examination Questionnaire: Reliability and Validity in Adolescents”, **Eur. Eat. Disorders Rev.**, sayı 19, 509-511.

ELEKTRONİK KAYNAKLAR

BAYRAK, H. (2020, 2 Şubat). “2020 Dünya İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım İstatistikleri”, DİJİLOPEDİ – Dijital Pazarlama, Google Ads, Analytics, SEO, <https://dijilopedi.com/2020-dunya-internet-sosyal-medya-ve-mobil-kullanim-istatistikleri/> (Erişim Tarihi: 12 Şubat 2022).

BAYRAK, H. (2020, 23 Şubat). “2020 Türkiye İnternet Kullanımı ve Sosyal Medya İstatistikler ve Sosyal Medya İstatistikleri”, Dijilopedi, <https://dijilopedi.com/2020-turkiye-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/> (Erişim Tarihi: 13 Şubat 2022).

CHAPMAN, C. (2009). “The History and Evolution of Social Media”, <http://www.webdesignerdepot.com/2009/10/the-history-and-evolution-ofsocial-media/> (Erişim Tarihi: 16 Şubat 2022).

CLEMENT, J. (2019, 18 Eylül). “WhatsApp - Statistics & Facts”, <https://www.statista.com/topics/2018/whatsapp/> (Erişim Tarihi: 20 Şubat 2022).

CLEMENT, J. (2020, 3 Şubat). “Facebook - Statistics & Facts”, <https://www.statista.com/topics/751/facebook/> (Erişim Tarihi: 20 Şubat 2022).

CLEMENT, J. (2020, 14 Mayıs). “Instagram - Statistics & Facts”, <https://www.statista.com/topics/1882/instagram/> (Erişim Tarihi: 20 Şubat 2022).

CLEMENT, J. (2020, 24 Nisan). “Most Popular Social Networks Worldwide as of April 2020, Ranked by Number of Active Users”, [statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/](https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/) (Erişim Tarihi: 20 Şubat 2022).

CLEMENT, J. (2020, 20 Şubat). “Twitter - Statistics & Facts”, <https://www.statista.com/topics/737/twitter/> (Erişim Tarihi: 16 Şubat 2022).

- CLEMENT, J. (2020, 24 Nisan). "Twitter: Distribution of Global Audiences 2020, by Age Group", <https://www.statista.com/statistics/283119/age-distribution-of-global-twitter-users/> (Erişim Tarihi: 20 Şubat 2022).
- CLEMENT, J. (2020, 8 Nisan). "YouTube - Statistics & Facts", <https://www.statista.com/topics/2019/youtube/> (Erişim Tarihi: 20 Şubat 2022).
- DİLMEN, N. E. (2015). İnternet, küreselleşme, demokrasi ve toplumsal hareketler, <http://www.sosyalkene.com/internet-kuresellesme-demokrasivetoplumsal-hareketler> (Erişim Tarihi: 24 Şubat 2022).
- KEMP, S. (2020). "Dijital 2020: 3,8 Milyar İnsan Sosyal Medyayı Kullanıyor", <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018> (Erişim Tarihi: 27 Şubat 2022).
- KOÇOĞLU, S. (2018). "Instagram Tarihi: Instagram Nedir? Nasıl Kullanılır? Ne İşe Yarar?", <https://www.brandingturkiye.com/instagram-tarihi-instagram-nedir-nasil-kullanilir-ne-ise-yarar/> (Erişim Tarihi: 2 Mart 2022).
- KOÇOĞLU, S. (2018, 17 Nisan). "A'dan Z'ye Pinterest: Pinterest Nedir? Pinterest Nasıl Kullanılır? Pinterest Niye Önemlidir?", <https://www.brandingturkiye.com/adan-zye-pinterest-pinterest-nedir-pinterest-nasil-kullanilir-pinterest-niye-onemlidir/> (Erişim Tarihi: 2 Mart 2022).
- MAYFIELD, A. (2008). "What is Social Media? An e-book by Antony Mayfield Icrossing", August, www.icrossing.com/ebooks (Erişim Tarihi: 4 Mart 2022).
- PUGH, S. (2017). "Investigating The Relationship between Smartphone Addiction, Social Anxiety, Self-Esteem, Age and Gender", <http://hdl.handle.net/10788/3329> (Erişim Tarihi: 5 Mart 2022).
- STERN, J. (2012). "Facebook Buys Instagram for \$1 Billion", <http://abcnews.go.com/blogs/technology/2012/04/facebook-buys-instagramfor-1-billion/> (Erişim Tarihi: 8 Mart 2022).
- ŞENKOYUNCU, Ö. (2009). "Bilgisayar Bağımlısı Mısınız?", http://www.tavsiyedyorum.com/makale_3253.htm (Erişim Tarihi: 11 Mart 2022).

