

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
PSİKOLOJİ ANA BİLİM DALI

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMININ
BEDEN ALGISI VE DEPRESYON İLE İLİŞKİSİNİN İNCELENMESİ: ÇAĞ
ÜNİVERSİTESİ ÖRNEKLEMİ

TEZİ YAZAN
Gizem Nur YARDIMCI

Danışman: Doç. Dr. Soner ÇAKMAK (Çukurova Üniversitesi)
Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Kahraman KIRAL (Çağ Üniversitesi)
Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Gürcan DEMİROĞLARI (Çağ Üniversitesi)

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MERSİN / TEMMUZ 2023

ONAY SAYFASI**T.C****ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ****SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ' NE**

2021011002 numaralı öğrencimiz olan **Gizem Nur Yardımcı** tarafından hazırlanan “**Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının Beden Algısı ve Depresyon ile İlişkisinin İncelenmesi: Çağ Üniversitesi Örneklemi**” başlıklı bu tez çalışması jüri üyelerimiz tarafından **oy birliği** ile **Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji** Anabilim Dalında **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak kabul edilmiştir.

(Enstitü Müdürlüğünde Asıl Sureti Islak İmzalıdır.)

Üniv. Dışı asıl üye - Tez Danışmanı - Jüri Başkanı: Doç. Dr. Soner ÇAKMAK
(Çukurova Üniversitesi)

(Enstitü Müdürlüğünde Asıl Sureti Islak İmzalıdır.)

Üniv. İçi – Jüri asıl Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Kahraman KIRAL

(Enstitü Müdürlüğünde Asıl Sureti Islak İmzalıdır.)

Üniv. İçi - Jüri asıl Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Gürcan DEMİROĞLARI

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim elemanlarına ait olduklarını onaylarım.

(Enstitü Müdürlüğünde Asıl Sureti Islak İmzalıdır.)

06/07/2023

Prof. Dr. Murat KOÇ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Not: Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 Sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu’ndaki hükümlere tabidir.

İTHAF

SEVGİLİ ANNEM VE BABAMA

GÜNER ALİ YARDIMCI'YA...

ETİK BEYANI

Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

06/07/2023

Gizem Nur YARDIMCI

TEŞEKKÜR

Tez yazma sürecimde bilgi ve deneyimleriyle bana yol gösteren sevgili tez danışmanım Doç. Dr. Soner ÇAKMAK hocama, bu zor süreçte benden desteğini esirgemeyen sevgili annem Güner YARDIMCI'ya ve son olarak hayatta olmasa da desteğini her zaman hissettiğim sevgili babam Ali YARDIMCI'ya çok teşekkür ederim.



ÖZ

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA KULLANIMININ BEDEN ALGISI VE DEPRESYON İLE İLİŞKİSİNİN İNCELENMESİ: ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

Gizem Nur YARDIMCI

Yüksek Lisans Tezi, Psikoloji Ana Bilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Soner ÇAKMAK

Temmuz 2023, 103 sayfa

En temeline bakıldığında insanların kendi düşünce ve isteklerine göre paylaşım yapmalarına olanak sağlayan, bilgi paylaşımlarını ve bilgi edinmelerine yardımcı olan mecraların bütününe sosyal medya adı verilmektedir. Kişiler sosyal ağları kullanarak belirledikleri kişiler ile iletişim kurabilmektedirler. İstenilen sosyal medya platformunda kişilerin kendilerine ait bir profil hesabı oluşturması bunun için yeterlidir. Sosyal ağlar aracılığı ile kişiler fikirlerini, ilgi alanlarını, hayatlarından kesitleri diğer insanlar ile paylaşabilmektedirler. Kişi, sosyal medya kullanmaya karşı önlenemez bir istek duyuyorsa ve aşırı sosyal medya kullanımı kişinin iş, özel ve sosyal alanlarını sekteye uğratiyorsa kişi sosyal medyaya bağımlı hale gelmiştir denebilir. Sosyal medya insanların düşüncelerini paylaşımlarına zemin hazırlamakla birlikte, pek çok insan yaşamının her alanında sosyal medyanın olumlu ve olumsuz etkilerine maruz kalmaktadır. Beden algısı gelişimi ve değişiminde yaşanan kültürle birlikte sosyal medya etkisi de yadsınamaz. Her insanın kendi bedenine yönelik olumlu ya da olumsuz değerlendirmeleri bulunmaktadır. Kişilerin kendi vücutlarıyla ilgili geliştirdiği duygu ve düşünceleri beden algılarını oluşturmaktadır. Yapılan araştırmalar sosyal medyanın ve depresif duygulanımın da birbiri ile etkileşimi içinde olduğunu göstermektedir. Duygusal ve psikolojik açıdan geçirilen sıkıntılı dönemlerin iki veya üç haftadan uzun olması ayrıca hayat akışında yapılması gereken şeylerin yapılamamasına depresyon adı verilmektedir. Kişilerin sosyal medya kullanımının beden algılarını olduğu gibi depresyon düzeylerini de etkileyebilmektedir. Bu nedenle bu çalışmada üniversite öğrencileri sosyal medya kullanımının beden algısı ve depresyon ile ilişkisi çalışılmıştır.

Çağ üniversitesi örnekleme kapsamında 198 kadın 99 erkek olmak üzere toplamda 297 kişi çalışmaya katılım göstermiştir. Öğrencilerin “gönüllü” katılımlarının esas alındığı bu çalışmada katılımcıların kişisel bilgilerini öğrenmek için araştırmacı tarafından hazırlanmış kişisel bilgi formu kullanılmıştır. Katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerini ölçmek için “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu”, depresyon düzeylerini ölçmek için “Beck Depresyon Ölçeği”, Beden algı düzeylerini belirlemek için “Beden Algısı Ölçeği” kullanılmıştır. Katılımcılardan toplanan veriler IBM SPSS 22,00 istatistik programı ile analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda sosyal medya bağımlılığı düzeyi ile beden algısı ve depresyon düzeyleri arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişkinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmanın, literatürde mevcut olan sosyal medya kullanımının beden algısı ve depresyon ile ilişkisi konulu diğer çalışmalara kaynak oluşturması amaçlanmıştır. Yapılan bu çalışmanın farklı değişkenler ve daha geniş çalışma grubu ile çalışılması önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Beden Algısı, Depresyon, Üniversite Öğrencileri

ABSTRACT**INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP OF SOCIAL MEDIA USE WITH
BODY PERCEPTION AND DEPRESSION IN UNIVERSITY STUDENTS: CAG
UNIVERSITY SAMPLE****Gizem Nur YARDIMCI****Master Thesis, Department of Psychology****Supervisor: Doç. Dr. Soner ÇAKMAK****July 2023, 103 pages**

Looking at the most basic, all of the channels that allow people to share according to their thoughts and wishes, and help them to share and obtain information, are called social media. People can communicate with people they have determined by using social networks. It is sufficient for people to create a profile account of their own on the desired social media platform. Through social networks, people can share their ideas, interests and sections of their lives with other people. If the person has an irrepressible desire to use social media and excessive use of social media disrupts the person's work, private and social areas, it can be said that the person has become addicted to social media. While social media paves the way for people to share their thoughts, many people are exposed to the positive and negative effects of social media in every aspect of their lives. Along with the culture experienced in the development and change of body image, the effect of social media is undeniable. Every person has positive or negative evaluations about his/her own body. The feelings and thoughts that people develop about their own bodies form their body perceptions. Studies show that social media and depressive affect also interact with each other. Emotionally and psychologically distressing periods longer than two or three weeks, and the inability to do things that need to be done in the flow of life is called depression. People's use of social media can affect their depression levels as well as their body perceptions. Therefore, in this study, the relationship between university students' social media use and body image and depression was studied.

Within the scope of Çağ University sample, a total of 297 people, 198 women and 99 men, participated in the study. In this study, which is based on the "voluntary" participation of the students, a personal information form prepared by the researcher was used to learn the personal information of the participants. The "Social Media Addiction Scale-Adult Form" was used to measure the social media addiction levels of the participants, the "Beck Depression Scale" to measure the depression levels, and the "Body Perception Scale" to determine the body perception levels. The data collected from the participants were analyzed with the IBM SPSS 22.00 statistical program. As a result of the analysis, it was concluded that there is a positive and significant relationship between the level of social media addiction and body image and depression levels. It is aimed that this study will be a source for other studies on the relationship between social media use and body image and depression available in the literature. It is recommended that this study be studied with different variables and a larger study group.

Keywords: Social Media, Body Image, Depression, University Students

İÇİNDEKİLER

KAPAK	i
ONAY SAYFASI.....	ii
İTHAF	iii
ETİK BEYANI.....	iv
TEŞEKKÜR	v
ÖZ.....	vi
ABSTRACT	viii
İÇİNDEKİLER.....	x
TABLolar LİSTESİ	xii
EKLER LİSTESİ.....	xiii
1. GİRİŞ.....	1
2. YÖNTEM.....	34
2.1. Araştırmanın Modeli	34
2.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi.....	34
2.3. Verilerin Toplanması.....	34
2.4. Veri Toplama Araçları.....	34
2.4.1. Kişisel Bilgi Formu	35
2.4.2. Beden Kitle İndeksi	35
2.4.3. Beck Depresyon Ölçeği.....	35
2.4.4. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ-YF)	35
2.4.5. Beden Algısı Ölçeği	36
2.5. Araştırma Verilerinin Analizi.....	36
3. BULGULAR	38
3.1. Katılımcıların Demografik ve Tanımlayıcı Bilgileri	38
3.2. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Demografik Değişkenler, Sigara Kullanımı, Beden Kitle İndeksi ve Depresif Belirti Düzeyleri Kategorilerine Göre İncelenmesi.....	40
3.2.1. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Cinsiyete Göre Farklılıkları.....	40
3.2.2. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Gelir Durumlarına Göre Farklılıkları	41

3.2.3. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Sigara Kullanıp Kullanmama Durumlarına Göre Farklılıkları	42
3.2.4. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Depresif Belirti Düzeylerine Göre Farklılıkları.....	42
3.2.5. Üniversite Öğrencilerinin Beden Kitle İndeks Düzeylerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerine Göre Farklılıkları	44
3.3. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri İle Yaş, Depresif Belirti Düzeyleri, Beden Algısı Düzeyleri ve Beden Kitle İndeks Değerleri İle Arasındaki Korelasyonun İncelenmesi	45
3.3.1. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri ile Yaşları Arasındaki Korelasyon	45
3.3.2. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri ile Depresif Belirti Düzeyleri Arasındaki Korelasyon.....	46
3.3.3. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri ile Beden Algısı Düzeyleri Arasındaki Korelasyon.....	47
3.3.4. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri ile Beden Kitle İndeksi Arasındaki Korelasyon.....	48
4. TARTIŞMA.....	50
5. SONUÇ VE ÖNERİLER	55
KAYNAKÇA	57
EKLER	76

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.	Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik Analizi	37
Tablo 2.	Demografik ve Tanımlayıcı Bilgiler.....	38
Tablo 3.	Normallik Testi Sonuçları.....	39
Tablo 4.	Kadın ve Erkeklerin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerine İlişkin Bağımsız Gruplar t Testi Sonuçları	40
Tablo 5.	Üç Farklı Gelir Durumuna Sahip Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeyi Puanlarına İlişkin Betimsel Değerler	41
Tablo 6.	Üniversite Öğrencilerinin Gelir Durumlarına Göre Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerine İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	41
Tablo 7.	Sigara Kullanan ve Kullanmayan Öğrencilerin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerine İlişkin Bağımsız Gruplar t Testi Sonuçları	42
Tablo 8.	Dört Farklı Depresif Belirti Düzeyine Sahip Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyi Puanlarına İlişkin Betimsel Değerler	43
Tablo 9.	Üniversite Öğrencilerinin Depresif Belirti Düzeylerine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeylerine İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	43
Tablo 10.	Dört Farklı Beden Kitle İndeks Düzeyine Sahip Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyi Puanlarına İlişkin Betimsel Değerler	44
Tablo 11.	Üniversite Öğrencilerinin Beden Kitle İndeks Türlerine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeylerine İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	45
Tablo 12.	Öğrencilerin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri ile Yaşları Arasındaki İlişkinin Spearman Testi Sonuçları	46
Tablo 13.	Normallik Analizi	46
Tablo 14.	Öğrencilerin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri ile Depresif Belirti Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Pearson Korelasyon Sonuçları	47
Tablo 15.	Öğrencilerin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri ile Beden Algısı Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Pearson Korelasyon Sonuçları	47
Tablo 16.	Normallik Analizi	48
Tablo 17.	Öğrencilerin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri ile Beden Kitle İndeksi Arasındaki İlişkinin Pearson Korelasyon Sonuçları	49

EKLER LİSTESİ

Ek 1.	Çağ Üniversitesi Etik Kurul Onay Belgesi.....	76
Ek 2.	Beden Algısı Ölçeği	79
Ek 3.	Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu	80
Ek 4.	Beck Depresyon Ölçeği	81
Ek 5.	Kişisel Bilgi Formu.....	82
Ek 6.	Çalışmada Kullanılan Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formunun Onay ve İzin E-postası.....	83
Ek 7.	SOBE Tez Etik İzin İstek Yazısı	84
Ek 8.	Çağ Üniversitesi Rektörlüğü Tez Etik İzin İstek Formu.....	85
Ek 9.	Çağ Üniversitesi Rektörlüğü Tez Etik İzin İstek Yazısı	86
Ek 10.	Çağ Üniversitesi İİBF, Hukuk Fakültesi, Fen-Edebiyat Fakültesi Tez Anket İzin Yazıları.....	87
Ek 11.	Çağ Üniversitesi Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı Eğitim Gören Öğrenci Sayıları İle İlgili İzin İstek Yazısı.....	90

1. GİRİŞ

İnternetin gelişiminin insanlık tarihinde önemli bir yere sahip olduğu ve insanların internetin gelişimiyle yeni bir döneme giriş yaptığı bilinmektedir. İnternet insan hayatına 90'lı yıllarda girmiştir. Daha sonra ise sosyal medya uygulamaları ortaya çıkmıştır. 2000'li yıllarda ortaya çıkan sosyal medya uygulamalarının kullanımı her geçen gün artarak devam etmiştir. Bunun sonucunda ise hem internet hem de sosyal medya insanların hayatında önemli bir noktaya gelmiştir.

Sosyal medya uygulamaları kişilerin, ülke ve dünya gündemine dair gelişmeleri takip etmelerine, video ve fotoğraf paylaşımlarına, haberleşmelerine, diğer insanlarla etkileşime geçmelerine, kendilerini ifade etmelerine olanak sağlamaktadır (Şeker, 2018). Sosyal medya uygulamalarının kullanımının artmasının sebepleri; kullanımının kolaylığı, birçok çeşit barındırması, zaman ve mekan ayırdını ortadan kaldırmasıdır. İnternet ve sosyal medya kullanımının kolaylığı her eve girmesini sağlamıştır. Bu sebeple de insanların hayatında önemli yeri ve etkileri bulunmaktadır.

Günümüze bakıldığında sosyal medya kullanan popülasyonun büyük bir kısmını genç yetişkinler ve ergenler oluşturmaktadır. Fakat günümüz internet çağında ergenlik öncesi dönemde olan bireylerde de sosyal medya ve internet kullanımının arttığı bilinmektedir. Çocuklar, ergenler, genç yetişkinler ve ileri yaştaki bireyler olmak üzere, günümüzde her yaş grubuna hitap eden çeşitli sosyal medya uygulamaları mevcuttur.

Sosyal medya kullanımının bu derece artış göstermesinin bağımlılığa sebep olduğuna dair araştırmalar mevcuttur (Ryan vd., 2014; Hazar, 2011; Ünal, 2015). Bu artışın sosyal medya kullanıcılarını ruhsal ve sosyal anlamda olumlu ve olumsuz yönden etkilemesi kaçınılmazdır. Sosyal medyanın kontrolsüzce kullanımı kişide psikolojik yönden sorunlara neden olmaktadır. Bu bağlamda, sosyal medya bağımlılığının kişide depresyona ve beden algı bozukluğuna sebep olacağı düşünülebilmektedir.

Sosyal medyayı aktif kullanan kişiler ideal beden görüntüsü adı altında birçok mesaja maruz kalır. Bu beden ideali her kesime göre farklılık göstermektedir. Kişiler bu aldığı mesaja fazlaca maruz kaldığında kendi bedenleri ile ideal beden imajı arasında çelişkiye düşerler. Kendi bedenleri ile sosyal medya da gösterilen ideal beden formu uyum sağlamadığında kişiler kendi bedenlerini olumsuz algılama eğilimi gösterebilmektedirler.

Kontrolsüzce kullanılan internet ve sosyal medya sonucunda kişide depresyon ortaya çıkabilmektedir. Kişi sosyal medya kullanımının sonucunda kendini yetersiz hissedebilir, kendinden emin olamama düşünceleri ve bunun sonucunda benlik saygısında azalma ve sosyal geri çekilme, içe kapanma süreçleri yaşayabilir. Kişiler bu değişik ruh hallerinin sonucunda olumsuz duygulara kapılarak depresyon belirtisi gösterebilmektedir.

Bu çalışmanın amacı üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımının beden algısı ve depresyon ile ilişkisinin incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda bu yazıda sırası ile sosyal medya, sosyal medya bağımlılığı, beden algısı ve depresyon ile ilgili kavramlar açıklanmış, sosyal medya kullanımı ile beden algısı ve depresyon ilişkisine dair araştırmalar gözden geçirilmiş, araştırmanın önemi ve hipotezleri sunulmuş, araştırmada kullanılan yöntem açıklanmış ve elde edilen bulgular sunulurken, literatür eşliğinde tartışılmıştır.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımının beden algısı ve depresyon ile ilişkisinin incelenmesidir. Ayrıca üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı, beden algısı, depresyon düzeylerinin bazı sosyodemografik değişkenlere göre farklılıklarına bakılacaktır.

Araştırma Problemi ve Önemi

Bu araştırmanın problem cümlesi; Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanım düzeyleri ile depresif belirti düzeyleri ve beden algı düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır? şeklinde oluşturulmuştur.

Sosyal medya kullanıcıların birbirleriyle iletişim kurmalarına, gündemi takip etmelerine, kişisel paylaşımlar yapmalarına, diğer kullanıcıların paylaşımlarına erişmelerine olanak sağlar. Sosyal medya günümüzde getirmiş olduğu yeniliklerle insanların hayatında oldukça önemli bir yer edinmiştir. Bu yenilikler neticesinde sosyal medya kullanımında önemli derecede artış meydana gelmiştir. Sosyal medyanın bilinçsiz ve aşırı kullanımı çeşitli ruhsal problemlere neden olabilmektedir. Günümüzde sergilenen kusursuz güzellik algısı sosyal medya platformlarında oldukça sık karşımıza çıkmaktadır. Sosyal medyada sık vakit geçiren gençler kalıplaşmış güzellik algılarına maruz kalmaktadırlar. Bunun sonucunda ise gençlerin bedenlerine yönelik algıları olumsuz etkilenmektedir. Sosyal medyanın aşırı kullanımının yarattığı ruhsal

problemlerden bir diğeri depresyondur. Depresyon yaşıyan kişiler olumsuz duygulanım, çökkün duygu durum, suçluluk düşünceleri gibi belirliler nedeniyle toplumdan uzaklaşarak içe çekilebilmektedirler. Bu içe çekilme sonucunda sosyal ağlara eğilim göstermektedirler. Bu durum sosyal medya bağımlılığının gelişmesine yol açabilmektedir (Arslan, 2021).

Araştırma konu bakımında sosyal medya kullanım düzeylerini, beden algı düzeylerini, depresif belirti düzeylerini detaylı bir biçimde ele aldığından dolayı önem arz etmektedir. Literatüre bakıldığında üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımının beden algısı ve depresyon ile ilişkisi konulu yeterli çalışma olmadığından bu araştırmanın güncel bir probleme ışık tutarak literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırmanın Hipotezleri

1. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir.
2. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri gelir durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir.
3. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri sigara kullanımına göre anlamlı farklılık göstermektedir.
4. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri depresif belirti düzeylerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.
5. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri beden kitle indekslerine göre belirlenen kilo kategorilerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.
6. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile yaşları arasında anlamlı bir ilişki vardır.
7. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile depresif belirti düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
8. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile beden algısı düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
9. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile beden kitle indeksi arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma yalnızca bir vakıf üniversitesinden toplanan veriler ile sınırlıdır. Toplanan veriler Kişisel Bilgi Formu, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Yetişkin Formu, Beck Depresyon Ölçeği ve Beden Algısı Ölçeğinde bulunan sorularla ve katılımcıların vermiş oldukları yanıtlarla sınırlıdır. Soruların fazlalığı nedeniyle dikkat sorunu yaşanabilmesi ihtimali şüpheye neden olabilmektedir.

Örneklem üniversite öğrencileri üzerinden sağlandığından dolayı belirli bir eğitim seviyesine sahip kişileri içermektedir. Aynı zamanda katılımcılar bir vakıf üniversitesi öğrencisi olduğundan dolayı yine belirli bir ekonomik düzeye sahip kişileri içermektedir. Bu sebeple elde edilen sonuçlar genellenemez.

Literatür Araştırması

Sosyal Medya Tanımı

Sosyal medya, kullanıcıların içerik ürettiği, etkileşimde bulunduğu çevrimiçi bir platformdur. Web 2.0 teknolojisi ile geliştirilmiştir (Hazar, 2011). Web 2.0 teknolojinin gelişimi ile sosyal medya kullanıcıları çeşitli platformlarda paylaşım yapma, beğenebilme, yorum yapabilme olanaklarına erişmiştir. Sosyal medya platformları kişilere sanal arkadaş çevresi oluşturma, iletişim kurma, bireysel paylaşımlar yapma, fikir ve düşüncelerin ifade etme gibi olanaklar sağlamıştır.

Sosyal medya sayesinde kişiler bu platformlarda oluşturulan topluluklara katılım gösterirler. Bu platformlarda kullanıcılar fikir ve düşüncelerini diğer kullanıcılarla paylaşma olanağı bulurlar. İnsanlar iletişim kurma gereksinimlerini çoğunlukla sosyal medya platformları aracılığıyla gidermektedirler (Çetinoğlu, 2017).

Sosyal medyanın iş yaşamında etkisinin olduğunu söylemek mümkündür. Günümüz çağında iletişimin kolaylaşması ve bilgi aktarımının hızlanması hizmet sektörü için oldukça faydalı olmuştur. Tüketiciler satın aldıkları ürün hakkındaki düşüncelerini sosyal medya platformlarında paylaşmaktadır. Sosyal medyanın bu yönünü iyi analiz edebilen işletmeler bu durumu avantaja çevirmişlerdir. Ulaşmak istedikleri kesime daha az çabayla ve daha hızlı ulaşma imkanına sahip olmuşlardır (Hataş, 2017).

