



T.C

ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

KLİNİK PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA
BAĞIMLILIĞI VE DUYGUSAL YEME ARASINDAKİ İLİŞKİNİN
İNCELENMESİ**

Seda Cansız

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Cemal Onur Noyan

İSTANBUL-2019

T.C
ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

KLİNİK PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA
BAĞIMLILIĞI VE DUYGUSAL YEME ARASINDAKİ İLİŞKİNİN
İNCELENMESİ

Seda Cansız

174102014

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Cemal Onur Noyan

İSTANBUL-2019

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Duygusal Yeme Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

Tarih .../.../.....

Seda Cansız

İmza

TEŞEKKÜR

Tez sürecimde bilgi ve deneyimiyle bana destek olan, tez konumun seçilmesinden, çalışmamın tamamlanmasına kadar geçen süre içerisinde güler yüzünü ve sakinliğini esirgemeyen değerli tez danışmanım Sayın Doç. Dr. Cemal Onur Noyan hocama, bu süreçte güven ve desteklerini her daim hissettiğim aileme ve değerli arkadaşım Deniz Derya Sarı'ya teşekkür ederim.



(CANSIZ, Seda, Yüksel Lisans, İstanbul, 2019)

Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı Ve Duygusal Yeme Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

ÖZET

Günümüzde teknolojinin ve internetin hızla gelişmesi ile sosyal ağların kullanımının artması bir takım problemleri beraberinde getirmektedir. Sosyal medya kullanımının bağımlılığa dönüşmesi beyindeki ödül sistemini bozmaktadır. Ödül merkezinin bozulmasıyla birlikte başka davranışların da etkilendiği, duygusal yeme davranışının bozulan ödül merkeziyle bağlantılı olabileceği yapılan çalışmada gösterilmiştir. Bu çalışmanın amacı bireylerin sosyal medya kullanımı sıklığı arttıkça duygusal yeme eğiliminde de artış görüleceğini ortaya koymaktır. Araştırmanın örneklemini, üniversite öğrencisi olan 287 kişiden oluşturmaktadır. Veri toplama aracı olarak; Sosyodemografik Anket formu, Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği (SMBÖ) ve Duygusal Yeme Ölçeği (DYÖ) kullanılmıştır.

Verilerin analizinde Pearson ki-kare testi, Kolmogorov Smirnov testi, tek yönlü varyans analizi, posthoc Tukey testi ve bağımsız gruplarda t testi ve Pearson korelasyon testi kullanılmıştır. Basit doğrusal regresyon analizinde hesaplanan p değeri $<0,25$ bulunan değişkenler çoklu modele alınmıştır. Çoklu doğrusal regresyon analizinde enter modeli kullanılmıştır.

Yapılan çalışma sonucunda üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ve duygusal yeme arasındaki ilişkiye bakıldığında, sosyal medya kullanımı ile duygusal yeme arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Katılımcıların SMBÖ ve DYÖ alt ölçek puanları arasındaki korelasyonlar incelendiğinde tüm alt ölçek puanları arasında pozitif yönde, istatistiksel olarak anlamlı korelasyonlar bulunmuştur. DYÖ ile vücut kütle indeksi (VKİ) arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Duygusal yeme davranışı ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Katılımcıların internette ve sosyal medyada geçirdikleri süre ile SMBÖ puanları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Katılımcıların sosyal medyada geçirdikleri süre ile DYÖ puanları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Anahtar kelimeler: Sosyal medya kullanımı, Sosyal medya bağımlılığı, Duygusal yeme



(CANSIZ, Seda, Master's Degree, Istanbul, 2019)
**The Relationship Between Sns Addiction And Emotional Eating
Among University Students**

ABSTRACT

Nowadays, with the rapid development of technology and internet, increasing the use of social networks brings along a number of problems. The transformation of the use of social media into addiction disrupts the reward system in the brain. In this study, it has been shown that other behaviors are affected by deterioration of reward center and emotional eating behavior may be related to deteriorated reward center. The aim of this study is to reveal that as the frequency of social media use increases the tendency of emotional eating will increase. The sample of the study consists of 287 people who are university students. As data collection tools, Sociodemographic Questionnaire, Social Media Addiction Scale (SMAS) and Emotional Eating Scale (EES) were used.

In the analysis of data, Pearson chi-square test, Kolmogorov Smirnov test, one-way analysis of variance, Tukey's post-hoc test, independent-samples t-test and Pearson correlation were used. In simple linear regression analysis, the variables with calculated p value smaller than 0.25 were taken into multiple models. The enter method was used in multiple linear regression analysis.

As a result of this study, when the relationship between social media addiction and emotional eating in university students was examined, positive significant relationship between social media usage and emotional eating has been found. When the correlations between SMAS and EES subscale scores of the participants were analyzed, the positive, statistically significant correlations between all subscale scores have been found. A significant relationship between EES and body mass index (BMI) has been found. A significant relationship between emotional eating behavior and gender variable was found. A significant relationship between participants' time spent using internet and social media of participants and SMAS scores was found. A significant relationship between participants' time spent on social media and EES scores has been found.

Keywords: Social media usage, social media addiction, emotional eating.

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

YEMİN METNİ	i
TEŞEKKÜR	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vi
TABLolar LİSTESİ	viii
KISALTMALAR	ix
GİRİŞ	1
BÖLÜM I.....	2
1.1. ARAŞTIRMANIN AMACI	2
1.2. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZİ	2
1.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ.....	2
1.4. ARAŞTIRMANIN SAYILTI LARI	2
1.5. ARAŞTIRMANIN SINIRLI LIKLARI	3
BÖLÜM II - SOSYAL MEDYA BAĞIMLI LIĞI.....	4
2.1. Sosyal Medya Kavramı	4
2.1.1. Popüler Sosyal Medya Ağları.....	5
2.1.1.1. Facebook	5
2.1.1.2. Instagram	5
2.1.1.3. Twitter	6
2.1.1.4. Snapchat.....	6
2.1.1.5. Swarm	7
2.1.1.6. Youtube	7
2.2. Bağımlılık	8
2.2.1. Davranış Bağımlılıkları	8
2.2.1.1. İnternet Bağımlılığ ı.....	9
2.2.1.2. Sosyal Medya Bağımlılığ ının Tanımlanması	10
2.2.1.3. Sosyal Medya Bağımlılığ ı	10
BÖLÜM III - DUYGUSAL YEME	13
3.1. Duygusal Yeme Tanım	13
3.2. Duygusal Yeme Davranış ı	13

3.3. Duygusal Yemeyi Açıklayan Teoriler	14
3.3.1. Psikosomatik Teori	14
3.3.2. Dışsal Teori	16
3.3.3. Kısıtlanma Teorisi	16
3.3.4. Kaçış Teorisi.....	17
3.4. Duygusal Yeme Mekanizmaları	17
3.4.1. Fizyolojik Mekanizmalar	18
3.4.2. Psikolojik Mekanizmalar.....	18
3.5. Duygusal Yeme ve Obezite	19
3.6. Sosyal Medya Bağımlılığı ve Duygusal Yeme	20
BÖLÜM IV - YÖNTEM.....	21
4.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	21
4.2. Veri Toplama Araçları.....	21
4.2.1. Sosyodemografik Bilgi Formu.....	21
4.2.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	21
4.2.3. Duygusal Yeme Ölçeği	22
4.3. Verilerin Analizi	22
BÖLÜM V - BULGULAR ve YORUMLARI	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.
BÖLÜM VI - TARTIŞMA	34
BÖLÜM VII - SONUÇ VE ÖNERİLER	41
7.1. Sonuçlar.....	41
7.2. Öneriler	42
KAYNAKÇA.....	43
EKLER	54
EK-1: Sosyodemografik Bilgi Formu	54
EK-2: Duygusal Yeme Ölçeği.....	56
EK-3: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği.....	58
ÖZGEÇMİŞ	60

TABLÖLAR LİSTESİ

Sayfa No

Tablo 1. Katılımcıların Bazı Sosyodemografik Özelliklerine Göre Dağılımı.....	24
Tablo 2. Katılımcıların İnternet Kullanım Amaçlarının Dağılımı.....	25
Tablo 3. Katılımcıların Kullandıkları Sosyal Medya Hesaplarının Dağılımı.....	25
Tablo 4. Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları.....	26
Tablo 5. Katılımcıların İnternet ve Sosyal Medyada Geçirdikleri Sürelerin Dağılımı...26	
Tablo 6. Katılımcıların Psikiyatrik Yardım Alma Durumlarına Göre İnternet ve Sosyal Medyada Geçirdikleri Sürenin Karşılaştırılması.....	27
Tablo 7. Katılımcıların Bazı Özelliklerine Göre Duygusal Yeme Ölçek Puanları Karşılaştırmaları.....	28
Tablo 8. Katılımcıların Bazı Özelliklerine Göre Sosyal Medya Bağımlılık Ölçek Puanları Karşılaştırmaları.....	28
Tablo 9. Katılımcıların İnternet ve Sosyal Medyada Geçirdikleri Zamana Göre Duygusal Yeme Ölçek Puanları Karşılaştırmaları.....	29
Tablo 10. Katılımcıların İnternet ve Sosyal Medyada Geçirdikleri Zamana Göre Sosyal Medya Bağımlılık Ölçek Puanları Karşılaştırmaları.....	30
Tablo 11. Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerine Göre Duygusal Yeme Ölçek Puanları Karşılaştırmaları.....	31
Tablo 12. Sosyal Medya Bağımlılığı ve Duygusal Yeme Alt Ölçek Puanlarına Ait Korelasyon Analiz Sonuçları.....	32
Tablo 13. Duygusal Yeme Ölçek Puanını Yordayan Değişkenlere Ait Çoklu Regresyon Analiz Sonuçları.....	33

KISALTMALAR

SMBÖ : Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

DYÖ : Duygusal Yeme Ölçeği

VKİ : Vücut Kütle İndeksi



GİRİŞ

İnternet, bilgiye kolayca ve hızlıca erişim sağlama ve iletişim kurmayı kolaylaştırma sebebiyle hayatımızın önemli bir parçası haline gelmiştir (Alpaslan, 2014). İnternet kullanımı her geçen gün dünya çapında artmaya devam etmektedir. İnternetin yaygınlaşması ile birlikte yeni medya kavramı hayatımıza girmiştir. Bu yeni medya araçlarının günümüzde en popüler olanı sosyal medya ağlarıdır (Babacan, 2017). İnternete ulaşımın kolaylaşması, teknolojik araçların kullanımının da artmasıyla sosyal ağ sitelerine giriş kolaylaşmıştır. (Doğan & Karakuş, 2016). İnternet kullanan insanların %95'i aynı zamanda sosyal medyaya da üyedir (Kuşay, 2013).

Sosyal medyanın aşırı kullanımı bireylerin bütün alışkanlıklarını değiştirerek toplumsal izolasyona neden olmaktadır. Sosyal medyanın en önemli etkilerinden biri de bireylerin yeme stillerinde meydana gelen davranışlara dayanmaktadır (Alpaslan, 2014).

Bireyin beslenme ihtiyacının karşılanması fizyolojik gereklilikle beraber psikolojik açıdan da önemlidir. Bireyler öfkелendikleri zaman ya da kendilerini baskı altında hissettiklerinde normalden daha fazla yiyebilirler. Duygusal yeme, bireyin olumsuz duygulanımına yanıt olarak normalden daha fazla besin tüketmesine yol açan psikolojik yeme çeşidi olarak tanımlanmıştır. Duygusal yeme davranışı, bireyin duygu durumunu kontrol etmek için besin tüketimidir (İnalkaç ve Arslantaş, 2018).

Genellikle olumsuz durumların duygusal yemeyi tetiklediği düşünülmüş olsa da son yıllarda internet ve sosyal medya bağımlılığından kaynaklı bilinçsiz yemeninde duygusal yeme ile ilişkili olduğu ifade edilmektedir (Özger Ağaca, 2012).

BÖLÜM I

1.1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu araştırmanın amacı, sosyal medya kullanımı ile duygusal yeme davranışını arasındaki ilişkiyi incelemektir. Bireylerin sosyal medya kullanımı, duygusal yeme davranışı, sosyal medya kullanım süreleri, cinsiyet, eğitim durumu gibi etkenler açısından karşılaştırılacaktır.

1.2. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZİ

Bireylerin sosyal medya kullanımı sıklığı arttıkça duygusal yeme eğilimi artacaktır.

1.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Bu çalışma sosyal medya kullanımı ile duygusal yeme arasındaki ilişkinin bilinmesi açısından önem taşımaktadır. Sosyal medya bağımlılığı ve duygusal yeme ile ilgili ayrı ayrı çalışmalar yapılmasına rağmen şimdiye kadar bu iki konu birlikte ele alınmamıştır. Çalışmanın konusunun seçimi bu nedenle önemlidir.

1.4. ARAŞTIRMANIN SAYILTILARI

Araştırmaya katılan bireylerin uygulanan anket ve ölçekleri içtenlikle cevapladıkları varsayılmıştır.

Geçerlik ve güvenirliği olan ölçekler tercih edilmiştir ve uygulanan ölçeklerin araştırmanın amacına ulaşmada kullanımının uygun olduğu varsayılmıştır.

Araştırmanın örnekleminin araştırmanın hedefine ulaşmada yeterli olabileceği varsayılmıştır.

1.5. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Araştırma üniversite öğrencisi olan toplam 287 kişi ile sınırlıdır.

Araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyet dağılımının eşitsizliği (241 kadın, 46 erkek) araştırmanın sınırlılıklarındandır.

Katılımcılara ait bulgular 'Sosyodemografik Bilgi Formu'nda yer alan sorulara verdikleri cevaplar ile sınırlıdır.

Katılımcıların araştırma öncesinde tanı konmamış bir yeme bozukluğu tanısı varsa bununla ilgili bir değerlendirme yapılmadığından katılımcıların cevapları 'Duygusal Yeme Ölçeği' inde yer alan sorulara verdikleri cevaplar ile sınırlıdır.

Bu araştırmada katılımcıların sosyal medya kullanımları ölçülmüş, klinik değerlendirme yapılmadığından kullandığımız ölçeğin verdiği bilgilerin sonucunda katılımcıların ne kadarının sosyal medya bağımlısı olduğunun tanısını koyamadığımızdan katılımcıların cevapları 'Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'nde yer alan sorulara verdikleri cevaplar ile sınırlıdır.

Bu araştırmada kesitsel bir ölçüm yapılmış olup, katılımcılarda önce sosyal medya bağımlılığının mı yoksa duygusal yeme davranışının mı geliştiği bilinmemektedir.

BÖLÜM II - SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI

2.1. Sosyal Medya Kavramı

Günümüzde teknolojinin hızla gelişmesi sonucunda internet günlük yaşamın vazgeçilmez bir aracı olmuş, bireylerin yaşamlarındaki işleyişlerin yeni bir boyut kazanmasına ve alışkanlıklarının değişmesine neden olmaktadır. Tüm bunların sonucunda ortaya çıkan kavramların başında sosyal medya kavramı öne çıkmaktadır. Araştırmacılar sosyal medya kavramını bireyler arası ilişkiyi destekleyen, benzer ilgi alanları bulunan bireylerin paylaşımını arttıran, bireylere kişisel profil ve arkadaş listeleri oluşturma imkanı tanıyan web tabanlı ortamlar olarak tanımlamaktadır (Boyd, 2003).

Sosyal medya bireylere internet vasıtasıyla yer ve zamandan bağımsız bir şekilde fikirlerini paylaşma imkanı sağlayan, internetteki multimedya özellikleri kullanma fırsatı veren ve bunların yanı sıra diğer bireylerle interaktif bir iletişim fikir alışverişi imkanı sunan bir ortam şeklinde tanımlanabilir (Bulunmaz, 2011).

Toprak ve diğerleri (2009) sosyal medyayı bireylerin oluşturduğu profil ile ün ve statüsünü arttıran, bağlantıda oldukları kişilerin diğer bağlantılarını gözlemleyebildikleri ve birbirlerine mesaj yazabildikleri bir araç olarak tanımlamışlardır (Hazar, 2011).

Sosyal medyanın temelinde "iletişim" ve "paylaşım" olduğunu belirten Hatipoğlu (2009), sosyal medyayı kullanıcıların fotoğraf, video, yazı ve ses dosyaları vasıtasıyla iletişime geçtiği online platformlar olarak tanımlar.

Sosyal medya, katılımcıların her geçen gün artış gösterdiği bir platformdur ve kendi içinde bazı özellikleri barındırır (Demir ve ark., 2013):

Katılımcılar: Her toplumdan farklı kültür ve özelliklere sahip olan kişilerin aktif olarak katılabildiği sosyal medya platformları, kişilerden geri bildirimler almakta ve kişileri teşvik etmektedirler.