TÜİK. (2021). [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437#:~:text=T%C3%9C%C4%B0K%20Kurumsal&text=Hanehalk%C4%B1%20bili%C5%9Fim%20teknolojileri%20kullan%C4%B1m%20ara%C5%9Ft%C4%B1rmas%C4%B1,y%C4%B1l%20%90%2C7%20idi](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437#:~:text=T%C3%9C%C4%B0K%20Kurumsal&text=Hanehalk%C4%B1%20bili%C5%9Fim%20teknolojileri%20kullan%C4%B1m%20ara%C5%9Ft%C4%B1rmas%C4%B1,y%C4%B1l%20%90%2C7%20idi) (Erişim Tarihi: 15 Mart 2022).

We Are Social. (2021). <https://gumusdilek.com/we-are-social-2021-turkiye-raporu/> (Erişim Tarihi: 20 Mart 2022).

TEZLER

AKBABA, A. G. (2019). “İç Anadolu Bölgesinde sosyal Medya Bağımlılığı ile Pozitif ve Negatif Duygudurum İlişkisinin İncelenmesi” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

AKBULUT, S. (2018). “Erişkinlerde Sosyal Medya Bağımlılığı, Beden İmajı, Sosyal Anksiyete ve Benlik Saygısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

AKYAKAR, B. (2020). “Sağlık Bilimleri Üniversitesi Gülhane Sağlık Bilimleri Fakültesi Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyinin Beslenme Durumuyla İlişkisi” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Sağlık Bilimleri Üniversitesi Gülhane Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

ATALAR, S. (2019). “Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyinin Gösterişi Tüketim Eğilimleri Üzerine Etkisinin Tespiti” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Osmaniye.

AYDIN, F., 2020. “Türkiye’deki İtfaiyecilerin Algıladıkları Stres Düzeyinin Uyku ve Yeme Bozuklukları ile İlişkisi” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

BEYLER, B. (2019). “Akdeniz Bölgesi Sosyal Medya Bağımlılığı ve Bağlanma İlişkisinin İncelenmesi” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- BOSTANCI, M. (2010). “Sosyal Medyanın Gelişimi ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- CANSIZ, S. (2019). “Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Duygusal Yeme Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- COŞAR, H. (2018). “Geleneksel Medyadan Dijital Medyaya Geçiş Sürecinde Türkiye'de Medya ve Reklam Yatırımlarının Değişim Yapısı” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- ÇAKMAK, E. (2018). “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Düzeyleri ile Sosyal Görünüş Kaygısı Arasındaki İlişkinin Farklı Değişkenler Açısından Değerlendirilmesi” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- ÇAP, E. (2017). “Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumları ile Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- ÇARKÇI, Ö. (2017). “Sosyal Medyanın Tüketici Davranışlarına Etkisi, Twitter Örneği” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- ÇİL, S. N. (2020). “Yetişkinlerde Sosyal Medya Bağımlılığının Depresyonla İlişkisi” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- DALAYLI, F. Ü. (2018). “Orta Yaş Üstü Bireylerin Dijital Çağda İletişim Kurma Pratikleri: Sosyal Medya Bağımlılığı ve Sosyal İzolasyon” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- DELAL, Ö. (2018). “Sosyal Medyanın Geleneksel Medyada Temsil Pratikleri: Arap Baharı ve Gezi Parkı Olayları Örneği” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- DEMİROĞLU, B. (2021). “Yetişkinlerin Maneviyat ve Sosyal medya Bağımlılık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” (Yayımlanmamış yüksek lisans