Sosyal medyada zaman ve mekan konusunda kısıtlama yoktur. Sosyal medyanın temel kullanım sebebi paylaşmak, iletişim kurmak üzerinedir. Kişiler bir sınırlandırmaya maruz kalmadan istedikleri gibi içerik üretilip, tüketebilmektedirler. Sosyal medya platformlarını kullanan kişiler karşılıklı iletişim kurarak birbirlerinin

sorularına yanıt aramaktadırlar. Bu mecralarda iletişim; sesler, yazılar, görseller ile sağlanmaktadır (Zafarmand, 2010).

Sosyal medya birbirlerinden farklı insanları sanal platformlarda birleştiren web tabanlı hizmetler şeklinde değerlendirilebilmektedir (Toprak ve diğerleri, 2009: 28-29). Boyd ise sosyal medyayı kişilerin bu platformlarda yaratmış oldukları profiller üzerinden yorumlamıştır. İnsanların sosyal medyada profil oluşturarak diğer kişilerle iletişim kurduğu bir web sitesi olarak tanımlamıştır (Aktaran Toprak ve diğerleri, 2009: 29).

Sosyal Medya Özellikleri

Sosyal medya kullanım kolaylığı ve sağladığı imkanlar nedeniyle günümüzde oldukça popülerdir. Sosyal medya kullanıcıları düşüncelerini, kişisel bilgilerini, fotoğraf ve videolarını diğer kullanıcılarla paylaşmaktadırlar. Sosyal medya kişilere çeşitli kullanım olanakları sağlar. Bunlar; yeni insanlarla tanışıp iletişim kurma, yeni bilgiler edinme, iş arama gibi. Sosyal medya bu bakımdan oldukça geniş kitlelere hitap etmekte ve alanı her geçen gün genişlemektedir. Sosyal medyanın özellikleri aşağıdaki şekilde sınıflandırılmıştır (Mayfield ve Mayfield, 2010).

Katılımcılar: Sosyal medyayı kullanan kişilerin karşılıklı iletişim kurabilmesi için katılımcılara ihtiyaç vardır.

Açıklık: Sosyal medya kullanan herkese açıktır. Kullanan kişiler şeffaf bir biçimde kullanabilmelidir ve bu açıklık ilkesi ile sağlanmaktadır.

Konuşma: Sosyal medya platformları kullanan kişilerin karşılıklı olarak iletişime geçebilmelerini, fikirlerini paylaşabilmelerini sağlamaktadır.

Topluluk: Sosyal medya içerisinde çeşitli topluluklar mevcuttur. Bu topluluklarda kullanıcılar bireysel olarak paylaşımlarda bulunabilir, aynı zamanda diğer kullanıcıların paylaşımlarına da ulaşabilirler.

Bağlantısallık: Her sosyal medya uygulamasının diğeri ile ilişkisi vardır. Herhangi bir konuda bir sosyal medya uygulamasından diğerine geçiş sağlanabilmektedir.

İçerik Oluşturma: Her seviyeden insan sosyal medya uygulamalarında içerik üretebilmektedir ve bu içerikleri geniş kitlelere ulaştırabilmektedir. Bu yönüyle sosyal medya herkes tarafından eşit kullanıma sahiptir.

Sosyal Medyanın Geleneksel Medyadan Farkları

Erişim: Sosyal medya geleneksel medyaya göre daha geniş kitlelere hitap eder.

Erişilebilirlik: Sosyal medya için her kesim tarafından az maliyetle ya da maliyet olmadan kullanılabilir. Geleneksel medyanın üretim yapmak için özel şirketlere veya hükümetlere ihtiyacı vardır.

Kullanılabilirlik: Sosyal medyada içerik üretebilmek için herhangi bir eğitime ihtiyaç yoktur. Herkes içerik üretebilme imkanına sahiptir. Geleneksel medyada üretim yapabilmek için kişinin o konuda uzmanlaşmış olması gerekmektedir.

Yenilik: Sosyal medyada paylaşım yapıldığında tepki anında gerçekleşmektedir. Buna katılımcılar karar verir. Geleneksel medyada bu tepki süresi daha uzun olabilmektedir.

Kalıcılık: Sosyal medya kullanıcılarına yapılan paylaşımları değiştirme ya da düzenleme olanağı sağlar. Geleneksel medyada bir dergi, makale vb. oluşturulduktan sonra yeniden düzenleme yapılamamaktadır.

Özgürlük: Sosyal medya ve geleneksel medya arasındaki en önemli fark budur. Sosyal medyada yapılan paylaşımlara müdahale etme olanağı herkes tarafından eşitken geleneksel medya hükümet tarafından denetlendiği için sosyal medya kadar özgür olamamaktadır.

Sosyal medyanın kullanıcılarına sağladığı olanaklar kullanıcının avantajına olabildiği gibi dezavantajına da olabilmektedir.

Sosyal Medyanın Avantajları

Sosyal medya platformlarının kullanıcılara fayda sağlayan birçok avantajı vardır. Sosyal medyayı kullanan kişiler bireysel olarak paylaşmak istedikleri video, fotoğraf gibi içerikleri istedikleri zamanda ve yerde en hızlı ve kısa yoldan paylaşma olanağı bulmaktadırlar. Sosyal medyanın en önemli avantajı bu paylaşımları yapmanın maliyet gerektirmemesi ve geniş kitlelere kolayca ulaşabilmesidir.

Sosyal medyanın diğer bir avantajı ise kullanımının kolay olmasıdır. Sosyal medya uygulamalarını kullanabilmek için yüksek düzeyde bir bilgi birikimine sahip olmaya gerek yoktur. Sosyal medya bu yönüyle her yaşta insanın kullanabileceği düzeydedir (Köseoğlu, ve Hamza, 2013).

Sosyal medya çift yönlüdür yani kullanıcılar iletişimlerinde bilgi alır ve verirler. Sosyal medya bu bilgiyi paylaşırken hedef seçmelerine de olanak tanır yani kullanıcı o

bilgiyi ulaştırmak istediği kitleyi kolayca seçebilir ve ulaştırabilir (Köseoğlu ve Hamza, 2013).

Sosyal medya iş hayatında oldukça fazla kullanılmaktadır. Amacına göre geliştirilen bu platformlarda kişiler özgeçmişlerini yükleyerek kolayca iş arama fırsatı yakalamaktadırlar.

Sosyal medya sayesinde tüketiciler istedikleri markaların ürünlerine daha hızlı ve kısa zamanda ulaşabilmektedirler (Demir ve Kozak, 2013: 127).

Sosyal medyanın geniş kitlelere hızlı ve kolay bir şekilde ulaşabilmesi ve çift taraflı iletişim olanağı sağlaması kullanımını arttırmaktadır. Sosyal medyada yapılan paylaşımlar herkes tarafından ulaşılabilir. Sosyal medyanın görüntülü ve sesli olarak paylaşım yapabilme olanağı sağlaması geleneksel medyadan daha kullanılabilir hale getirmiştir. Bu yönüyle sosyal medya pazarlamacılar tarafından yoğun ilgi görmektedir (Yıldırım ve Kalender, 2018).

Sosyal Medyanın Dezavantajları

Sosyal medyanın birçok avantajı olmasının yanı sıra çeşitli dezavantajları da bulunmaktadır.

Sosyal medyadaki mevcut bilgilerin hızlı ve kolay bir şekilde yayılması avantaj olmakla birlikte bu bilginin yanlış ve olumsuz bir bilgi olması ve hızlı yayılması sosyal medyanın dezavantajı olarak görülmektedir. Sosyal medyada gezinen bazı bilgiler toplulukların ayaklanmasına sebebiyet verebilir. Twitter ve Facebook uygulamalarının bu açıdan kullanımı yaygındır.

Sosyal medyanın bir diğer dezavantajı ise kişisel bilgilerimizin ne ölçüde korunduğu konusudur. Sosyal medya platformlarında kullanıcılar kişisel bilgilerini paylaşmaktadırlar. Bu bilgilerin çalınma ihtimali sosyal medyanın en büyük dezavantajıdır (Zenelaj, 2014)

Sosyal medyaya erişimin kolaylığı sebebiyle bu platformda fazla zaman harcanması kaçınılmazdır. Bu durumdan kişinin iş ve özel yaşamı olumsuz yönde etkilenmektedir.

Sosyal medya olumlu ve olumsuz tüm yönleriyle gelişmeye devam etmektedir. İnsanlar yaşamının her noktasında sosyal medya ile iç içe olmaya başlamıştır. Sosyal medyanın topluluklara yön verebilme yetisi vardır. Günümüzde çeşitli kampanyalar artık sosyal medya platformları üzerinden yürütülmektedir.

Sosyal Ağlar

Sosyal ağlar insanların diğer insanlarla uzak ya da yakın fark etmeksizin iletişim kurabilmelerini sağlamaktadır. Sosyalleşmek isteyen kişiler günümüzde bu platformları kullanarak bu ihtiyaçlarını gidermektedir. Günümüzde teknoloji geliştikçe kişiler arası iletişim daha da kolaylaşmıştır ve insanlar arasındaki bağları kuvvetlendirmiştir. Sosyal medyanın günümüzde bu derece önemli olmasının en büyük nedeni sosyal ağlardır. Sosyal ağların en eskisi ve en bilineni Facebook'tur (Hughes vd., 2012).

Sosyal ağ kullanıcıları diğer insanlarla iletişim kurmak için profil oluşturur daha sonra bu profili paylaşır. Bu paylaşımlar fotoğraf, video veya bireysel faaliyetler olabilmektedir. Her kişi kendi profilini istediği şekilde düzenleyebilmektedir (Boyd ve Ellison, 2007).

Sosyal ağlar ortak ilgi alanlarına sahip kişileri bir araya getirmektedir. Yapılan paylaşımlar yalnızca bireysel değil gruplar halinde de yapılmaktadır. Bu nedenle topluluklar istedikleri projeleri kolayca yürütüp hayata geçirebilmektedir (Akar, 2013).

Facebook

Sosyal ağların ilki ve en eskisi olan Facebook, Harvard Üniversitesi öğrencilerinden Mark Zuckerberg tarafından 2004 senesinde kurulmuştur. Kurulma amacı üniversitedeki öğrencilerin iletişiminin kolaylaşmasıdır.

Facebook kullanıcıları bu platforma üye olurken profil fotoğrafını, bireysel bilgilerini ekleyerek kendilerine ait bir profil oluşturmuş olurlar. Bu platform çevrimiçi bir platformdur ve üye olan kişiler birbirleriyle fotoğraf ve video paylaşabilmektedirler. Aynı zamanda birbirleriyle de mesajlaşabilmektedirler (Kara ve Coşkun, 2012).

Facebook en başta üniversitedeki öğrencilerin birbirleriyle iletişim kurabilmesi için kurulmuştur fakat daha sonra bu platform 2006 yılında herkesin kullanımına açılmıştır (Shih, 2009).

Facebook sayesinde bu platformun kullanıcıları diğer kullanıcılarla etkileşime geçerek sosyalleşmekte ve çevresini genişletmektedir. İnsanlara yeni kişiler tanıyabilme, ilişki kurabilme, fotoğraf, video paylaşma, etkinlik planlama, mesajlaşabilme, gruplara üye olma gibi olanaklar sağlamaktadır (Kara ve Coşkun, 2012).

Facebook'un ücretsiz olması bir diğer artı yönüdür. Kazanç sağlamak için reklam ve sponsorluk anlaşmaları yapmaktadır. Kısa sürede bu kadar popüler olması ve

kullanımının yaygınlaşmasının nedeni her kesimden insana hitap etmesidir. Dil seçeneğinde çeşitliliğin fazla olması kullanım alanını genişletmektedir.

MySpace

MySpace 2005 ile 2008 seneleri arasında oldukça popüler bir sosyal medya platformu olmuştur. Facebook'un kurulması ile popüleritesini kaybetmiş olsa da kullanan kişi sayısı artmaya devam etmiştir.

MySpace ücretsiz kullanım olanağı sağlamaktadır. Kullanıcı kitlesinin birçoğu henüz ünlü olmamış genç kesimdir. Bu kesim siteye şarkılarını yükleyerek kendini tanıtmaya olanağı bulmaktadır. MySpace bunun için herhangi bir ücret talep etmemektedir, kullanıcılar kendilerini ücretsiz bir şekilde tanıtmaya olanağı yakalamaktadır.

MySpace uygulaması, kullanan kişilere kişisel bilgilerini, fotoğraflarını, videolarını, bağlantılarını, beğendiği şeyleri, ses kayıtlarını paylaşma olanağı sunan bir sosyal medya uygulamasıdır. Bu bilgiler yalnızca kullanıcının istediği kişilerle paylaşılmaktadır (Patchin ve Hinduja, 2010).

LinkedIn

LinkedIn'in kurulma amacı iş dünyasına fayda sağlamaktır. Bu platformda kullanıcılar profesyonel olarak bildikleri kişiler ile bağlantı kurmaktadır. LinkedIn üyesi kişi bu platformda becerilerini, çalışma geçmişini ve eğitim seviyesini vurgulamaktadır. Bu şekilde iş dünyası profesyonelleri arasındaki iletişim daha hızlı ve kolay hale gelmektedir.

Bloglar

Bloglar weblog adından türemiştir. Genellikle kişiler ya da topluluklar diledikleri konular üzerinden yazılar yazıp paylaşabilmektedirler. Bu bloglara çevrimiçi günlükler adı verilmektedir. Bu platformda yazılan yazılar geniş kitlelere hızlıca ulaşır o kitleler tarafından yorumlanabilmektedir. Bu içerikleri yayınlamak ücretsizdir. İçerik üretip paylaşmak için üst düzey bilgi birikimine ihtiyaç yoktur (Kömürcü, 2018).

Bloglar dört gruba ayrılmaktadır. Bunlar; kurumsal bloglar, kişisel bloglar, temasal bloglar ve topluluk bloglarıdır. Kurumsal bloglar, işin profesyonelleri tarafından hazırlanır ve şirket ile tüketici arasındaki bilgi akışını sağlar. Kişisel bloglar, kişilerin hayatlarında yaşadıkları bir olayı veya kurguladıkları hikayeleri kendi isteklerini göre

şekillendirip yazıya dökmesidir. Temasal bloglar, çeşitli sektörleri içerir. Bu blogların yazarları yazılan konu hakkında tecrübeli kişilerdir. Topluluk blogları, birden fazla yazarın birlikte bir konu hakkında içerik üretmesidir.

Wikiler

Wikiler çeşitli içeriklerin yüklenip ve bu içeriklerin düzenlenebildiği belgelerdir. Bu özelliği sayesinde kullanıcılar okuyucu olmalarının yanında yazar durumuna da geçmektedir. Bu durum nedeniyle içeriklerin güvenilirliği hakkında şüpheler oluşmaktadır. İçeriği düzenleyen kişinin bilgi birikimi ve yazılan yazının doğruluğundan emin olunamamaktadır (Dağıtmaç, 2015, s.60-61).

En fazla kullanılan ve bilinen wiki; Wikipedia'dır. Wikipedia da milyonlarca makale bulunmaktadır. Kullanım açısından oldukça anlaşılır ve kolaydır. Çeşitli dil seçenekleriyle birden fazla dilde yazılıp okunabilmektedir (Dikbıyık, 2016).

Forumlar

Forumlar, çeşitli konular hakkında çevrimiçi olarak fikir alışverişi yapılan bir platformdur. Bu platformun en cezbedici tarafı belirli ilgi alanlarına hitap eden paylaşımların yapılmasıdır. Genellikle video, fotoğraf ve link paylaşılmaktadır ve bireysel olarak kullanılmaktadır (Soytürk, 2008).

Podcast

Podcast, pod ile broadcast sözcüklerinin birleşiminden meydana gelmiştir. Podcastler sesli bloglar olarak açıklanabilmektedir. Her bölümde birbirinden farklı konular işlenmektedir. Podcastler kaydedildikten sonra bu platforma yüklenmekte ve kişi istediği zaman istediği yerde kolayca dinleyebilmektedir. Podcast oluşturmanın maliyeti çok düşüktür bu sebeple profesyonellerin ilgisini çekmiştir ve günümüzde oldukça popüler hale gelmiştir (Yücel, 2020).

İçerik Ağları

Sosyal medya kullanıcıların paylaşımlarını diğer kullanıcıların görmesine olanak sağlayan sosyal medya uygulamalarının genel ismidir.

Instagram

Sosyal medya platformlarından biri olan instagram 2010 yılında kurulmuştur. İki sene sonra Facebook tarafından satın alınmıştır. İlk kurulduğunda yalnızca video ve fotoğraf paylaşılabilmekteydi. Zamanla gelişerek mesajlaşma, canlı yayın yapabilme, alışveriş yapabilme gibi seçenekler eklenmiştir.

Instagram uygulaması tamamen ücretsiz olarak kullanılabilir. Kullanıcılar paylaşmak istedikleri fotoğraflara uygulamada mevcut olan filtreleri ekleyebilir. Paylaşılan bu fotoğraflara kullanıcılar yorum yapabilir, beğenebilir ve kullanıcı isteğine göre bu aktiviteleri kısıtlayabilir. Mesajlaşma özelliği sayesinde kişiler kolayca iletişime geçebilir. Kullanıcılar iletişim kurmak istemediği kişileri engelleyebilir. Bu uygulamada kişiler bulundukları konumu paylaşabilirler. Kullanıcılar eğer isterlerse ticari amaçları için de kullanabilirler. Instagram'ın keşfet kısmı ile kullanıcılar, ilgi alanları ve beğendikleri hesaplara ulaşabilirler. Her kullanıcı kendi kişisel profilini gizleyebilir.

Gün geçtikçe kullanımı artan bu uygulama, dünyanın her yerinden kullanıcı kitlesine sahiptir. Ülkemizde en çok kullanılan ikinci sosyal medya platformudur.

YouTube

YouTube 2005 yılında Amerika'da kurulmuş bir sosyal medya platformudur. 2006 yılında Google tarafından satın alınmıştır. Video izlemek ve video paylaşmak amacıyla ortaya çıkmıştır (Bostancı, 2010).

Kullanıcıların video izlemek için üye olmalarına gerek yoktur fakat içerik yüklemek istediklerinde üye olmaları gerekmektedir. Kişiler ürettikleri içerikleri video haline getirip oluşturdukları kanala yüklemektedirler. Yüklenen videolar herkese açık hale gelmektedir ve izleyen kişiler yorum yapabilmektedir. Bu platform sayesinde insanlar sevdikleri içeriklere kolayca ulaşabilmektedir (Ertemel ve Pektaş, 2018).

Günümüzde sosyal medya kullanımı artış göstermektedir. İnsanlar çeşitli içerikler üretip kendilerini videoya çekmektedir bu sebeple YouTube kullanımı artmıştır ve popüler hale gelmiştir. Bu kişilere Youtuber adı verilmektedir. Youtuberlar çektikleri videolar ile takipçi kazanmaktadırlar. Yüksek takipçisi olan youtuberlar daha fazla izlenmektedirler. Ülkemizde YouTube en çok kullanılan sosyal medya platformlarından biridir.

Foursquare

Foursquare, konum bildirme özelliği olan bir sosyal medya platformudur. Kişiler bireysel bilgilerini girerek üye olabilmektedirler. Kullanıcılar gittikleri yerlerin konumunu girerek diğer kullanıcılarla paylaşabilmektedir.

Foursquare uygulamasının bir diğer özelliği arkadaş ekleme seçeneğinin olmasıdır. Uygulamayı kullanan kişiler konumlarını bildirerek bağlantı kurdukları arkadaşlarının konumlarıyla kıyaslayabilmektedirler (Ünlü, 2018).

TikTok

TikTok 2016 yılında kurulmuştur. Milyonlarca üyeye sahip olan bu uygulama Çin'de çok rağbet görmüştür. TikTok uygulamasında video ve fotoğraf paylaşılabilmektedir. TikTok ayrıca canlı yayın yapma olanağı da sunmaktadır. Kullanıcılar uygulamadaki mevcut efektleri kullanarak çeşitli videolar çekebilmektedirler. Bu uygulamayı kullanmak ücretsizdir. Kullanıcılar birbirlerini takip ederek yaptıkları paylaşımlara erişebilmektedirler (Akyazı, 2020).

Pinterest

Pineterest 2010 yılında ABD'de Ben Silbermann, Evan Sharp ve Paul Sciarra tarafından kurulmuştur. Kurulma nedeni çeşitli alanlardaki görsellerin bulunduğu panolar ortaya çıkarmaktır. Bu uygulamanın kullanıcıları istekleri görselleri bir panoda birleştirme olanağı bulabilmektedir (Özdinç, 2014).

Spotify

Spotify, 2006 yılında kurulmuş bir müzik alışverişi sistemidir. Spotify içerisinde milyonlarca şarkı barındırmaktadır. Bu uygulama ile kişi dilediği şarkıyı kolayca aratarak dinleme olanağına sahip olmaktadır. Kullanıcılar istedikleri takdirde kendi profillerini oluşturabilmekte ve şarkılarını paylaşabilmektedir. Bu sebeple günümüzde kullanımı oldukça yaygındır (Kreitz ve Niemela, 2010).

Mikrobloglar

Mikrobloglar bir blog türüdür fakat bloglardan farklı olarak daha kısa ve kelime sayısı sınırlıdır. Mikrobloglar ile kişiler fikir ve düşüncelerini anlık olarak paylaşabilmektedir. Güncelliğini koruyabilmesi amacıyla en son yazılan yazı en üstte gözükmetedir (İçirgin, 2018). En yaygın kullanılan mikroblog uygulaması Twitter'dır.

Twitter’da kişi istediği an g¼ncel olarak paylaşım yapabilmektedir ve diğer kullanicıların paylaşımlarını g¼r¼p yanıt verebilmektedir.

Twitter

Twitter 2006 yılında kurulan sosyal medya platformlarından biri ayrıca bir mikroblog çeşididir. T¼rkiye’de çok pop¼ler olan bu uygulama haberleşmede oldukça ¼nemlidir (Y¼ksel ve ark., 2020).

Twitter kullanicıları anlık fikirlerini paylaşmanın yanı sıra fotoğraf ve video paylaşabilmektedirler. Yazı paylaşırken karakter sınırı bulunmaktadır bu nedenle paylaşılan yazı uzun ve karmaşık olmamaktadır.

Kullanicılar istedikleri kişileri takip edebilmektedirler. Kullanicıların paylaştıklarına tweet adı verilmektedir. Tweet atabilir, başkalarının tweetlerini retweetleyebilir veya beğenilerine ekleyebilmektedirler. Ayrıca herhangi bir kişinin tweetine yanıt verebilirler. G¼ndemi kolayca ve ¼cretsiz biçimde takip etme olanağı yakalayabilmektedirler. Bunları yaparak bu mecra da g¼r¼n¼rl¼klerini arttırabilmektedirler (Tian ve ark, 2012). G¼n¼m¼z teknoloji ağı olduğundan dolayı Twitter kullanımı oldukça yaygınlaşmış ve artmıştır.