Açıklık: Sosyal medya ağları sınırsız kullanıcı ve geri bildirim imkanı içermektedir. Sosyal medya ağlarında herhangi bir düşünce ve görüşe karşı engelleme yoktur. Kullanıcılar bilgi paylaşımı, yorum yapma ve beğeni gibi imkanlara sahiptir.

Konuşma: Sosyal medya platformları günlük yaşamda karşılaşma olanağımızın az olduğu kullanıcılarla da iletişim imkanı sunar.

Toplum: Sosyal medya ağları bir topluluk kurma, ait hissedilen bir topluluğa katılma ve bu toplulukta etkinlik oluşturma, paylaşımlar yapabilme imkanlarını sağlar.

Bağlantılık: Sosyal medya kullanıcıların insanlarla ve araştırmalarla bağlantılı olduğu düşünülen herhangi bir konu hakkında link paylaşımına imkan vermektedir.

2.1.1. Popüler Sosyal Medya Ağları

Sosyal medya ağları teknolojik açıdan farklı özelliklere sahip, farklı uygulamalara ve kişilerin ilgi alanına yönelik milyonlarca sosyal medya platformunu bünyesinde barındırmaktadırlar. Bir çoğu, önceden var olan kişilerarası ilişkilerin devamını sağlarken, diğer taraftan politik görüşler, aktiviteler ve ortak ilgi alanları sayesinde yabancıların da katılımını mümkün kılmaktadırlar. Sosyal medya, bireylerin yeni arkadaşlıklar ve yakınlıklar kurabilmesi ve her coğrafyadan farklı kişilerle tanışabilmesi için ortam oluşturması gibi avantajları, yeni bir kitle iletişim aracı olması nedeniyle sosyal medyayı farklı bir konuma taşımaktadır (Ergenç, 2011).

2.1.1.1. Facebook

Facebook Marc Zuckerberg tarafından 2004 yılında kurulmuş, Türkiye’de ise 2007 tarihinde kullanılmaya başlanmıştır (Kuşay, 2013). Facebook platformuna ye olan kullanıcılar arkadaşlarıyla iletişim içinde olmak, organizasyonlar ve etkinlikler düzenlemek, videolar ve fotoğraflar paylaşmak, arkadaş gruplarına katılmak, iletişim halinde olduğunuz kişilerin facebook duvarlarına bildirimler yazmak gibi imknlara sahip olurlar (Kuşay, 2013). Türkiye’de 613 katılımcının olduğu araştırmada en çok tercih edilen sosyal medya platformunun %42,4’lk oran ile facebook olduğu bulunmuştur (Krk, 2016).

2.1.1.2. Instagram

Instagram, İngilizcede anlık anlamına gelen “instant” kelimesi ile telgraf anlamına gelen “telegram” kelimelerinin birleşmesi ile meydana gelmiş (Yeniçıktı,

2013), 6 Ekim 2010 tarihinde Kevin Systrom ve Mike Kreiger tarafından kurulmuş, fotoğraf ve video paylaşımına olanak veren bir sitedir. 2016 yılı itibari ile 600 milyon kullanıcısı bulunmaktadır. Kullanıcılara takip edilen diğer kullanıcıların paylaşımlarını beğenme, paylaşımlarına yorum yapma olanağı tanıyan ve 2016 yılında “hikâye” adı verilen yeni uygulaması ile kullanıcıların kısa süreli videolar paylaşmasına imkan tanımaktadır (Çayırılı, 2017). Kullanıcılar, Instagram'da paylaştıkları fotoğraf ve videoları diğer sosyal medya uygulamalarında paylaşabilmektedir (Aksak, 2017). Instagramı diğer sosyal medya uygulamalarında ayıran en önemli özelliklerinden birisi, kullanıcıların paylaştıkları fotoğraflar üzerinde renk düzenleme gibi müdahalelerde bulunabilmesidir. Ayrıca Instagram’ın telefon odaklı bir sosyal paylaşım platformu olduğu da unutmamalıdır (Düşünceli, 2016).

2.1.1.3. Twitter

Twitter 140 karakter limiti olan, diğer kullanıcıların attıkları tweetleri takip etme imkanı sağlayan bir sosyal medya ağıdır. Twitter'ı diğer sosyal medya uygulamalarından ayıran özelliği; kullanıcılar arasında sosyal iletişim odaklı olmaktan ziyade kullanıcılar arasında bilgi ve düşünce paylaşımı temeline dayanmasıdır. Ayrıca kullanıcıların gerçek zamanlı mesajlar göndermesine imkan sağlamaktadır (Çap, 2017). 2017 yılında 319 milyon kullanıcıyla sahip olan Twitter uygulamasının her geçen gün kullanıcı sayısını artmaktadır (Çayırılı, 2017). Twitter 33 dili desteklemekte, dünya genelinin %77’lik kısmının ABD dışındaki kullanıcılardan oluştuğu, twitter kullanıcılarının %80’lik bölümünün Twitter uygulamasını akıllı telefonlar üzerinden kullandığı ve günlük içerisinde 500 milyonun üzerinde tweet atıldığı ve bu miktarın her geçen gün arttığı tespit edilmiştir (Yanar, 2015).

2.1.1.4. Snapchat

Stanford Üniversitesi öğrencisi olan Evan Spiegel ve arkadaşlarının 2011 yılında kurduğu Snapchat, (Kara, 2016) ve Daniel Smith ve arkadaşları tarafından geliştirilmiştir. Snapchat, açık ve net bir vakit sınırlaması ile Türkçe karşılığı “Bir anda olan, gelişen” manasına gelen ve snap olarak bilinen özelliği ile kullanıcıların, video ve fotoğraf paylaşımlarına, bu paylaşımlarına yazı ekleyebilme imkanı sunan, paylaşım yaptıktan 24 saat sonra paylaşımların kendiliğinden silindiği bir sosyal medya

uygulamasıdır. Yapılan araştırmalara göre, akıllı telefon kullanan kişilerin %17'si Snapchat uygulamasını kullandıklarını, bu uygulamayı kullanan kişilerin de % 41'inin 18-19 yaş aralığındaki genç erişkinlerin olduğu görülmüştür (Çayırılı, 2017).

2.1.1.5. Swarm

2014 yılında Dennis Crowley tarafından kurulan Swarm, Foursquare isimli başka bir sosyal medya platformunun kendi içerisinde ayrılarak keşfedilmiş olan bir sosyal medya paylaşım sitesidir. Bu platform aracılığıyla, bulunduğunuz yeri, diğer kullanıcılar ile paylaşabilmekte ve sizinle aynı yerde olan kullanıcıların kimler olduğunu görerek, onlarla iletişim kurabilmenin yanında, uygulamayı kullanan tanıdığınız ya da tanımadığınız herhangi bir kişinin, nerede olduğunu öğrenebilme imkânına sahip olunabilmektedir (Çayırılı, 2017).

2.1.1.6. Youtube

Medya paylaşım platformlarının en gözdesi konumunda olan Youtube (Dondurucu ve Uluçay, 2015), 2005 yılında Chad Hurley ve arkadaşları tarafından kurulan Youtube, kullanıcılarına video paylaşımı, yüklenen videoları izleme ve videolara yorum yapma imkânı sağlayan bir sosyal medya platformudur. Youtube, bir ay içerisinde kullanıcıları tarafından 6 milyardan fazla video izlenme sayısı ile dünyanın en çok takip edilen üç sosyal medya sitesinden birisi konumuna gelmiş olup, her saat başı 100 saatlik yeni videoların yüklendiği bir internet sitesidir (Düşünceli, 2016). 2006 yılında Google tarafından satın alınan Youtube'u, diğer sosyal medya platformlarından ayıran en önemli özelliği, diğer platformlara yüklenemeyecek boyutta olan videoların, Youtube'a rahatlıkla eklenebilir olmasıdır (Aksak, 2017). Kullanıcılar, Youtube'a, Google hesapları vasıtası ile abone olup, ana sayfalarını, olmalarını arzu ettikleri içeriğe uygun bir şekilde kişiselleştirebilmektedirler (Yanar, 2015).

2.2. Bağımlılık

Bağımlılık, Türk Dil Kurumu (2011) tarafından “Bağlı olma durumu; başka bir şeyin istemine, gücüne veya yardımına bağlı olan” olarak tanımlamaktadır. Genel olarak bir maddeye olan fiziksel bağılılığı ifade etmek için bağımlılık kavramı kullanılmaktadır (Holden, 2001).

Daha geniş kapsamda bağımlılık kavramını tanımlarsak, duygusal, zihinsel ya da fizyolojik tepkilerin gerçekleşmesine neden olan maddeye alışma, bir davranışı bırakma ya da uygulamada bireyin dürtülerini kontrol etmekte güçlük çekmesi diyebiliriz (Byun et al., 2009).

Bağımlılık çok boyutlu bir kavram olmasına karşın genelde madde kullanımı şeklinde tanımlanmaktadır. 1964 senesinde Dünya Sağlık Örgütü bağımlılık kavramını psikolojik ve fizyolojik olmak üzere ikiye ayırmış, alışkanlıkları ve madde bağımlılığını bağımlılık olarak tanımlamıştır. Davranışların kimyasal olmayan bağımlılığa sebep olduğu ve bağımlılık yapabilecekleri, beyin işlevi ve beyin üzerine yapılan pek çok araştırmada belirtilmiştir (Süler, 2016).

2.2.1. Davranış Bağımlılıkları

Davranış bağımlılığı, 'kişiye veya başkalarına zarar veren bir eylemi gerçekleştirmek için bir dürtü ve güdüye karşı direnememe' şeklinde tanımlanmaktadır (Grant ve ark., 2010). Bu yeni bir tanımlama olmasından dolayı madde bağımlılığından daha az çalışılmıştır. Davranış bağımlılığı "kişisel ve sosyal problemleri arttıran tekrarlayan alışkanlık örüntüsü" olarak tanımlanır. Bağımlılık kavramı başlığı altında davranış bağımlılığın da ele alınması gerektiği, bağımlılığın sadece madde bağımlılığından ibaret olmasının eksik bir yaklaşım olduğu vurgulanmıştır. Davranış bağımlılığı içerisinde teknolojik bağımlılık önemli bir çalışma alanı haline gelmiştir. İnternet bağımlılığına yönelik çalışmaların artmasıyla, oyun bağımlılığı, televizyon bağımlılığı ve telefon bağımlılığı konulu çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Davranış bağımlılığı kapsamında aşırı derecede egzersiz yapma, aşırı yemek yeme davranışı, kumar bağımlılığı ve kompulsif seksüel davranışlar da incelenmektedir (Şentürk, 2017).

Günümüzde, bilgisayar vasıtasıyla kurulan iletişimin hızla ilerlemesinin neden olduğu psikolojik faktörlerle ilgili net bir görüş birliği bulunmamaktadır. Bununla

birlikte son dönemlerde yapılan çalışmalar sosyal medya platformlarına ilgiyi incelemişlerdir. Sosyal medya bağımlılığı davranışsal bağımlılığın yeni bir çeşidi olup, gün geçtikçe daha fazla birey tarafından kullanılmaktadır. Buna karşın diğer bağımlılık türlerine nazaran daha az dikkat çekmektedir. Bütün bağımlılık türlerinde olduğu gibi sosyal medya bağımlılığında da, birey rahatsızlık veren bir olumsuz duyguya karşı rahatlama ve bu duygudan kaçış motivasyonu ile davranışa bağımlı hale gelmekte, kontrol etme ve kaçma yerini kontrol edilmeye ve yakalanmaya bırakmaktadır (Şentürk, 2017).

2.2.1.1. İnternet Bağımlılığı

Arısoy (2009) internet bağımlılığını, interneti sürekli kullanılma isteğine engel olamama, internete bağlı olmadan geçen vaktin önemsiz oluşu, internet erişiminin olmadığı zamanlarda bireyin aşırı sinirli ve saldırgan olması ve bireyin sosyal yaşamının gün geçtikçe bozulması olarak tanımlamıştır. Patolojik boyutta internet kullanımı, davranışsal bağımlılıkların bir alt boyutu olan teknolojik bağımlılıklar kapsamında değerlendirilmektedir (Young, 1996).

İlk kez ‘internet bağımlılığı’ kavramı üzerine çalışma yapan Young (1996), patolojik düzeyde internet kullanan bireyler ile yapmış olduğu çalışmada, DSM-IV’teki kumar bağımlılığı tanı kriterlerini araştırmasına uyarlamıştır. Araştırmanın sonucuna göre, aşırı internet kullanan bireylerde dürtü bozukluğu saptamış ve internet bağımlılığı tanı kriterlerini belirlemiştir (Greenfield, 1999).

Davranışsal bağımlılıkların içinde yer alan internet bağımlılığını anlamak için Griffith (2000)’nin belirlediği fiziksel ve ruhsal bağımlılık kriterlerini anlamak yerinde olacaktır:

Bilişsel meşguliyet: Kişileri günlük yaşamlarında yapmak için yoğun istek duyduğu, tersi durumlarda sıkıntı oluşturan takıntılarının olması.

Duygudurum değişikliği: Yapılan davranışın sonucunda bireyin duygu durumunun değişmesi, çevrimiçi olduğu süre zarfında canlı olması, çevrim dışı olduğunda ise sıkıntılı olması.

Tolerans: Benzer etkinin oluşması için davranışın yoğunluğunun artması gereklidir.

Geri çekilme: Davranış gerçekleşmediğinde veya kısıtlandığında sinirlilik, karamsarlık gibi olumsuz duyguların ve fiziksel sonuçların gözlemlenmesi.

Çatışma: Bağımlı kişilerin, bağımlılıklarından dolayı aile, okul, iş vb hayatlarında çatışma yaşamaları.

Nüksetme: Direnç gösterme ve kontrol etme davranışının akabinde aynı davranışın en uç seviyede geri dönmesi.

Son dönemlerde patolojik düzeyde internet kullanımı çoğunlukla sosyal medya platformlarında gerçekleşmektedir. Bu sebeple internet bağımlılığı üzerine yapılan araştırmalar artık sosyal medya bağımlılığı üzerine yapılan araştırmalara doğru kaymaktadır. (Ünal, 2015, s.84).

2.2.1.2. Sosyal Medya Bağımlılığının Tanımlanması

İnternet kullanımı, egzersiz, cinsel ilişki, video oyunları gibi davranışlarda görülen aşırılıkların bağımlılık olarak değerlendirilmesinin gerekip gerekmediği yönündeki tartışmalar sosyal paylaşım ağları için de tartışma konusu haline gelmiştir. Genel olarak bağımlılık davranışı, duygudurum düzenleme, belirginlik, tekrarlama, tolerans, çatışma ve çekilme belirtileri olmak üzere bağımlılığın altı temel bileşeniyle açıklanmaktadır. Bu faktörler sosyal medya bağımlılığı konusunda da geçerlilik kazanmıştır (Şentürk, 2017).

2.2.1.3. Sosyal Medya Bağımlılığı

Günümüzde bilişim teknolojilerinin gelişimi sayesinde internet ve sosyal medya kişileri yerellikten küresele taşımış, sunduğu yeni iletişim ortamı sayesinde iletişim kurmakta zorlanan birey artık kendi ilgi alanındaki arkadaş grupları ile kolay bir şekilde iletişim kurmasına olanak sağlamıştır (Düvenci, 2012). Bunun sonucunda sosyal medya vasıtasıyla iletişim kurma şekillerimiz değişime uğramıştır. Gündelik hayatta iletişim kurmada güçlük çekilen sanatçı, bürokrat gibi bireylere sosyal medyadan yorum yazıp cevap alınabilmektedir. Bu da iletişim şeklimizin değişime uğradığını göstermektedir. Sosyal medya kullanımının hayatın önemli bir parçası olması ve bir alışkanlık yapması sonucunda araştırmacılar, aşırı sosyal medya kullanımı üzerine yoğunlaşmışlardır. Yapılan araştırmaların çoğu Facebook üzerine olmasına rağmen, son yıllarda diğer sosyal platformlar da araştırmalara dahil edilmeye başlanmıştır. Araştırmacılara göre sosyal medya bağımlılığında görülen belirtiler internet bağımlılığında görülen

belirtilerle paraleldir (Andreassen, 2012; am ve İşbulan, 2012; Kuss ve Grif-fiths, 2011; akt. Tutgun Ünal, 2015).

Chicago Booth School of Business University'de yapılan araştırmaya göre sosyal medya bağımlılığı sigara ve alkol bağımlılığına göre daha zararlı bulunmuştur. Bunun nedeni sigara alkol bağımlılığı tedavisinde maddeden uzak durmak mümkün iken, yaşamımızın her alanında var olan interneti dolayısıyla sosyal medyayı yaşamımızdan çıkarmak mümkün değildir. İnternet yaşamımızın pek çok alanında kullanıldığından dolayı internet ile ilgili bir bağımlılıktan kurtulmak çok daha zor bir süreçtir (Tutgun Ünal, 2015).