- tezi), İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- DOMAÇ, A. (2014). “Sosyal Medyada TV Reyting Ölçümlerinin Analizi: Twitter Örneği” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- DÜŞÜNCELİ, M. Y. (2016). “Özel Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumları ile İçedönük-Dışadönük Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- DÜVENCİ, A. (2012). “Ağ Neslinin Kullanımı Üzerindeki Sosyal Medya Etkisinin Sosyal Sapma Yaklaşımı ile İncelenmesi (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- EMİNOĞLU, K. (2016). “Sosyal Medyanın Özel Hastanelerin Rekabet Gücünü Arttırmadaki Önemi” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- ERDOĞAN, B. (2019). “Klinik Olmayan Örneklemde Sosyal Medya Bağımlılığının Sosyal Görünüş Kaygısı ve İletişim Becerileri ile Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- GÜLASLAN, T. (2018). “Kamu Yönetiminde Sosyal Medya Kullanımı ve Yönetimi: Temel İlkeler ve Öneriler” (Yayımlanmamış doktora tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- GÜRÜLTÜ, E. (2016). “Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları ve akademik erteleme davranışları arasındaki ilişkilerin incelenmesi” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- HEKİMOĞLU, F. M. (2019). “Duygu Düzenleme Süreçleri, Kadınsılık-Erkeksilik Algısı, Beden Memnuniyetsizliği ile Yeme Tutumları Arasındaki İlişki: Bir Model Önerisi” (Yayımlanmamış doktora tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- KAHRAMANLAR, N. M. (2021). “Yetişkin Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığı, Psikolojik Dayanıklılık ve Benlik Saygısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Haliç Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- KARAÇOR, F. (2018). “Üniversite Öğrencilerinde İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığı ile Depresyon Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- KARADAYI, F. (2019). “Yeni Medya Bağlamında İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığı” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- KAYA, Ş. H. (2019). “Doğu Karadeniz Bölgesi'nde Sosyal Medya Bağımlılığı Bulunan Bireylerin Psikolojik Semptomlarının İncelenmesi” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- KEÇELİ, F. (2006). “Yeme Bozukluğu Hastalarında Obsesif Kompulsif Bozukluk ve Kişilik Bozukluğunu Saptamaya Yönelik Bir Çalışma”, Uzmanlık Tezi, İstanbul.
- KONUK, B. N. (2019). “İstanbul’da Sosyal Medya Bağımlılığı Olan Bireylerin Pozitif ve Negatif Duygu Durumlarının İncelenmesi” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- MACİT, H. (2019). “Marmara Bölgesi’nde Sosyal Medya Bağımlılığı Bulunan Bireylerin Psikolojik Semptomlarının İncelenmesi” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- RIHTIM, Z. B. (2020). “Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığının Kırılgan Narsisizm ve Sanal Ortam Yalnızlık Düzeyi ile İlişkinin İncelenmesi (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Haliç Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- SIRAKAYA, M. (2011). “Öğretmen Adaylarının Problemlı İnternet Kullanımı ve İnternet Öz-Yeterlilik Düzeylerinin incelenmesi” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Hacettepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

- ŞEKER, V. T. (2018). “Sosyal Medya Bağımlılığı ile Depresyon ve Anksiyete Arasındaki İlişki” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- ŞEKER, G. (2021). “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Kırılgan Narsisizm ve Yalnızlık Düzeyi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- ŞENTÜRK, E. (2017). “Sosyal Medya Bağımlılığının, Depresyon, Anksiyete Bozukluğu, Karışık Anksiyete ve Depresif Bozukluk Hastaları ile Kontrol Grubu Arasında Karşılaştırmalı ve Kullanıcıların Kişilik Özellikleri ile İlişkinin Araştırılması (Yayımlanmamış uzmanlık tezi), Gazi Üniversitesi Tıp Fakültesi, Ankara.
- TERZİ, A. Y. (2019). “Doğu Marmara Bölgesi’nde Sosyal Medya Bağımlılığı ile Kişisel İyi Oluş İlişkisinin İncelenmesi” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- TOROS, N. (2009). “Alternatif Pazarlama Yöntemi Olarak Ağızdan Ağıza Pazarlamanın Üzerine Bir Sektör Analizi” (Yayımlanmamış doktora tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- TUTGUN-ÜNAL, A. (2015). “Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma” (Yayımlanmamış doktora tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- UYSAL-ATABAY, E. (2020). “Lise Öğrencilerinin Yaşam Memnuniyeti Yeme Bozukluğu ve Sosyal Medya Bağımlılığı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” (Yayımlanmamış doktora tezi), Ondokuz Mayıs Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Samsun.
- ÜNLÜ, Z. R. (2018). “Sosyal Medya Bağımlılığı ve Psikolojik Dayanıklılık” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- YAYGIR, C. (2018). “Üniversite Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı Depresyon ve Benlik Saygısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- YILMAZ, B. (2017). “Bir Grup Lise Öğrencisinin İnternet Kullanımlarının Beden Algıları ve Yeme Tutumları İle İlişkisi” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Işık Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- YILMAZ, M.A. (2020). “Lise Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- YİĞİTCAN, A. (2021). “İnternet Bağımlılığı, Beden İmajı ve Yeme Bozukluğu Arasındaki İlişki” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- YÜKSEL, E. (2019). “Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve Kendini Gizleme Arasındaki İlişki: Konya Örneğinde Bir Saha Araştırması” (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