Tumblr

Tumblr, mikrobloglar içerisinde en fazla kullanıma sahip olanlardan biridir. Uygulama; ses, fotoğraf, metin, video ve bağlantı paylaşma olanağı sunmaktadır. Kullanicılar takipçi edinip onlarla iletişim kurabilmektedir. Twitterdan farklı olarak yazılan metinlerde karakter kısıtlaması bulunmamaktadır. Twitter’dan sonra en yaygın kullanım alanına sahip mikroblog uygulaması Tumblr’dır.

Sosyal Medya Bağımlılığı

Sosyal medya bağımlılığını anlatabilmek için ¼ncelikle bağımlılık kavramı açıklanmalıdır. Madde bağımlılığı, kişide ruhsal, fiziksel, psikolojik ve sosyal problemlere sebep olmasına rağmen maddenin bırakılamaması veya madde alma isteğine engel olunmaması olarak tanımlanmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı davranışsal bir bağımlılıktır. Sosyal medya bağımlıları ile madde bağımlıları benzer belirtiler g¼sterirler. Kullanicılar sosyal medya platformlarına fazla zaman harcarlar ve bu durum yaşamının diğer alanlarını etkilemeye başlar. İş, aile ve sosyal hayatlarına ayıracakları vakti sosyal medya uygulamalarına ayırırlar bu

sebeple bağımlılık meydana gelir (Hazar, 2011). Sosyal medyayı kullanmadıklarında kullanma konusunda zorunluluk hissedebilirler. Bireysel problemlerden kaçış olarak görme eğilimi gösterebilirler. Sosyal medyayı kullanmadıklarında rahatsızlık hissedebilirler ve azaltma konusunda sorun yaşayabilirler. Sosyal medya platformlarının sunduğu özellikler kişilerin bağımlılık geliştirmesine yol açabilmektedir (Kırık, 2013, s. 95; Hwang, 2017, s. 1033).

Kişilerin sosyal medyayı kullanma biçimi farklılık göstermektedir. Her kullanıcının amacı farklı olduğundan bağımlılık geliştirme süreci de farklı olmaktadır. Kimileri sosyalleşmek için kullanırken kimileri yalnız kalabilmek için kullanmaktadır (Hazar, 2011).

Bazı çalışmalar sosyal medya bağımlılığını kişinin; cinsiyetiyle, geliriyle, yaşıyla, depresif belirtiler gösterip göstermediğiyle, sosyal medyayı kullanma süresiyle ilişkilendirmiştir (Aktan, 2018; Demirli ve Arslan, 2018; Günay ve ark., 2018).

Üniversite öğrencileriyle yapılan bir araştırmada, Türkiye'deki öğrencilerin sosyal medya platformlarında geçirdikleri zamanı, insanlarla yüz yüze sosyalleşip aktivitelere katılmaya tercih ettikleri sonucuna ulaşılmıştır (Hazar, 2011, s. 171).

Sosyal medya uygulamalarının gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla bağımlılık riski artış göstermiştir. Araştırmalar incelendiğinde sosyal medya uygulamalarında geçirilen zamanın kişide zevk uyandırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Alınan bu zevk kişide bağımlılığa neden olabilmektedir. Sosyal medyanın amacı kişiler arasında iletişimi kolaylaştırmak ve sosyalleşmeye katkıda bulunmaktır fakat bu özellik kimilerine fayda sağlarken kimilerini kısıtlamaktadır (Desjarlais, 2019).

Alanyazın incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı konusunda yapılan araştırmaların genellikle gençler üzerinden yapıldığı görülmektedir. Üniversite öğrencileri ile yapılan çalışmalara bakıldığında sosyal medya kullanımının arttıkça, bağımlılığın da arttığı sonucuna ulaşılmıştır (Aktan, 2018; Balci ve Gölcü, 2013). Gençler üzerinde yapılan çalışmaların literatüre çok büyük katkısı olmuştur.

Sosyal Medya Bağımlılığı Tanı Ölçütleri

DSM-5'te sosyal medya bağımlılığı tanı ölçütleri bulunmamaktadır. Bağımlılık kavramı içerisinde çeşitli türler mevcuttur. Bu türlere baktığımızda ortak ölçütlerden bahsetmek mümkündür.

Young, internet bağımlılığı için sekiz ölçüt belirlemiştir. Bunlar:

1. Kullanıcı internete girmediğinde sürekli olarak internette yapabileceği şeyleri düşünüyor mu?
2. Kullanıcının internetten aldığı zevk daha fazla internet kullanma isteği yaratıyor mu?
3. Kullanıcının internet bağımlılığını azaltma girişimleri sonuçsuz kalıyor mu?
4. Kullanıcı interneti kullanmadığı zamanlarda üzgün, agresif veya depresif hissediyor mu?
5. Kullanıcı internette düşündüğünden daha uzun süre kalıyor mu?
6. Kullanıcı normalden daha fazla internet kullanımı yüzünden aile, iş ve sosyal hayatında sorun yaşıyor mu?
7. Kullanıcı internette geçirdiği vakit hakkında yalan söylüyor mu?
8. Kullanıcı interneti istemediği duygu veya olaylardan kaçış olarak görüyor mu?

Sosyal medya bağımlılığı, kişinin iş hayatını, özel ilişkilerini, sosyal yaşamını olumsuz yönde etkilemektedir. Sosyal medya bağımlısı olan kişi bu olumsuzlukların sonucunda duygusal olarak problemler yaşayabilmektedir.

Sosyal Medya Bağımlılığının Etiyolojisi

Etiyoloji, nedenselliğin incelenmesidir. Bir rahatsızlığın arkasındaki nedenlerin incelenmesi durumudur.

Sosyal medya kullanımı kişilere psikolojik açıdan tatmin sağlamaktadır. Sosyal medyanın ilgi çekici olması kullanıcılara hoş gelen bir gerçeklik sunmaktadır. Sosyal medya devamlı olarak değişmekte ve gelişmektedir bu sebeple kullanıcılara zengin bir etkileşim olanağı sunar. Kullanıcılar kişisel ilgi alanlarına ve beğenilerine sosyal medyada karşılık bulabilmektedirler. Tüm bu özellikler göz önünde bulundurulduğunda sosyal medya kişilerin psikolojik ihtiyaçlarına yanıt vererek tatmin duygusu sağlamaktadır. Bu sebeple sosyal medya kullanıcılar üzerinde bağımlılığa sebep olabilmektedir (Babacan, 2016).

Kişiler yalnız hissettikleri anlarda veya sorunlarından kaçmak istediklerinde sosyal medyayı kullanmaya daha fazla eğilim göstermektedirler. Kendi hayatında istediği başarıyı yakalayamamış, insanlarla iletişim kurmakta zorluk çeken bireyler sosyal medya platformlarında bu eksikliklerini giderebilmektedirler. Bu durum kişilerin sosyal medya platformlarına bağımlı hale gelmesine neden olabilmektedir. Özellikle duygusal

ve psikolojik açıdan zorluk yaşayan kişilerde sosyal medya bağımlılığına daha sık rastlanmaktadır.

Sosyal medyanın sunmuş olduğu olanaklar kullanıcıların sosyal medya platformlarında uzun süre vakit geçirmesini sağlamaktadır. Bu nedenle sosyal medya platformları kullanıcılarına sürekli olarak güncel içerikler sunmaktadır. Bu durum sosyal medya bağımlılığına neden olabilmektedir (Kırık, 2013).

Kişilik özellikleri de sosyal medya bağımlılığı üzerinde oldukça etkilidir. İnsanlar sosyal medya platformlarında kendilerini paylaşarak beğenilme isteklerini karşılamak isteyebilmektedirler. Yapılan bazı araştırmalara göre narsist kişiler sosyal medyaya daha bağımlı olabilmektedirler (Demirci, 2019).

Sosyal medyadan uzak kalamama ve daha çok içinde bulunma arzusu gelişmeleri kaçırma korkusu olarak adlandırılmaktadır. Kişiler devamlı olarak internette dolaşmak ve her şeyden haberdar olmak istemektedirler. Bu durum kişilerde internet ve sosyal medya bağımlılığına neden olabilmektedir (Aydın, 2018).

Sosyal medyanın aşırı kullanımı, özellikle genç nesilde bağımlılığa neden olmaktadır. Altta yatan nedenlere bakıldığında biyolojik, psikolojik ve sosyolojik faktörlerin hepsinin bir arada bulunduğu görülmüştür. Bu sonuç tüm bağımlılık türleri için geçerlidir. Sosyal medya bağımlılığı gibi diğer bağımlılık türleri de benzer nedenlere sahiptir (Shaffer ve ark, 2004; Griffiths, 2000).

Sosyal Medya Bağımlılığının Epidemiyolojisi

Sosyal medya bağımlılığıyla alakalı araştırmalar yetersiz kaldığında internet bağımlılığı konusu ile ilgili araştırmalar baz alınabilmektedir. Bunun sebebi iki türdeki bağımlılığın da benzer belirtiler ve sonuçlar doğurmasıdır. Yapılan araştırmalara bakıldığında büyük bir kısmını gençler ile yapılan çalışmalar oluşturmaktadır.

İnternetin insan yaşamına dahil olmasıyla birlikte internet bağımlılığı kavramı da ortaya çıkmıştır. İnternet bağımlılığı, kültür ve coğrafya ayırt etmeden hızlı bir biçimde yayılmaya başlamıştır. İnternetin sunduğu geniş olanaklar, gelecekte bağımlılık kavramının daha yaygın duruma gelebileceğini düşündürmektedir.

Günümüzde sosyal medya kullanımı artarak devam etmektedir. 2022 yılına bakıldığında 4 milyardan fazla sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır. Bu kullanıcıların yarısında fazlası mobil olarak bu mecraları kullanmaktadır. Genç kesim yani 18 ile 29 yaş arasının %88'lik bir kısmı sosyal medyayı kullanırken orta yaşlı kesimin %78'i aktif olarak sosyal medya kullanıcısıdır. Genç kesime göre orta yaşlı

kesimin sosyal medya kullanma oranı daha düşüktür (Ayça, 2020). Çiftçi (2018), Meslek Yüksekokulu öğrencileri ile yapmış olduğu çalışmada erkeklerin kızlara göre sosyal medyaya daha bağımlı oldukları sonucuna ulaşmıştır. Balcı ve Gölcü (2013), 903 üniversite öğrencisi ile yaptıkları çalışmada katılımcıların yüzde 5,1'i Facebook bağımlısı, yüzde 22,6'sı ise riskli kullanıcı durumunda olduğu sonucuna varmışlardır. Aktan (2018), üniversite öğrencileri ile yapmış olduğu çalışmada katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerini düşük seviyede olarak tespit etmiştir. Tutgun (2019), 314 üniversite öğrencisi ile yapmış olduğu çalışmada öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyini az seviyede olarak bulmuştur. Özdemir (2019), 242 üniversite öğrencisi ile yaptığı çalışmada katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerini kullanılan ölçek özelliklerine göre az bağımlı olarak tespit etmiştir. Eşer ve Alkaya (2019), hemşirelik öğrencileri ile yapmış oldukları çalışmada katılımcıların büyük bir çoğunluğunda sosyal medya bağımlılığının varlığını saptamıştır. Filiz ve arkadaşları (2014), 178 öğrenci ile yapmış oldukları çalışmada yüzde 52,8'inin internet bağımlılığına yatkın olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca bu çalışmada cinsiyete bakıldığında kadınlar ve erkeklerin internet bağımlılık düzeylerinin benzer olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Aslan (2010), Mersin Üniversitesi öğrencileri ile yapmış olduğu çalışmada katılımcılar arasında internet bağımlılığını yüzde 2 olarak bulmuştur.

Beden Algısı Kavramı

Beden algısı, imajı veya imgesi olarak adlandırılabilir. Kişinin zihninde bedeniyle alakalı beğendiği veya beğenmediği yerleriyle ilgili düşünceleri ve duyguları olarak tanımlanabilmektedir. İnsanların beden algıları bebeklik dönemlerinden itibaren gelişmeye başlar. Ergenlik dönemi beden algısının gelişiminde oldukça önemli bir dönemdir. Bu dönemde beden gelişimi en üst seviyededir. Bu nedenle kişinin algısı tamamen kendi bedenine yönelmektedir.

Kişi, kendi bedenine yönelik çıkarımlarda bulunurken aynı zamanda diğer insanların bedenleriyle alakalı da fikir sahibi olmaktadır. İnsanların kendi bedenleriyle ilgili düşünce ve algıları diğer insanlarınkiyle farklılık gösterebilmektedir. Kişiler bu öz değerlendirmeyi yaparken bulunduğu toplumun kültüründen etkilenmektedir. Beden algısı sabit değildir, yaşanan olaylara ve durumlara göre değişebilmektedir. Dayatılan güzellik algısı her zaman aynı değildir. Zaman içerisinde değişiklik göstermektedir. Buna bağlı olarak kişinin algısı da değişebilmektedir. Ayrıca ergenlik döneminde vücutta değişiklikler meydana geldikçe yine kişinin bedenine yönelik algısı sabit

kalmamakta değişmektedir. Kısaca, insanların bedenlerine yönelik algıları içsel ve dışsal nedenlerle değişiklik göstermeye müsaittir.

Olumlu ve olumsuz olmak üzere iki tür beden algısı bulunmaktadır. Kişilerin beden algıları olumlu olduğunda sosyal ilişkilerinde daha pozitif, özgüvenli ve başarılı olmaktadır. Olumsuz beden algısına sahip kişiler, özgüvensiz ve negatif duygulanıma sahiptirler (Kaner, 2000).

Kişilerin beden algıları ve benlik saygıları arasında doğrusal bir ilişki vardır. Benlik saygısı, kişinin beden algısının olumlu veya olumsuz olmasından direkt olarak etkilenmektedir. Beden algısı ve benlik saygısı ilişkisi kişinin yaşamında kendisini başarılı veya başarısız olarak atfetmesinde önemli rol oynamaktadır. Bunun sonucunda kişinin kendisi hakkındaki değerlendirmeleri beden algısı ve benlik saygısı ilişkisinden önemli ölçüde etkilenmektedir (Demirer, 2004).

Bu bilgiler göz önünde bulundurulduğunda kişinin kendi bedeni hakkındaki düşünce ve değerlendirmeleri mevcut psikolojik durumunu büyük ölçüde etkilemektedir. Kişinin beden algısı olumsuz olduğunda özgüven problemleri, depresyon, yeme bozuklukları, anksiyete bozuklukları, iletişim sorunları gibi psikolojik rahatsızlıklara yol açabilmektedir.

Beden Algısının Gelişimi

İnsanların beden algıları bebeklik döneminden itibaren gelişmeye başlar. Çocukluk çağındaki birey, motor becerileri ve duygusal iletişimleri sayesinde çevresini anlamlandırmaya başlamaktadır. Güvene karşı güvensizlik döneminde ebeveynlerin tutumları, çocuğun beden algı gelişimi için oldukça önemlidir. Buradaki tutum olumlu olduğu takdirde çocuk, olumlu beden imajı geliştirecektir. Çocuğun okula başladığı yani sosyal çevresinin oluştuğu dönemde ise arkadaşlık ilişkileri, akranlarına kıyasla öğrenme şekli önem taşımaktadır. Bu dönemde çocuğun yaşadığı olaylar, baş etme biçimleri ve kurduğu iletişim beden algısının gelişmesinde rol oynamaktadır. Beden algısının bu kadar önemli olmasının sebebi çocuğun ileriki hayatında kişiliği üzerinde etkisinin olacak olmasıdır (Aydın, 2018).

Ergenlik dönemindeki bireyin beden algısının oluşumunda akranlarıyla olan iletişimi ve onlardan gelen değerlendirmeler önem taşımaktadır. Ergenin aldığı yorumlar ile kendi bedeni hakkında olumsuz bir algıya kapılması özgüvenini etkilemektedir ve bu sebeple çevresiyle olan iletişiminde içe çekilebilmektedir (Amil ve Bozgeyikli, 2015, s. 68-96).

Araştırmalar incelendiğinde yalnızca ergenlik döneminde değil yetişkinlik döneminde de beden algısıyla alakalı sorunlar yaşandığı görülmektedir. Beden algısı kavramının durağan olmaması sebebiyle ergenlikte üst seviye gelişme göstermekte olan beden algısı, yetişkinlikte de gelişmeye ve değişmeye devam etmektedir.

Yaşlılık dönemindeki kişilerin de beden algıları değişmektedir. Bunun nedeni fiziksel olarak değişim göstermeleridir. Saçların dökülmesi, beyazlaması, cildin kırışması veya postür bozulması gibi durumlar beden algılarının değişmesine yol açmaktadır (Aydın, 2018).

Beden Algısının Bileşenleri

Beden algısı üç temel kavramdan oluşmaktadır. Bunlar:

1. **Gerçek Beden:** Kişinin görünümü ve fiziksel yapısı gerçek beden olarak tanımlanmaktadır. Kilo ve boy gibi ölçülebilen verilerdir. Dışarıdan bakan her göz aynı fiziksel özellikleri nesnel bir biçimde görmektedir. Kişinin ebeveynlerinden genlerle gelir ve çevresel koşullar ile değişim gösterir (Temel, 2005).
2. **İdeal Beden:** Kişinin tüm bedeninin veya bir kısmının olmasını istediği formudur. Beden ideali sabit değil değişkendir bunun nedeni zamanla kişinin bedeninde meydana gelen değişimle birlikte ideal beden düşüncesi de değişmektedir. Kişinin zihninde ideal beden düşüncesinin oluşmasında, çocukluk çağındaki ebeveyn tutumları, medya, sosyal çevreden alınan geribildirimler, yaşanan toplumun kültürü gibi durumlar etkili olmaktadır. Kişinin gerçek bedeni ile zihnindeki ideal beden düşüncesi arasındaki fark fazla olduğunda bu durumdan etkilenme oranı da o kadar yüksek olmaktadır. İdeal beden gerçek beden gibi nesnel değil öznelidir (Temel, 2005).
3. **Beden Sunumu:** Beden sunumu, ideal beden ve gerçek beden ile ilişkilidir. Kişi zihnindeki ideal beden görüntüsüne ulaşabilmek amacıyla çeşitli estetik operasyonları yaptırır. Her zaman ameliyatlara değil bazen de yapılan makyaj, kıyafet, saç rengi gibi daha basit uygulamalarla da gerçekleştirebilmektedirler. Kişinin asıl amacı gerçek bedenini zihnindeki ideal bedene uydurarak daha iyi hissedebilmektir (Krishen and Worthen, 2011).

Beden Algısına İlişkin Teoriler

Sosyo-Kültürel Teori

Sosyo-kültürel teori, beden algısı kavramı ile alakalı dış görünüş standartlarının olduğunu söylemektedir (Henderson, 2012).

Kültür her kesimde farklılık göstermektedir. Her kültürün kendine göre çekicilik standartları bulunmaktadır. İnsanlar daha güzel olarak algıladıkları kişilere farklı tutum gösterme eğilimindedirler. Sosyo-kültürel teori insanların olumsuz beden algısına sahip olmalarını bu duruma bağlamaktadır (Morisson vd, 2004).

Medyada gösterilen zayıflığın çekici olduğuna dair mesajlar kadın bedeninin nesneleştirmektedir. Kadınlar bu algıdan olumsuz etkilenebilmektedirler. Araştırmalar incelendiğinde reklamlarda gösterilen kadın bedeni bütünden çok parçalara odaklanmaktadır. Erkekler kadınlara göre daha aktif rollerde oynarken kadınların bir resim gibi hareketsiz oldukları görünmektedir (Sel, 2016).

İdeal beden algısı zaman içinde değişkenlik göstermektedir. Günümüzde insanların gerçek bedenleri ile ideal beden algıları oldukça farklıdır. Kitle iletişim araçlarında özellikle reklamlarda gösterilen zayıf kadın bedenleri gerçeği yansıtmamaktadır. Aynı şekilde erkek bedeni de medyada kaslı bir vücut olarak gösterilmektedir. Zayıflığı güzellik olarak nitelendiren veya erkeklerin kaslı olması gerektiğine dair mesajlar gönderen medya, gerçek yaşamdaki kadınların ve erkeklerin bedenleri hakkındaki değerlendirmelerine etkilemektedir (Aydın, 2018). Yansıtılan bu ideal bedenlere sahip olunamadığında kişiler bedenlerini olumsuz olarak algılamakta ve bu algı psikolojik sorunlara yol açabilmektedir (Tiggemann, 2011).

Sosyal Karşılaştırma Teorisi

Sosyal karşılaştırma teorisi, insanların kendi özelliklerini diğer insanların özellikleriyle kıyaslamasıdır. Bu kıyasın nedeni kişinin kendi değerini belirlemede sıkıntı yaşamasıdır (Festinger, 1954).

Kişiler kendilerini iki biçimde karşılaştırmaktadır aşağı ve yukarı yönlü olarak. Aşağı yönlü karşılaştırmada kişi kendisinden daha aşağı seviyede olan biriyle karşılaştırır ve bu kıyasında sonucundan memnun olmaktadır. Yukarı yönlü karşılaştırmada ise kişi kendisinden daha üst seviyede bir kişiyle kıyaslar ve bunun sonucu olumsuz olabilmektedir. Bu iki sonuca göre kişinin özgüveni değişiklik göstermektedir (Fardouly, Pinkus ve Vartanian, 2017).

Medyada yansıtılan ideal beden görüntüsü kişinin kendisini kıyaslaması için bir standart oluşturmaktadır. Özellikle kişiler, mankenlerle kıyas içine girdiklerinde olumsuz beden algılarının oluşması muhtemeldir. Bu durum kişide beden memnuniyetsizliğine neden olmaktadır.

Üçlü Etki Teorisi

Bu teori; akran gruplarının, ailenin ve medyanın beden algısı üzerindeki etkisini açıklamaktadır. İnsanlar arkadaşları ile sohbet ederken çeşitli durumlarda ve konularda kendilerini karşısındaki kişiyle karşılaştırabilmektedirler. Bu kıyas sonucunda kişinin zihninde bir beden algısı oluşur. Kişinin büyüdüğü aile ortamı da beden algısı gelişiminde önemli rol oynar. Özellikle ebeveynler bu konuda oldukça etkilidir. Sonuncu ve en etkili medyadır (Aydın, 2018).

Beden Algısı Etkileyen Faktörler

Beden algısını etkileyen birçok faktör vardır. Bunlar: yaş, cinsiyet, kilo ve toplumsal etkiler olmak üzere çeşitlenmektedir.

Yaş

Beden algısı çocukluk çağından itibaren gelişmeye başlar. Ergenlik dönemi kişinin beden algısının en çok geliştiği ve değiştiği dönemdir. Bunun sebebi ergenlik dönemindeki fizyolojik ve psikolojik değişimlerin en üst seviyede olmasıdır. Kızlarda erkeklere kıyasla daha önce başlamaktadır. Beden algısı sürekli gelişim ve değişim gösterdiğinden bu durum genç yetişkinlik döneminde de devam etmektedir. Genç yetişkinlik döneminde kişinin beden algısı çevresine göre değişim gösterebilmektedir (Ercan, 2018).