Andreassen (2012), Facebook bağımlılığının alkol ve madde gibi kimyasal içermemesine rağmen benzer etkiler gösterdiğini ifade etmiştir. Sosyal medya platformlarını normal seviyeden fazla kullanan bireylerin depresif duygulanım yaşabileceklerini ve iletişim sorunlarının ortaya çıkacağını belirtmekte, sosyal medya platformlarını bağımlılık düzeyinde kullanan bireylerde ise kaygı bozukluğu oluşabileceğini ifade etmektedir. Uzmanlar iletişim becerileri henüz gelişmemiş gençlerin sosyal medyayı yoğun kullanımlarının sağlıksız olduğunu, bu davranışın 'gerçek' sosyal alanda iletişim problemlerine ve anksiyeteye neden olabileceğini vurgulamışlardır. Bununla beraber sosyal medya platformlarında kişi yüzyüze söyleyemeyeceği şeyleri söyleyebilmekte ve abartılı yorumlar yapabilmektedir. Bu durum kişide yetersizlik hissinin oluşmasına neden olmaktadır (Baripoğlu, 2012; İşiten, 2012).

Göthenburg Üniversitesi'nde yapılan anketin sonuçlarına göre, 1000 öğrencinin %85 her gün bir kez Facebook hesabına girmekte ve %50'si Facebook hesabına giremediği zaman sosyal anlamda gündemden geri kaldıkları hissine kapılmaktadırlar. Yaşları 18-34 aralığındaki kadınlarla yapılan bir başka Facebook araştırması sonuçlarına göre, katılımcıların %34'ü sabah uyanır uyanmaz tuvalete bile gitmeden önce Facebook hesaplarına girdiklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların %49'u ise kendilerini Facebook bağımlısı olarak tanımlamış, erkek arkadaşlarının facebook hesaplarını kontrol ettiklerini ve bunun normal bir davranış olduğunu düşünmektedirler (Abhijit, 2011).

Bir başka araştırmanın sonucuna göre, sosyal medyanın kişilere sunduğu açık ortam, kişilerin kendilerini istedikleri şekilde yansıtmalarına imkan vermesinden dolayı, narsist kişiler sosyal medyayı daha fazla kullanma eğilimindedirler (Buffardi ve Campbell, 2008; Mehdizadeh, 2010).

Araştırmalara göre sosyal medyanın olumsuz etkileri; günlük işlerin aksatılması, evlilikte problemlere neden olması, az ve kalitesi düşük uyku, akademik performansın düşüşü ve gerçek yaşamdaki sosyal ilişkilerde bozulma şeklinde açıklanmıştır (Andreassen, 2012). Çam ve İşbulan (2012)'ın öğretmen adayları ile yaptığı araştırmanın sonuçlarına göre, cinsiyet açısından bakıldığında erkeklerde yüksek çıkan Facebook bağımlılık seviyesi, bireylerin akademik performansını düşürebilmekte, bireyler yapmaları gereken bir iş olmasına rağmen Facebook hesaplarını kontrol etmeden başlayamamaktadırlar. Bu bireylere Facebook'ta ne yaptıkları sorulduğunda ise gizleyici ve savunmacı bir davranış sergilemişlerdir. Ayrıca bu bireyler Facebook'ta geçirdikleri süreyi sınırlamak istemelerine rağmen başarısız olmuşlar ve Facebookta ne kadar vakit geçirdiklerini söylemekten kaçınmışlardır. Bu bağımlılık sebebiyle Facebookta zaman geçirmeyi arkadaşları ile dışarıda zaman geçirmeye tercih etmişlerdir. Ayrıca Facebookta online olmadıkları zaman agresif, karamsar ya da depresif hissederler (Çam ve İşbulan, 2012).

Caplan (2005)'in sorunlu internet kullanımını açıklayan tanımında “Kişinin hayatını olumsuz etkileyen çok boyutlu bir sendrom” olma durumu, yapılan araştırmalara göre artık sosyal medya kullanımında da görülmektedir. Sosyal medya, internetin bir parçası olduğu için internet bağımlılığından ayrı tutmak mümkün değildir. Fakat her iki bağımlılığın arasındaki farklılıkların belirlenmesi sosyal medya bağımlılığı çalışmalarını önemli kılmaktadır. Çünkü herhangi bir internet kullanıcısı interneti yalnızca sosyal medyaya bağlanmak için kullanıyorsa, bağımlılığı sosyal medyadır, internete değil. Fakat bu konuda sosyal medya ağlarının bağımlılığa neden olan özelliklerinin neler olduğunun belirlenmesi ve sosyal medyaya yönelik yapılacak incelemeler, sosyal medya bağımlılığı araştırmalarının internet bağımlılığı araştırmalarından ayrılmasına neden olabilir. İnterneti kullanan kişi sadece sosyal medya platformlarına giriyorsa, bağımlılığı sosyal medya platformları özelinde değerlendirilmektedir. Bu konuda bağımlılığın sosyal medya platformlarına mı yada site içerisindeki bazı uygulamalara mı olduğu sorusu internet bağımlılığındaki gibi tartışılabilir. Bağımlılık türünün açıklığa kavuşturulması için kişilerin ne sıklıkla ve ne amaçla bu platformları kullandığı sorulabilir. Ayrıca bağımlılık eğilimi gösteren kullanıcı belli bir dönem izlenebilir.

BÖLÜM III - DUYGUSAL YEME

3.1. Duygusal Yeme Tanım

Bireyin yaşamı devam ettirebilmesi için beslenme temel bir gereksinimdir. Fakat bireyin her besin alımı beslenme amacı taşımayabilir. Gıdalar her zaman biyolojik ihtiyaçların değil bazen psikolojik ihtiyaçların da karşılanması amacıyla tüketilebilmektedir. Duygusal yeme; bireyin negatif yaşantılar sonucunda oluşan duygularına tepki olarak yemek yemesidir. (Thayer, 2003). Bireyin stres, öfke, kaygı, depresif duygulanım ve benzer negatif duygularla baş etmek için yemek yemesine duygusal yeme denilebilir. (Bruch, 1964; Kaplan ve Kaplan, 1957; Slochower, 1983).

Fiziksel açlık hissi, öğün vaktinin gelmesi veya bir ikramı kabul etmek gibi sosyal gereksinimler duygusal yemenin kapsamına girmez (Bekker ve ark., 2004). Duygusal yemenin nedenleri arasında, bireyin duygularını yönetmekte yaşadığı güçlükler, duygularını tanımlayamamak ve kişisel farkındalığın yeterli olmaması gösterilebilir. (Chesler, Harris ve Oestreicher, 2009).

Duygusal yeme kuramının duygulanım ve yeme davranışıyla ilgili iki temel hipotezi vardır (Bruch, 1964). Bunlar, olumsuz duyguların yeme isteğini arttırması ve yemenin olumsuz duyguların yoğunluğunu azaltmasıdır (Macht ve Simons, 2011). Booth (1994) bu döngüyü öğrenme kuramının kavramlarıyla açıklamış, negatif duygulara bir koşullu tepki olarak yemek yeme isteği meydana gelir. Sonrasında gelen yeme davranışı negatif duyguların yoğunluğunda azalama gösterir. Böylece negatif duygular yaşandığında yemek yemenin o duyguların yoğunluğunu azalttığı inancı öğrenilmiş ve pekiştirilmiş olur (Macht, 2008).

3.2. Duygusal Yeme Davranışı

Duygusal yeme davranışı; negatif duygulanımdan kaynaklanan ruhsal dalgalanmalara bir tepki olarak tanımlanabilir (Economy, 2013). Fizyolojik gereklilik sonucunda yemek yemenin yanısıra psikolojik gerekliliğinde önemi vardır. Kendilerini kaygılı, stresli, öfkeli veya baskı altında hisseden bireyler normalden daha fazla yemek yeme davranışı gösterebilirler. Bu davranış fizyolojik gereksinimden çok psikolojik gereksinimden kaynaklanır. Aynı şekilde bazı bireylerin olumsuz duygular karşısında

hiç yemek yememeleri de duyu durumun yeme davranışı üzerindeki etkisinde kaynaklanmaktadır (Macht, 1999). Negatif duygulanım gibi pozitif duygulanımın da yeme davranışına etkisi senelerdir çalışılmış ve bu iki durum arasında bir ilişki bulunduğunu artık kabul edilmiştir. Öfke, korku, üzüntü veya neşe gibi duyguların da bireyleri etkileyerek bireylerin yeme tepkisini ve yeme davranışını değiştirmekte etkili olduğu bulunmuştur. (Economy, 2013).

3.3. Duygusal Yemeyi Açıklayan Teoriler

Negatif duygulanıma karşın aşırı yeme davranışının hangi mekanizma ile işlediği tam olarak bilinmemekle beraber, aşırı yemeyi bir çeşit yeme bozukluğu olarak açıklayan farklı hipotezler bulunmaktadır. Aşırı yemede psikolojik faktörlerin etkisi psikosomatik teoriyle açıklanmıştır. Psikosomatik teoriye göre aşırı yeme davranışında psikolojik etkenlerin rolü vardır. Bu bağlamda birey gergin olduğunda bununla baş edebilmek için yemektedir (Kaplan ve Kaplan, 1957). Psikosomatik teori doğrultusunda Schachter'in (1968) geliştirdiği dışsal teoriye göre bireyin erken yaşlarda öğrendiği içsel uyarılara karşı duyarsızlık yüzünden birey açlık hissini fark etmek yerine besinlerin görünüşlerindeki işaretleri takip ederler. Herman ve Polivy (1975) kısıtlama teorisi ile metabolik etkenleri önemsemişler ve aşırı yemenin kısıtlayıcı yemenin etkilerine karşı geliştirilmiş bir davranış olduğunu savunmuşlardır (Herman ve Polivy, 1975). Heatherton ve Baumeister'in (1991) ise duygusal yeme kavramını kaçış teorisi ile açıklamışlardır. Kaçış teorisine göre yemek yeme davranışı, olumsuz farkındalık oluşturan olaylardan bir kaçış olarak kullanılmaktadır. Aşağıda her teori kısaca açıklanacaktır.

3.3.1. Psikosomatik Teori

1957 yılında duygusal yeme kavramı ilk olarak Kaplan ve Kaplan tarafından ortaya konmuştur (Ganley, 1989). Kaplan ve Kaplan'ın (1957) obezite kuramına göre, kişiler gergin ve kaygılı hissettiklerinde bu kaygıyı azaltmak için aşırı besin tüketmektedirler. Besin tüketiminin kaygıya olan etkisi tam olarak açıklanamasa da

beyinde serotonin üretiminde protein ve karbonhidrat alımının etkili olabileceği öne sürülmüştür (Sevinçer ve Konuk, 2013).

Psikosomatik teoriye göre gıda tüketimi ile duygu durumun düzenlenmesi erken yaşta öğrenilmiştir. Böylece kişiler açlık hissini dindirmek için besin tükettikleri gibi kaygılarını yatıştırmak için de yemeyi öğrenmişlerdir.

Carlson (1916) korku, stres, kaygı gibi emosyonel uyarılmalar neticesinde midedeki kasılmaların azaldığını ve bunun da genellikle iştahı kestiğini öne sürmüştür (Heatherton, Polivy ve Herman, 1991). Fakat araştırmalar bazı bireylerin stresli olduklarında daha az yerken bazılarının bu durumda daha fazla yediğini öne sürmüştür (Oliver ve Wardle, 1999). Bruch (1961, 1964) emosyonel stres karşısında aşırı yeme davranışı gösteren bireylerin içsel farkındalıklarının yeterli olmadığını öne sürmektedir (Van Strein ve Ouwens, 2003). Böylelikle yemek yeme isteğini etkin duruma geçiren hissin fiziksel açlıktan mı yoksa herhangi bir olumsuz duygulanımdan mı kaynaklandığını ayırtıramazlar.

Bruch'a (1996) göre bu bireyler çocukluk dönemlerinde anneleri tarafından ihtiyaçları doğrultusunda beslenmemiştir. Bu kişilerin anneleri yaşanan her türlü huzursuzluk durumunda çocuklarını sakinleştirebilmek için besinleri tek çözüm aracı olarak sunmuştur (Ainsworth ve Bell, 1969). Obezite tanısı alan ve yeme bozukluğu olan birçok hastanın bebeklik ve erken çocukluk yaşantılarındaki beslenme öyküleri sorulduğunda benzer detaylarla karşılaşılmaktadır. Bu çocuklar, önlerine yemeleri için ne konursa o kadarını yerler. Daha fazla yemek istemez ya da yemeğin fazla geldiğini söylemez, annelerine yemek konusunda bir sorun çıkarmazlar. Zorluk çıkarmamaları için tüm gereksinimleri çocuklar istemeden sunulduğundan hiçbir zaman açlık hissetmelerine fırsat tanınmamıştır (Bruch, 1996). Beslenme ve gereksinimlerin karşılanması ile ilgili bu yanlış erken deneyimler sonucu kişi içsel uyarılarını (açlık, tokluk gibi) tanımlama becerisi geliştiremezler. Bu nedenle birey erken dönem yaşantısında olduğu gibi rahatsızlık oluşturan bir duyguyla karşılaştığında aşırı yemeye yönelir (Sevinçer ve Konuk, 2013).

Kaplan'ın ve Bruch'ın psikosomatik teorilerine göre duygusal yemenin kaygıyı azalttığı, kilo alımı ve obezite riski olmasına rağmen pekişerek bu davranışın sürdürüldüğü savunulmaktadır (Ganley, 1989).

3.3.2. Dışsal Teori

Dışsal teoriye göre bazı kişiler besinlerin görüntüsü, kokusu gibi dışsal özelliklere karşı daha duyarlıdır ve bu tetikleyiciler yeme davranışlarında açlık hissinden daha fazla etkiye sahiptir (Ouwens ve ark., 2003). Bruch'ın (1996) ortaya çıkardığı psikosomatik teori gibi dışsal teoride de, kilosu yüksek olan bireylerin açlık hissi gibi içsel fizyolojik uyarılara karşı farkındalıklarının yeterince gelişmemiş olduğunu söylemektedir. Dışsal teoriye göre birey açlık gibi içsel uyarılara karşı nötr olduğundan açlık hissini fark edemez; öğün vakti, sosyal ortamlar, yiyeceğin görüntüsü, kokusu, tadı gibi dışsal özelliklerine göre hareket ederler (Schachter ve ark., 1968).

Duygusal stres karşısında normal olan fiziksel tepkinin iştahın azalması yönünde olduğu savunulsa da, Schachter ve arkadaşları (1968) özellikle kilosu yüksek kişilerde stres ve duygusal uyarılmanın aşırı yemeye neden olduğunu savunmaktadır (Schachter ve ark., 1968). Fakat bazı araştırmalar, dışsal etkenlere bağlı aşırı yemenin sadece kilosu yüksek kişilere özel olmadığını, her kilodan kişilerde görülebileceğini öne sürmüştür (Rodin, 1981).

3.3.3. Kısıtlanma Teorisi

Kısıtlama teorisi aşırı yemenin ve kilo almanın besin alımını kısıtlayarak diyet yapmakla ilişkili olduğunu savunur. Nisbett (1972) bireylerin ideal kilolarının biyolojik olarak belirlendiğini öne sürmüştür (Nisbett, 1972). Buna göre yeme davranışı obez ve normal kilolu kişilerde bu biyolojik dengeye göre düzenlenmektedir. Herman ve Mack (1975) yemeyi kısıtlamaktan bahsetmiş ve bireylerin sosyal ve kültürel olarak “ideal” kiloya erişmek için biyolojik olarak belirlenen kilo dengelerinin altında kaldıklarını, böylece yeme davranışlarını kısıtladıklarını belirtmiştir (Herman ve Mack, 1975). Sonrasında Herman ve Polivy (1975) tarafından geliştirilen yeme kısıtlama teorisi, sosyal normlara göre belirlenen ideal kiloya ulaşmak için yapılan sıkı diyetlerde vücudun ihtiyacı olan gıdalardan yoksun kaldığını ve aşırı yemenin bu yoksunluğu telafi mekanizması olarak ortaya çıktığını öne sürmektedir (Herman ve Polivy, 1975). Bu kurama göre gıda alımını kısıtlayarak ve sıkı diyetler yaparak kilolarını kontrol altına almaya çalışan bireylerin, diyet yaptıktan sonra bazı durumların etkisi altında kalarak yeme davranışlarını kontrol etmeleri geçici olarak bozulabilir. Aşırı yeme davranışı sergilediğine dair inanç, alkol tüketimi ya da anksiyete ve depresyon gibi güçlü

duygulanımlar bireylerin yeme davranışları üzerindeki kontrolü bozabilen etkenlerdir (Herman ve Polivy, 1975).