DİĞER KAYNAKLAR

- BÜYÜKGÖZE, S., DERELİ, E. ve YILDIZ, H. (2017). “Hemşirelik Son Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Sıklığının ve Nedenlerinin Belirlenmesi”, 6. Uluslararası Meslek Yüksekokulları Sempozyumu (UMYOS), ss.1-9.
- GRAHAM, Y. (2015). “The Ohio State University Extension Fact Sheet, Introduction: Eating Disorders Awareness”.
- HOLOTESCU, C. ve GROSSECK, G. (2010). “Learning to Microblog and Microblogging to Learn, A Case Study on Learning Scenarios in A Microblogging Context”, The 6th International Scientific Conference eLearning and Software for Education, April 15-16, ss.1-10
- KATZMAN, D. K., NORRIS, M. L. ve ZUCKER, N. (2018). “Avoidant Restrictive Food Intake Disorder”, Psychiatric Clinics of North America.
- KÜEY, G. (2008). “Yeme Bozuklukları”, İ.Ü. Cerrahpaşa Tıp Fakültesi Sürekli Tıp Eğitim Etkinlikleri Sempozyum Dizisi, Adolesan Sağlığı II, 63, ss.81-83.

- MİŞÇİ, S. (2006). “Yeni Medya Kullanımının Organizasyon Yapısı Üzerindeki Etkisi”, Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Bildiriler Kitabı. Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Bildiri Kitapçığı, ss.128-137.
- RIHTIM, Z. B. ve DENİZ, D. (2020). “Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığının Kırılgan Narsisizm ve Sanal Ortam Yalnızlık Düzeyi ile İlişkisinin İncelenmesi”, 17. Ulusal Adli Bilimler Kongresi, ss.349-362.
- SAĞBAŞ, E. A., BALLI, S. ve ŞEN, F. (2016). “Sosyal Medya ve Gençler Üzerindeki Etkileri”, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı, ss.153-163.
- SEUFERT, M., HOBFIELD, T., SCHWIND, A., BURGER, V. ve TRAN-GIA, P. (2016). “Group-Based Communication in WhatsApp”, IFIP Networking Conference, ss.536-541.

EKLER

EK-1. Sosyo-Demografik Bilgi Formu

Değerli Katılımcı,

Bu araştırma İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Programı öğrencisi Nursena OCAK'ın tez çalışması kapsamında Dr. Öğr. Üyesi Abdurrahman KENDİRİCİ danışmanlığında yürütülmektedir. Bu çalışmada “Yetişkin Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığı ile Yeme Bozukluğu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” amaçlanmıştır.

Aşağıda sizi tanımamıza yönelik bazı sorular sorulmuştur. Bu sorulara doğru yanıt vermeniz araştırma sonuçlarının güvenilirliği ve doğruluğu açısından büyük önem taşımaktadır. Araştırma boyunca sizin açık kimliğinizi belirlemeye yönelik soruların bulunmayacağını (kimlik numarası, ad-soyadı gibi) taahhüt ederiz. Sizden alınan bilgiler sadece yukarıda belirtilen araştırma için kullanılacak ve asla 3. kişilerle paylaşılmayacaktır. Çalışmayı dilediğiniz anda yarım bırakma hakkınız bulunmaktadır. Fakat çalışmayı eksiksiz olarak tamamlamanız araştırmamız için büyük önem taşımaktadır.

Soruları yanıtlamanız yaklaşık 10-15 dakika sürecektir. Çalışmaya verdiğiniz destek için teşekkür ederiz.

.