Cinsiyet

Beden algısını etkileyen bir diğer faktör cinsiyettir. Araştırmalar incelendiğinde kadınların erkeklere kıyasla bedenlerine daha odaklı oldukları görülmüştür. Bu nedenle kadınlar için sergiledikleri beden önem taşımaktadır.

Yaşanılan toplumun kültürü özellikle kadınların beden algısında etkili olmaktadır. Kadınların bedenleriyle olan meşguliyeti erkeklerden fazla olduğundan dolayı kadınların toplum etkisiyle olumsuz beden algısı geliştirmesi daha muhtemeldir. Medyada yansıtılan zayıflık güzelliği algısı her yaştan kadını etkilemektedir. Kilo

olmak kadınlar için iş hayatında ve özel yaşamında etiketlenmeye sebebiyet verebilmektedir (Güzel, 2013).

Sosyal medyada kullanılan filtreler, güzel görünme kaygısından kaynaklanmaktadır. Bu mecraları kullanan yüksek takipçili kişilerin paylaşımları büyük bir kitleyi etkilemektedir. Burada paylaşılan estetik ameliyat görüntüleri kişileri etkileyerek cerrahi operasyon olmaları yönünde teşvik edebilmektedir (Oktan ve Şahin, 2010).

Kilo

Yeme bozuklukları ve obezite çağımızın en büyük problemlerinden biridir. Bu iki problem kişide beden algı bozukluğuna yol açabilmektedir. Herkesin olması gereken bir kilo sınırı vardır. Bu beden kitle indeksidir. Kişi bu indeksin normal sınırları dışındaysa fiziksel ve sosyal açıdan zarar görebilmektedir.

Toplumun yapısında göre kiloya bakış açısı değişkenlik göstermektedir. Türkiye’de yemek kültürü oldukça geniştir. İnsanlar yemek yemeyi de yedirmeyi de sevmektedir. Bu nedenle kilolu olmak özellikle çocukluk çağında istenen bir durumdur. Fakat bu durum çocuk büyüyüp yetişkinliğe geçerken sorun olmaktadır. Bu çelişkili mesaj nedeniyle kişi bir karmaşa yaşar ve benlik saygısı azalır.

Medyada sunulan ideal beden algısı, kişilere bu standarda uymaları gerektiğini düşündürür. Kişinin ideal bedeniyle gerçek bedeni arasındaki fark yüksekse bu durum kişide psikolojik rahatsızlıklara neden olur. Kişinin benlik saygısı olumsuz etkilenecek özgüvende azalmaya ve depresif belirtilere sebebiyet verebilmektedir.

Beden Algısını Etkileyen Toplumsal Faktörler

Beden algısı toplumsal faktörlerden oldukça etkilenmektedir. Kişinin gelişiminde içine doğduğu ve büyüdüğü toplumun kültürü büyük önem taşımaktadır. Ailenin özellikleri, toplumun kültürü gibi faktörler kişinin benlik gelişimini etkilemektedir. Toplumun fiziksel görünüşe bakış açısı, medyanın tasviri, haberler, reklamlar gibi etmenler kişinin zihninde bir beden yaratmaktadır. (Değirmenci, 2006).

Medyada görünen zayıf beden görüntüsü neredeyse tüm toplumları etkisi altına almıştır. İnsanlar, zayıf olmayı güzel olmak olarak algıladığından buna ulaşabilmeyi başarı olarak görmektedirler. Bazen de istedikleri sonuca ulaşırsalar bile tatmin olmamaktadırlar. Bu da kişide psikolojik rahatsızlıklar yaratmaktadır.

Depresyon Tanımı

İnsanlar yaşamları boyunca olumlu veya olumsuz birçok duruma maruz kalırlar. Maruz kalınan bu durumlar kişinin duygu dünyasında çeşitli etkiler yaratır. Depresyon bir duygu durum bozukluğudur. Kişilerin yaşam içinde karşılaştıkları güçlükler depresyona neden olabilmektedir. Depresyon, günlük yapılan işleri yapmada isteksiz olma, olağan aktiviteleri yapmaktan haz almama, çökkün duygu durum, halsizlik, yorgunluk, ilgi ve dikkat eksikliği gibi sorunlarla karakterize edilmiş bir duygu durum bozukluğudur.

Her insanın yaşadığı olaylara verdiği tepkiler farklılık gösterir. Bu nedenle depresyona neden olan durum kişinin yaşadığı olayları nasıl algıladığı ve nasıl tepki verdiğiyle ilgilidir. Depresyondaki kişi olup bitenlere negatif tepkiler verir bu nedenle düşünce içeriği de olumsuzdur. Kendini yetersiz, değersiz, işe yaramaz hisseder ve kendine karşı düşüncelerinde çok acımasızdır. Çevresinde gelişen bütün olayları olumsuz algılamaya eğilimlidir. Depresyondaki kişinin olumsuz düşünce inançlarının değiştirilmesi oldukça zordur. Yaşanan bir olayın her zaman olumsuz tarafını görmektedir bu durum kişinin bilişsel hatalarından kaynaklanmaktadır.

Depresif ruh hali kişinin sosyal ilişkilerinde de zarara yol açmaktadır. İş hayatında eskisi gibi verimli olamadığından sorumluluklarını yerine getiremez ve arkadaşlık ilişkilerini yürütecek enerjiyi kendinde bulamaz. Kişi daha önce zevkle yerine getirdiği gündelik işlerini bile yapamayacak duruma gelir. Depresyon tüm dünyada sıkça rastlanan bir duygu durum bozukluğudur (Kaya, 2007).

Yapılan araştırmalara göre her beş kişiden bir tanesi hayatının bir kısmında depresyon ile mücadele etmiştir. Kadınlar ile erkekler karşılaştırıldığında kadınların depresyona girme riski daha yüksek bulunmuştur. Ayrıca kadınların yaşadığı bu ruhsal sorundan dolayı yardım arama oranı da erkeklere göre daha yüksektir. Ebeveynlerinde depresyon öyküsünün bulunması, kadın olmak ve yalnız yaşamak depresyon ihtimalini arttırmaktadır (Mete, 2008).

Depresyon, yaş ve cinsiyet fark etmeksizin herkeste görülmektedir. Oran olarak bakılacak olursa; ergenlik ve genç yetişkinlikte görülme olasılığı daha yüksektir. Bunun sebebi, ergenlik ve yetişkinliğe geçiş dönemlerinde kişinin psikolojik açıdan değişimler yaşamasıdır. Bu yaş aralığındaki kişilerde kendilerini değersiz, yetersiz, işe yaramaz, suçluluk tanımlamaları görülmektedir. Bu tanımlamalar kişileri depresyona daha yatkın hale getirmektedir.

Depresyonu tedavi etmede farklı yöntemler kullanılmaktadır. Bunlar: psikoterapiler, elektro konvülsif tedavi ve antidepresanlardır. Antidepresan tedavisi kişiden kişiye farklılık göstermektedir. Kullanılmaya başlandığı an etkisini göstermemektedir bu nedenle uzun süre kullanımın ardından etkisi hakkında net bir yorum yapılabilmektedir. Elektro konvülsif tedavide kişinin beynine elektrik akımı verilerek suni epileptik nöbetler oluşturulur. Psikoterapiler kişinin iyilik halini arttırmayı amaçlar bu nedenle kişiye duygusal ve davranışsal problemlerini çözmesinde bir uzman tarafından destek sağlanır (Mete, 2008).

Türkiye’de yapılan araştırmalar incelendiğinde gençlerde depresif duygu durumun artmakta olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Aytar ve Erkman 1985). Zevk alamama, ilgi ve istek kaybı, uykusuzluk, iştahsızlık, çökkün duygu durum, benlik saygısında düşüş gibi belirtiler kişinin depresyonu hakkında bilgi vermektedir. Depresyonun düzeyi fark etmeksizin bu belirtileri gösteren kişilere psikolojik destek verilmesi özellikle gençlerin ruh sağlığı için önem taşımaktadır.

Depresyonun Belirtileri

Depresyondaki kişide görülebilecek belirtiler şunlardır:

- **Çökkün Duygu Durum:** Depresyonun en temel özelliklerinden biridir. Depresyondaki kişi üzüntülü ve mutsuzdur ve bu duyguları en yoğun şekilde yaşamaktadır.
- **Zevk Alamama ve İlgi veya İstek Kaybı:** Depresyondaki kişi her zaman yaptığı aktiviteleri artık yapamamaya, zevk alamamaya ve ilgisini kaybetmeye başlar. Kişiler günlük olarak yaptıkları en basit işleri bile yapmakta sorun yaşarlar. İlk zamanlar gündelik işlerini ertelerler fakat zaman ilerledikçe hiçbirini yapmamaya başlarlar.
- **Yorgunluk ve Enerjide Azalma:** Depresyondaki kişi yorgun hissettiği için işlerini yapmakta zorlanır. Eskiden kendisine keyif veren aktiviteleri bile yapacak enerjiyi sahip değildir. Son noktada ise yataktan dahi çıkacak gücü kendinde bulamaz.
- **Değersizlik, Yetersizlik ve Suçluluk Duygusu:** Kişi eskiden yaptığı hiçbir şeyi aynı şekilde yapamadığından dolayı yetersizlik duygusuna kapılır. Kendine olan güveni azaldığından kendisini değersiz hisseder. Düşünce içeriği olumsuz

olduğu için geçmişi ve geleceğiyle alakalı negatif düşünceler hakimdir ve bu durum suçluluk duygusuna sebep olmaktadır.

- **Psikomotor Ajitasyon:** Depresyondaki kişilerin aktivitelerinde yavaşlama meydana gelebilmektedir. Sürekli olarak yorgun oldukları için hareketlerinde de bu durgunlaşma görülmektedir. Konuşma hızları yavaşlamış ses tonlarında düşüş meydana gelmektedir.
- **Dikkat ve Odaklanmada Güçlük:** Depresyondaki kişiler uzun vadede dikkat gerektiren işleri yapmakta güçlük çekebilmektedirler. Dizi veya film izleme, kitap okuma gibi aktiviteleri yapmaktan kaçınırlar.
- **Uyku Bozukluğu:** Depresyondaki kişilerde uykusuzluk veya aşırı uyuma haline sık rastlanmaktadır. Uykusuzluk yaşayan kişi uykuya dalma ve sürdürmede zorluk yaşamaktadır. Diğer bir durumda ise kişide aşırı uyuma görülebilmektedir.
- **Kilo ve İştah Değişikliği:** Depresyondaki kişilerde iştahta artış veya azalma görülebilmektedir. Bu durum kişiden kişiye göre değişim göstermektedir. İştahta artış veya azalmaya bağlı olarak kişide kilo artışı ya da kilo verme durumuna rastlanmaktadır.
- **İntihar Düşüncesi veya Girişimi:** Depresyondaki kişilerin tekrarlayıcı biçimde ölüm düşünceleri olmaktadır. Depresyonun en önemli belirtisidir.

Depresyonun Tanı Ölçütleri

DSM-5'e göre Majör Depresif Bozukluk ölçütleri şunlardır;

A. İki haftalık dönemde aşağıda verilen beş maddeden en az iki tanesi bulunmalıdır. İlk iki maddenin bulunması zorunludur.

1. Günün büyük bir çoğunluğunda çökkün duygu durum olmalıdır. Bu durumu kişinin kendisi veya çevresi bildirmelidir.

2. Yapılan faaliyetlere karşı ilgide azalma meydana gelmesi. Bu durumun hemen hemen her gün ve günün büyük bir kısmında sürüyor olması.

3. Aşırı kilo alımı veya aşırı kilo kaybının diyet yapılmadığı halde görülmesi. Hemen hemen her gün iştahta azalma ya da artma görülmesi.

4. Günün büyük bir kısmında uyuma veya uykusuzluk yaşanması.

5. Hemen hemen her gün psikomotor ajitasyon yaşanması.

6. Enerjide azalma ve bitkinliğin hemen hemen her gün olması.

7. Günün büyük bir kısmında değersizlik ve suçluluk duygusu hissetme.
8. Hemen hemen her gün odaklanmada zorluk ve karasızlık yaşanması.
9. Yineleyen intihar düşünceleri, özel bir plan tasarlamadan tekrarlayan ölüm düşünceleri veya tasarlanan kendini öldürme planları.

B. Bu belirtiler klinik açıdan belirgin bir zorluğa veya toplumsal alanlar ile diğer alanlarda işlevsellikle azalmaya sebep olur.

C. Bu belirtiler herhangi bir maddeye veya diğer bir sağlık durumunun fizyolojik sonuçları ile ilişkili değildir.

D. Majör depresyonun ortaya çıkma şekli, sanrılı bozukluk, şizofreni, şizoduygulanımsal bozukluk, şizofrenimsi bozukluk veya açılımı şizofreni sınırında ve psikozla giden tanımlanmış veya tanımlanmamış diğer bozukluklarla daha iyi açıklanamaz.

E. Hiçbir şekilde hipomani veya mani dönemi geçirmemiştir.

Depresyonun Etiyolojisi

Kişilerin depresyon geçirmesinin birden çok nedeni bulunmaktadır. Depresyonu etkileyen üç önemli faktör bulunmaktadır. Bunlar: genetik, biyolojik ve psikososyal faktörlerdir.

Genetik faktörlere bakıldığında kişinin ebeveynlerinde depresyon öyküsü var ise görülme ihtimali üç kat daha fazla olmaktadır. Genç yaşta belirtilerin ortaya çıkması konusunda da genetik faktörlerin etkisi olduğu görülmüştür. Sullivan'ın yapmış olduğu bir araştırmaya göre tek yumurta ikizlerinden birinde depresyon görülürse diğerinde de görülme olasılığı artacaktır. Fakat çift yumurta ikizleri olasılık tek yumurta ikizlerinde olduğu kadar yüksek değildir (Tezel ve ark., 2009).

Diğer bir faktör olan psikososyal faktöre bakıldığında kişinin büyüdüğü aile ortamı, yaşadığı olumsuz deneyimler, ekonomik problemler, sağlık problemleri gibi etkenler kişinin ruhsal durumunu etkilemektedir. Depresyona neden olan şey yaşanan olaylar değil onlara nasıl tepki verildiğidir. Bu nedenle kişinin zorlu yaşam olaylarıyla nasıl başa çıktığı ruhsal durumunu etkilemektedir.

Biyolojik faktörlere bakıldığında nörotransmitterler ve hormonlardan kaynaklandığı bilinmektedir. Yapılan araştırmalar incelendiğinde seratonin seviyesinden azalma meydana geldiğinde kişide depresif ruh halinin ortaya çıktığı gözlemlenmektedir. Aynı zamanda dopamin ve norepinefrindeki azalma da depresyona yol açabilmektedir.

Bu üç faktörün birkaçının aynı anda görülmesi depresyon görülme riskini ve şiddetini arttırmaktadır.

Depresyonun Epidemiyolojisi

Depresyon bir duygu durum bozukluğudur ve en çok dikkate alınması gereken ruhsal bozukluklardan bir tanesidir. Görülme oranı oldukça yüksektir bu nedenle sık rastlanmaktadır. Yapılan araştırmalara göre depresyonun görülme sıklığı kadınlarda erkeklere oranla daha fazla bulunmuştur (Gilbert, 2018). Yaşam boyu görülme oranına bakıldığında erkeklerde %5-12, kadınlarda %10-25 olarak bulunmuştur (Blazer, 1999).

Kadınlarda depresyon görülme oranının erkeklerden yüksek olmasının bazı nedenleri vardır. Bunlar; kadınların yaşadığı çevrede maruz kaldığı problemler, çocukluk çağı travmatik yaşantıları, menstürasyon dönemi, sadece kadın olmasından dolayı toplumun yarattığı baskı ve psikolojik şiddet gibi faktörler kadınların depresyona daha yatkın olmasına sebep olmaktadır (Öztürk ve Uluşahin, 2004). Günümüzde kadın erkek arasındaki bu fark giderek azalmaktadır. Bunun nedeni olarak zaman içerisinde toplumların sosyokültürel düzeyinin değişmesi ve gelişmesi gösterilebilmektedir.

Yapılan araştırmalara göre depresyon, yirmili yaşlarda daha sık görülmektedir. En az riskli yaş ise 65 ve üzeridir (Türkçapar, 2020).

Depresyon tekrarlamaya eğilimli bir ruhsal sorundur. Bir kişi hayatı boyunca yalnız bir kere depresyon geçirilebilirken başka bir kişi tekrarlama ihtimali bulunduğundan birden fazla kez de geçirebilmektedir. Her tekrarlanan depresyon epizodundan sonra, diğer epizodun gerçekleşme olasılığı da artış gösterecektir (Segal ve diğerleri, 2003).

Depresyonun Kuramsal Açıklamaları

Bu bölümde depresyonu açıklayan kuram ve yaklaşımlar açıklanacaktır. Bunlar; psikanalitik kuram, davranışçı yaklaşım, kişilerarası yaklaşım ve bilişsel yaklaşımdır.

Psikanalitik Kuram

Psikanalitik kurama göre depresyon, çocukluk döneminde yaşananlar ile karakterizedir. Çocuk benlik saygısını ebeveynlerinin tutum ve tavırlarına göre kazanır. Çocuğun amacı sergilediği davranışların karşılığında ebeveynlerinden onay almaktır. Yetişkinlikte ise kişi aradığı desteği bulamadığı takdirde depresyona yatkın bir hale gelmektedir.

Psikanalitik kuramda depresyonla ilişkili ilk makale Freud'un Yas ve Melankoli adlı makalesidir. Bu makalede açıklanmak istenen, yas kişinin bir yakınını kaybetmesidir. Depresyondaki kişi de bir kayıp yaşamıştır fakat bu kayıp somut bir kayıp değildir kişinin kendiliğidir. Erken dönemlerde sevilen birinin kaybı öfkeye dönüşebilmektedir. Öfkeye dönüşmesinin nedeni yaşanan kaybın inkar edilmesidir. Kimi zaman bu öfke içe dönebilmektedir. Bu öfkenin sonucu olarak kişi kendini suçlamaktadır. Freud bunu şu şekilde açıklar; depresyondaki kişinin ego durumu, kişinin sevgi duyduğu ögeye olan hayal kırıklığının kendine çevrilmesidir. Süperegö ve egonun savaşı depresyonun ortaya çıkmasından önemli rol oynamaktadır. Ego süperegöyü güçsüz bırakır ise ego üzerinde baskı hisseder ve sonunda bunu kaldıramadığında kişiyi depresyona götürür (Brenner, C., 1991).

Benliğe yansıtılan öfke ile suçluluk duygusu yer değiştirir buna bağlı olarak da depresyon tablosu kadar ağır bir tablo sergilemeyen kişiler çevresi tarafında anlayışlı, narin ve duyarlı olarak tanımlanır. Kişi bakım verenleri tarafından yalnız bırakıldığını düşünürse suçluluk hissinden dolayı yetersiz, değersiz ve yaşadığı her şeyin kendi suçu olduğunu düşünür. Bunun sonucunda kişi olumsuz benlik algısı geliştirir.

Bebeğin ilk bağ kurduğu kişi annesidir. Depresyonun temelinde de anne ile bebeğin arasındaki bağlanma ilişkisi yatmaktadır. İlk dönemlerde yaşanan anne ile bebek arasındaki ilişki sorunları devam ederek yetişkinlikte daha büyük problemlere yol açar. Kişi yaşamının ileriki dönemlerinde kayıp ve korku yaşayabilmektedir. Bu durum depresyona yatkın kişiler olmalarına sebep olmaktadır. Yaşanan herhangi bir kayıp geçmiş dönemlerdeki travmalarını anımsatabilmektedir. Yaşanan kayıp durumuna karşı kişinin duyguları karmaşıklaşarak yaşanan öfke benliğine döner ve bu durum depresyona yatkın hale getirir.

Tüm bu teoriler bebeklik dönemimin önemine değinmektedir. Depresyona yatkın olma durumu kişinin nasıl bir çocukluk geçirdiğiyle yakından ilişkilidir.

Kişilerarası Yaklaşım

Kişilerarası yaklaşım, insanların arasındaki iletişimin nasıl olduğunu anlamaya çalışmaktadır. İnsanların yaşadıkları kayıplar hayatlarına önemli değişikliklere sebep olmaktadır. Depresyon yaşayan kişi sosyal yaşama katılacak enerjiyi kendine bulamadığından içe çekilmektedir. Bundan dolayı kişinin sosyal yaşamı sekteye uğramaktadır. Kişilerarası yaklaşım ile psikodinamik kuramın ortak noktası ikisinin de

depresyonu, kişinin ikili ilişkilerindeki rolleri ve iletişimlerinden kaynaklandığını savunmasıdır.

Bowlby'nin öne sürdüğü kuramdan yola çıkarak insanların bebeklik döneminde bakım verenine güvenli veya güvensiz bağlanma geliştirip geliştirmediklerini baz alır. Bu dönemde gerçekleşen bağlanma stili yetişkinlik döneminde insan ilişkilerindeki tutumlarını belirleyecektir. Eğer kişi bebeklik döneminde güvensiz bağlandıysa yetişkinlikte kurduğu ilişkilerde karşı taraftan sürekli onay ve destek belirleyecektir. Bu destek ve onay ihtiyacı kişinin bağımlı olmasına neden olacaktır bu sebeple de depresyona daha yatkın hale gelecektir (Bowlby, 1982, s.337-347).

Kişilerarası yaklaşıma göre depresyon semptom, sosyal yaşam ve kişilik olmak üzere 3 temel yapıya sahiptir. İlk olarak depresif semptomlar belirlenmelidir. Sonrasına kişinin sosyal yaşamı açığa çıkarılmalıdır. Kişiye verilen sosyal desteğin iyileştirici etkisi olabileceği gibi tam tersi olarak kişiyi sıkıntıya sokarak depresyona itebilmektedir. Bu noktada kişinin yapısı iyi analiz edilmelidir. Kişilik ve davranış biçimleri de önem taşımaktadır (Yaygır, 2018).

Davranışçı Yaklaşım

Davranışçı yaklaşım, insan davranışını öğrenme ve koşullanma ilkeleriyle açıklamaktadır. İki veya daha fazla olayın gelişigüzel bir şekilde meydana gelmesi sonucunda bu uyarılar arasında bir çağrışım ortaya çıkmaktadır. Yapılan davranış ödüllendirilirse sürdürme eğilimi gösterir. Eğer cezalandırılırsa sönme meydana gelmektedir. Kişideki problemleri davranışlarda bu ödül ceza durumuna göre sürme veya sönme ortaya çıkmaktadır.

Depresyon davranışçı yaklaşıma göre işten kovulma gibi uyarılara istek eksikliği ve iştahsızlık şeklinde açıklanmaktadır. Öğrenme yaklaşımına göre depresyonun ilk adımlarından biri, kişinin bir yakını kaybetmesi ve o kayıpla beraber mühim pekiştireçleri de kaybetmesi sonucu davranışlarının gerilemesidir. Eğer bu kişi gerekli düzeyde olumlu pekiştireç almazsa depresyon görülebilmektedir (Yaygır, 2018).