Waller ve Osman (1998) duygusal yeme ve kısıtlayıcı yeme davranışı arasında güçlü bir ilişki olmadığını öne sürmüştür. Sonraki araştırmalarda da olumsuz duygularla karşılaşıldığında aşırı yemenin hem duygusal yeme puanları yüksek olan hem de kısıtlayıcı tipte yeme davranışı gösteren kişilerde ortaya çıktığı gösterilmiştir. Duygusal yeme puanları düşük olan ama kısıtlayıcı yeme davranışı sergileyen bireylerin olumsuz duygulanım karşısında aşırı yeme davranışı sergilemedikleri görülmektedir (Van Strien, 1999; Williams ve ark., 2002).

3.3.4. Kaçış Teorisi

Kaçış teorisine göre, duygusal yeme bireye olumsuz duygulara yaşıtan ortamlardan bir kaçış mekanizmasıdır. Aşırı yeme davranışı, bireyin benliğini tehdit eden unsurlardan kaçma ya da dikkati dağıtmak için ortaya çıkar (Heatherton ve Baumeister, 1991). Buna göre, benlikle ilgili olumsuz bir farkındalık oluşturacak unsurlar benlik için bir tehdit oluştur. Böylece, benlik bu farkındalığın olumsuz etkilerinden kaçmak için bireyi yemeye yöneltir (Spoon ve ark., 2007). Wallis ve Hetherington (2004) benliği tehdit eden negatif duygudurumun ve yüksek olumsuz farkındalığın duygusal yeme davranışı gösteren bireylerde aşırı yemeyi tetiklediğini öne sürmüşlerdir.

Tüm bu teorilere göre ortak görüş, duygusal yemeyi davranışının duygulara bağlı olduğu, aşırı yeme davranışının stresle ve olumsuz duygularla başa çıkmak için kullanılan bir mekanizma olduğunu savunmaktadır. Bu başa çıkma mekanizması ilerleyen dönemde sorunlu bir hal alıp bireyin sağlığını tehdit eden bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır.

3.4. Duygusal Yeme Mekanizmaları

Duygusal yeme davranışı gösteren bireyin duygularıyla başa çıkabilmek için besinleri kullandığı görülmektedir. Bu bölümde duygusal yeme davranışının bazı fizyolojik ve psikolojik mekanizmalardan nasıl etkilendiği açıklanacaktır.

3.4.1. Fizyolojik Mekanizmalar

Araştırmalarda çoğu zaman, gıda alımına bağlı fizyolojik değişimlerin duygu durumu düzenlediğini ve duygusal yemeyi tetiklediğine inanılmaktadır. Bu araştırmalar neticesinde, karbonhidrat oranı yüksek besinler yenildikten sonra bireylerin duygu durumunda iyileşmeler olduğu görülmüştür (Gibson, E. L., and Green, M. W., 2002). Karbonhidrat oranı yüksek, protein oranı düşük gıdaların kandaki triptofan seviyesini yükseltip beyindeki serotonerjik sistemlerdeki hareketliliği arttırdığı görülmüştür (Macht ve Simons, 2011). Gıda alımının ardından beyinde serotonin seviyesinin artmasıyla bireyin duygusal durumunda iyileşme olmaktadır (Wurtman, 1982). Markus ve arkadaşları (1988) araştırmalarında katılımcıların yüksek ve rahatsız edici bir ses eşliğinde matematik problemi çözmelerini isteyerek bireyin stres düzeyini arttırmayı hedeflemişlerdir. Araştırmaya katılan bireylerden karbonhidrat oranı yüksek gıdaları tüketenlerin, protein oranı yüksek gıdaları tüketen katılımcılara göre daha az stresli olduğu görülmüştür (Macht ve Simons, 2011).

Endokrin hormonundaki değişimler bireyin iyilik düzeyine etki eden bir diğer mekanizmadır (Macht and Simons, 2011). Yağ bakımından zengin besinler hipotalamik pitüiter adrenal aksını etkileyerek stres düzeyinin düşmesini sağlarlar. Yapılan bir araştırmada katılımcıların stres düzeylerinin artması sağlanmış ve sonrasında duygusal yeme ölçeği puanı yüksek olan bireylerin yağ ve şeker içeriği yüksek besinleri tercih ettikleri görülmüştür (Oliver ve ark., 2000).

Araştırmalara göre duygusal yeme ile fizyolojik mekanizmalar arasındaki ilişkide önemli bir problem vardır. Gıda alımına bağlı duygusal değişimlerin oluşabilmesi için gıdanın kana karışarak beyni etkileyebileceği bir zaman aralığına ihtiyaç vardır. Fakat duygusal yeme davranışı gösteren bireyler gıda alımının hemen sonrasında bir iyilik halinden bahsederler (Macht and Simons, 2011).

3.4.2. Psikolojik Mekanizmalar

Yenidoğan bebeklerle yürütülen araştırmalar şeker içeren besinlerin duygusal yönden olumlu tepkilere neden olduğunu göstermektedir (Steiner, 1977). Bebekler şeker içeren besinler karşısında dudaklarını yalar, mutlu bir yüz ifadesine bürünür ve hoşnut görünürler (Macht ve Simons, 2011).

Macht ve Müller (2007) yetişkin bireylerde şeker içeren besinlerin etkisini araştırmış, yaptıkları deneyde katılımcılara hüzünlü bir film izlettirmişlerdir. Deney sonunda araştırmaya katılan bireylerin birçoğu su içmek yerine çikolata yemeyi tercih etmişlerdir. Daha sonra aynı deney yeniden yapılmış ve katılımcılara farklı lezzette iki çikolata sunulmuştur. Lezzeti daha fazla olan çikolatanın duygu durumunu düzeltmede daha etkili olduğu görülmüştür. Deney sonunda (Macht and Müller, 2007) kişilerin keyif veren besinleri tükettiklerinde, olumlu yönde etkilendiklerini görmüşlerdir (Özdemir, 2015).

Yapılan başka bir araştırmaya göre şekerli yiyeceklerin olumlu etkisi duygusal yemede görülen hedonik yeme hipotezi ile açıklanmaktadır. Bu görüşe göre keyif veren besinlerin duygu duruma pozitif bir etki yapmaktadır (Macht and Simons, 2011).

3.5. Duygusal Yeme ve Obezite

Obezite, Dünya Sağlık Örgütü'ne göre "Sağlığı bozacak seviyede vücutta normal dışı veya aşırı derecede yağ birikmesi" olarak tanımlanmaktadır.

Obezite gelişiminde genetik eğilimle birlikte sosyal, kültürel, duygusal ve diyetle bağlı etkenler birlikte rol oynamaktadır. Obez bireylerde çoğunlukla gözlenen psikolojik davranışlar dürtüsellik, düşük öz değer, dış görünümünden memnun olmama, mükemmeliyetçi tutum olarak ifade edilmektedir. Obez bireyler zayıf olan bireylere göre daha dürtüsel davranabilmektedir (Serin ve Şanlıer, 2018). Bazı araştırmalar obezlerin, gıdaların koku ve renk gibi dikkat çekici özellikleriyle uyarıldıklarını göstermiştir (Braet, C., Crombez, G. 2003). Besinlerden zengin uyarılarla karşı karşıya kalan obez bireyler yemeye fazla eğilim gösterirler (Christensen, L. 1993; Macht, M., and Simons, G., 2000).

Obez tanısı almış kişiler daha önceden öğrendikleri deneyimler sonucu, olumsuz duygulanımı azaltmak için besinleri kullanıp açlığı baskılama ya da azaltma eğilimi göstermektedirler. Yapılan araştırmalarda, normal kilolu ve obez kişilerde anksiyete ve stres altında yemek yeme davranışları karşılaştırılmış ve sonucunda obez kişilerin duygusal yeme puanlarının yüksek olduğunu görülmüştür (Oliver et al., 2000; Fay and Finlayson, 2011; Adriaanse et al., 2011). Başka araştırmada ise sağlıklı ve normal kilodaki bireylerin de olumsuz duygularını yemek yiyerek düzenlemeye çalıştıkları bulunmuştur (Macht, 1999; Macht et al., 2005; Macht and Simon, 2000).

Duygusal yeme davranışının obez bireylerde (Ouwens ve ark., 2003), normal kiloya sahip olup da diyet yapanlarda (Bekker et al., 2004) ve yeme bozukluğu olan kadınlarda (Telch and Agras, 1996) daha yüksek oranda olduğu gözlemlenmiştir (Sevinçer ve Konuk, 2013).

3.6. Sosyal Medya Bağımlılığı ve Duygusal Yeme

Yapılan çalışmalar Dünya’da yaklaşık 3 milyar insanın yani dünya nüfusunun %40’nın sosyal medyayı aktif olarak kullandığını göstermektedir. Sosyal medya kullanıcılarının günlük olarak 2 saat ile 18 saat arasında sosyal medya kullanımının olduğu ifade edilmekte, bu ise her dakika Snapchat, Instagram ve Twitter’den bir paylaşım yapıldığı anlamına gelmektedir (Brown, 2018).

Günümüz insanını etkisi altına alan sosyal medyanın birçok olumlu yanı ve yaşamı kolaylaştıran özelliği bulunmasına rağmen bazı dezavantajları da bulunmaktadır. Bu dezavantajlardan en önemlisi, sosyal medyanın bireyi gerçek hayattan uzaklaştırıp sanal bir ortama sürükleyerek dış dünyadan koparmasıdır. Bu anlamda yeni bir olgu olan sosyal medya sadece zamanımızı değil ruhsal olarak da bizleri etkilemektedir. Bağımlılığın yeni bir türü olan sosyal medya; depresyondan stres ve anksiyete hatta uyku ve yeme düzenine kadar birçok yönden insanı etkisi altına almaktadır. Örneğin sağlıklı uyku aralığı olan 22.00-06.00 arasında artık insanlar uyumak yerine sosyal medya kullanmayı tercih etmekte ve zamanın nasıl geçtiği anlaşılamamaktadır. Ya da masa başında düzenli yeme alışkanlığını bozarak bilgisayar başında önüne gelen her tabağı bilinçsizce yeme eğilimi ortaya çıkmıştır (Dizik, 2018).

İnternet ve sosyal medyanın aşırı kullanımının göz yorgunluğu, baş ağrısı, omurga-bel ağrısı, sırt-boyun ağrısı ve uykusuzluk gibi problemlere yol açtığı, bunlara ek olarak kişilerin yeme düzeninde değişikliğe neden olduğu ve yeme sorunlarının ortaya çıktığı ifade edilmiştir (Esen, 2010).

BÖLÜM IV - YÖNTEM

4.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın 18 yaş üzeri üniversite öğrencilerinden oluşmaktadır. Araştırmanın örneklemi bir üniversiteye kayıtlı durumda olan 18 yaş ve üzeri 287 katılımcıdan oluşmaktadır. Örnekleme seçilen katılımcılar gönüllülük esasına göre araştırmaya dâhil edilmiştir.

4.2. Veri Toplama Araçları

4.2.1. Sosyodemografik Bilgi Formu

Araştırmaya katılan katılımcıların kişisel özelliklerini belirlemek için sosyodemografik bilgi formu kullanılmıştır. Bu formda katılımcıların yaş, cinsiyet, medeni durum, internete giriş sıklığı ve kullanım amaçları, en sık kullanılan sosyal medya aracı, sosyal medyaya ayrılan günlük süre ve sosyal medya kullanım amaçları gibi sorular sorulmuştur.

4.2.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

Sosyal medya bağımlılığı ölçeği Ünal (2015) tarafından güvenilirlik ve geçerlilik çalışması yapılan 41 soruluk bir ölçektir. Her zaman”, “Sık sık”, “Bazen”, “Nadiren” ve “Hiçbir zaman” aralığındaki sıklık ifadeleri ile derecelendirilen 5’li likert tipindeki SMBÖ, dört faktörlü bir yapıya sahiptir.

Ölçekte bulunan; 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12. sorular “Meşguliyet” alanı ile ilgilidir. Sosyal medya kullanımının bireyi meşgul etme durumunu ölçmektedir.

Ölçekte bulunan; 13, 14, 15, 16, 17. sorular “Duygu Durum Düzenleme” alanı ile ilgili olup, sosyal medyanın bireyin duygularını etkileme durumunu ölçmektedir.

Ölçekte bulunan; 18, 19, 20, 21, 22. Sorular “Tekrarlama” alanı ile ilgili olup, bireyin sosyal medya kullanım durumunu kontrol altına alamamasını ve sosyal medya kullanımını devamlı tekrar etmesini ölçmektedir.

Ölçekte bulunan; 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41. sorular ise “Çatışma” alanı ile ilgilidir, bireyin sosyal medya kullanımının hayatında negatif sonuçlara sebep olma durumunu ölçmektedir.

Ölçekten alınan en yüksek puan toplam 205, en düşük puan ise toplam 41 dir. Alınan puan ne kadar yüksekse sosyal medya bağımlılık düzeyi de o kadar yüksek çıkmaktadır. 41-73 arasında alınan puana göre “Bağımlı değil”, 74-106 arası alınan puana göre “Az bağımlı”, 107-139 arası alınan puana göre “Orta bağımlı”, 140-172 arası alınan puana göre “Yüksek bağımlı” ve 173-205 arası alınan puana göre de “Çok yüksek bağımlı” olarak hesaplanmıştır (Ünal, 2015).

4.2.3. Duygusal Yeme Ölçeği

30 soruluk bir anketten oluşan ölçek, olumlu ya da olumsuz duyguların etkisiyle bireylerde ortaya çıkan yeme güdüsünün ölçülmesi için Sinem Bilgen tarafından tasarlanmıştır. DYÖ içinde yer alan cevaplama sisteminde "(5) Neredeyse Her zaman", "(4) Sıklıkla", "(3) Bazen", "(2) Nadiren", "(1) Asla" olmak üzere beş farklı likert kullanılmıştır. Duygusal Yeme Ölçeği puanları minimum 30, maksimum 150 puan üzerinden değerlendirilmiştir. 26., 28. ve 29. sorular ters puanlıdır. Ölçeğin gerginlik durumlarında yeme, olumsuz duygularla başa çıkabilmek için yeme, kendini kontrol edebilme ve uyaran karşısında kontrol olmak üzere 4 alt ölçeği vardır. Ölçekte bulunan; 1, 2, 3, 4, 5, 9, 10, 12, 17, 18, 21. sorular "Gerginlik Durumlarında Yeme" alanı ile, 6, 11, 13, 14, 15, 16, 19, 20, 22, 30. sorular "Olumsuz Duygularla Başa Çıkabilmek İçin Yeme" alanı ile, 8, 23, 26, 27, 28, 29. sorular "Kendini Kontrol Edebilme" alanı ile, 7, 24, 25. sorular ise "Uyaran Karşısında Kontrol" alanı ile ilgilidir (Bilgen, 2018).

4.3. Verilerin Analizi

İstatistik analizler IBM SPSS versiyon 21.0 (IBM Corp. Released 2012. Armonk, NY, USA) paket programı ile yapıldı. Tanımlayıcı istatistikler ortalama, standart sapma, ortanca, en küçük, en büyük, frekans, yüzde olarak verildi. Kesikli değişkenlere ait karşılaştırmalar Pearson ki-kare testi ile yapıldı. Sürekli değişkenlerin normal dağılıma uygunluğu Kolmogorov Smirnov testi ile değerlendirildi. Sürekli değişkenlere ait gruplar arası karşılaştırmalar tek yönlü varyans analizi, posthoc Tukey

testi ve bağımsız gruplarda t testi ile yapıldı. Değişkenler arasındaki doğrusal ilişki Pearson korelasyon testi ile değerlendirildi. DYÖ puanını istatistiksel olarak anlamlı yordayan bağımsız değişkenleri belirlemek için öncelikle basit doğrusal regresyon analizi kullanıldı. Basit doğrusal regresyon analizinde hesaplanan p değeri $<0,25$ bulunan değişkenler çoklu modele alındı. Çoklu doğrusal regresyon analizinde enter modeli kullanıldı. İstatistiksel önemlilik için $p<0,05$ değeri kabul edildi.



BÖLÜM V - BULGULAR VE YORUMLARI

Bu bölümde araştırmaya katılan bireylerin ölçekler yoluyla toplanan verilerin analizi sonucunda elde edilen bulgular yer almaktadır. Elde edilen bulgulara dayalı olarak yorumlar ve açıklamalar yapılmıştır.