Nursena OCAK

Çalışmaya katılmayı onaylıyorum. Evet () Hayır ()

1. Yaşınız: () 18-29 () 30-39 () 40-49 () 50-59 () 60-69

2. Cinsiyetiniz: () Kadın () Erkek () Diğer

3. En son mezun olduğunuz okul

- İlkokul Mezunu Ortaokul Mezunu Lise Mezunu
 Üniversite Mezunu Yüksek Lisans/Doktora Mezunu

4. Medeni durumunuz

- Evli Bekar Boşanmış/Ayrılmış

5. Ekonomik Durumunuz

- Düşük Orta Yüksek

6. Tanısı konmuş herhangi bir sağlık sorununuz var mı?

- Evet Hayır

7. Düzenli olarak kullandığınız bir ilaç varsa belirtiniz.

.....

8. Tanısı konmuş herhangi bir psikiyatrik rahatsızlığınız var mı?

- Evet Hayır

9. Tanısı konmuş herhangi bir psikiyatrik rahatsızlığınız varsa belirtiniz.

.....

10. Tanısı konmuş herhangi bir yeme bozukluğunuz (Anoreksiya Nervoza, Bulimiya Nervoza, Tıkanırcasına Yeme Bozukluğu, Obezite vb.) var mı?

- Evet Hayır

11. Boyunuz:

12. Kilonuz:

13. Sosyal Medya hesabınız var mı?

- Evet Hayır

14. Sosyal medya uygulamalarından hangi uygulamayı en çok kullanıyorsunuz?

- Facebook Instagram Snapchat Twitter

EK-2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

Madde No		Hiçbir Zaman	Nadiren	Bazen	Sık Sık	Her Zaman
1	Sosyal medyayı gerçek dünyadan bir kaçış olarak görüyorum.					
2	Sosyal medyada planladığımdan daha uzun süre kalırım.					
3	Kendimi mutsuz hissettiğim zamanlarda sosyal medyada olmak beni rahatlatır.					
4	Sosyal medyada çok zaman geçirdiğimden işlerimi aksatıyorum.					
5	Sosyal medyaya gerekmedikçe girmem.					
6	Sosyal medya yüzünden verimliliğimin azaldığını fark ediyorum.					
7	Sosyal medyada çok zaman geçirdiğim için çevremdekiler beni eleştirirler.					
8	Sosyal medyayı kullanırken biri beni rahatsız ettiğinde sinirleniyorum.					
9	Sosyal medyada iken kendimi özgür hissediyorum.					
10	Sabah uyandığımda ilk işim sosyal medyaya girmek olur.					
11	Sosyal medya kullanmayı sevmiyorum.					
12	Güncel olaylardan haberdar olmak için sosyal medyadan ayrılamıyorum.					
13	Çevremde birileri varken bile, sosyal medyada olmayı tercih ederim.					
14	Özel bazı duyuruları görebilmek ya da paylaşabilmek için sosyal medyada daha çok zaman geçiriyorum.					
15	Sosyal medyadan dolayı aile üyelerini ihmal ettiğim olur.					
16	İnsani amaçlı sosyal projelerde yer almak için sosyal medyayı kullanmaktan kendimi alamıyorum.					
17	Sosyal medyada bağlantı kurduğum insanlara kendimi daha iyi anlatıyorum.					
18	Sosyal medyadaki arkadaşlıkları gerçek yaşamdaki arkadaşlıklara tercih ederim.					
19	Sosyal medya gruplarıyla iletişim halinde olabilmem için sosyal medyayı daha uzun süre kullanırım.					
20	Çeşitli sosyal duyarlılıklar konusunda çabuk haberdar olma isteği beni daha çok sosyal medyada olmaya itiyor.					

EK-3. Yeme Bozukluğu Değerlendirme Ölçeği (YBDÖ)

YÖNERGE: Aşağıdaki sorular sadece son 4 hafta ile ilgilidir. Lütfen her soruyu dikkatlice okuyunuz ve tüm soruları yanıtlayınız. Teşekkürler.

1'den 12'ye kadar olan sorular: Lütfen sağdaki uygun olan sayıyı yuvarlak içine alınız. Soruların sadece son dört haftayı içerdiğini (28 gün) unutmayınız.