Kişinin sosyal çevresinden gelen ilgi, depresyon yaşaması durumunda temel pekiştireçler olmaktadır. Eğer kişi yalnız kalmışsa pekiştireç azalmıştır. Sosyal çevresi tarafından ilgi gösterilmeyen ve yalnız kaldığını düşünen kişi mutsuz olur. Ödül ve davranış arasında böyle çıkmaz bir döngü vardır (Yaygır, 2018).

Seligman'ın öğrenilmiş çaresizlik modeli şunu açıklamaktadır; köpeklerin elektrik şoku almalarının ardından sessizleşmeleri ve çaresiz görünmeleri bir sonraki aşamadaki

aktivitelerine etki edecektir. Köpeklerin bu semptomları ile insanların depresif belirtileri arasında da benzerlik bulunmaktadır. Hayvanlar da insanlar gibi stresli durumların içinde bulundukları zaman gerekli tepkileri veremedikleri, sessizleştikleri ve iştah kaybı yaşadıkları gözlemlenmiştir.

Bilişsel Yaklaşım

Bilişsel yaklaşım Beck ve arkadaşları tarafından geliştirilmiştir. Depresyondaki bir kişi davranışsal bilişsel ve duygusal olarak üç yönde dikkate alınmalıdır. Bu yaklaşım depresyonun bir duygu durum bozukluğu olmasına karşın bilişsel bir bozukluk olarak ele alır. Beck'in bu yaklaşımına göre depresyondaki bir kişi en başta bilişsel olarak zarar görmektedir. Daha sonra duygusal olarak etkilenmektedir. Bu yaklaşımda duygusal problemler şemalar ile açıklanmaktadır. Kişiler çevresinden gerçekleşen olayları bu şemalar ile anlamlandırır ve yine bu şemalar ile çarpıtılmaktadırlar. Depresyonun ortaya çıkmasında kişinin geleceğe, dünyaya ve kendine dair olumsuz düşünceleri sebep olmaktadır (Tayfur, 2018; Yemez ve Alptekin, 1998, s. 21-25).

Depresyondaki kişilerin olumsuz şemalarının olmasının sebebi çocukluk çağında yaşadıkları travmalardır. Her insanın birden çok şeması vardır ve kişiler bu şemalar ile yaşamlarını sürdürmektedir. Depresyondaki kişilerin yaşadıkları olaylar geçmiş travmalarını tetikleyebilmektedir. Bundan dolayı olumsuz şemalar ortaya çıkmaktadır. En sonunda bu ortaya çıkan olumsuz şemalar kişilerin önyargılarını harekete geçirmektedir (Davison ve Neale, 2004: 241).

Depresyondaki kişilerin bilişsel çarpıtmaları şunlardır:

- **Keyfi Çıkarsama:** Herhangi bir durumda elde kanıt olmamasına rağmen bireysel bir sonuca varmaya keyfi çıkarsama adı verilir. Örneğin; yalnızca çok çalışanlar başarıyı yakalayabilir düşüncesi.
- **Seçici Soyutlama:** Olayın bütününe bakmak yerine yalnızca olumsuz yönüne odaklanma durumudur. Örneğin; üzerimize dökülen meyve suyu yüzünden bütünün günün kötü geçeceğini düşünmek.
- **Aşırı Genelleme:** Herhangi bir olayı hayatın tümüne entegre etme durumudur. Örneğin; “İngilizce dersinde başarısızım bu yüzden hiçbir zaman bu dersi geçemeyeceğim.”

- **Kişiselleştirme:** Kişinin yaşanan bir olayı kendiyle ilgisi olmamasına rağmen kendine çekerek suçlu hissetmesi. Örneğin; çocuğu grip olunca annenin suçu kendinde araması.
- **Ya Hep Ya Hiç Düşünceleri:** Bir durum ya siyah ya beyazdır. Keskin sınırlar vardır gri yoktur. Örneğin; kişinin eğer bu işi alamazsam bir daha asla iş bulamam düşüncesi.
- **Olumluyu Yok Sayma:** Olumlu bir olay yaşandığında önemsemeyip olumsuz bir olay olduğunda üzerine düşmek ve suçlu hissetmek. Örneğin; her ameliyatı başarılı geçen bir doktorun bir ameliyatı başarısız oldu diye kendini başarısız olarak etiketlemesi (Bozkurt, 2003: 62).

Sosyal Medya Bağımlılığının Beden Algısı ve Depresyon İle İlişkisi

Sosyal medya bağımlılığı ile ilgili çalışmalar incelendiğinde internet bağımlılığı ve problemli internet kullanımı şeklinde de adlandırıldığı göze çarpmaktadır. Beden algısı kavramı literatürde beden imgesi ve beden imajı olarak isimlendirilebilmektedir. Bu şekilde adlandırılan çalışmalar da göz önünde bulundurulmuştur.

Literatür araştırması yapıldığında sosyal medya bağımlılığının çeşitli psikolojik problemlerle ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan araştırmaya göre internet bağımlısı kişilerin yüzde 50'sinin başka bir psikolojik problemi bulunmaktadır. Bu ruhsal sorunlar içerisinde en fazla görülenler yüzde 38 madde kullanımı, yüzde 33 duygu durum bozukluğu, yüzde 10 anksiyete bozukluğu, yüzde 14 psikotik bozukluk, yüzde 25 depresyon ya da distimi olarak bulunmuştur (Arısoy, 2009).

Bunlar dışında literatürde sosyal medya kullanımının beden algısı ile ilişkilendirildiği çalışmalar da bulunmaktadır. Sosyal medya kullanımının artmasıyla birlikte yapılan paylaşımlar da çeşitlenerek artış göstermektedir. Sosyal medya platformlarında paylaşılan fotoğraflar aracılığıyla ideal beden ve güzellik algısı kullanıcılara empoze edilmektedir (Pittman ve Reich, 2016; Grogan, 2005). Kişiler kendi bedenlerini sosyal medyada yansıtılmak istenen ideal bedenlerle kıyaslayarak olumsuz beden algısına sahip olabilmektedirler. Kullanıcılar, sosyal medya platformlarında dayatılan ideal beden algısına uygun görünebilmek için kendi beden algılarını değiştirmeye çalışmaktadırlar (Uğurlu, 2015). Dayatılan ideal beden algısı nedeniyle kişiler dış görünümünde değişiklik yapma isteği duyabilmektedirler ve bu nedenle estetik operasyonlara başvurabilmektedirler. Estetik operasyon talebi

çoğunlukla kadınlarda görülse de günümüzde erkeklerde de rastlanmaktadır (Odabaş, 2008). Harrison ve Hefner (2014), lise öğrencileri ile yaptıkları bir araştırmada iki farklı grup belirlemişlerdir ve bir grubun fotoğraflarına photoshop yapmışlardır. Photoshop yapıldığından haberdar olan grup photoshoplu fotoğrafların daha güzel olduğunu belirtmişlerdir. Kızlar erkeklere kıyasla dayatılan ideal beden görüntüsüne ulaşmak için görünüşleriyle ilgili daha fazla kaygı duymaktadır. Ercan (2018), yapmış olduğu araştırmaya göre sosyal medya kullanım oranı arttıkça sosyal medyanın dayattığı güzellik algısından etkilenme oranı da artış göstermektedir. Güvenen (2017), lise öğrencileriyle yapmış olduğu araştırmada üç grup belirlemiştir. Sosyal medya, kitle iletişim araçları ve kontrol grubu. Sosyal medya grubundaki öğrencilerden Facebook ve Instagram'a, kitle iletişim araçları grubundakilerden magazin dergilerine 20 dakika boyunca bakmaları istenmiştir. Öğrencilere "Vücut Algısı Ölçeği" ve "Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği" uygulanmıştır. Bu ölçekler uygulamadan önce, sonra ve uygulamadan 30 dakika sonra yapılmıştır. Bu çalışmanın sonucunda kızların erkeklere kıyasla beden algılarının daha düşük ve olumsuz olduğu görülmüştür. Kuzu (2019), yapmış olduğu çalışmaya göre sosyal medyayı aktif olarak kullanan kişilerin kullanmayanlara göre beden algılarının farklılaştığını tespit etmiştir. Sosyal medyayı aktif olarak kullanan kişilerin beden algılarının olumsuz olduğu görülmüştür. Gökçe (2017), yapmış olduğu araştırmaya göre kadınların beden algılarını erkeklere göre daha olumsuz bulmuştur.

Literatür incelendiğinde sosyal medya bağımlılığının gelişmesinde depresyonun etkisi olduğu görülmektedir. Sosyal medya bağımlılığı olan kişilerde depresif duygu durumunun görüldüğü bu nedenle de depresyon ile sosyal medya bağımlılığı arasında bir ilişki olduğu düşünülmektedir. Depresyon sosyal medya bağımlılığının nedeni olduğu gibi sonucu da olabilmektedir (Dinç, 2010). Kişiler yaşadıkları sorunlardan kaçış olarak sosyal medyayı kullanabilmektedirler. Sosyal medya kullanımları aşırıya kaçtığı, bırakılamadığı ve uzak kalındığında sıkıntı yaşandığı takdirde bağımlılığa dönüşme riski oldukça yüksektir (Balcı ve Baloğlu, 2018). Çayırılı (2017), yapmış olduğu çalışmada sosyal medya kullanım özelliklerinin depresyonla ilişkisini incelemiştir. Çalışmanın sonucunda sosyal medya kullanımı ile depresyon arasında olumlu bir ilişki bulmuştur. Dikmen (2021), üniversite öğrencileri ile yapmış olduğu çalışmasında depresyon düzeyleri ile sosyal medya bağımlılığı arasında olumlu bir ilişki olduğunu tespit etmiştir. Öğrencilerin depresyon düzeyleri arttıkça sosyal medya bağımlılıkları da artmaktadır. Durar (2018), üniversite öğrencileri ile yapmış olduğu çalışmasında depresyon ile sosyal medya bağımlılığı arasında pozitif yönlü bir ilişki

saptamıştır. Lin vd. (2016), yapmış oldukları çalışmada 19-32 yaş aralığında kişilerde sosyal medya kullanımı ile depresyon arasında anlamlı bir ilişki tespit etmiştir. Karadağ ve Akçınar (2019), üniversite öğrencileri ile yaptıkları çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile psikolojik belirtiler arasındaki ilişkiye bakmışlardır. Sonuç olarak sosyal medya bağımlılığı ile depresyon, obsesif kompulsif bozukluklar ve somatizasyon arasında anlamlı bir ilişki bulmuşlardır. Karaçor (2018), üniversite öğrencileri ile yaptığı çalışmada depresyon ile sosyal medya bağımlılığı arasında olumlu bir ilişki olduğu sonucuna varmıştır. Şeker (2018), yaptığı çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile anksiyete ve depresyon arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışma sonucunda sosyal medya bağımlılığı, anksiyete ve depresyonda artış olduğunu bulmuştur. Steers ve arkadaşları (2014), yaptıkları çalışmada Facebook'ta çok zaman harcayan kişilerin depresif belirtiler gösterdiği sonucunu bulmuştur. Korede lise öğrencileri ile yapılan bir çalışmada internet bağımlılığı olan öğrencilerin olmayanlara kıyasla depresyon düzeyleri daha yüksek bulunmuştur. Frison ve Eggermont (2016), yaptıkları bir çalışmada Facebook kullanımının depresyon belirtileriyle ilişkili olduğunu sonucuna ulaşmıştır. Barry ve arkadaşları (2017), yapmış oldukları bir çalışmada ergenlerin ebeveynlerinden edindikleri bilgilere göre sosyal medya etkinlikleri ile anksiyete ve depresyon arasında ilişki olduğunu bulmuşlardır. Banjanin ve arkadaşları (2015), yaptıkları çalışmada sosyal medya faaliyetleri ile depresyon arasında herhangi bir ilişkiye rastlamamıştır. Khattak ve arkadaşları (2017), yapmış oldukları çalışmada Facebook bağımlılığının depresyon ile güçlü bir ilişkisi olduğunu saptamıştır. Facebook bağımlılığı ile depresyon arasındaki ilişkinin cinsiyete göre farklılık göstermediğini bulmuştur. Blachino ve arkadaşları (2015), çalışmalarında Facebook bağımlılığının belirleyicilerinden birinin depresyon olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Jelenchick ve arkadaşları (2013), yaptıkları çalışmada sosyal medya kullanımı ile depresyon arasında herhangi bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Koç ve Gülyavaş (2013), yapmış oldukları çalışmada depresif semptomlar gösteren öğrencilerin Facebook kullanımlarının normalden daha fazla olduğu sonucuna erişmişlerdir.

Literatür incelendiğinde sosyal medya bağımlılığının, kişilerin psikolojik sağlığı üzerinde doğrudan ya da dolaylı olarak etkileri olduğu görülmektedir.

2. YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırma, üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımının beden algısı ve depresyon ile ilişkisini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu araştırmanın modeli ilişkisel tarama modelidir. Bu model, iki veya daha fazla değişkenin arasındaki ilişkiyi belirlemeyi amaçlar (Karasar, 2016, s.81).

Bunlara ek olarak üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin, kişisel bilgi formunda bulunan yaş, gelir düzeyi, cinsiyet gibi demografik değişkenlere göre farklılıklarına da bakılmıştır.

2.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Bu araştırmanın evrenini Çağ Üniversitesinde bulunan lisans öğrencileri oluşturmaktadır. 2022-2023 akademik yılında toplamda 2264 lisans öğrencisi mevcuttur. Örneklem sayısına ulaşabilmek amacıyla araştırma öncesinde güç analizi yapılmıştır. Örneklemen en az 0.23 etki büyüklüğünde, 0.95 güven aralığında ve 0.90 güçte olması için en az 297 kişinin katılım göstermesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

2.3. Verilerin Toplanması

Bu süreçte verileri toplamak amacıyla Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nden 25.11.2022 tarihinde etik kurul izni alınmıştır. Araştırmacının hazırlamış olduğu kişisel bilgi formu, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Yetişkin Formu, Beck Depresyon Ölçeği ve Beden Algısı Ölçeği 2022-2023 akademik yılında 28.11.2022 ile 03.01.2023 tarihleri arasında Çağ Üniversitesinde öğrenim gören rastgele seçilmiş lisans öğrencilerine gönüllülük esas olacak şekilde elden verilerek ölçekler ve bilgi formunun doldurulması işlemleri tamamlanmıştır. Yapılan anket sonucunda 37 kişi eksik doldurduğu için çalışma dışı bırakılmıştır. Gerekli sayıya ulaşıldıktan sonra toplanan veriler SPSS programında analiz edilmiştir.

2.4. Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada verileri toplamak amacıyla Kişisel Bilgi Formu, depresyon belirti düzeylerini ölçmek amacıyla Beck Depresyon Ölçeği, yetişkinlerin sosyal medya bağımlılığı düzeylerini ölçmek için Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu, beden algı düzeylerini tespit etmek için ise Beden Algısı ölçeği kullanılmıştır.

2.4.1. Kişisel Bilgi Formu

Araştırmacı tarafından oluşturulan kişisel bilgi formunda katılımcıların kimlikleri belli edebilecek hiçbir soruya yer verilmemiştir. Katılımcılara yaş, cinsiyet, okumakta olduğu bölüm, sigara kullanımı, aylık gelir, kilo ve boy bilgileri sorulmuştur. Katılımcılar aylık gelir bilgilerini işaretlerken kendi ifadelerini kullanmışlardır.

2.4.2. Beden Kitle İndeksi

BKİ, çocukluk ve ergenlik döneminde, kültür, yaş ve cinsiyet gibi değişkenlere göre değişiklik gösterdiğinden, BKİ değişkeni için standartlaştırılmış puan (z puanı) hesaplanması önerilmektedir. Beden kitle endeksi (Body Mass Index-BMI), kilogram cinsinden beden kitlesinin, metre cinsinden beden uzunluğunun karesine bölünmesiyle hesaplanmıştır. BKİ verilerini doğrulamak için, Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı, Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü internet sitesinde yer alan beden kitle indeksi hesaplama programı temel alınmıştır (<https://hsgm.saglik.gov.tr>, 2022). Yapılan ölçümler sonucu katılımcıların BKİ ne göre kategorileri belirlenmiştir. Çalışmada BKİ 10,5-18,5 arası olanlar zayıf, 18,6-24,9 arası olanlar normal, 25-29,9 arası olanlar kilolu ve 30-60 arası olanlar obez olarak kabul edilmiştir.

2.4.3. Beck Depresyon Ölçeği

Beck Depresyon Ölçeği, Beck tarafından 1961 yılında geliştirilmiştir. Bu ölçek depresyondaki kişilerde görülen bilişsel, duygusal ve somatik belirtileri ölçmeyi amaçlamaktadır. Amaç depresyon tanısı koymak değil depresyon belirtilerinin derecesini ortaya koymaktır.

Beck Depresyon Ölçeği 21 maddeden oluşmaktadır. Bu maddeler 0 ile 3 arasında puanlanmaktadır. Ölçekten alınabilecek puan aralığı 0 ile 63 arasındadır. 0-9 arası puanlar minimal depresyon belirtisi varlığına, 10-16 arası puanlar hafif düzeyde depresyon belirtisi varlığına, 17-29 arası puanlar orta düzeyde depresyon belirtisi varlığına, 30-63 arası puanlar şiddetli depresyon belirtisi varlığına işaret etmektedir. Bu ölçeğin Türkçeye uyarlaması Hisli (1989) tarafından yapılmıştır. Yapılan bu çalışmada ölçeğin güvenilirlik katsayısı olan Cronbach's Alpha değeri 0,878 olarak bulunmuştur.

2.4.4. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ-YF)

18-60 yaş arasındaki bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeylerini ölçmek amacıyla Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu, Şahin ve Yağcı (2017)

tarafından geliştirilmiştir. 20 maddeden oluşan bu ölçek 5’li likert tipindedir. Ölçeğin 2 alt boyutu vardır. Bunlar sanal tolerans ve sanal iletişimdir. Bu ölçekten alınabilecek minimum puan 20, maksimum puan 100’dür. Ölçekten alınan yüksek puanlar kişinin sosyal medya bağımlılık düzeyinin arttığını, alınan düşük puanlar sosyal medya bağımlılık düzeyinin azaldığını göstermektedir. (Şahin & Yağcı, 2017). Bu çalışmada ölçeğin güvenilirlik katsayısı olan Cronbach’s Alpha değeri 0,826 olarak hesaplanmıştır.

2.4.5. Beden Algısı Ölçeği

Beden Algısı Ölçeği Secord ve Jourard (1953) tarafından geliştirilmiştir. Ölçeğin Türkçe’ye çevrilmesi Hovardoğlu (1993) tarafından yapılmıştır. Beden Algısı Ölçeği, bireylerin bedenlerinin her bir parçasından ne derece memnuniyet duyduklarını ölçmektedir (Secord ve Jourard, 1953). Ölçek 40 maddeden oluşmaktadır. 5’li likert tipindedir. 1. Çok beğeniyorum, 2. Oldukça beğeniyorum, 3. Kararsızım, 4. Pek beğenmiyorum, 5. Hiç beğenmiyorum. Bu ölçekten alınabilecek en yüksek puan 200, en düşük puan 40’tır. Kişinin ölçekten aldığı puanın yüksek olması beden memnuniyetsizliğini, ölçekten alınan puanın düşük olması bedene yönelik memnuniyeti göstermektedir (Hovardoğlu, 1992). Bu çalışma için ölçeğin güvenilirlik katsayısı olan Cronbach’s Alpha değeri 0,922 olarak hesaplanmıştır.

2.5. Araştırma Verilerinin Analizi

Bu çalışmanın verileri analiz edilirken nicel analiz yöntemi kullanılmıştır. Nicel analiz yöntemi, toplanan verilerin araştırmanın amacına göre istatistiksel boyuta getirilmesi, analiz edilmesi ve bulgulara ulaşılmasını amaçlamaktadır.

Verilerin analizine ilk olarak normallik analizi ile başlanmalıdır. Tüm verilerin toplu bir biçimde veya ayrı olarak normallikleri analiz edilmelidir. Normal dağılıma sahip veriler parametrik testler için önem arz etmektedir. Parametrik testlerin uygulanabilmesi için; veriler normal dağılıma sahip olmalıdır, varyanslar homojen olmalıdır, örneklem rastgele seçilmiş olmalıdır, gözlemler bağımsız ve yeterli sayıda olmalıdır.

Verilerin normal dağılıma sahip olup olmadığı çeşitli yöntemlerle belirlenmektedir. Kolmogorov-Smirnov ($N > 30$) veya Shapiro-Wilk testleri uygulanabilmektedir. P değeri .05’ten küçük ise verilerin normal dağılıma sahip olmadığı anlamına gelmektedir. Bu çalışmada verilerin normal dağılım gösterip göstermediğine dair yapılan analizde

çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri esas alınmıştır. George ve Mallery (2012)'ye göre çarpıklık ve basıklık değerlerinin +2.0 ile -2.0 arasında olması verilerin normal dağıldığı anlamına gelmektedir.

Karşılaştırma analizleri için bağımsız örneklem t-testi, tek yönlü varyans (ANOVA) kullanılmıştır. Ölçümler arasındaki anlamlı farklılığı tespit etmek için de Post Hoc Testlerinden Tukey testi kullanılmıştır. Ölçeklerin kendi aralarındaki ilişkiyi belirlemek için Pearson Korelasyon Analizi ve Spearman Korelasyon Analizi kullanılmıştır.

Bu araştırmanın analizinde SPSS 22,00 programı kullanılmıştır. Kullanılan ölçeklerin sorularına ilişkin yapılan güvenilirlik analizinin Cronbach Alfa değerleri aşağıda gösterilmiştir (Tablo 1).

Tablo 1.

Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik Analizi

Ölçek	Cronbach's Alfa	Soru Sayısı
Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği	0,826	20
Beck Depresyon Ölçeği	0,878	21
Beden Algısı Ölçeği	0,922	40

Bu çalışmada Sosyal Medya bağımlılığı, Beck Depresyon ve Beden Algısı Ölçeğinin verileri kullanılarak güvenilirlik analizi gerçekleştirilmiştir. Cronbach's Alfa katsayısına göre bir ölçeğin güvenilirlik düzeyi şu şekildedir:

$0,00 \leq \alpha \leq 0,40$ ölçek güvenilir değildir.

$0,40 \leq \alpha \leq 0,60$ ölçek güvenilirliği düşüktür.

$0,60 \leq \alpha \leq 0,80$ ölçek güvenilirdir.

$0,80 \leq \alpha \leq 1,00$ ölçek güvenilirliği yüksektir (İslamoğlu ve Almacık, 2016, s. 292).

Bu bilgilere bakıldığında yapılan analizler sonucunda Cronbach's Alfa güvenilirlik sayısı 0,826, 0,878 ve 0,922 olarak bulunmuştur. Bu değerler kullanılan ölçeklerin yüksek bir güvenilirlik katsayısına sahip olduklarını göstermektedir. Yüksek güvenilirlik katsayısı, ölçekten daha güvenilir sonuçlar elde edilebileceğini göstermektedir.