Katılımcıların yaş ortalaması $21,9 \pm 3,8$ yıldır (ortanca=21, en küçük=18, en büyük=48). VKİ $21,9 \pm 3,2$ olarak bulunmuştur. Katılımcıların sadece 4'ü obezdir (%1,4). Çalışma grubunda kadınların payı %84'tür. Medeni duruma göre %95,5 ile bekarlar, eğitim durumuna göre ise %90,2 ile lisans öğrencileri, mesleğe göre ise yine %90,2 ile öğrenciler en büyük paya sahiptir. Ayrıntılar Tablo-1'de sunulmuştur.

Tablo-1 Katılımcıların Bazı Sosyodemografik Özelliklere Göre Dağılımı (n=287)

Özellik	Ortalama $\pm$ SS	
Yaş (yıl)	$21,9 \pm 3,8$	
VKİ (kg/m ²)	$21,9 \pm 3,2$	
	n	%
Cinsiyet		
Kadın	241	84,0
Erkek	46	16,0
Medeni Durumu		
Bekar	274	95,5
Evli	9	3,1
Boşanmış/Dul	4	1,4
Eğitim Durumu		
Lisans öğrencisi	259	90,2
Yüksek Lisans öğrencisi	28	9,8
Meslek		
Öğrenci	259	90,2
Psikolog	22	7,7
Diğer	6	2,1

Katılımcılara internet kullanım amaçları sorulduğunda tamamı sosyal medya seçeneğini işaretlemiştir. E-posta, haberleri takip etmek ve alışveriş seçenekleri de katılımcıların yarısından fazlasının işaretlediği seçeneklerdir. Ayrıntılar Tablo-2’de sunulmuştur.

Tablo-2 Katılımcıların İnternet Kullanım Amaçlarının Dağılımı* (n=287)

Kullanım Amacı	n	%
Sosyal Medya	287	100,0
E-posta	212	73,9
Haberleri takip etmek	185	64,5
Alışveriş	178	62,0
TV izlemek	141	49,1
Bilimsel gelişmeleri takip etmek	127	44,3
Makale okumak	126	43,9
Oyun	118	41,1

*Katılımcılar birden fazla seçenek işaretleyebilmiştir.

Katılımcıların sosyal medyada hangi hesapları kullanmayı tercih ettikleri incelendiğinde ilk sırada Instagram yer almaktadır (%93,4). Youtube ve Twitter seçenekleri de katılımcıların yarısından fazlasınca işaretlenmiştir. Ayrıntılar Tablo-3’te verilmiştir.

Tablo-3 Katılımcıların Kullandıkları Sosyal Medya Hesaplarının Dağılımı* (n=287)

Hesap Adı	n	%
Instagram	268	93,4
Youtube	240	83,6
Twitter	157	54,7
Facebook	75	26,1
Snapchat	74	25,8
Swarm	19	6,6

*Katılımcılar birden fazla seçenek işaretleyebilmiştir.

Katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları incelendiğinde gündem takibi %89,2 ile ilk sıradadır. Ayrıntılar Tablo-4'te verilmiştir.

Tablo-4 Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları* (n=287)

Hesap Adı	n	%
Gündem takibi	256	89,2
Bilgi edinme	234	81,5
Arkadaş takibi	219	76,3
Fotoğraf-video paylaşma	190	66,2
Yeni arkadaş bulma	42	14,6

*Katılımcılar birden fazla seçenek işaretleyebilmiştir.

Katılımcılara gün içinde internet ve sosyal medyada geçirdikleri süre de sorulmuştur. İnternette harcanan sürede 4 saatten az aralığı %50,2 ile, sosyal medyada harcanan sürede ise 3 saatten az aralığı %65,5 ile ilk sırada bulunmuştur. Ayrıntılar Tablo-5'te verilmiştir.

Tablo-5 Katılımcıların İnternet ve Sosyal Medyada Geçirdikleri Sürelerin Dağılımı (n=287)

Geçirilen Süre	n	%
İnternet		
4 saatten az	144	50,2
4-8 saat arası	125	43,5
8 saat üzeri	18	6,3
Sosyal Medya		
3 saatten az	188	65,5
3-6 saat arası	90	31,4
6 saat üzeri	9	3,1

Katılımcılara psikiyatrik yardım alma durumu sorulduğunda %14,3'ü (n=41) psikiyatrik yardım aldığını bildirmiştir. Psikiyatrik yardım alma durumlarına göre gün içinde internet ve sosyal medyada geçirdikleri süreler karşılaştırıldığında sosyal medyada harcadıkları süre dağılımında gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmamıştır (p=0,186). Buna karşılık internette harcadıkları süre karşılaştırmasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır (p=0,042). Psikiyatrik tedavi alan grup diğer gruba göre internette daha az zaman harcamaktadır. Ayrıntılar Tablo-6'da verilmiştir.

Tablo-6 Katılımcıların Psikiyatrik Yardım Alma Durumlarına Göre İnternet ve Sosyal Medyada Geçirdikleri Sürenin Karşılaştırılması (n=287)

Süre	Psikiyatrik Yardım Alan (n=41) n (%)	Psikiyatrik Yardım Almayan (n=246) n (%)	Ki-kare	p*
İnternet				
4 saatten az	28 (68,3)	116 (47,2)		
4-8 saat arası	11 (26,8)	114 (46,3)	6,350	0,042
8 saat üzeri	2 (4,9)	16 (6,5)		
Sosyal Medya				
3 saatten az	32 (78,1)	156 (63,4)		
3-6 saat arası	8 (19,5)	82 (33,3)	3,364	0,186
6 saat üzeri	1 (2,4)	8 (3,3)		

* Pearson ki-kare testi

Katılımcıların cinsiyet, eğitim durumu, medeni durum ve psikiyatrik yardım alma durumlarına göre DYÖ puanları karşılaştırıldığında sadece cinsiyetler arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur. Kadınların DYÖ puanları erkeklerden istatistiksel olarak anlamlı yüksektir (p=0,012). Diğer özelliklere ait karşılaştırmalarda istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmamıştır (p>0,05). Ayrıntılar Tablo-7'de sunulmuştur.

Tablo-7 Katılımcıların Bazı Özelliklerine Göre Duygusal Yeme Ölçek Puanları Karşılaştırmaları (n=287)

	Ortalama ± Standart Sapma	t	p *
Cinsiyet			
Erkek (n=46)	67,8±21,2		
Kadın (n=241)	77,6±24,3	-2,536	0,012
Eğitim Durumu			
Lisans Öğrencisi (n=259)	76,3±24,2		
Yüksek Lisans Öğrencisi (n=28)	73,0±22,9	0,695	0,487
Medeni Durum			
Bekar (n=274)	76,5±23,9		
Diğer (n=13)	65,9±25,5	1,551	0,122
Psikiyatrik Tedavi			
Evet (n=41)	76,1±22,4		
Hayır (n=246)	76,0±24,3	0,027	0,978

*Bağımsız gruplarda t testi

Katılımcıların cinsiyet, eğitim durumu, medeni durum ve psikiyatrik yardım alma durumlarına göre “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçek” puanları karşılaştırıldığında gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmamıştır ($p>0,05$). Ayrıntılar Tablo-8’de sunulmuştur.

Tablo-8 Katılımcıların Bazı Özelliklerine Göre Sosyal Medya Bağımlılık Ölçek Puanları Karşılaştırmaları (n=287)

	Ortalama ± Standart Sapma	t	p *
Cinsiyet			
Erkek (n=46)	94,3±28,2		
Kadın (n=241)	99,6±28,7	-1,138	0,256
Eğitim Durumu			
Lisans Öğrencisi (n=259)	99,0±28,2		
Yüksek Lisans Öğrencisi (n=28)	97,1±34,9	0,330	0,741
Medeni Durum			
Bekar (n=274)	99,4±28,7		
Diğer (n=13)	85,5±30,6	1,698	0,091
Psikiyatrik Tedavi			
Evet (n=41)	94,0±27,1		
Hayır (n=246)	99,6±29,1	- 1,250	0,262

*Bağımsız gruplarda t testi

Katılımcılarda internette geçirilen süreye göre yapılan karşılaştırmada gruplar arasında DYÖ puanları yönünden istatistiksel olarak anlamlı farklılık saptanmamıştır ($p>0,05$). Buna karşılık sosyal medyada geçirdikleri süreye göre DYÖ puanları karşılaştırıldığında gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur. Sosyal medyada geçirdiği süre 3 saatten az olan grup diğer 2 gruptan istatistiksel olarak anlamlı düşük puan ortalamasına sahiptir ($p<0,001$). Ayrıntılar Tablo-9’da sunulmuştur.

Tablo-9 Katılımcıların İnternet ve Sosyal Medyada Geçirdikleri Zamana Göre Duygusal Yeme Ölçek Puanları Karşılaştırmaları (n=287)

	Ortalama $\pm$ SS	F	p*	İstatistiksel Anlamlı Fark**
İnternette Geçen Süre				
A- 4 saatten az (n=144)	73,6 $\pm$ 22,9	1,782	0,170	
B- 4-8 saat arası (n=125)	77,8 $\pm$ 24,9			
C- 8 saat üzeri (n=18)	82,6 $\pm$ 25,8			
Sosyal Medyada Geçen Süre				
A- 3 saatten az (n=188)	71,1 $\pm$ 21,2	14,236	<0,001	A<B
B- 3-6 saat arası (n=90)	84,0 $\pm$ 26,3			A<C
C- 6 saat üzeri (n=9)	99,0 $\pm$ 22,5			
*Tek Yönlü Varyans Analizi	** Posthoc Tukey testi		SS=Standart Sapma	

Katılımcıların internette ve sosyal medyada geçirdikleri süreye göre SMBÖ puanları karşılaştırıldığında gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur. İnternette günde geçirdiği süre 4 saatten az olan grup diğer 2 gruptan istatistiksel olarak anlamlı düşük puan ortalamasına sahiptir ($p<0,001$). Aynı şekilde sosyal medyada geçirdiği süre 3 saatten az olan grup da diğer 2 gruptan istatistiksel olarak anlamlı düşük puan ortalamasına sahip bulunmuştur ($p<0,001$). Ayrıntılar Tablo-10’da sunulmuştur.

Tablo-10 Katılımcıların İnternet ve Sosyal Medyada Geçirdikleri Zamana Göre Sosyal Medya Bağımlılık Ölçek Puanları Karşılaştırmaları (n=287)

	Ortalama $\pm$ SS	F	p*	İstatistiksel Anlamlı Fark**
İnternette Geçen Süre				
A- 4 saatten az (n=144)	90,2 $\pm$ 26,2	15,392	<0,001	A<B A<C
B- 4-8 saat arası (n=125)	106,2 $\pm$ 28,5			
C- 8 saat üzeri (n=18)	116,9 $\pm$ 31,0			
Sosyal Medyada Geçen Süre				
A- 3 saatten az (n=188)	88,9 $\pm$ 24,9	42,001	<0,001	A<B A<C
B- 3-6 saat arası (n=90)	116,2 $\pm$ 26,6			
C- 6 saat üzeri (n=9)	130,9 $\pm$ 24,4			
*Tek Yönlü Varyans Analizi	** Posthoc Tukey testi		SS=Standart Sapma	

Katılımcılar Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeğinden aldıkları puanlara göre “bağımlılık yok (41-73 puan)”, “az bağımlı (74-106 puan)”, “orta bağımlı (107-139 puan)”, “yüksek bağımlı (140-172)” ve “çok yüksek bağımlı (173-205 puan)” şeklinde 5 gruba ayrılmış ve sosyodemografik özellikleri ve psikiyatrik yardım alma öykülerine göre bağımlılık düzeyleri incelenmiştir. Katılımcıların cinsiyeti, medeni durumu, öğrenim durumu ve psikiyatrik yardım alma durumlarına göre yapılan karşılaştırmalarda gruplar arasında bağımlılık düzeyleri yönünden istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmamıştır ($p>0,05$).

Katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerine göre DYÖ puanları karşılaştırıldığında “bağımlılık yok” grubu en düşük, “yüksek bağımlı grup” ise en yüksek puanlara sahiptir ve tüm gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur ($p<0,001$). Ayrıntılar Tablo-11’de verilmiştir.

Tablo-11 Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerine Göre Duygusal Yeme Ölçek Puanları Karşılaştırmaları (n=287)

	Ortalama $\pm$ SS	F	p*	İstatistiksel Anlamlı Fark**
A- Bağımlılık Yok (n=59)	59,0 $\pm$ 18,4			
B- Az Bağımlı (n=120)	71,1 $\pm$ 19,9			A < B, C, D
C- Orta Bağımlı (n=85)	87,7 $\pm$ 21,7	37,817	<0,001	B < C, D
D- Yüksek Bağımlı (n=23)	102,0 $\pm$ 23,1			C < D
*Tek Yönlü Varyans Analizi		** Posthoc Tukey testi		SS=Standart Sapma

Katılımcıların SMB ve DY alt ölçek puanları arasındaki korelasyonlar incelendiğinde tüm alt ölçek puanları arasında pozitif yönde, istatistiksel olarak anlamlı korelasyonlar bulunmuştur ($p<0,01$).

SMB Meşguliyet alt ölçeği puanı ile en güçlü korelasyon DY Kendini Kontrol Edebilme alt ölçek puanı arasındadır ($r=0,465$). SMB Duygu Durum Düzenleme alt ölçeği puanı ile en güçlü korelasyon yine DY Kendini Kontrol Edebilme alt ölçek puanı arasında saptanmıştır ($r=0,348$). SMB Tekrarlama alt ölçeği puanı ile en güçlü korelasyon da yine DY Kendini Kontrol Edebilme alt ölçek puanı arasındadır ($r=0,360$). Buna karşılık SMB Çatışma alt ölçeği puanı ile DY Gerginlik Durumlarında Yeme ve Kendini Kontrol Edebilme alt ölçek puanları en yüksek düzeyde korele bulunmuştur (her ikisi için de $r=0,480$). Alt ölçekler arasında en düşük korelasyon SMB Tekrarlama alt ölçek puanı ile DY Uyarın Karşısında Kontrol alt ölçek puanları arasındadır ($r=0,177$). Ayrıntılar Tablo-12’de verilmiştir.

Tablo-12 SMB ve DY Alt Ölçek Puanlarına Ait Korelasyon Analizi Sonuçları

	DY Gerginlik Durumlarında Yeme	DY Olumsuz Başa Çıkabilmek Yeme	DY Duygularla Kendini Kontrol Edebilme	DY Uyaran Karşısında Kontrol
SMB Meşguliyet	r= 0,387*	r= 0,371*	r= 0,465*	r= 0,382*
SMB Duygu Durum Düzenleme	r= 0,295*	r= 0,295*	r= 0,348*	r= 0,310*
SMB Tekrarlama	r= 0,292*	r= 0,314*	r= 0,360*	r= 0,177**
SMB Çatışma	r= 0,480*	r= 0,465*	r= 0,480*	r= 0,262*
r= Pearson korelasyon katsayısı		*p<0,001	**p<0,01	

DYÖ puanına etki edebileceği düşünülen yaş, cinsiyet, eğitim durumu, medeni durum, VKİ, SMBÖ puanına ait ilişki büyüklüklerini tahmin edebilmek için öncelikle basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Basit doğrusal regresyon analizinde eğitim durumu dışındaki tüm değişkenler için bulunan p değerleri <0,25 olduğu için, yaş, cinsiyet, medeni durum, VKİ ve SMBÖ puanı çoklu doğrusal regresyon analizine dahil edilmiştir. Çoklu doğrusal regresyon analizi “enter” yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Çoklu doğrusal regresyon analizinde medeni durum ve yaş değişkenlerinin DYÖ puanını istatistiksel olarak anlamlı yordamadığı bulunmuştur ($p>0,05$). SMBÖ, VKİ ve cinsiyet DYÖ puanını istatistiksel olarak anlamlı yordayan değişkenlerdir ($p<0,05$). SMBÖ puanı ile pozitif yönde, orta düzeyde, VKİ ile pozitif yönde, zayıf-orta düzeyde ve cinsiyet ile pozitif yönde ve zayıf düzeyde, istatistiksel olarak anlamlı korelasyonlar mevcuttur. SMBÖ puanı ve VKİ arttıkça DYÖ puanı artma yönünde değişmektedir. Yine cinsiyetin kadın olması durumunda DYÖ puanı artma yönünde değişmektedir. Çoklu doğrusal regresyon analizine alınan değişkenler DYÖ ölçek puanındaki değişimin %38,3’ünü açıklamaktadır. Ayrıntılar Tablo-13’te sunulmuştur.