	Son 28 günün kaçında...	Hiçbirinde	1-5 gün	6-12 gün	13-15 gün	16-22 gün	23-27 gün	Her Gün
1	Kilonuzu ya da bedeninizin şeklini değiştirmek amacıyla yiyecek miktarınızı kasıtlı olarak sınırlandırmaya çalıştınız? (Başarılı olup olmadığınız önemli değildir.)							
2	Bedeninizin şeklini ya da kilonuzu değiştirmek amacıyla uzun bir süre (uyanık olduğunuz 8 saat boyunca ya da daha fazla bir süre için) hiçbir şey yemediğiniz oldu?							
3	Bedeninizin şeklini ya da kilonuzu değiştirmek amacıyla hoşlandığınız yiyecekleri beslenme düzeninizden çıkarmaya çalıştınız? (Başarılı olup olmadığınız önemli değildir.)							
4	Bedeninizin şeklini ya da kilonuzu değiştirmek amacıyla yemenizle ilgili (örn. kalori sınırlandırması) belli kurallara uymaya çalıştınız? (Başarılı olup olmadığınız önemli değildir.)							
5	Bedeninizin şeklini ya da kilonuzu etkilemek amacıyla boş bir mideye sahip olmak için belirgin bir arzu duydunuz?							
6	Tamamen düz bir karına sahip olmak için belirgin bir arzu duydunuz?							
7	Yiyecek, yemek yeme ya da kalorilerle ilgili düşünmenin, ilgilendiğiniz konulara (örn. çalışma, bir konuşmayı takip etme ya da okuma) yoğunlaşmanızı çok zorlaştırdığı oldu?							

8	Bedeninizin şekli ve kiloyla ilgili düşünmenin, ilgilendiğiniz konulara (örn. İşinize, bir konuşmayı takip etmenize ya da okumanıza) yoğunlaşmanızı çok zorlaştırdığı oldu?							
9	Yemek yemeye ilgili kontrolü kaybetmekten belirgin biçimde korktuğunuz oldu?							
10	Kilo alabileceğinizden belirgin bir biçimde korktunuz?							
11	Kendinizi şişman hissettiniz?							
12	Kilo vermek için güçlü bir arzunuz oldu?							

13'ten 18'e kadar olan sorular: Lütfen sağdaki boşluğu uygun olan sayıyı yazınız.

Soruların yalnızca son dört haftaya yönelik olduklarını (28 güne) hatırlayınız.

Son dört hafta içinde (28 gün)...		
13	Son 28 gün içinde, kaç kere, başka insanların alışılmadık miktarda fazla (şartlara göre) olarak tanımlayacakları biçimde yemek yediniz?
14	Bu süre içinde kaç kere yemek yemenizle ilgili kontrolü kaybetme hissine kapıldınız (yediğiniz sırada) ?
15	Son 28 günün kaç GÜNÜNDE aşırı yemek yeme nöbetleri ortaya çıktı (örn. Alışılmadık miktarda fazla yemek yediğiniz ve o sırada kontrolü kaybettiğiniz duygusunu yaşadınız)?
16	Son 28 gün içinde, bedeninizin şekli ya da kilonuzu kontrol amacıyla, kaç kere kendinizi kusturdunuz?
17	Son 28 gün içinde, bedeninizin şekli ya da kilonuzu kontrol amacıyla, kaç kere müşil (bağırsak çalıştırıcı) kullandınız?
18	Son 28 gün içinde, kilonuzu, bedeninizin şeklini ya da yağ miktarınızı kontrol etmek, kalorileri yakmak amacıyla, kaç kere “kendinizi kaybedercesine” ya da “saplantılı” biçimde egzersiz yaptınız?

19'dan 21'e kadar olan sorular: Lütfen uygun sayıyı yuvarlak içine alınız.

Lütfen bu sorular için “tıkanırcasına yeme” teriminin, mevcut koşullarda başkalarına göre alışılmadık miktarda ve kontrolü kaybetme duygusuyla beraber fazla yemeyi ifade ettiğini göz önünde bulundurunuz.