3. BULGULAR

Araştırmadan kullanılan ölçeklerden toplanan verilerin incelenmesi ve analiz edilmesi sonucunda elde edilen bulgulara bu kısımda değinilmiştir.

3.1. Katılımcıların Demografik ve Tanımlayıcı Bilgileri

Bu kısımda çalışmaya katılan 297 kişinin cinsiyet, gelir, yaş, bölüm, sigara kullanımı ve beden kitle indeksi bilgileri gösterilmiştir (Tablo 2).

Tablo 2.

Demografik ve Tanımlayıcı Bilgiler

Cinsiyet	Frekans(N)	Yüzde(%)
Erkek	99	33.3
Kadın	198	66.7
Yaş	Frekans(N)	Yüzde(%)
18-22	214	72.2
23-27	72	24.2
28'den büyük	47	3.6
Gelir Durumu	Frekans(N)	Yüzde(%)
Düşük	58	19.5
Orta	192	64.6
Yüksek	47	15.8
Sigara Kullanımı	Frekans(N)	Yüzde(%)
Evet	122	41.1
Hayır	175	58.8
Beden Kitle İndeksi	Frekans(N)	Yüzde(%)
Zayıf	33	41.1
Normal	200	67.3
Kilolu	52	17.5
Obez	12	4.0
Bölüm	Frekans(N)	Yüzde(%)
İngilizce Öğretmenliği	31	10.4
Mütercim Tercümanlık	18	6.1
Psikoloji	83	27.9
Hukuk	75	25.3
Türk Dili ve Edebiyatı	25	8.4
Uluslararası Finans ve Bankacılık	6	2.0
Uluslararası İlişkiler	21	7.1
Uluslararası İşletme	5	1.7
Uluslararası Ticaret ve Lojistik	33	11.1
	$\bar{x}$	Ss
Boy (cm)	170	9,79
Kilo (kg)	66,21	15,70
Yaş	22	2,85

Katılımcıların 198 (%66,7)'i ~~kişinin~~ kadın ve 99 (%33,3)'u ~~kişinin~~ erkektir. Katılımcıların yaş gruplarına bakıldığında çoğunluğunu (%72,2) 18-22 yaş arası bireyler oluşturmaktadır. Gelir durumuna bakıldığında ise orta gelir düzeyine sahip kişilerin çoğunluğu (%64,6) oluşturduğu görülmektedir. Bu çalışmaya katılan 175 (%58,8) kişinin sigara kullanmadığı görülmektedir. Katılımcıların bölümlerine bakıldığında çoğunluğu 83 (%27,9) kişi ile psikoloji bölümü oluşturmaktadır. Ardından 75 (%25,3) kişi ile hukuk fakültesi gelmektedir. Katılımcıların beden kitle indekslerine bakıldığında çoğunluğu (%67,3) normal kiloda bireyler oluşturmaktadır. Katılımcıların boy ortalamaları 170 cm, kilo ortalamaları 66,21 kg ve yaş ortalamaları 22 olarak hesaplanmıştır (Tablo 2).

Tablo 3.

Normallik Testi Sonuçları

Ölçek Adı	Kolmogorov-Smirnov	n	p
Sosyal Medya Bağımlılığı	,032	297	,200
Beden Kitle İndeksi	,073	297	,001
Beden Algısı Ölçeği	,043	297	,200
Beck Depresyon Ölçeği	,113	297	,000

Kolmogorov-Smirnov testinin sonuçlarına bakıldığında bu çalışmada kullanılan Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ($p=,200$), Beden Algısı Ölçeği ($p=,200$) ve Beck Depresyon Ölçeğinin ($p=,000$) dağılımı standart normal dağılıma göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterip göstermediği değerlendirilmiştir. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Beden Algısı Ölçeği istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir bu sebeple normal dağılıma sahip olduğu sonucuna ulaşılmaktadır ($p>0,05$). Hesaplanan Beden Kitle İndeksi ($p=,001$) ve Beck Depresyon Ölçeğinin ($p=,000$) dağılımı standart normal dağılıma göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermektedir bu sebeple normal dağılıma sahip değildir ($p\leq 0,05$) (Tablo 3).

3.2. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Demografik Değişkenler, Sigara Kullanımı, Beden Kitle İndeksi ve Depresif Belirti Düzeyleri Kategorilerine Göre İncelenmesi

Yapılan araştırmanın bu kısmında sosyal medya bağımlılığı düzeyleri, “cinsiyet, gelir durumu, sigara kullanımı, depresif belirti düzeyleri ve beden kitle indeks kategorileri” gibi değişkenlere göre analiz edilmiştir. Analizler bağımsız değişkenlerin sayısına göre bağımsız gruplar t testi ya da tek yönlü varyans analizi olan one-way ANOVA ile analiz edilmiştir.

3.2.1. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Cinsiyete Göre Farklılıkları

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin cinsiyete göre anlamlı bir biçimde farklılaşıp farklılaşmadığı sonucuna ulaşabilmek için bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Sonuçlar Tablo 4’te görülmektedir.

Tablo 4.

Kadın ve Erkeklerin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerine İlişkin Bağımsız Gruplar t Testi Sonuçları

Grup	N	$\bar{x}$	S	Sd	t	P
Kadın	198	50,9	11,85	0,84	0,257	0,142
Erkek	99	50,5	13,64	1,37		

Kadınların ve erkeklerin sosyal medya bağımlılığı puan ortalamaları hesaplamalarına bakıldığında kadınların sosyal medya bağımlılığı puan ortalaması 50,93 iken erkeklerin sosyal medya bağımlılığı puan ortalaması 50,54’tür. Kadınların puan ortalaması erkeklerin puan ortalamasından daha yüksek bulunmuştur. Sonuç, kadınların sosyal medya bağımlılığının erkeklerinkinden daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 4’te görüldüğü üzere katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeyi puanlarının ortalamalarının cinsiyete göre anlamlı bir şekilde farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan t testi sonucunda grup ortalamaları arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($p>0,05$).

3.2.2. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Gelir Durumlarına Göre Farklılıkları

Araştırmanın bu kısmında farklı gelir durumlarına sahip (düşük, orta, yüksek) katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerine ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5.

Üç Farklı Gelir Durumuna Sahip Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeyi Puanlarına İlişkin Betimsel Değerler

Grup	n	$\bar{x}$	Ss
Düşük	58	52,64	10,79
Orta	192	50,57	12,63
Yüksek	47	49,53	13,61

Tablo 5'e bakıldığında aritmetik ortalaması en yüksek grubun düşük gelir durumuna sahip katılımcılara ait olduğu görülmektedir. Detaylı incelendiğinde üç grup arasında aritmetik ortalamalara bakımında büyük farklılıkları olmadığı göze çarpmaktadır. Bu gruplar arasında anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi (One-Way ANOVA) testi yapılmıştır ve sonuçlar Tablo 6'da görülmektedir.

Tablo 6.

Üniversite Öğrencilerinin Gelir Durumlarına Göre Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerine İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

	Kareler Toplamı	Sd	Kareler Ortalaması	F	P
Gruplar arası	281,842	2	140,921	0,908	0,404
Gruplar içi	45628,218	294	155,198		
Toplam	45910,061	296			

Tablo 6 incelendiğinde katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin gelir durumlarına göre anlamlı bir şekilde farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için tek yönlü varyans analizi (One-Way ANOVA) yapılmıştır. Sonuca bakıldığında grup ortalamalarının arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($p>0,05$).

3.2.3. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Sigara Kullanıp Kullanmama Durumlarına Göre Farklılıkları

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin sigara kullanımlarına göre anlamlı bir biçimde farklılaşıp farklılaşmadığı sonucuna ulaşabilmek için bağımsız gruplar t testi yapılmıştır. Sonuçlar Tablo 7’de görülmektedir.

Tablo 7.

Sigara Kullanan ve Kullanmayan Öğrencilerin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerine İlişkin Bağımsız Gruplar t Testi Sonuçları

Grup	N	$\bar{x}$	S	Sd	t	P
Var	122	51,25	12,81	1,16	0,515	0,711
Yok	175	50,50	12,22	0,92		

Tablo 7’ye bakıldığında çalışmaya katılım gösteren üniversite öğrencilerinin sigara kullanım durumlarına göre anlamlı bir biçimde farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan t testi sonucuna göre sigara kullanan ve kullanmayan gruplar arasında sosyal medya bağımlılık düzeylerine göre istatistiksel açıdan anlamlı bir fark bulunamamıştır ($p>0,05$).

3.2.4. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Depresif Belirti Düzeylerine Göre Farklılıkları

Çalışmanın bu kısmında dört farklı depresif belirti düzeyine sahip (minimal, hafif, orta ve şiddetli) üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerine ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 8’de gösterilmiştir.

Tablo 8.

Dört Farklı Depresif Belirti Düzeyine Sahip Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyi Puanlarına İlişkin Betimsel Değerler

Grup	N	$\bar{x}$	S
Minimal Depresyon	107	47,54	12,46
Hafif Depresyon	64	50,16	10,84
Orta Depresyon	99	53,54	12,80
Şiddetli Depresyon	27	55,30	11,65

Tablo 8'e bakıldığında aritmetik ortalaması en yüksek olan depresif belirti düzeyi şiddetli depresyon olarak görülmektedir. Tablo detaylı incelendiğinde dört farklı depresyon türünün aritmetik ortalamaları arasında büyük farklılıklar göze çarpmamaktadır. Bulunan bu aritmetik ortalama değerleri arasında anlamlı bir fark olup olmadığı sonucuna ulaşabilmek amacıyla tek yönlü varyans analizi (One-Way ANOVA) yapılmıştır. Ölçümler arasındaki anlamlı farklılığı tespit etmek için de Tukey testi kullanılmıştır. Sonuçlar Tablo 9'da görülmektedir.

Tablo 9.

Üniversite Öğrencilerinin Depresif Belirti Düzeylerine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeylerine İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

	Kareler	Sd	Kareler	F	p	Anlamlı Fark
	Toplamı		Ortalaması			
Gruplar arası	2448,806	3	816,269	5,503	0,001	MD<HD
Gruplar içi	43461,254	293	148,332			MD<ŞD
Toplam	45910,061	296				

MD: Minimal Depresyon

HD: Hafif Depresyon

ŞD: Şiddetli Depresyon

Tablo 9'a bakıldığında üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin depresif belirti düzeylerine göre anlamlı bir biçimde farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla tek yönlü varyans analizi (One-Way ANOVA)

yapılmıştır. Ölçümler arasındaki farklılığı tespit etmek için de Tukey testi kullanılmıştır. Bunun sonucunda üniversite öğrencilerinin depresif belirti düzeylerine göre sosyal medya bağımlılık puanları arasında anlamlı bir farklılık olduğu gözlenmektedir ($p<0,05$). Minimal depresyon ile hafif depresyon ve şiddetli depresyon arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

3.2.5. Üniversite Öğrencilerinin Beden Kitle İndeks Düzeylerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerine Göre Farklılıkları

Araştırmanın bu kısmında dört farklı beden kitle indeks düzeyine sahip (zayıf, normal, kilolu, obez) üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerine ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 12’de gösterilmiştir.

Tablo 10.

Dört Farklı Beden Kitle İndeks Düzeyine Sahip Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyi Puanlarına İlişkin Betimsel Değerler

Grup	N	$\bar{x}$	S
Zayıf	33	46,97	12,75
Normal	200	51,73	12,24
Kilolu	52	49,67	12,38
Obez	12	50,83	14,56

Tablo 10’a bakıldığında sosyal medya bağımlılık düzeylerinin aritmetik ortalamasının en yüksek olduğu beden kitle indeks türü obez olarak görülmektedir. Tablo detaylı incelendiğinde dört farklı beden kitle indeks türünün aritmetik ortalamaları arasında büyük farklılıklar göze çarpmamaktadır. Bulunan bu aritmetik ortalama değerleri arasında anlamlı bir fark olup olmadığı sonucuna ulaşabilmek amacıyla tek yönlü varyans analizi (One-Way ANOVA) yapılmıştır. Sonuçlar Tablo 11’de görülmektedir.

Tablo 11.

Üniversite Öğrencilerinin Beden Kitle İndeks Türlerine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Düzeylerine İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

	Kareler	Sd	Kareler	F	P
	Toplamı		Ortalaması		
Gruplar arası	725,027	3	241,676	1,567	0,197
Gruplar içi	45185,034	293	154,215		
Toplam	45910,061	296			

Tablo 11 incelendiğinde katılımcıların beden kitle indeks türlerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerine göre anlamlı bir şekilde farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için tek yönlü varyans analizi (One-Way ANOVA) yapılmıştır. Sonuca bakıldığında grup ortalamalarının arasındaki fark istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($p>0,05$).

3.3. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri İle Yaş, Depresif Belirti Düzeyleri, Beden Algısı Düzeyleri ve Beden Kitle İndeks Değerleri İle Arasındaki Korelasyonun İncelenmesi

Araştırmanın bu bölümünde sosyal medya bağımlılık düzeyleri, “yaş, depresif belirti düzeyleri, beden algısı düzeyleri, beden kitle indeksi” gibi değişkenlerle arasındaki ilişkiyi belirlemek için korelasyon analizi yapılmıştır.

3.3.1. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri ile Yaşları Arasındaki Korelasyon

Öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin ve yaşları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Sonuçlar Tablo 14’te görülmektedir.

Tablo 12.

Öğrencilerin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri ile Yaşları Arasındaki İlişkinin Spearman Testi Sonuçları

Değişken	N	r	P
Yaş	297	-0,48	0,408
Sosyal Medya Bağımlılığı			

Tablo 12'ye bakıldığında sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile yaş arasında Spearman korelasyon katsayısı -0,48 olarak bulunmuştur. Spearman korelasyon analizi sonucunda, sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile yaş arasında negatif yönlü bir ilişki olmakla birlikte bu ilişki düzeyi istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($r=-0,48$, $p>0,05$).

3.3.2. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri ile Depresif Belirti Düzeyleri Arasındaki Korelasyon

George ve Mallery (2012), bir değişkenin normal dağılıma sahip olduğundan söz edebilmek için çarpıklık ve basıklık değerlerinin -2 ile +2 arasında olması gerektiğini belirtmişlerdir. Bu göz önünde bulundurulduğunda değişkenlerin normal dağılıma sahip olduğu söylenebilmektedir. Öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ve depresif belirti düzeyleri arasındaki anlamlı ilişkiyi belirlemek amacıyla değişkenlerin normal dağılım gösterip göstermediğine bakılmıştır. Skewness ve Kurtosis değerlerine bakıldığında normal dağılım gösterdiği bulunmuştur ve korelasyon analizi yapılmıştır. Sonuçlar Tablo 13 ve 14'te görülmektedir.

Tablo 13.

Normallik Analizi

Normallik Analizi	$\bar{x}$	S	Skewness	Kurtosis
Sosyal Medya Bağımlılığı	50,80	12,45	0,125	-0,276
Depresif Belirti Düzeyleri	15,76	10,10	0,666	-0,097

Araştırmanın değişkenlerinin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla Skewness ve Kurtosis değerlerine bakılmıştır. Değişkenlerin normal dağılım gösterdiği görülmektedir.

Tablo 14.

Öğrencilerin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri ile Depresif Belirti Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Pearson Korelasyon Sonuçları

Değişken	N	r	P
Sosyal Medya Bağımlılığı	297	0,219	0,000
Beck Skor			

Tablo 14'e bakıldığında sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile depresif belirti düzeyleri arasında pozitif yönde bir ilişki ($r=0,219$, $p<0,05$) bulunmaktadır. Depresif belirti düzeyi ile sosyal medya bağımlılık düzeyi arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur. Sonuca bakıldığında depresif belirti düzeyinin artması sosyal medya bağımlılık düzeyinin de artabileceğini göstermektedir. Korelasyon katsayısı orta düzeyde zayıf olduğu için bu ilişkinin etkisi sınırlıdır.

3.3.3. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri ile Beden Algısı Düzeyleri Arasındaki Korelasyon

Öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ve beden algısı düzeyleri arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Sonuçlar Tablo 15'te görülmektedir.

Tablo 15.

Öğrencilerin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri ile Beden Algısı Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Pearson Korelasyon Sonuçları

Değişken	N	r	P
Sosyal Medya Bağımlılığı	297	0,296	0,000
Beden Algısı			

Tablo 15'e bakıldığında sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile beden algısı düzeyleri arasında pozitif yönde bir ilişki ($r=0,296$, $p<0,05$) bulunmaktadır. Sosyal medya bağımlılık düzeyi ile beden algısı düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur. Sonuca göre beden algısı düzeyinin artması sosyal medya bağımlılık düzeyinin de artabileceğini göstermektedir. Korelasyon katsayısı orta düzeyde zayıf olduğu için bu ilişkinin etkisi sınırlıdır.

3.3.4. Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri ile Beden Kitle İndeksi Arasındaki Korelasyon

George ve Mallery (2012), bir değişkenin normal dağılıma sahip olduğundan söz edebilmek için çarpıklık ve basıklık değerlerinin -2 ile +2 arasında olması gerektiğini belirtmişlerdir. Bu göz önünde bulundurulduğunda değişkenlerin normal dağılıma sahip olduğu söylenebilmektedir. Öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ve beden kitle indeksi arasındaki anlamlı ilişkiyi belirlemek amacıyla değişkenlerin normal dağılım gösterip göstermediğine bakılmıştır. Skewness ve Kurtosis değerlerine bakıldığında normal dağılım gösterdiği bulunmuştur ve korelasyon analizi yapılmıştır. Sonuçlar Tablo 16 ve 17'de görülmektedir.

Tablo 16.

Normallik Analizi

Normallik Analizi	$\bar{x}$	S	Skewness	Kurtosis
Sosyal Medya Bağımlılığı	50,80	12,45	0,125	-0,276
Beden Kitle İndeksi	22,66	3,83	1,114	1,777

Araştırmanın değişkenlerinin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla Skewness ve Kurtosis değerlerine bakılmıştır. Değişkenlerin normal dağılım gösterdiği görülmektedir.

Tablo 17.

Öğrencilerin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri ile Beden Kitle İndeksi Arasındaki İlişkinin Pearson Korelasyon Sonuçları

Değişken	N	r	P
Sosyal Medya Bağımlılığı	297	0,023	0,695
Beden Kitle İndeksi			

Tablo 17'ye bakıldığında sosyal medya bağımlılık düzeyi ile beden kitle indeksi arasında zayıf bir ilişki ($r=0,023$, $p>0,05$) vardır. Sosyal medya bağımlılık düzeyi ile beden kitle indeksi arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı tespit edilmiştir.

4. TARTIŞMA

Çalışmanın bu kısmında sosyal medya kullanımının beden algısı ve depresyon ile ilişkisini incelemek amacıyla Çağ Üniversitesi'nde öğrenim gören 297 öğrenciye uygulanan Kişisel Bilgi Formu, Sosyal Medya Bağımlılığı-Yetişkin Formu, Beck Depresyon Ölçeği ve Beden Algısı Ölçeğinden elde edilen veriler ve yapılan analiz sonuçları literatürde mevcut olan çalışmalar ile karşılaştırılarak tartışılmıştır. Beden algısı terimi ile benzer olarak beden imgesi teriminin de literatürde kullanıldığı görülmüştür. Sosyal medya bağımlılığı yerine problemli internet kullanımı olarak adlandırıldığına rastlanmıştır. Bu sebeple belirtilen isimlerdeki çalışmalar da göz önünde bulundurulmuştur.

Çalışmada bulunan katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine dair bulgulara bakıldığında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Bu nedenle H1 hipotezi kabul edilmemiştir. Literatürdeki diğer çalışmalarda farklı bulgulara rastlanmaktadır. Tutgun-Ünal'ın (2015) yapmış olduğu sosyal medya bağımlılığı konulu araştırmasında kadınların erkeklere göre sosyal medyada daha fazla zaman harcadığına değinmektedir. Hazar'ın (2011) yapmış olduğu bir çalışmada kadınların sosyal medyada daha çok zaman geçirdiği ve bağımlılıklarının daha fazla olduğunu belirtmiştir. Dalaylı (2017) yaptığı sosyal medya bağımlılığı ile ilgili araştırmasında yine kadınların erkeklerden daha fazla sosyal medyada zaman geçirdiği sonucuna ulaşmıştır. Ulaşılan bu sonuçlara bakıldığında erkeklerin sosyal medyayı kadınlara göre daha az kullandığı söylenebilmektedir. Yapılan bazı çalışmalar ise erkeklerin kadınlara göre sosyal medyada daha fazla vakit geçirdiğini göstermektedir. Yüksel (2019) yapmış olduğu sosyal medya bağımlılığı çalışmasında erkeklerin sosyal medya kullanımının kadınlardan daha fazla olduğunu sonucuna ulaşmıştır. Bu çalışmalarda görülen farklılıklar kullanılan örneklemelerin farklılık göstermesinden kaynaklanmış olabilir. Jang ve arkadaşları (2008) sosyal medya kullanımı ile cinsiyet arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Bu sonuç bizim çalışmamızla uyumlu bulunmuştur. Günümüz dünyasında teknoloji gelişimi ve sosyal medya kullanımındaki ileri düzeyde artış ve cinsiyet farklılıklarına göre değişik alanlar hitap eden sosyal medya platformları, cinsiyetler arasındaki farklılığı da ortadan kaldırmış olabilir. Cinsiyet farklılıkları tespit eden çalışmalar 3-4 yıl öncesi çalışmalardır. Bu

süreçteki teknolojik gelişmelerin cinsiyet farklılığını ortadan kaldırmış olabileceği de düşünülmüştür.

Katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin gelir durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği ile ilişkili bulgulara bakıldığında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bu sebeple H2 hipotezi kabul edilmemiştir. Çelik (2017) yapmış olduğu çalışmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin gelir düzeylerine göre anlamlı bir farklılık oluşturmadığı sonucuna ulaşmıştır. Bu sonuç bizim çalışmamızla uyumludur. Çalışılan grupta üniversite öğrencileri olması nedeni ile benzerdir. Ancak bizim çalışmamızla uyumlu olmayan araştırma sonuçları da bulunmaktadır. Schou ve arkadaşları (2016) yaptıkları çalışmada gelir durumu düşük seviyede olan kişilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Farklı sonuçların katılımcı grupların kültürel ve yaş grubu farklılıklarından kaynaklanabileceği düşünülmüştür.

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin sigara kullanımlarına göre anlamlı bir biçimde farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan t test analizine bakıldığında sosyal medya bağımlılığı ile sigara kullanımı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Bu sebeple H3 hipotezi kabul edilmemiştir. Yapılan literatür araştırmasında sigara kullanımı ile sosyal medya bağımlılık düzeylerinin araştırıldığı bir veriye rastlanmamıştır. Bu sonuç sigara kullanımının sosyal medya bağımlılık düzeyinde bir farklılık oluşturmadığını göstermektedir.