Tablo-13 DYÖ Puanını Yordayan Değişkenlere Ait Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Değişken	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar		t	p
	B	Standart Hata	Beta			
Sabit	-14,298	14,697			- 0,973	0,331
SMBÖ puanı	0,426	0,040	0,512		10,739	<0,001
VKİ	2,467	0,371	0,330		6,643	<0,001
Cinsiyet	13,034	3,162	0,200		4,121	<0,001
Medeni durum	12,000	6,321	0,104		1,898	0,059
Yaş	-0,100	0,347	-0,016		-0,288	0,773

Bağımlı değişken: DYÖ

BÖLÜM VI - TARTIŞMA

Bu çalışmada üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ile duygusal yeme arasında bir ilişki olup olmadığını görmek amaçlanmıştır. Araştırmanın örneklemini üniversite öğrencisi olan 287 katılımcıdan oluşmaktadır.

Katılımcıların SMBÖ puanları ve DYÖ puanları karşılaştırıldığında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

İnternet bağımlılığı tanı kriterleri geliştirilirken madde bağımlılığı kriterleri ve patolojik kumar oynama kriterleri esas alınmıştır (Şenormancı, 2010). Beyin normal şartlarda belirli bir düzeyde dopamin üretir ve dopamin alıcılarının bir kısmı devreye girer. Fakat madde kullanan bireylerin beyinde dopamin üretimi büyük ölçüde artar ve beyin ödül sistemini bozulur. Madde bağımlılığı olan bireylerin beyinde salgılanan dopamin, doğal ödüllerin salgılattığı dopaminden 2 ila 10 kat daha fazladır. Bu sebeple maddenin, beyin haz devresi üzerindeki etkisi, yemek yeme gibi doğal ödüllendirici davranışların oluşturduğu etkiyi geride bırakır. Davranışsal bağımlılık olan internet bağımlılığı ise aşırı kullanım sonucunda madde etkisine yaklaşan ödül gücüne ulaşır (Tarhan ve Nurmedov, 2011).

Duygusal yeme davranışı gösteren bireylerin, olumsuz duygulanımdan veya stresten kurtulmak için yeme davranışını başa çıkma yöntemi olarak kullandığı ve sonucunda bu davranışın problemlili bir hale geldiği söylenebilir. Yeme davranışı duygulanımdan fazlaca etkilenir. Öğünlerin sayısı, miktarı ve ne yendiğinin psikolojik ihtiyaçlarla ilişkisi olduğu çeşitli araştırmalarla ortaya konmuştur. Bireylerin yeme davranışının duygulanımdaki değişimlerle ilişkili olduğu kabul edilmiştir. Yemek yemenin bireye haz veren ve ödül sistemini etkileyen özellikleri nedeni ile olumlu duyguları ortaya çıkartan ve iyilik hali hissettiren bir yönü bulunmaktadır (Sevinçer ve Konuk, 2013).

Saper ve arkadaşları yeme davranışının homeostatik ve hedonik olmak üzere iki farklı sistem tarafından düzenlendiğini belirtmişlerdir. Yeme davranışının sadece homeostatik sistemler tarafından kontrol edilmesi durumunda bireylerin ideal kilosunda olacağını belirtmişlerdir. Fakat beyinin ödül sisteminin lezzet ve haz alma süreci ile olan ilişkisinin bazı yiyeceklerin aşırı tüketilmesine neden olduğunu belirtmişlerdir. Yiyeceklerin motivasyonel ve pekiştirici özelliklerini araştıran çalışmaların çoğunda

bazı gıdaların dopamin salınımına neden olduğu gösterilmiştir. (Güleç Öyekçin ve Deveci, 2012).

Sosyal medya kullanım süresi arttıkça sosyal medya bağımlılığı oluşur ve beyindeki ödül merkezi bozulur. Birey kolay yoldan dopamin kaynaklarına yönelir ve duygusal yeme davranışı gösterebilir. Davranış bağımlılıklarında farklı bağımlılık çeşitleri bir arada görülebilir. Duygusal yeme davranışı da yeme bağımlılığına yol açabilir, benzer baş etme yöntemleri görülebilir.

Katılımcıların SMBÖ ve DYÖ alt ölçek puanları arasındaki korelasyonlar incelendiğinde tüm alt ölçek puanları arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Yapılan araştırmalarda sosyal medya kullanımının bağımlılığa geçişinde duygu durum düzenleme basamağının önemli bir yer tuttuğu iddia edilmiştir. Sosyal medyanın duygu durum düzenleme üzerine olan etkisi bireylerin sorunlarıyla yüzleşmelerini erteleyip onlardan kısmen uzaklaşmalarını sağlaması ile birlikte kullanım motivasyonları ve süreleri daha da artmaktadır. Meşguliyet, sosyal medyanın kullanıcıların hayatındaki yeri ve önemini ortaya koymaktadır. Meşguliyet unsuru, kullanıcıların sosyal medyayı hayatlarında nereye koydukları, onunla ne sıklıkta uğraştıkları, bu kavramın zihinlerinde nasıl ve ne kadar yer ettiğiyile ilişkili olup bilişsel, davranışsal ve emosyonel süreçlerle yakından ilişkilidir. Tekrarlama, sosyal medya bağımlısı olan kullanıcıların sosyal medya kullanımını tekrarlayan azaltma çalışmalarına rağmen başaramamaları, sosyal medya kullanımına ara verebilseler dahi bir müddet sonra kullanıma geri dönmeleridir. Bu durum hem düşük benlik saygısı hem de yüksek etkileşim kaygısı taşıyan bireylerin uyum zorluğu yaşamaları ve olumsuz duygularla iç içe oluşları, bu nedenle de sosyal medyayı yapıcı olmayan his ve davranışlarının üstesinden gelebildikleri bir alan olarak görmelerinden kaynaklanmaktadır. Çatışma, sosyal medya bağımlılığının bireyin kendisi ve çevresiyle olan ilişkisini ne derecede etkilediğiyile ilişkilidir. Sosyal medya kullanımının yoğun olması bireyi gündelik aktivitelerinden, sorumluluklarından, diğer bireylerle olan gerçek iletişimden, fiziksel sağlığından alıkoymaktadır. Sosyal medya bağımlılığının sosyal izolasyona neden olduğu ortaya konmuştur ve bireylerde giderek artan değersizlik, mutsuzluk ile depresif belirtilere neden olduğu gözlemlenmiştir. Sosyal izolasyon obezite gibi sağlık sorunlarına yol açmakta ve mental sağlığı da olumsuz yönde etkilemektedir (Şentürk, 2017).

Hazar (2011)'a göre, bağımlılıkta önemli olan unsurlarda birisi de bireyin huzursuzluktan kaçınma eğiliminde olmasıdır. Bağımlılık yapan etken bireylerin huzursuzluktan kaçınmalarını sağlıyorsa bu etken, daha çok kabul görmektedir. Fakat bağımlılık yapan etken bireyleri huzursuzluktan kurtarıırken kullanım sürelerinin uzaması sonucunda bireyleri tekrar huzursuzlaştırdığı, bunu aşmak için ise daha fazla aracı kullanmak ihtiyacının belirdiği görülmektedir.

Yaşamımızın her alanına etki eden duygu ve düşüncelerimiz yemek yeme davranışımızı da etkilemektedir. Yeme davranışımız otomatik değildir ve bundan dolayı duygu ve düşüncelerimiz ile doğrudan ilişkilidir. Bireylerin besin seçimi, öğün sıklıkları ve miktarları arasında fizyolojik açlıktan ayrı bir ilişki vardır. Bireylerin yeme davranışının gerginlik, üzüntü, neşe, öfke, anksiyete gibi farklı duygularda değiştiği kabul edilmektedir (Wilson,1992).

Sosyal medya kullanımı ilk etapta bireylerin olumsuz duygulanımlarından kısmen uzaklaşmasını sağlasa da giderek artan kullanım süresi sosyal medya bağımlılığına yol açmaktadır ve bunun sonucunda bireyler yaşadığı olumsuz duygulanımdan kurtulmak için duygusal yeme davranışına yönelebilirler.

Katılımcıların gün içinde internette geçirdikleri süre ile DYÖ puanları arasında anlamlı bir ilişki bulunamazken sosyal medyada geçirdikleri süre ile DYÖ puanları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Literatürde bununla ilgili bir araştırma bulunmamaktadır fakat çalışmamızın bulgularını dolaylı bir şekilde destekleyen araştırmalar mevcuttur.

Araştırmalara göre, problemlili internet kullanımı olan bireylerde alkol, kumar, seks ve yeme ile ilgili davranışsal sorunların olduğu (Mathy ve Cooper, 2003) belirtilmektedir. Problemlili internet kullanımı davranışı olan kişilerin zihinleri sürekli bir meşguliyet içinde olduğundan çoğu zaman ne yaptıklarının farkına varamazlar ve bunun sonucunda interneti kullanırken farkına varmadan öğünlerini atlama yada özellikle sağlıksız atıştırmalıklar tüketip kilo sorunu yaşayabilirler. Sonrasında ise aldıkları kiloları vermek için yediklerini çıkarma ya da çok az yeme davranışları sergileyip yeme bozuklukları hastalığına yakalanabilirler (Odacı ve Berber Çelik, 2011).

Uzun zaman bilgisayar karşısında vakit geçiren bireylerin sağlıksız atıştırmalıklar ile beslenmesi sonucu obezite oluşumu önemli bir risk faktörüdür (Çam, 2014).

Üniversite öğrencilerinde yapılan bir çalışma sonucunda; problemli internet kullanımı ile yeme tutumları arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır (Odacı ve Çelik, 2012).

Katılımcıların VKİ ile DYÖ puanları karşılaştırıldığında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Olumsuz duygulara bağlı olarak aşırı yemenin fazla kilolularda ortaya çıktığı, normal kilolularda tam tersine yemeyi azalttığı görüşü hakimdir (Sevinçer ve Konuk, 2013). Kilolu olmak duygusal yeme için risk faktörü oluşturmaktadır. Araştırmalar obez bireylerde depresif belirtilerin ve kaygının daha yüksek olduğunu göstermektedir (Yanovski ve ark., 1993). Bu sürekli diyet yapmaya çalışmak ve yeme kısıtlaması içinde bulunmaktan, bedenine karşı olan memnuniyetsizlikten ya da düşük benlik saygısından kaynaklanıyor olabilir. Geliebter ve Aversa (2003) zayıf kişilerin olumsuz duygular karşısında normal ve fazla kilolu kişilere göre daha az yediğini ortaya koymuştur.

Bulgularda katılımcıların gün içinde internette ve sosyal medyada geçirdikleri süre ile SMBÖ puanları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Balcı ve Tiryaki (2014) facebook bağımlılığı üzerinde yapılan çalışmalarında facebook kullanım süresi arttıkça facebook bağımlılığının da arttığı gözlemlenmiştir. Sosyal medyaya ayrılan günlük süre ve sosyal medya bağımlılığını araştıran çok az çalışma bulunmaktadır. Konu üzerinden yapılan çalışmalar genellikle sosyal medyaya giriş sıklığı üzerinden yapılmıştır. Ehrenberg ve diğerlerinin (2008), yaptığı çalışmada sosyal medya bağımlılığı için sosyal medyanın gün içinde en az dört kez kullanılması gerektiği sonucunu ortaya koymuşlardır.

Sosyal medya kullanımının bağımlılık boyutuna ulaşmasının nedenlerin birisinin de aşırı kullanım olduğu vurgulanmaktadır (Savcı vd., 2018).

Bizim yaptığımız araştırmada da benzer sonuçlar görülmüştür. Başlangıçta bir takım işlevsel yönlerinden dolayı bireylerin işini kolaylaştıran sosyal medya araçlarına kullanım süresi kontrol altına alınamazsa bağımlılık gelişmesi beklenmektedir.

Katılımcıların cinsiyet ve SMBÖ puanları karşılaştırıldığında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Literatür incelendiğinde araştırmanın bu bulgusunu destekleyen çalışmalar olduğu görülmektedir. Bu bağlamda Yılmazsoy ve Kahraman (2017) tarafından yapılan bir araştırmada üniversite öğrencilerinde Facebook bağımlılığı cinsiyet açısından

incelenmiş ve anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Alkan ve Doğan (2018) da yaptıkları araştırmada sosyal medya bağımlılığı ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığını bulmuşlardır. Günümüzde cinsiyet farkı gözetmeksizin hemen hem tüm bireylerde akıllı mobil iletişim araçlarının olduğunu söyleyebiliriz. Bu mobil araçlar kişilerin sosyal medya platformlarına erişebilmelerini daha kolay ve cazip hale getirdi. Kadın erkek hemen her ortamda akıllı mobil iletişim araçlarını kullanabildiği göz önüne alındığında sosyal medyanın cinsiyete göre farklılaşması anlaşılabilir bir durumdur.

Araştırmanın bulgularına göre medeni durum ile SMBÖ puanları arasında bir ilişkiye rastlanmamıştır.

Sai ve ark (2000) ve Caplan (2007) araştırmalarında, yalnız yaşayan bireylerin internet bağımlılığına daha yatkın olduklarını ortaya koymuşlardır.

Ha ve ark (2006), Ko ve ark (2007) ve Yen ve ark (2007) araştırmalarında internet bağımlılığının daha çok genç bekar erkeklerde görüldüğünü bildirmişlerdir. Yalnızlık algısı internet bağımlılığı için risk faktörü olduğundan bekar ve boşanmış bireylerde internet bağımlılığının daha sık görülebileceği söylenebilir fakat bizim çalışmamıza katılan öğrencilerin %3.1'nin evli olması çalışma için bir kısıt olarak görülebilir, bu yüzden anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Bulgulara göre katılımcıların eğitim durumları ve psikiyatrik yardım alma ile SMBÖ puanları arasında anlamlı bir ilişki saptanmamıştır.

Literatürde bireylerin geçmiş psikiyatri başvurusunun varlığı ile sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkiyi inceleyen bir çalışma bulunmamaktadır.

Eğitim durumu ve SMBÖ puanları arasında anlamlı bir ilişki bulunmaması araştırma örnekleminin üniversite öğrencileri olması nedeniyle açıklanabilir. Fakat Norveç'te 2014 yılında yapılan çalışma sonucunda eğitim düzeyi arttıkça sosyal medya kullanımının arttığı bildirilmiştir (Andreassen ve ark, 2014).

Katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni durum ve psikiyatrik yardım alma durumlarına göre DYÖ puanları karşılaştırıldığında, sadece cinsiyetler anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Kadınların DYÖ puanları istatistiksel olarak anlamlı yüksektir.

McCrone, Dennis, Tomoyasu ve Carroll (2010) olumsuz duygulanım karşısında yemenin ve açlık hissetmediği halde duygusal uyarılma sebebiyle yemenin kadınlarda daha sık görüldüğünü göstermişlerdir (McCrone ve ark., 2010). Aynı şekilde Agras ve Telch'in (1998) yeme bozukluğu olan kadınlarda olumsuz duygulanım karşısında aşırı yeme tepkisinin ortaya konduğunu göstermişlerdir. Duygusal yemenin kadınlarda

erkeklerle göre daha fazla görülmesinde birkaç farklı sebebin etkili olabileceği düşünülmektedir. İlk olarak kadınlar üzerindeki ideal kilo ile ilgili sosyal baskı ve zayıf kadın ideali, kadınların pek çoğunu bedenleri hakkında endişeye düşürmektedir. Bunun sonucu olarak bazen aile, sosyal çevre ve genellikle de medyadan yoğun olarak gelen zayıflık ideali yeme patolojilerinin ortaya çıkmasını tetiklemektedir (Stice, 2002). Bir diğer sebep ise, kadınların erkeklerle göre daha fazla duygu odaklı baş etme stratejilerine yönelmeleridir (Tamres, Janicki ve Helgeson, 2002). Araştırmalar, duygu odaklı baş etme stratejilerinin diyet yapma, tıknırcasına yeme ve bozulmuş yeme tutumlarına sebep olduğunu göstermektedir (Spoon ve ark., 2007). Sonuç olarak, kadınlar üzerindeki toplumsal zayıflık idealinin etkisi ve erkekler ile kadınlar arasında stres karşısında baş etme mekanizmalarındaki bireysel farklılıkların da etkisi kadınların erkeklerle göre daha fazla duygusal yeme göstermelerine sebep olmaktadır.

Bulgularda eğitim durumunun ve yaşın istatistiksel olarak anlamlı çıkmaması örneklemin üniversite öğrencilerinde oluşması, medeni durum ve psikiyatrik yardım alma değişkenlerinin anlamlı çıkmaması ise düşük yüzdeye sahip olmaları ile açıklanabilir.