19	Son 28 gün içinde, kaç kere gizlice (örn. Saklanarak) yemek yediniz? (Tıkanırcasına yeme durumlarını saymayınız.)	Hiçbirinde	1-5 gün	6-12 gün	13-15 gün	16-22 gün	23-27 gün	Her Gün
		0	1	2	3	4	5	6

20	Yemek yediğiniz zaman bedeninizin şeklini ya da kilonuzu etkilediği için ne oranda kendinizi suçlu hissettiniz (hata yaptığımızı hissettiniz)? (Tıkınırcasına yemek yeme durumlarını saymayınız.) 0=Hiçbir zaman, 1= Nadiren, 2=Yarıdan az, 3=Yarı yarıya, 4=Yarıdan fazla, 5=Çoğu zaman, 6=Her zaman	Hiçbir Zaman	Nadiren	Yarıdan az	Yarı yarıya	Yarıdan fazla	Çoğu zaman	Her zaman
		0	1	2	3	4	5	6
21	Son 28 gün içinde, başkalarının sizi yemek yerken görmesiyle ilgili ne kadar endişelendiniz? (Tıkınırcasına yeme durumlarını saymayınız.) Hiç--- Biraz---Orta--- Önemli Ölçüde	Hiç	Biraz	Orta		Önemli ölçüde		
		0	1	2	3	4	5	6

22'den 28'e kadar olan sorular: Lütfen sağda uygun bulduğunuz sayıyı yuvarlak içine alınız. Soruların sadece son dört haftaya yönelik olduklarını (28 gün) hatırlayınız.

		Hiç	Biraz	Orta		Önemli ölçüde		
22	Kilonuz, kişi olarak kendiniz hakkında düşüncenizi ve yargınızı etkiledi mi? *Hiç---Biraz---Orta--- Önemli Ölçüde	0	1	2	3	4	5	6
23	Bedeninizin şekli, kendiniz hakkındaki düşüncenizi (yargınızı) etkiledi mi? *Hiç---Biraz---Orta--- Önemli Ölçüde	0	1	2	3	4	5	6
24	Önümüzdeki dört hafta boyunca, haftada 1 kez tartılmanız istense (ne daha sık ne daha seyrek), bu sizi ne kadar üzerdi ? Hiç---Biraz-- -Orta---Önemli Ölçüde	0	1	2	3	4	5	6

25	Kilonuzdan ne derece memnun değilsiniz?	0	1	2	3	4	5	6
26	Bedeninizin şeklinden ne derece memnun değilsiniz?	0	1	2	3	4	5	6
27	Bedeninizi görmekten ne kadar rahatsız oluyorsunuz (örn. Aynada, mağazanın camında, soyunurken, banyo ya da duş yaparken)?	0	1	2	3	4	5	6
28	Başkalarının bedeninizin şeklini görme-sinden ne derece rahatsız oluyorsunuz? (örn. Soyunma odalarında, yüzerken ya da dar elbiseler giyerken) Hiç---Biraz---Orta---Önemli Ölçüde	0	1	2	3	4	5	6

EK-4. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurul Onayı

Evrak Tarih ve Sayısı: 02.03.2022-43064



T.C.
İSTANBUL AYDIN ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğü

Sayı : E-88083623-020-43064
Konu : Etik Onayı Hk.

02.03.2022

Sayın NURSENA OCAK

Tez çalışmanızda kullanmak üzere yapmayı talep ettiğimiz anketiniz İstanbul Aydın Üniversitesi Etik Komisyonu'nun 28.02.2022 tarihli ve 2022/03 sayılı kararıyla uygun bulunmuştur.
Bilgilerinize rica ederim.

Dr. Öğr. Üyesi Alper FİDAN
Müdür Yardımcısı

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu : BS43YHJNNZ Pin Kodu : 34903

Belge Takip Adresi : <https://www.turkiye.gov.tr/istanbul-aydin-universitesi-ebys?>

Adres : Beşyol Mah. İnönü Cad. No:38 Sefaköy, 34295 Küçükçekmece / İSTANBUL

Telefon : 444 1 428

Web : <http://www.aydin.edu.tr/>

Keş Adresi : iau.yazisleri@iau.hs03.kep.tr

Bilgi için : Hicran DEMİR
Unvanı : Yazı İşleri Uzmanı



ÖZGEÇMİŞ

Ad-Soyad : Nursena OCAK

ÖĞRENİM DURUMU:

Lisans : 2019, İstanbul Kültür Üniversitesi, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık

Yüksek lisans : 2022, İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Psikoloji Anabilim Dalı, Klinik Psikoloji

TEZDEN TÜRETİLEN YAYINLAR, SUNUMLAR VE PATENTLER:

TEZDEN TÜRETİLEN BİLDİRİ SUNUMU: Ocak, N., Kendirci, A. (2022). Yetişkin Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığı ile Yeme Bozukluğu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. 23.Uluslararası Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik Kongresi HAZİRAN 13-14-15, 2022- İstanbul, Türkiye.