Katılımcıların depresif belirti düzeylerine göre yapılan analiz sonucuna bakıldığında sosyal medya bağımlılık düzeylerinin depresif belirti düzeylerine göre istatistiksel açıdan anlamlı farklılık olduğu gözlenmektedir. Sonuç olarak H4 hipotezi kabul edilmiştir. Literatürdeki araştırmalara bakıldığında benzer sonuçlara rastlanmaktadır. Çil (2020), yapmış olduğu araştırmada sosyal medya ile depresyon arasında pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Toroman (2019), yaptığı çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile depresyon arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğunu tespit etmiştir. Yapılan çalışma, literatürde mevcut olan birçok araştırma ile benzer sonuçlar olduğunu göstermektedir. Sosyal medya kullanımının depresyona sebep olması muhtemeldir aynı zamanda depresyondaki bir bireyin de depresif duygu durumu nedeniyle sosyal medya kullanımında artış olması beklenen bir durumdur. Araştırma sonuçlarımızda literatürle uyumludur.

Analiz sonucunda sosyal medya bağımlılık düzeyleri beden kitle indeksi kategorilerine göre farklılık göstermemektedir. Bu nedenle H5 hipotezi kabul edilmemiştir. Yapılan literatür araştırmasında beden kitle indeksi ile sosyal medya bağımlılık düzeylerinin araştırıldığı bir veriye rastlanmamıştır. Bizim araştırma sonucumuz, değişik kilo kategorilerine sahip bireyler arasında sosyal medya kullanım düzeyi açısından bir farklılığın bulunmamasıdır. Bu sonuç, değişik beden görünümüne sahip bireylerin sosyal medyada ilgi alanlarının çeşitliliğine rağmen kendi ihtiyaç ve meraklarına yönelik yeterince tatmin olanağı bulabildiklerini göstermektedir.

Sosyal medya bağımlılık düzeyi ile yaş arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla korelasyon analizi yapılmıştır. Analiz sonucuna bakıldığında yaş ile sosyal medya bağımlılık düzeyi arasında negatif yönde bir ilişki bulunmaktadır. Yani yaş arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeyi düşüyor veya yaş düştükçe sosyal medya bağımlılık düzeyi artıyor denebilir. Anlamlılığına bakıldığında ise yaş ile sosyal medya bağımlılığı düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu sebeple H6 hipotezi kabul edilmemiştir. Literatür incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı ile yaş arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığını destekler nitelikte çalışmalar mevcuttur. Tutgun-Ünal (2015), üniversite öğrencileri ile yaptıkları çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile yaş arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Sağar (2018), genç bireyler ile yapmış olduğu çalışmada yaş değişkeninin sosyal medya bağımlılığına etki etmediği sonucuna ulaşmıştır. Baz (2018), yaptığı çalışmada sosyal medya bağımlılığı ve yaş arasında anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna varmıştır. Balcı ve Baloğlu (2018), yaptıkları çalışmada yaş ve sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki bulamamışlardır. Karaçor (2018), üniversite öğrencileri ile yaptığı çalışmada yaş ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Bizim çalışmamızda yaş aralığı katılımcı grubun üniversite öğrencileri olması nedeni ile dar tutulmuştur. Yaşın bu dar aralıkta sosyal medya bağımlılık düzeyi ile anlamlı bir ilişki göstermesi beklenmemektedir. Ancak daha geniş yaş aralıklarında yapılan çalışmalarda da çoğunlukla farklılık veya ilişki saptanmamıştır. Bu sonuçlar değişik yaş gruplarına hitap eden bir sosyal medya ağının günümüzde belirginleşmesi ve her yaştan insanın bu alanda yer bulabilmesi olarak değerlendirilmiştir.

Sonuca bakıldığında depresyon düzeyleri ile sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmaktadır. Depresif belirti düzeyinin artması sosyal medya bağımlılık düzeyinin de artabileceğini göstermektedir. Anlamlılığına

bakıldığında depresif belirti düzeyi ile sosyal medya bağımlılık düzeyi arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak H7 hipotezi kabul edilmiştir. Literatür incelendiğinde benzer sonuçlar göze çarpmaktadır. Balcı ve Baloğlu (2018), yapmış oldukları çalışma ile sosyal medya bağımlılığının arttıkça depresyonun da arttığını tespit etmişlerdir. Haand ve Shuwang (2020), üniversite öğrencileri ile yaptıkları çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile depresyon arasında pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Lin ve arkadaşları (2016), genç yetişkinler ile yaptıkları çalışmada depresyon ile sosyal medya bağımlılığı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olduğunu bulmuştur. Ayazseven ve Önder (2018), yaptıkları çalışma ile depresyon ve internet bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bu sonuçlara göre, sosyal medyanın fazla kullanımı kişileri gerçek dışı bir hayatın içine çekerek depresyona sebep olabileceği düşünülebilir. Tam tersi olarak depresyondaki bir kişinin de depresyon semptomları sebebiyle sosyal medya kullanımında artış meydana gelebileceği söylenebilir.

Analiz sonucuna bakıldığında sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile beden algısı düzeyleri arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmaktadır. Sosyal medya bağımlılık düzeyinin artması beden algısı düzeyinin de artabileceğini göstermektedir. Anlamlılığına bakıldığında sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile beden algısı düzeyleri arasında anlamlı bir ilişkinin söz konusu olduğu görülmektedir. Sonuç olarak H8 hipotezi kabul edilmiştir. Literatür incelendiğinde benzer sonuçların olduğu görülmektedir. Kuzu (2019), yapmış olduğu araştırmada sosyal medya kullanan bireylerin beden algı düzeylerinin yüksek olduğunu tespit etmiştir. Puglia (2017), yapmış olduğu araştırma ile gençlerin sosyal medyada geçirdikleri zaman ile beden imajlarını kıyaslama arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Türk ve Bayrakçı (2019), yaptıkları araştırmaya ile sosyal medya kullanım oranı arttıkça kişilerin beden imajlarına yönelik kaygılarında artış olduğunu tespit etmişlerdir. Literatürde tersi sonuçlar da bulunmaktadır. Odacı ve Çelik (2016), internet bağımlılığının beden algısı ile negatif yönde bir ilişkisinin olduğunu tespit etmiştir. Sönmez ve Özgen (2017), Türkiye ve İngiltere’de yapmış oldukları çalışmanın sonucunda sosyal medyayı sık kullanmanın beden algısına bir etkisi olmadığını tespit etmiştir. Bu sonuçlara göre, genç yetişkinler sosyal medya kullanımlarının fazla olması nedeniyle medyada yansıtılan güzel, yakışıklı, fit imajlarına daha fazla maruz kalmaktadırlar bu da kendi bedenleri ile kıyaslama yapmalarına ve beden imajlarının olumsuz etkilenmesine neden olabileceği düşünülmektedir. Ayrıca sosyal medyada

yansıtılan ideal beden görüntüsü gençlerin kendi bedenleri ile uyuşmadığında sosyal görünüş kaygısına sebep olabileceği düşünülebilir.

Sonuca bakıldığında sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile beden kitle indeksi arasında zayıf bir ilişki bulunmaktadır. Anlamlılığa bakıldığında sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile beden kitle indeksi arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu nedenle H9 hipotezi kabul edilmemiştir. Yapılan literatür araştırmasında beden kitle indeksi ile sosyal medya bağımlılık düzeylerinin araştırıldığı bir veriye rastlanmamıştır. Bu sonuç beden kitle indeksinin sosyal medya bağımlılık düzeyinde bir farklılık oluşturmadığını göstermektedir.



5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Yapılan bu çalışmada üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımının beden algısı ve depresyon ile ilişkisi incelenmektedir. Yapılan araştırma sonucunda, katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinin beden algısı düzeyleri ve depresyon düzeyleri ile arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ile cinsiyet arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile gelir durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile sigara kullanım durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Üniversite öğrencilerinin beden kitle indeks türleri sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile beden kitle indeksi arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı tespit edilmiştir.

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile depresif belirti düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile beden algısı düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile yaşları arasında negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bu sonuç, yaş arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeyinin azaldığını göstermektedir. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile depresif belirti düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur. Sonuca bakıldığında depresif belirti düzeyinin artması sosyal medya bağımlılık düzeyinin de artabileceğini göstermektedir. Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile beden algısı düzeyleri arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmaktadır. Sosyal medya bağımlılık düzeyi ile beden algısı düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki söz konusudur. Sonuca göre beden algısı düzeyinin artması sosyal medya bağımlılık düzeyinin de artabileceğini göstermektedir.

Gelecekte yapılacak olan araştırmalar için göz önünde bulundurulması gereken bazı öneriler şunlardır:

Yapılacak olan çalışmalarda araştırmanın daha kapsamlı olabilmesi için geniş bir örneklem grubuyla çalışılabilir.

Araştırma sadece üniversite öğrencileri ile yapılmıştır. Aynı değişkenler farklı yaş grupları ile çalışılabilir.

Çalışmada kadın katılımcıların sayısı erkeklerden fazladır. Gelecek çalışmalarda kadın ve erkek katılımcı sayısı yakın tutularak elde edilecek veriler gruplar arasında farklılığı daha net ortaya koyabilir.

Yapılan araştırmada nicel yöntemler kullanılmıştır. Sosyal medya bağımlılığı, depresyon ve beden algısı arasındaki ilişkinin nasıl geliştiği nitel bir araştırma ile daha kapsamlı hale getirilebilir.

Sosyal medyanın neden olabileceği psikolojik rahatsızlıklar hakkında toplum bilgilendirilmelidir. Bunun için konferans ve seminer düzenlenebilir.

Depresyon belirtilerine yönelik bilgilendirici sunumlar yapılabilir. Psikolojik destek almanın erken dönemdeki öneminden bahsedilebilir.

Ruh sağlığı çalışanlarının, kişilerin günlük yaşamlarında karşılaşmış oldukları ideal beden görüntüsünün yerine daha gerçekçi bir algı geliştirmelerine yardımcı olmaları önerilmektedir. Her bireyin vücut yapısının kendine özel olduğunu ve bu sebeple kişilerin kendilerini yansıtan ideal beden görüntüsü ile karşılaştırmalarının doğru olmadığı ruh sağlığı çalışanları tarafından anlatılabilir.

KAYNAKÇA

- Akar, E. (2013). Sosyal Medya Platformları, Sosyal Medya Platformları ile Pazarlama. *Sosyal Medya. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları*.
- Akdiş, M. G. E. Üniversite Öğrencilerinin Denetim Odağı İle Beden Algısı, Akıllı Telefon Bağımlılığı Ve Depresyon Arasındaki İlişki.
- Aktan, E. (2018). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 405-421.
- Akyazı, A. (2020). Sosyal Medyanın Şöhret Kültürüne Etkisi. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 12(3), 251-274.
- Alexopoulos, G. S. (2005). Depression in the elderly. *The lancet*, 365(9475), 1961-1970.
- American Psychiatric Association. (2013). Diagnostic and Statistical Manual Mental Disorders, 5th edition (DSM-V). Washington: American Psychiatric Press.
- Amil, o. ve Bozgeyikli, H. (2015). Investigating the relationship between social appearance anxiety and loneliness of Turkish university youth. *Journal of Studies in Social Sciences*, 11(1), 68-96.
- Andreassen, C. S., Billieux, J., Griffiths, M. D., Kuss, D. J., Demetrovics, Z., Mazzoni, E., & Pallesen, S. (2016). The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychology of Addictive Behaviors*, 30(2), 252.
- Arısoy, Ö. (2009). İnternet bağımlılığı ve tedavisi. *Psikiyatride güncel yaklaşımlar*, 1(1), 55-67.
- Arslan, O. (2020). *İnternet bağımlılığı ve depresyon ilişkisinin incelenmesi* (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Arslan, S. (2021). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ile sosyal kaygı ve depresyon düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), T.C. İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Artan, T. (2017). Benlik Saygısı, Vücut Algısı, Narsisizm ve Sosyal Karşılaştırmanın Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Etkileri. Yakın Doğu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Klinik Psikoloji Programı, Yüksek Lisans Tezi.
- Aslan Üçkardeş, E. (2010). Mersin Üniversitesi öğrencileri arasında internet bağımlılığının değerlendirilmesi.

- Aslan, S. H. (2001). Beden imgesi ve yeme davranışı bozuklukları ile medya ilişkisi. *Düşünen Adam*, 14(1), 41-47.
- Ayazseven, Ö., & Önder, F. C. (2018). Ergenlerde internet bağımlılığı: Saldırganlık ve duygusal başa çıkmanın rolü. *Uluslararası Eğitim Bilimleri Dergisi*, 5(18), 66-77.
- Ayça, E. (2020). *Sosyal Medya İstatistikleri*.
- Aydın, H. (2018). Sosyal medya trendi olan FOMO'nun pazarlama alanında kullanımı üzerine literatür taraması. *İzmir Katip Çelebi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 1-9.
- Aydın, M., & Vural, G. Z. (2018). Üniversite öğrencilerinin beden imgelerinin yaşam niteliklerine etkisi. *Eğitim Kuram ve Uygulama Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 111-121.
- Aydın, N. (2018). Güzellik merkezine başvuran ve başvurmayan kadınların beden algısı, benlik saygısı ve bazı değişkenler açısından karşılaştırılması: Kayseri ili örneği [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. *Toros Üniversitesi*.
- Aytar, G., & Erkman, N. (1985). Bir Grup Üniversite Öğrencisinde Yaşam Olayları ve Depresyon ve Kaygı. *XI. Psikolojik ve Nörolojik Bilimler Kongresi. Adana: Çukurova Üniversitesi*.
- Babacan, M. E. (2016). Sosyal medya kullanım alanları ve bağımlılık ilişkisi. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 3(1), 7-28.
- Babacan, M., Haşlak, İ., & İsmail, H. İ. R. A. (2011). Sosyal medya ve Arap baharı. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 6(2), 63-92.
- Baker, N. (2018). Focusing on College Students' Instagram Use and Body Image.
- Balcı, Ş., & Baloğlu, E. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı ile Depresyon Arasındaki İlişki:" Üniversite Gençliği Üzerine Bir Saha Araştırması". *İleti-s-im*, (29).
- Balcı, Ş., & Gölcü, A. (2013). Facebook Addiction among University Students in Turkey:" Selcuk University Example". *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 1(34), 255-278.
- Banjanin, N., Banjanin, N., Dimitrijevic, I., & Pantic, I. (2015). Relationship between internet use and depression: Focus on physiological mood oscillations, social networking and online addictive behavior. *Computers in Human Behavior*, 43, 308-312.

- Barry C T, Sidot C, Briggs S, Reiter S. and Lindsey R (2017) Adolescent social media use and mental health from adolescent and parent perspectives. *Journal of Adolescence*(61), 1-11.
- Başbayram, R. (2021). *Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı üzerine bir araştırma: Sakarya Üniversitesi örneği* (Master's thesis, Sakarya Üniversitesi).
- Bat, Z. B. A. V. M., Vural, Z. B. A., & Mikail, B. A. T. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: ege üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 5(20), 3348-3382.
- Bayar, Ö. (2019). Üniversite öğrencilerinde beden imajı, öz-şefkat, depresif duygulanım ve cinsiyet. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 46(46), 175-190.
- Bayrakcı, S. (2019). Sosyal Medya ve Toplumda Değişen Estetik İşlem Yaptırma Algısı.
- Baz, F. Ç. (2018). Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine çalışma. *OPUS International Journal of Society Researches*, 9(16), 276-295.
- Becan, C. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığının Haber Takibi Motivasyonları Üzerine Etkisi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(3), 238-256.
- Berenzon, S., Lara, M. A., Robles, R., & Medina-Mora, M. E. (2013). Depresión: estado del conocimiento y la necesidad de políticas públicas y planes de acción en México. *Salud pública de México*, 55(1), 74-80.
- Bıyıklı, M. E. (2021). Sosyal medyanın; Yeme tutumu, duygusal yeme ve beden algısının üzerine etkisi.[Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. *İstanbul Okan Üniversitesi, İstanbul*.
- Bilir, Ö. (2021). Genç Yetişkinlerde Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri ile Depresyon Düzeyleri Arasındaki İlişkide Bilişsel Çarpıtmaların Aracı Rolünün İncelenmesi. (Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Kent Üniversitesi).
- Blachino, A., Przepio'rka, A. and Pantic, I. (2015). Internet Use, Facebook Intrusion, and Depression: Results of a Cross-Sectional Study. *European Psychiatry*, 30, 681-684.
- Blazer D. (1999). "Comprehensive Textbook Of Psychiatry" Sadock B, Sadock, V, (eds) Mood Disorders: Epidemiology. Philadelphia: Lippincott Williams & Wilkins, 7,1298–308, s. 300.

- Bolat, S. (2021). *Sosyal medya üzerinde yaratılan ideal beden algısı üzerine bir araştırma: Instagram diyetisyenleri örneği* (Master's thesis, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Bostancı, M. (2010). *Sosyal medyanın gelişimi ve iletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları* (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Bowlby, J. (1982). Caring for children: some influences on its development. *Parenthood; Cohen, RS, Weissman, SH, Cohler, BJ, Eds.*
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Bozkurt, N. (2003). Depresyonda bilişsel-davranışçı yaklaşımlar: Beck'in bilişsel kuramı. *Ege Eğitim Dergisi*, 2(3), 59-64.
- Brenner, C. (1991). A psychoanalytic perspective on depression. *Journal of the American Psychoanalytic Association*, 39(1), 25-43.
- Brunborg, G. S., Mentzoni, R. A., & Frøyland, L. R. (2014). Is video gaming, or video game addiction, associated with depression, academic achievement, heavy episodic drinking, or conduct problems?. *Journal of behavioral addictions*, 3(1), 27-32.
- Büyüksener, E. (2009). Türkiye'de sosyal ağların yeri ve sosyal medyaya bakış. XIV. *Türkiye'de İnternet Konferansı Bildirileri*, 12, 13.
- Byun Sookeun, Ruffini Celestino, Mills Juline, Douglas Alecia, Mamadou Niang and Svetlana Stepchenkova, "Internet Addiction: Metasynthesis Of 1996-2006 Quantitative Research", *Cyberpsychol Behav*, 2009, 12(2), 203.
- Caccavale, L. J., Farhat, T., & Iannotti, R. J. (2012). Social engagement in adolescence moderates the association between weight status and body image. *Body image*, 9(2), 221-226.
- Caddel, M. J. (2018). *The Effects Of Social Media On Body Image Constructs Among Active Women* (Doctoral dissertation, California Southern University).
- Chen, B. C., Chen, M. Y., Wu, Y. F., & Wu, Y. T. (2022). The relationship of social media addiction with internet use and perceived health: The moderating effects of regular exercise intervention. *Frontiers in Public Health*, 10.
- Chen, L. (2021). Monitoring depressive symptoms using social media data.
- Corey, G., & Corey, M. S. (2013). *I never knew I had a choice: Explorations in personal growth*. Cengage Learning.

- Çağlayan, M. T. (2022). *Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Etkileyen Faktörler* (Master's thesis, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü).
- Çakır, D. (2021). Instagram kullanıcısı üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığının depresyon ile ilişkisi. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*, TC İstanbul Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çalışkan, M., & Mencik, Y. (2015). Değişen dünyanın yeni yüzü: Sosyal medya. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (50), 254-277.
- Çayırılı, E. (2017). *Sosyal medya kullanım özelliklerinin kişilik yapılanmaları, yaşam doyumu ve depresyon açısından incelenmesi* (Master's thesis, Işık Üniversitesi).
- Çelik, F. H., & Hocaoglu, Ç. (2016). Major depresif bozukluk'tanımı, etyolojisi ve epidemiyolojisi: bir gözden geçirme. *Çağdaş Tıp Dergisi*, 6(1), 51-66.
- Çelik, M. (2017). *Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin İncelenmesi: Kültür Üniversitesi Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma*.
- Çetinkaya, H. (2004). Beden imgesi, beden organlarından memnuniyet, benlik saygısı, yaşam doyumu ve sosyal karşılaştırma düzeyinin demografik değişkenlere göre farklılaşması. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çetinoğlu, N. (2017). *Sosyal medya reklamlarının müşteri satın alma davranışlarına etkisi: İzmir ilinde bir uygulama* (Master's thesis, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4).
- Çil, S. N. (2020). *Yetişkinlerde sosyal medya bağımlılığının depresyonla ilişkisi* (Master's thesis, İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).
- Çömlekçi, M. F., & Başol, O. (2019). Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 173-188.
- Dağıtmaç, M. (2015). Sosyal medya bizi neden kullanır. *Metamorfoz Yayıncılık, İstanbul*.

- Dalaylı, F. Ü. (2017, October). Orta yaş üstü bireylerde sosyal medya bağımlılığı ve sosyal izolasyon. In *ICPESS (International Congress on Politic, Economic and Social Studies)* (No. 3).
- Dara, A. Y. (2011). Kamu yönetiminde halkla ilişkiler ve sosyal medya. *Selçuk İletişim*, 7(1), 5-15.
- Davison, G. C., & Neale, J. M. (2004). Anormal Psikolojisi (Çev. Dağ İ.), Türk Psikologlar Derneği Yayınları, No: 29, 256s.
- Değirmenci, T. (2006). Obez erişkinlerde benlik saygısı, yaşam kalitesi, yeme tutumu, depresyon ve anksiyete.
- Demir, Ş. Ş., & Kozak, M. (2013). *Tüketici davranışları*. Detay Yayıncılık.
- Demirer, Y. (2004). Beden algısı ve ruh sağlığı.
- Demirli, C., & Arslan, G. (2018). Ergenlerin İnternet Bağımlılığı Düzeylerinin İncelenmesi. *Istanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(33), 49-64.
- Deniz, A. T. İ. K., & Örtten, T. (2008). İdeal beden imgesini oluşturan sosyal ve kurumsal faktörler ve bu idealin bireyler üzerindeki etkileri. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 25(1).
- Desjarlais, M. (Ed.). (2019). *The psychology and dynamics behind social media interactions*. IGI Global.
- Dikbiyik, D. (2016). *Sosyal medya pazarlamasının tüketicilerin ürün ve hizmet satın alma davranışına etkileri üzerine bir araştırma* (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Dikeos, D. G., Papadimitriou, G. N., Avramopoulos, D., Karadima, G., Daskalopoulou, E. G., Souery, D., ... & Stefanis, C. N. (1999). Association between the dopamine D3 receptor gene locus (DRD3) and unipolar affective disorder. *Psychiatric genetics*, 9(4), 189-196.
- Dikmen, M. (2021). COVID-19 pandemisinde üniversite öğrencilerinin depresyon düzeylerinin sosyal medya bağımlılığı üzerindeki rolünün incelenmesi: Bir yapısal eşitlik modeli. *Bağımlılık Dergisi*, 22(1), 20-30.
- Dinç, M. (2010). İnternet Bağımlılığı. (1. baskı) İstanbul: FerfirYayınları.
- Doğan, M. V. (2021). *Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı belirtilerinin ve sosyal medya bağımlılığı ile depresyon arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Master's thesis, İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).