Bulgulara göre katılımcıların psikiyatrik yardım alma durumu ile sosyal medyada geçirdikleri süreler arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Fakat katılımcıların internette harcadıkları süre ile psikiyatrik yardım alma arasında anlamlı bir ilişki vardır. Psikiyatrik yardım alan katılımcılar internette daha az zaman harcamaktadır.

İnternet, baş edilemeyen sorunları unutmada bireylere yardımcı olabilir. Bu şekilde sağlanan ruhsal doyumlar sebebiyle bireyler interneti tekrar kullanabilirler. Bu süreçte psikolojik sorunlar internet kullanım süresini arttırırken aynı zamanda problemlili internet kullanımı psikolojik sorunları arttırabilir (Şaşmaz ve ark., 2014).

Bizim bulgularımızda benzer sonuçlara ulaşılmaması psikiyatrik yardım alan katılımcıların sayısının az olması ile açıklanabilir.

Katılımcıların en sık kullandıkları sosyal medya platformunda instagram ilk sırada yer almıştır.

Amerika Birleşik Devletleri'nde Pew Araştırma Merkezi tarafından yapılan araştırmalara bakıldığında, en sık kullanılan sosyal medya platformlarında Facebook % 74'lük bir pay ile ilk sırada almış, %32 ile Instagram ve %24 pay ile Twitter yer almıştır (Çayırılı, 2017). Bizim araştırmamızda en çok kullanılan uygulamanın Instagram

olmasının nedeni İnstagram uygulamasına gün geçtikçe yeni özelliklerin eklenmesi ve günümüzde daha popüler bir uygulama haline gelmesi olabilir.

Katılımcıların gün içerisinde internette harcadıkları sürede 0-4 saat aralığı %50.2 ile, sosyal medya platformlarında harcama sürede ise 0-3 saat aralığı %65.5 ile ilk sırada yer almıştır.

Yapılan bir araştırmada katılımcıların gün içerisinde ortalama 4 saatini internet kullanımına ayırdığı, bu sürenin 2 saatini ise sosyal medya kullanımına ayırdıkları tespit edilmiştir (Küçükali, 2016).



BÖLÜM VII - SONUÇ VE ÖNERİLER

7.1. Sonuçlar

Bu çalışmada sosyal medya bağımlılığının duygusal yemeyi etkileyip, etkilemediğinin görülmesi amaçlanmaktadır. Araştırmanın örneklemini bir üniversiteye kayıtlı durumda olan 18 yaş ve üzeri 287 katılımcıdan oluşmaktadır.

Yapılan çalışma sonucunda üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ve duygusal yeme arasındaki ilişkiye bakıldığında, sosyal medya kullanımı ile duygusal yeme arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Katılımcıların SMBÖ ve DYÖ alt ölçek puanları arasındaki korelasyonlar incelendiğinde tüm alt ölçek puanları arasında pozitif yönde, istatistiksel olarak anlamlı korelasyonlar bulunmuştur. SMBÖ alt ölçeklerinden olan meşguliyet, duygu durum düzenleme ve tekrarlama alt ölçekleri puanı ile en güçlü korelasyon duygusal yeme kendini kontrol edebilme alt ölçek puanı ile arasında bulunmuştur. Sosyal medya çatışma alt ölçeği ile en güçlü korelasyon duygusal yeme gerginlik durumlarında yeme alt ölçeği arasındadır. Buna karşılık SMBÖ Çatışma alt ölçeği puanı ile DYÖ Gerginlik Durumlarında Yeme ve Kendini Kontrol Edebilme alt ölçek puanları en yüksek düzeyde ilişki bulunmuştur. Duygusal yeme puanı ile VKİ arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Duygusal yeme puanı ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Buna göre cinsiyetin kadın olması durumunda duygusal yeme puanı artmaktadır. Katılımcıların internette ve sosyal medyada geçirdikleri süre ile SMBÖ puanları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur; süre arttıkça SMBÖ puanı artmaktadır. Katılımcıların sosyal medyada geçirdikleri süre ile DYÖ puanları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Sosyal medyada geçirilen süre arttıkça bireyin duygusal yeme davranışı artmaktadır.

7.2. Öneriler

Yaptığımız araştırmada verilere göre sosyal medya kullanımı yüksek olan bireylerin duygusal yeme puanlarının da yüksek olduğu görülmüştür. Bu bağlamda bireylerin duygularını tanıması ve duygularını kontrol altına alması sağlıklı davranış biçimlerini geliştirerek başka ortak bağımlılık davranışlarının azalması sağlanabilir. Bireyin duygu ve davranış kontrolünü sağlaması sosyal medya kullanımını ve duygusal yeme davranışını azaltacaktır.

Bu araştırma 287 üniversite öğrencisini kapsamaktadır. Daha sonra yapılacak olan araştırmaların evreni ve örneklemini genişletilebilir.

Bu araştırmanın sınırlılıklarından olan katılımcıların cinsiyet dağılımlarındaki eşitsizliğin giderilip, kadın ve erkek katılımcıların eşit dağılım gösterdiği bir çalışma, sonuçların daha genellenebilir olmasını sağlayabilir.

KAYNAKÇA

- Abhijit, N. (2011). Facebook addiction. <http://www.buzzle.com/articles/facebook-addiction.html> web adresinden 02 Mayıs 2019 tarihinde erişilmiştir
- Adriaanse, M. A., De Ridder, D. T., & Evers, C. (2011). Emotional eating: Eating when emotional or emotional about eating?. *Psychology and Health*, 26(1), 23-39.
- Ainsworth, M. D. S. & Bell, S. M. (1969). Some contemporary patterns of mother-infant interaction in the feeding situation. In A. Ambrose (Ed.), *Stimulation in early infancy*. London: Academic Press.
- Aksak, M., (2017). Farklı Lise Türlerine Devam Eden Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumları ile Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi (Gaziosmanpaşa İlçesi Örneği), Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Akyazı, E. ve Tutgun-Ünal, A. (2013). İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Amaç, Benimseme, Yalnızlık Düzeyi İlişkisi Bağlamında Sosyal Ağları Kullanımı. *Global Media Journal TR*, 3(6), 1-24.
- Alpaslan, M. (2014). İnternet Aile Stilllerine Göre 9. Sınıf Öğrencilerinin İnternete Yönelik Tutum, Öz Yeterlik ve İnternet Kullanım Amaçlarının İncelenmesi. T.C. Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Andreassen, C.S. (2012). Development of a facebook addiction scale. *Psychological Reports*, 2012, 110, 2, 501-517.
- Arısoy, Ö. (2009). İnternet bağımlılığı ve tedavisi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 1, 55-67.
- Babacan, M. E. (2017). *Sosyal Medya ve Gençlik*. İstanbul, Bir Yayıncılık.

- Baripoğlu, S. (2012). Facebook ve Twitter davranış bozukluğu yapıyor mu? e-psikiyatri. <http://www.e-psikiyatri.com/facebook-ve-twitter-davranis-bozuklugu-yapiyor-mu-33945> web adresinden 22 Nisan 2019 tarihinde erişilmiştir.
- Bekker, M. H., Van De Meerendonk, C., & Mollerus, J. (2004). Effects of negative mood induction and impulsivity on self- perceived emotional eating. *International Journal of Eating Disorders*, 36(4), 461-469.
- Bilgen, Ş. S. (2018). Türkçe Duygusal Yeme Ölçeği Geliştirilmesi, Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması. Üsküdar Üniversitesi yüksek Lisans Tezi.
- Booth, D. A. (1994). *Psychology of nutrition*. London: Taylor & Francis.
- Boyd, S. (2003). Are you ready for social software? [http://www.stoweboyd.com /message/2006/10/are_you_ready_f.html](http://www.stoweboyd.com/message/2006/10/are_you_ready_f.html) web adresinden 02 Mayıs 2019 tarihinde erişilmiştir.
- Braet, C., & Crombez, G. (2003). Cognitive interference due to food cues in childhood obesity. *Journal of clinical child and adolescent psychology*, 32(1), 32-39.
- Brown J. <https://www.bbc.com/turkce/vert-fut-42625744>. 2 Mayıs 2019. Erişim tarihi: 02.05.2019
- Bruch, H. (1961). Transformation of oral impulses in eating disorders: a conceptual approach. *Psychiatric Quarterly*, 35, 458 – 481.
- Bruch, H. (1964). Psychological aspects of overeating an obesity. *Psychosomatics*, 5(5), 269-274.
- Bruch, H. (1996). *Eating disorders*. New York: Basic Books.
- Buffardi, E. L., & Campbell, W. K. (2008). Narcissism and social networking web sites. *Per-sonality and Social Psychology Bulletin*, 34, 1303-1314.

- Bulunmaz, B. (2011). Otomotiv Sektöründe Sosyal Medyanın Kullanımı ve Fiat Örneği, Global Media Journal, Yeditepe Üniversitesi, 2(3), 19-50. *
- Byun, S., Ruffini, C., Mills, J. E., Douglas, A. C., Niang, M., Stepchenkova, S., Lee, S. K., Loutfi, J., Lee, J. K., Atallah, M., Blanton, M. (2009). Internet addiction: Metasynthesis of 1996-2006 quantitative research Cyberpsychology & Behavior, 12(2), 203-207.
- Caplan, S. E. (2005). A social skill account of problematic internet use. Journal of Communication, 55(4), 721-736.
- Caplan SE. (2007) Incidents and correlates of pathological internet use among college students. Computers in Human Behaviour, 2:465-473.
- Chesler, B. E., Harris, B. G., ve Oestreicher, P. H. (2009). Implications of emotional eating beliefs and reactance to dietary advice for the treatment of emotional.
- Christensen, L. (1993). Effects of eating behavior on mood: a review of the literature. International Journal of Eating Disorders, 14(2), 171-183.
- Çam, E. ve İşbulan, O. (2012). “A New Addiction for Teacher Candidates: Social Networks”, The Turkish Online Journal of Educational Technology, 14-19.
- Çap, E. (2017). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumları ile Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişki, Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Çayırılı, E. (2014). Sosyal Medya Kullanım Özelliklerinin Kişilik Yapılanmaları, Yaşam Doyumu ve Depresyon Açısından İncelenmesi, Işık Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Klinik Psikoloji Yüksek Lisans, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Demir, M., Herzem, Z., Solmaz, B. (2013). “İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Uygulama”. Selçuk Üniversitesi İletişim Dergisi, 7(4):23-32.

- Dizik A. (2017,18 Nisan). Sosyal medya bağımlılığı alkol ve uyuşturucudan kötü. BBC NEWS.<https://www.bbc.com/turkce/vert-cap-39631510>. Erişim tarihi 05.05.2019.
- Doğan, U., ve Karakuş, Y. (2016). Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanımının Yordayıcısı Olarak Çok Boyutlu Yalnızlık. Sakarya University Journal of Education, 57-71.
- Dondurucu Z.B., Uluçay A.P. (2015). “Yeni Medya Ortamlarında Nefret Söylemi: Eşcinsellere Yönelik Nefret Söylemi İçeren Videoların Youtube Üzerinden İncelenmesi.” International Journal of Social Sciences and Education Resarch, 1(13):875-902.
- Düşünceli, M.Y. (2016). Özel Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumları ile İçedönüklük-Dışadönüklük Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Psikoloji Anabilim Dalı, Uygulamalı Psikoloji Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Düvenci, A. (2012). Ağ neslinin internet kullanımı üzerindeki sosyal medya etkisinin sosyal sapma yaklaşımı ile incelenmesi. Marmara Üniversitesi, Doktora Tezi (PhD), İstanbul.
- Economy, A. M. (2013). “Exploring the association between emotions and eating behavior.” Capstone Project, Winona State University.
- Ergenç, A. (2011). Web 2.0 ve Sanal Sosyalleşme (Facebook Örneği), Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, İstanbul. *
- Esen, E. (2010). Ergenlerde internet bağımlılığını yordayan psiko-sosyal değişkenlerinin incelenmesi (Tez). Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Ganley, R. (1989). Emotion and eating in obesity: A review of literature. International Journal of eating disorders, 8, 343-361.

- Ganley, R. (1989). Emotion and eating in obesity: A review of literature. *International Journal of eating disorders*, 8, 343-361.
- Gibson, E. L., & Green, M. W. (2002). Nutritional influences on cognitive function: Mechanisms of susceptibility. *Nutrition research reviews*, 15(1), 169-206.
- Grant, J. E., Potenza, M. N., Weinstein, A. ve Gorelick, D. A. (2010). Introduction to Behavioral Addictions. *Americal Journal of Drug and Alcohol Abuse*, 36(5), 233–241.
- Greenfield, D.N. (1999). Psychological characteristics of compulsive internet use: A prelimi-nary analysis. *Cyber Psychology and Behavior*, 2(5), 403-412.
- Griffiths, M. (2000).“Internet addiction: Time to be Taken Seriously?”, *Addiction Research*, 413-418.
- Güner, Ö. (2016). Sosyal medya ve ağlarda viral pazarlama etkisi: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma (Tez). Çağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Yönetimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi; Mersin.
- Ha JH, Yoo HJ, Cho IH ve ark. (2006) Psychiatric comorbidity assessed in Korean children and adolescents who screen positive for Internet addiction. *J Clin Psychiatry*, 67(5):821-6.
- Hazar, M., 2011, “Sosyal medya bağımlılığı: Bir alan çalışması.” *İletişim, Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 151-175.
- Hatipoğlu, H.B. (2009). “Sosyal Medya ve Ticaret Hayatına Etkileri (1)”, *CİO Club*, Eylül, s.71-74.
- Heatherton, T. F., Herman, C. P., & Polivy, J. (1991). Effect of physical threat and ego threat on eating behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 138–143.

Heatherton, T.F., & Baumeister, R.F. (1991). Binge eating as escape from selfawareness. *Psychological Bulletin*, 110, 86-108.

Heatherton, T.F., & Baumeister, R.F. (1991). Binge eating as escape from selfawareness. *Psychological Bulletin*, 110, 86-108.

Herman C.P., & Mack, D. (1975). Restrained and unrestrained eating. *Journal of Personality*, 143, 647–660.

Herman, C. P., & Polivy, J. (1975). Anxiety, restraint, and eating behavior. *Journal of Abnormal Psychology*, 84, 666-672.

Herman, C. P., & Polivy, J. (1975). Anxiety, restraint, and eating behavior. *Journal of Abnormal Psychology*, 84, 666-672.

Holden, C. (2001). Behavioral addictions: Do they exist? *Science*, (294 (5544), 980-982).

İnalkaç, S., & Arslantaş, H. (2018). Duygusal Yeme. *Arşiv Kaynak Tarama Dergisi*, 27 (1), 70-82.

istanbulhalksagligi.gov.tr.

Kaplan, H. I., & Kaplan, H. S. (1957). The psychosomatic concept of obesity. *Journal of Nervous and Mental Disease*.

Kaplan, H.I. & Kaplan, H.S. (1957). The psychosomatic concept of obesity. *Journal of Nervous and Mental Disease*, 125, 181-201.

Kara T. (2016). “Gençler Neden Snapchat Kullanıyor: Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Üzerinde Bir Araştırma.” *Intermedia International e-Journal*, 3(5), 262-277.

- Ko CH, Yen JY, Yen CF ve ark. (2007). Factors predictive for incidence and remission of internet addiction in young adolescents: a prospective study. *CyberPsychology & Behavior*, 10(4): 545-551.
- Köroğlu, O. & Tutgun Ünal, A. (2013). Öğretmen adaylarının sosyal ağları benimseme düzeyleri ile yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişki. *Yeni Medya Kongresi*, Kocaeli.
- Kuss, D. J., ve Griffiths, M. D. (2011). Addiction to Social Networks On The Internet: A Literature Review Of Empirical Research. *International Journal of Environmental and Public Health*, 8, 3528-3552.
- Kuşay, Y. (2013). *Sosyal Medya Ortamında Çekicilik ve Bağımlılık*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Kuşay, Y. (2013). *Sosyal Medya Ortamında Çekicilik ve Bağımlılık*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Kürkçü, D. D. (2016). *Yeni Medya ve Gençlik*. İstanbul: Kriter Yayınevi.
- Macht M., Haupt, C., Ellgring, H. (2005). The perceived function of eating is changed during examination stress: A field study, *Eat Behav.*, 6:109–112.
- Macht, M. & Simons, G. (2011). Emotional eating. In I. Nyklíček, A. Vingerhoets, & M. Zeelenberg (Eds.), *Emotion Regulation and Well-Being* (pp. 281-295). New York: Springer.
- Macht, M. & Simons, G. (2011). Emotional eating. In I. Nyklíček, A. Vingerhoets, & M. Zeelenberg (Eds.), *Emotion Regulation and Well-Being* (pp. 281-295). New York: Springer.
- Macht, M. (1999). Characteristics of eating in anger, fear, sadness and joy. *Appetite*, 33(1), 129-139.
- Macht, M. (2008). How emotions affect eating: a five-way model. *Appetite*, 50, 1–11.

- Macht, M. (1999). "Characteristic of Eating in anger, fear, sadness and joy", *Appetite*, 129-139.
- Macht, M., & Müller, J. (2007). Increased negative emotional responses in Prop supertasters. *Physiology and Behavior*, 90, 466–472.
- Macht, M., & Simons, G. (2000). Emotions and eating in everyday life. *Appetite*, 35(1), 65-71.
- Markus, C. R., Panhuysen, G., & Tuiten, A. (1998). Does carbohydrate-rich, protein-poor food prevent a deterioration of mood and cognitive performance of stress-prone subjects when subjected to a stressful task? *Appetite*, 31, 49–65.
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cy-berpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13, 357-364.
- Nisbett, R. E. (1972). Hunger, obesity, and the ventromedial hypothalamus. *Psychological Review*, 79, 433-453.
- Oliver, G., & Wardle, J. (1999). Perceived effects of stress on food choice. *Physiology & Behavior*, 66, 511–515.
- Oliver, G., Wardle, J. (2000). Stress and food choice: a laboratory study. *Psychosomatic Medicine*, 62, 853–865.
- Oliver, G., Wardle, J., & Gibson, E. L. (2000). Stress and food choice: a laboratory study. *Psychosomatic medicine*, 62(6), 853-865.
- Ouwens M. A., van Strien T., & van der Staak C.P. (2003). Tendency toward overeating and restraint as predictors of food consumption. *Appetite*, 40, 291-8.
- Ouwens, M. A., van Strien, T., & van der Staak, C. P. (2003). Tendency toward overeating and restraint as predictors of food consumption. *Appetite*, 40(3), 291-298.

- Özdemir, S. (2015). Duygusal Yemenin Depresyon, Anksiyete ve Stres Belirtileri İle Olan İlişkisi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Özger A. İ. (2012). Fazla kilolu ve obez bireylerde duygu değişiklikleri ve yeme eğilimi ilişkisinin değerlendirilmesi, Haliç Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü Beslenme ve Diyetetik Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Rodin, J. J. (1981). Current status of the internal-external hypothesis for obesity: What went wrong? *The American Psychologist*, 36, 361-372.
- Sai CC, Lin SS. (2000). Internet addiction of Taiwanese adolescents: an in-depth interview study. Paper presented at the 107th annual convention of the American Psychological Association in 2000, Washington, DC.
- Schachter S., Goldman, R., & Gordon, A. (1968). Effects of fear, food deprivation, and obesity on eating. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1968, 10, 91-97.
- Sevinçer, G. M. & Konuk, N. (2013). Emosyonel yeme. *Journal of Mood Disorders*, 3, 171-178.
- Slochower, J. (1983). *Excessive eating: the role of emotions and environment*. New York: Human Sciences Press.
- Spoor, S. T., Bekker, M. H., Van Strien, T., & van Heck, G. L. (2007). Relations between negative affect, coping, and emotional eating. *Appetite*, 48(3), 368-376.
- Steiner, J. E. (1977). Facial expressions of the neonate infant indicating the hedonics of food related chemical stimuli. In J. M. Weiffenbach (Ed.), *Taste and Development*. Bethesda: U.S. Department of Health, Education, and Welfare.
- Süler, M. (2016). Akıllı Telefon Bağımlılığının Öznel Mutluluk Düzeyine Etkisinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi, Sakarya Üniversitesi.
- Şentürk, E. (2017). Sosyal medya bağımlılığının depresyon, anksiyete bozukluğu, karışık anksiyete ve depresif bozukluk hastaları ile kontrol grubu arasında

karşılaştırılması ve kullanıcıların kişilik özellikleriyle ilişkisinin araştırılması, Gazi Üniversitesi

Telch, C. F. & Agras, W. S. (1996), Do emotional states influence binge eating in the obese?. *International Journal of Eating Disorders*, 20, 271–279.

Thayer, R. E. (2003). *Calm energy: How people regulate mood with food and exercise*, New York: Oxford University Press.

Tutgun-Ünal, A. (2015). “Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma” Yayınlanmamış doktora tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Usluel, Y. K. ve Mazman, S. G. (2009). Sosyal Ağların Benimsenmesi Ölçeği. *Eğitim Bilimleri ve Uygulama*, 8 (15), 139-160.

Van Strien, T. (1999). Success and failure in the measurement of restraint: Notes and data. *International Journal of Eating Disorders*, 25, 441–449.

Van Strien, T., & Ouwens, M. A. (2003). Counterregulation in female obese emotional eaters: Schachter, Goldman, and Gordon's (1968) test of psychosomatic theory revisited. *Eating Behaviors*, 3(4), 329-340.

Waller, G., & Osman, S. (1998). Emotional eating and eating psychopathology among non- eating- disordered women. *International Journal of Eating Disorders*, 23(4), 419-424.

Wallis, D. J., & Hetherington, M. M. (2004). Stress and eating: the effects of ego-threat and cognitive demand on food intake in restrained and emotional eaters. *Appetite*, 43(1), 39-46.

Williams, J. M. G., Healy, H., Eade, J., Windle, G., Cowen, P. J., Green, M. W., & Durlach, P. (2002). Mood, eating behaviour and attention. *Psychological Medicine*, 32(03), 469-481.

- Wurtman, R. J. (1982). Nutrients that modify brain function. *Scientific American*, 246, 50–59.
- Yanar, E. (2015). Ergenlerin Sosyal Medya Tutumlarının Kişisel Gelişimleri Üzerine Etkileri, Nişantaşı Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Psikoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Yang, B. J., & Lester, D. (2003). National character and Internet use. *Psychological Reports*, 93, 940.
- Yen JY, Yen CF, Chen CC ve ark. (2007). Family factors of internet addiction and substance use experience in Taiwanese aadolescents. *Cyberpsychol Behav.* 10(3):323-9).
- Yeniçıktı N.T. (2013). “Halkla İlişkiler Aracı Olarak Instagram: Sosyal Medya Kullanan 50 Şirket Üzerine Bir Araştırma”. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 9(2):92-115.
- Young, K. (1996). Internet addiction; the emergence of new clinical disorder. *CyberPsychology & Behavior*, 1, 237-24

EKLER

EK-1: Sosyodemografik Bilgi Formu

1. CİNSİYETİNİZ:

Kadın () Erkek ()

2. YAŞINIZ:

3. ÖĞRENİM DURUMUNUZ:

Üniversitesi () Yüksek lisans () Doktora ()

4. MESLEĞİNİZ:.....

5.MEDENİ DURUMUNUZ:

Bekar () Evli () Diğer(belirtiniz.....)

6. BOYUNUZ:.....

7.KİLONUZ:.....

8.İNTERNETİ HANGİ AMAÇLA KULLANIRSINIZ?

Sosyal medya platformlarını takip etmek için ()

E-postaları kontrol etmek için ()

Alışveriş yapmak için ()

Oyun oynamak için ()

TV programlarını izlemek için ()

Haber okumak için ()

Makale okumak için ()

Bilimsel gelişmeleri takip etmek için ()

9.İNTERNETTE NE KADAR ZAMAN HARCİYORSUNUZ?

4 SAATTEN AZ () 4-8 SAAT ARASI () 8 SAAT ÜZERİ ()

10.HANGİ SOSYAL MEDYA PLATFORMLARINI KULANİYORSUNUZ?

Facebook () Instagram () Twitter () Swarm() Snapchat()
Youtube () Sosyal medya kullanmıyorum ()

11.SOSYAL MEDYA KULLANIM AMACINIZ:

Bilgi edinme () Gündemi takip etmek () Fotoğraf/video paylaşmak ()
Yeni arkadaş edinmek () Arkadaşlarını takip etmek ()

12.İNTERNETTE GEÇİRDİĞİNİZ ZAMANIN NE KADARINI SOSYAL MEDYA KULLANIMINA AYIRIYORSUNUZ?

3 SAATTEN AZ () 3-6 SAAT ARASI () 6 SAAT ÜZERİ ()

13. DAHA ÖNCE PSİKİYATRİK YARDIM ALDINIZ MI?

Evet (belirtiniz) (.....)

Hayır()

EK-2: Duygusal Yeme Ölçeği

		ASLA	NADİREN	BAZEN	SIKLIKLA	NERDEYSE HER ZAMAN
1	Zor zamanlarda, sağlıksız davranışlara daha eğilimli oluyorum.					
2	Kendimi baskı altında hissedersen daha çok yerim.					
3	Stresli olduğum zamanlarda daha çok yerim.					
4	Kendimi çaresiz hissedersen yemek yemek isterim.					
5	İş tempom yoğunlaşırsa daha çok yerim.					
6	Yemeği abarttığımda suçlu hissedirim.					
7	Yiyecekleri, ödül ve zevk kaynağı olarak kullanırım.					
8	Aç olmadığımda yerim.					
9	Bir şeyler beklediğim gibi gitmezse yemek yemek isterim.					
10	Bir şeylerden rahatsız olduğumda daha fazla yemek isterim.					
11	Bir konuda depresif ya da üzgünsem yemek yemek isterim.					
12	Bir konuda endişeli ya da kaygılı hissediyorsam yemek yemek isterim.					
13	Canımın sıkkın olduğu zamanlarda yemek yemek isterim.					
14	Yalnız hissettiğimde yemek yemek isterim.					
15	Biri beni üzdüğünde yemek yemek isterim.					
		ASLA	NADİREN	BAZEN	SIKLIKLA	NERDEYSE HER ZAMAN

16	Bana acı veren bir deneyimimi hatırlatan benzer durumlarda yemek yemek isterim.					
17	Korktuğum zaman yemek yemek isterim.					
18	Sinirlerimin bozuk olduğu zamanlarda yemek yemek isterim.					
19	Yaptığım bir şeyden dolayı kötü ya da suçlu hissedersen yemek yemek isterim.					
20	Kendimi incinmiş hissedersen yemek yemek isterim.					
21	Heyecanlı olduğum zamanlarda yemek yemek isterim.					
22	Sorunlarımla baş edebilmek için yemek yerim.					
23	Yememin kontrolümün dışında olduğunu hissediyorum.					
24	Lezzetli bir şey görüp kokusunu alırsam onu yemek isterim.					
25	Başkalarını yemek yerken görürsem ben de yemek yemek isterim.					
26	Diyet söz konusu olduğunda irademe hakimim.					
27	Kilo kontrolünde diyetle istikrarı sağlayamıyorum.					
28	Lezzetli yiyeceklere karşı koyabilirim.					
29	Yemek için ısrar edilirse hayır diyebilirim.					
30	Yiyecekler duygularımla baş etmede bana yardım ediyor.					

EK-3: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

Madde No		Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Sık sık	Her zaman
1	Yakın zamanda sosyal medyada neler olup bittiği hakkında oldukça fazla düşünürüm.					
2	Yapmam gereken bir iş varsa öncesinde sosyal medyayı kontrol ederim.					
3	Belli süre sosyal medyaya girmediğimde sosyal medyaya girme düşüncesi zihnimi meşgul eder.					
4	Hayatımın sosyal medya olmadan sıkıcı, boş ve zevksiz olacağını düşünürüm.					
5	İnternete bağlı değilken yoğun bir şekilde sosyal medyaya girmeyi düşünürüm.					
6	Sosyal medyada neler olup bittiğini merak ederim.					
7	Sosyal medyada düşündüğümden daha fazla zaman geçirdiğim olur.					
8	Sosyal medya ile bağlantımı kesmeye her karar verdiğimde kendi kendime "birkaç dakika daha" derim.					
9	Sosyal medyayı uzun süre kullanmaktan bir türlü vazgeçemem.					
10	Sosyal medyayı, planladığımdan daha fazla kullandığım olur.					
11	Sosyal medyayı kullanırken zamanın nasıl geçtiğini anlayamam.					
12	Sosyal medya ile ilgili eylemlere (oyun, sohbet, fotoğraflara bakmak, vs) uzun süreler ayırıyorum.					
13	Kişisel problemlerimi unutmak için sosyal medya kullanırım.					
14	Kendimi yalnız hissettiğim zamanlarda sosyal medyada vakit geçiririm.					
15	Yaşamımdaki olumsuz düşüncelerden kurtulmak için sosyal medyada gezinmeyi tercih ederim.					
16	Problemlerimden bunalduğumda sığındığım en iyi yer sosyal medyadır.					
17	Sosyal medya kullandığım süre boyunca her şeyi unuturum.					
18	Sosyal medya kullanımını durdurmaya çalışıp başaramadığım olur.					
19	Sosyal medya kullanımını denetim altına almak için yoğun bir istek duyarım.					
20	Sosyal medya kullanımını bırakmak için sonuç vermeyen çabalar gösteririm.					
21	Sosyal medya kullanımını denetim altına almak için sonuç vermeyen çabalar gösteririm.					
22	Sosyal medyada harcadığım zamanı azaltmaya çalışır, başarısız olurum.					
23	Mesleğim/çalışmalarım olumsuz bir etki yapmasına rağmen sosyal medyayı daha fazla kullanırım.					
24	Sosyal medyadan dolayı hobilerime, boş zaman ve dinlenme faaliyetlerime daha az öncelik veririm.					
25	Eş veya aile üyelerini sosyal medyadan dolayı ihmal ettiğim olur.					
26	Arkadaşlarımı sosyal medyadan dolayı ihmal ettiğim olur.					
27	Sosyal medya dolayısıyla başladığım aktiviteleri zamanında bitiremem.					
28	Sosyal medyada daha fazla zaman geçirmek için okulla veya işle ilgili çalışmaları ihmal ederim.					
29	Sosyal medyada zaman geçirmeyi, arkadaşlarımla zaman geçirmeye tercih ederim.					
30	Sosyal medyada geçirdiğim zaman yüzünden okul çalışmalarım ya da işlerim sekteye uğrar.					
31	Sosyal medya yüzünden üretkenliğim azalır.					
32	Sosyal medyada zaman geçirmeyi, arkadaşlarımla dışarı çıkmaya tercih ederim.					
33	İnsanlar sosyal medyada geçirdiğim zamanın miktarı konusunda beni eleştirirler.					
34	Kendimi sosyal medyada ne kadar süre gezindiğimi saklamaya çalışırken bulurum.					
35	Sosyal medya yüzünden yemek yemeyi unuttuğum zamanlar olur.					

Madde No		Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Sık sık	Her zaman
36	Sosyal medya kullanımı yüzünden kişisel bakımına daha az vakit ayırdığını olur.					
37	Sosyal medya kullanımı yüzünden uyku düzeninde değişiklikler/bozukluklar olur.					
38	Sosyal medya kullanımı yüzünden fiziksel sorunlar (sırt, baş, göz ağrıları, vb) yaşadığını olur.					
39	Sosyal medya kullanımı benim için önemli kişilerle olan ilişkilerimde problem yaşamama neden olur.					
40	Sosyal medya kullanımım yaşamımda sorunlar oluşturur.					
41	Yapmam gereken işler çoğaldıkça, sosyal medya kullanma isteğim de o ölçüde artar.					

ÖZGEÇMİŞ

Seda Cansız

E-mail: cansiz_seda@hotmail.com

KİŞİSEL BİLGİLER

Doğum tarihi: 05.05.1988

Medeni durum: Bekar

EĞİTİM BİLGİLERİ:

2017- 2019 : Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Klinik Psikoloji

2012-2017: Üsküdar Üniversitesi İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi Psikoloji Bölümü

İŞ TECRÜBESİ

2018: NP İstanbul Beyin Hastanesi Stajyer Psikolog

2017: Ümraniye Ram Stajyer Psikolog

2017: Dragos Adora Huzur Evi Stajyer Psikolog

2017: Ümraniye İsem Stajyer Psikolog

2015-2016: NP Nöropsikiyatri Hastanesi Stajyer Psikolog

2013-2015: Üsküdar Üniversitesi Kurumsal İletişim Koordinatörlüğü Asistan Öğrenci

EĞİTİMLER:

Rorschach ve TAT eğitimi (Rorschach ve Projektif Testler Derneği - Tefika Tunaboylu İkiz, 2018-2020)

Bilişsel Davranışçı terapi Beceri ve Uygulama Eğitimi (Prof. Dr. Hakan Türkçapar - Janus Psikoloji - 2017)

Bilişsel Davranışçı Terapi ile Kalıcı Kilo Verme (Prof. Dr. Aslıhan Dönmez - Janus Psikoloji - 2017)

Bilişsel Davranışçı Terapi Kurumsal Eğitimi (Prof. Dr. Hakan Türkçapar - Janus Psikoloji -2016 Temmuz)