- Durar, E. (2018). *Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığının depresyon ve sosyal fobi ile ilişkisi* (Master's thesis, Sağlık Bilimleri Enstitüsü).
- Durmaz, A., & Kömürcü, N. (2018). Postpartum Kanamada Risk Belirleme, Önleme ve Yönetim: Kanıta Dayalı Uygulamalar. *Sağlık Bilimleri ve Meslekleri Dergisi*, 5(3), 494-502.
- Eldek, M. (2022). *Sigara kullanan ve kullanmayan bireylerde aleksitimi ve depresyon düzeylerinin incelenmesi* (Master's thesis, İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).
- Engin, C. (2022). *Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının depresyon ve benlik saygısı ile ilişkisinin incelenmesi* (Master's thesis, İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).
- Ercan, D. M. (2018). Geç Ergenlik döneminde sosyal medya maruziyetinin beden algısı ile ilişkisi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Eröz, S. S., & Doğdubay, M. (2012). Turistik ürün tercihinde sosyal medyanın rolü ve etik ilişkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(1), 133-157.
- Ertemel, A. V., & Pektaş, G. Ö. E. (2018). Dijitalleşen dünyada tüketici davranışları açısından mobil teknoloji bağımlılığı: üniversite öğrencileri üzerine nitel bir araştırma. *Yıldız Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(2), 18-34.
- Esnaola, I., Rodríguez, A., & Goñi, A. (2010). Body dissatisfaction and perceived sociocultural pressures: Gender and age differences. *Salud mental*, 33(1), 21-29.
- Eşer, A. K., & Alkaya, S. A. (2019). Hemşirelik Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Durumu Ve Gelişmeleri Kaçırma Korkusunun İncelenmesi. *Sağlık Bilimleri Üniversitesi Hemşirelik Dergisi*, 1(1), 27-36.
- Fardouly, J., Pinkus, R. T., & Vartanian, L. R. (2017). The impact of appearance comparisons made through social media, traditional media, and in person in women's everyday lives. *Body image*, 20, 31-39.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human relations*, 7(2), 117-140.
- Filiz, O., Osman, E. R. O. L., Dönmez, F., & Adile, K. U. R. T. (2014). BÖTE bölümü öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanım amaçları ile internet bağımlılıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Journal of Instructional Technologies and Teacher Education*, 3(2), 26-28.

- Fried, E. I., & Nesse, R. M. (2014). The impact of individual depressive symptoms on impairment of psychosocial functioning. *PloS one*, 9(2), e90311.
- Fried, E. I., & Nesse, R. M. (2015). Depression sum-scores don't add up: why analyzing specific depression symptoms is essential. *BMC medicine*, 13(1), 1-11.
- Frison, E., & Eggermont, S. (2016). Exploring the relationships between different types of Facebook use, perceived online social support, and adolescents' depressed mood. *Social Science Computer Review*, 34(2), 153-171.
- George, D., & Mallery, P. (2012). *SPSS Statistics 21: Step by Step. Boston: Allyn and Bacon.*
- Gilbert, P. (2018). *Depresyon*. Kuraldışı Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Ltd Şti.
- Gorman, S. (2015). The effects of media on body image and self esteem.
- Gökçe, G. (2017). Lise öğrencilerinde benlik saygısı ve beden algısı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *TC Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Psikoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.*
- Gökkaya, F., Deniz, İ., & Gedik, Z. (2020). Sosyal medya bağımlılığının sosyal onay ihtiyacı ve beden memnuniyeti ile ilişkisi. *Klinik Psikoloji Dergisi*, 4(2), 94-105.
- Griffiths, M. (1999). Internet addiction: Fact or fiction?. *The psychologist*.
- Griffiths, M. (2005). A 'components' model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance use*, 10(4), 191-197.
- Grogan, M. (2005). Echoing their ancestors, women lead school districts in the United States.
- Günay, O., Öztürk, A., & Arslantaş, E. E. (2018). Öğrencilerinde internet bağımlılığı ve depresyon düzeyleri. *Neurological Sciences*, 31, 79-88.
- Gürsel, O. Ğ. U. Z. (2005). Bir güzellik miti olarak incelik ve kadınlarla ilgili beden imgesinin televizyonda sunumu. *Selçuk İletişim*, 4(1), 31-37.
- Güvenen, G. (2017). *Sosyal medya ve kitle iletişim araçlarının lise öğrencilerinin beden algısı ve sosyal görünüş kaygısı üzerine etkisinin belirlenmesi* (Master's thesis, Sağlık Bilimleri Enstitüsü).
- Güzel, E. (2013). Güzellik Dayatması Altında Tüketim Nesnesine Dönüşen Kadın. *Global Media Journal: Turkish Edition*, 4(7).
- Güzel, K. (2016). Üniversite öğrencilerinin beden algısının depresyon ile ilişkisi: Mizacın rolü. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.*

- Ha, J. H., Yoo, H. J., Cho, I. H., Chin, B., Shin, D., & Kim, J. H. (2006). Psychiatric comorbidity assessed in Korean children and adolescents who screen positive for Internet addiction. *Journal of Clinical Psychiatry*, 67(5), 821.
- Haand, R., & Shuwang, Z. (2020). The relationship between social media addiction and depression: A quantitative study among university students in Khost, Afghanistan. *International Journal of Adolescence and Youth*, 25(1), 780-786.
- Hakan, E. Y. G. Ü., & Oktay, E. (2022). Üniversite Gençliğinin Sosyal Medya Bağımlılığı.
- Hammen, C. (2009). Adolescent depression: Stressful interpersonal contexts and risk for recurrence. *Current directions in psychological science*, 18(4), 200-204.
- Harrison, K., & Hefner, V. (2014). Virtually perfect: Image retouching and adolescent body image. *Media Psychology*, 17(2), 134-153.
- Hartanto, A., Quek, F. Y., Tng, G. Y., & Yong, J. C. (2021). Does social media use increase depressive symptoms? A reverse causation perspective. *Frontiers in Psychiatry*, 12, 641934.
- Hataş, B. (2017). *Bütünleşik pazarlama iletişimi ve sosyal medyanın etkileri* (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı-bir alan çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 151-175.
- Henderson, J. D. (2012). *Promoting healthy body image in college men: An evaluation of a psychoeducation program*. The University of Nebraska-Lincoln.
- Hisli, N. (1989). Beck Depresyon Envanterinin üniversite öğrencileri için geçerliği, güvenilirliği. *Psikoloji dergisi*, 7(23), 3-13.
- Hovardaoğlu, S. (1993). Vücut algısı ölçeği. *Psikiyatri, Psikoloji, Psikofarmakoloji (3P) Dergisi*, 1(1), 26.
- Hu, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2014, May). What we instagram: A first analysis of instagram photo content and user types. In *Proceedings of the international AAAI conference on web and social media* (Vol. 8, No. 1, pp. 595-598).
- Hughes, D. J., Rowe, M., Batey, M., & Lee, A. (2012). A tale of two sites: Twitter vs. Facebook and the personality predictors of social media usage. *Computers in human behavior*, 28(2), 561-569.
- Hwang, H. S. (2017). The Influence of personality traits on the Facebook Addiction. *KSII transactions on internet & information systems*, 11(2).

- İlğaz, M. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı: Lise Ve Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Turkish Journal of Marketing*, 3(3), 238-257.
- Irak, D., & Yazıcıoğlu, O. (2012). *Türkiye ve sosyal medya*. Okuyan Us.
- İçirgin, Ö. (2018). *Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve motivasyonları* (Master's thesis, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- İslamoğlu A. H. & Alınacak Ü. (2016) Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. Beta Yayıncılık.
- İşcan, S. (2021). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığının depresyon ve anksiyete düzeyleri arasındaki ilişki. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*, TC İstanbul Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Jang, K. S., Hwang, S. Y., & Choi, J. Y. (2008). Internet addiction and psychiatric symptoms among Korean adolescents. *Journal of School Health*, 78(3), 165-171.
- Jelenchick, L., Eickhoff, C. J., & Moreno, A. M. (2013). Facebook depression? Social networking site use and depression in older adolescents. *Journal of Adolescent Health*, 52(1), 128-130.
- Jiotsa, B., Naccache, B., Duval, M., Rocher, B., & Grall-Bronnec, M. (2021). Social media use and body image disorders: Association between frequency of comparing one's own physical appearance to that of people being followed on social media and body dissatisfaction and drive for thinness. *International journal of environmental research and public health*, 18(6), 2880.
- Jones, D. C. (2001). Social comparison and body image: Attractiveness comparisons to models and peers among adolescent girls and boys. *Sex roles*, 45, 645-664.
- Kaner, S. (2000). Ortopedik engelli ve engelli olmayan erkek ergenlerde benlik saygısı ve beden imajı. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Özel Eğitim Dergisi*, 2(04).
- Kara, Y., & Coşkun, A. (2012). Sosyal ağların pazarlama aracı olarak kullanımı: Türkiye'deki hazır giyim firmaları örneği.
- Karaçor, F. (2018). Üniversite Öğrencilerinde İnternet Ve Sosyal Medya Bağımlılığı İle Depresyon Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.
- Karadağ, A., & Akçınar, B. (2019). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik semptomlar arasındaki ilişki. *Bağımlılık Dergisi*, 20(3), 154-166.

- Karadağ, H. K. (2022). *Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ile depresyon arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Master's thesis, İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).
- Karaömerlioğlu, A. (2021). *Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Kişisel İyi Oluş Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Çağ Üniversitesi Örneği*. (Yüksek Lisans Tezi, Çağ Üniversitesi).
- Karasar, N. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemi*, (31. Basım) Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kardaş, İ. (2021). *İstanbul gelişim üniversitesi öğrencileri arasında sosyal medya kullanımının beden algısı ve olası ortoreksiya nervoza ile ilişkisi* (Master's thesis, İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).
- Kaya, M., Genç, M., Kaya, B., & Pehlivan, E. (2007). Tıp fakültesi ve sağlık yüksekokulu öğrencilerinde depresif belirti yaygınlığı, stresle başa çıkma tarzları ve etkileyen faktörler. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 18(2), 137-146.
- Kaytanoğlu, H. (2021). *Genç Yetişkinlerde Sosyal Onay İhtiyacı, Beden Memnuniyeti ve Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Sosyal Medya Bağımlılığı İle İlişkisi*.
- Khattak, F. A., Ahmad, S. and Mohammad, H. (2017). Facebook Addiction and Depression: A Comparative Study of Gender Differences. *PUTAJ- Humanities and Social Sciences*. 25 (1-2), 55-62.
- Kıloğlu, N. (2021). *Sosyal medya kullanan genç yetişkinlerde beden algısı ve özgüven arasındaki ilişki*.
- Kıran, S., Küçükboşancı, H., & Emre, İ. E. (2020). Sosyal medya kullanımının kişiler üzerindeki etkilerinin incelenmesi. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 13(4), 435-441.
- Kırık, A. M. (2013). Gelişen web teknolojileri ve sosyal medya bağımlılığı. *Sosyal Medya Araştırmaları*, 1, 77-101.
- Kırık, A. M., & Karakuş, M. K. (2013). Sosyal Medya ve İnternet Teknolojisi İle Yöndeşen Televizyon Yayıncılığı: Sosyal TV. *AJIT-e: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 4(11), 61-73.
- Koc, M., & Gulyagci, S. (2013). Facebook addiction among Turkish college students: The role of psychological health, demographic, and usage characteristics. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(4), 279-284.
- Köseoğlu, Y., & Hamza, A. L. (2013). Bir siyasal propaganda aracı olarak sosyal medya. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 8(3), 103-125.

- Kreitz, G., & Niemela, F. (2010, August). Spotify--large scale, low latency, P2P music-on-demand streaming. In *2010 IEEE Tenth International Conference on Peer-to-Peer Computing (P2P)* (pp. 1-10). IEEE.
- Krishen, A. S., & Worthen, D. (2011). Body image dissatisfaction and self-esteem: A consumer-centric exploration and a proposed research agenda. *The Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 24, 90-105.
- Kuzgun, Y. (2006). İlköğretimde rehberlik. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8(8).
- Kuzu, A. (2019). *Genç yetişkinlerde sosyal medya kullanımı ile beden algısı ve depresyon arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Len-Ríos, M. E., Hughes, H. E., McKee, L. G., & Young, H. N. (2016). Early adolescents as publics: A national survey of teens with social media accounts, their media use preferences, parental mediation, and perceived Internet literacy. *Public Relations Review*, 42(1), 101-108.
- Lin, Y. H., Chiang, C. L., Lin, P. H., Chang, L. R., Ko, C. H., Lee, Y. H., & Lin, S. H. (2016). Proposed diagnostic criteria for smartphone addiction. *PloS one*, 11(11), e0163010.
- Maree, T. (2017). LinkedIn users' self-brand congruence, attitudes and social media use integration. *Communicatio*, 43(3-4), 95-113.
- Marino, C., Gini, G., Vieno, A., & Spada, M. M. (2018). The associations between problematic Facebook use, psychological distress and well-being among adolescents and young adults: A systematic review and meta-analysis. *Journal of Affective Disorders*, 226, 274-281.
- Mayfield, M., & Mayfield, J. (2010). Developing a scale to measure the creative environment perceptions: A questionnaire for investigating garden variety creativity. *Creativity Research Journal*, 22(2), 162-169.
- Mete, H. E. (2008). Kronik hastalık ve depresyon. *Klinik Psikiyatri*, 11(3), 3-18.
- Mitropoulou, E. M., Karagianni, M., & Thomadakis, C. (2022). Social Media Addiction, Self-Compassion, and Psychological Well-Being: A Structural Equation Model. *Alpha Psychiatry*, 23(6), 298.
- Morrison, T. G., Kalin, R., & Morrison, M. A. (2004). Body-Image Evaluation And Body-Image Among Adolescents: A Test Of Sociocultural And Social Comparison Theories. *Adolescence*, 39(155).

- Mustafa, U. S. L. U. (2016). Türkiye’de sosyal medya bağımlılığı ve kullanımı araştırması. *Turkish Academic Research Review*, 6(2), 370-396.
- Nguyen, T. H., Lin, K. H., Rahman, F. F., Ou, J. P., & Wong, W. K. (2020). Study of depression, anxiety, and social media addiction among undergraduate students.
- Odabaş, S. (2008). Medyada Beden Politikalarının Temsili “Güzelliğin On Para Etmez Şu Estetik Cerrahlar Olmasa”. *Kültür ve İletişim* 1(1):53-72.
- Odacı, H., & Çelik, Ç. B. (2016). Does internet dependence affect young people's psycho-social status? Intrafamilial and social relations, impulse control, coping ability and body image. *Computers in Human Behavior*, 57, 343-347.
- Oktan, V., & Şahin, M. (2010). Kız ergenlerde beden imajı ile benlik saygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Uluslararası insan bilimleri dergisi*, 7(2), 543-556.
- Özbolat, A. (2011). Postmodern Dönemde Bedenin Tüketim Temelinde Yeniden İnşası. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(38), 317-334.
- Özdemir, Z. (2019). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı. *Beykoz Akademi Dergisi*, 7(2), 91-105.
- Özdiñç, T. (2014). *Okul öncesi eğitimde aile katılımında sosyal medya kullanımı: Bir durum çalışması* (Master's thesis, Eğitim Bilimleri Enstitüsü).
- Özgür, M., & Asli, U. Ç. A. R. (2020). Üniversitede eğitim gören kız öğrencilerde sosyal medya bağımlılığı ve beden algısı ile beslenme bilgi düzeylerinin karşılaştırılması. *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi*, 9(2), 46-54.
- Özkapı, M. (2021). *Yetişkinlerde sosyal medya kullanımının depresyon ve sosyal kaygı düzeyleri ile ilişkisi* (Master's thesis, İstanbul Kent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).
- Özkurteller, N. (2019). *Üniversite öğrencilerinde beden memnuniyeti ve depresyon puanları arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Öztürk, M. O., & Uluşahin, A. (2004). Ruh sağlığı ve bozuklukları (10. baskı). *Nobel Tıp Kitabevleri: Ankara*, 291-342.
- Öztürk, Y. (2021). *Aktif sosyal medya kullanımı ile depresyon ve benlik saygısı ilişkisi: Bir vakıf üniversitesi öğrencileri örneği* (Master's thesis, İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).
- Palaz, E. (2016). *Üniversite öğrencilerinde internet bağımlılığı ve depresyon düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).

- Patchin, J. W., & Hinduja, S. (2010). Trends in online social networking: Adolescent use of MySpace over time. *New media & society*, 12(2), 197-216.
- Pittman, M., & Reich, B. (2016). Social media and loneliness: Why an Instagram picture may be worth more than a thousand twitter words. *Computers in Human Behavior*, 62, 155–167. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.084>.
- Puglia, D. R. (2017). *Social media use and its impact on body image: the effects of body comparison tendency, motivation for social media use, and social media platform on body esteem in young women* (Doctoral dissertation, The University of North Carolina at Chapel Hill).
- Robinson, A., Bonnette, A., Howard, K., Ceballos, N., Dailey, S., Lu, Y., & Grimes, T. (2019). Social comparisons, social media addiction, and social interaction: An examination of specific social media behaviors related to major depressive disorder in a millennial population. *Journal of Applied Biobehavioral Research*, 24(1), e12158.
- Ruiz, P. (2000). *Comprehensive textbook of psychiatry* (Vol. 1, pp. 938-950). B. J. Sadock, & V. A. Sadock (Eds.). Philadelphia: lippincott Williams & wilkins.
- Ryan, T., Chester, A., Reece, J., & Xenos, S. (2014). The uses and abuses of Facebook: A review of Facebook addiction. *Journal of behavioral addictions*, 3(3), 133-148.
- Sağar, M. E. (2019). Yetişkin bireylerde sosyal medya bağımlılığının irdelenmesi. *Sağlık Bilimlerinde Eğitim Dergisi*, 2(1), 29-42.
- Sarıkoç, F. (2021). *Genç yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıkları, benlik saygısı ve beden algısı arasındaki ilişki* (Master's thesis, Biruni Üniversitesi).
- Savci, M., & Aysan, F. (2017). Technological addictions and social connectedness: predictor effect of internet addiction, social media addiction, digital game addiction and smartphone addiction on social connectedness. *Dusunen Adam: Journal of Psychiatry & Neurological Sciences*, 30(3), 202-216.
- Schou Andreassen C, Billieux J, Griffiths MD, Kuss DJ, Demetrovics Z, Mazzoni E, Pallesen S. The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychol Addict Behav*. 2016 Mar;30(2):252-62. doi: 10.1037/adb0000160. PMID: 26999354.

- Scott, H., & Woods, H. C. (2019). Understanding links between social media use, sleep and mental health: recent progress and current challenges. *Current sleep medicine reports*, 5, 141-149.
- Secord, P. F., & Jourard, S. M. (1953). The appraisal of body-cathexis: body-cathexis and the self. *Journal of consulting psychology*, 17(5), 343.
- Segal, Z. V., Pearson, J. L., & Thase, M. E. (2003). Challenges in preventing relapse in major depression: Report of a National Institute of Mental Health Workshop on state of the science of relapse prevention in major depression. *Journal of affective disorders*, 77(2), 97-108.
- Sel, Ş. (2016). *Üniversite öğrencilerinin beden memnuniyeti düzeyleri ile benlik saygısı düzeyleri arasındaki ilişkinin karşılaştırmalı olarak incelenmesi* (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Sevilmiş, R. (2019). Üniversite öğrencilerinde internet bağımlılığı ve depresyon arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi*.
- Shaffer, H. J., Hall, M. N., & Bilt, J. V. (2000). "Computer addiction": a critical consideration. *American journal of Orthopsychiatry*, 70(2), 162-168.
- Shih, C. (2009). The Facebook era: tapping online social networks to build better products, reach new audiences, and sell more stuff. *Language*, 14(236p), 24cm.
- Sibel, Ö. N. A. L., Özer, B. K., Sağır, M., Sağır, S., Özdemir, A., Sercan, A. C. A. R., & Yavuz, C. M. (2019). Üniversite Öğrencilerinde Beden Algısı Ve Beden Kitle Endisi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 59(1), 543-558.
- Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z., & Demir, M. (2013). İnternet ve sosyal medya kullanımı üzerine bir uygulama. *Selçuk İletişim*, 7(4), 23-32.
- Soytürk, T. (2008). İnternet reklamcılığı oyuna koşuyor. *MediaCat Dergisi*, 10(16), 165.
- Sönmez, E. E., & Özgen, Ö. (2017). Medya kullanımı ve beden imajı: Türkiye ve İngiltere örneği. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (27), 78-95.
- Steers, M.L.N., Wickham, R.E. and Acitelli, L.K. (2014) Seeing Everyone Else's Highlight Reels: How Facebook Usage Is Linked to Depressive Symptoms. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 33, 701-731.? <https://doi.org/10.1521/jscp.2014.33.8.701>

- Şahin, C., & Yağcı, M. (2017). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu: Geçerlilik Ve Güvenirlilik Çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(1), 523-538.
- Şeker, V. T. (2018). *Sosyal medya bağımlılığı ile depresyon ve anksiyete arasındaki ilişki* (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Tayfur, S. (2018). Üniversite öğrencilerinde beden algısı, yeme tutumu ve depresyon düzeyinin incelenmesi. *Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.
- Tekin, M. (2022). Genç Yetişkinlerde Sosyal Medya Bağımlılığının Gelişmeleri Kaçırma Korkusu ve Depresyon Düzeyleri ile İlişkisinin İncelenmesi. (Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi).
- Temel M. (2005). Beden imajını etkileyen faktörler ve beden imajı doyumu. *Sendrom Dergisi*, 62-65.
- Terzi, S. (2021). *Üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımı ile beden algısı ve yeme tutumu arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Master's thesis, İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).
- Tezel, A., Arslan, S., Topal, M., Aydoğan, Ö., Çiğdem, K. O. Ç., & Şenlik, M. (2009). Hemşirelik öğrencilerinin problem çözme becerileri ve depresyon düzeylerinin incelenmesi. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 12(4), 1-10.
- Thapa, R., & Subedi, S. (2018). Social media and depression. *Journal of Psychiatrists' Association of Nepal*, 7(2), 1-4.
- Thibodeau, R., Jorgensen, R. S., & Kim, S. (2006). Depression, anxiety, and resting frontal EEG asymmetry: a meta-analytic review. *Journal of abnormal psychology*, 115(4), 715.
- Tian, Y., Achananuparp, P., Lubis, I. N., Lo, D., & Lim, E. P. (2012, June). What does software engineering community microblog about?. In *2012 9th IEEE Working Conference on Mining Software Repositories (MSR)* (pp. 247-250). IEEE.
- Tiggemann, M. (2011). Sociocultural perspectives on human appearance and body image.
- Toprak, A., Yıldırım Eroğlu, A. Y. Ş. E. N. U. R., Binark, F., Çomu, T., Senem, B., & AYGÜL, E. (2009). Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook Görülüyorum Öyleyse Varım.

- Toraman, M. (2019). Beyaz yakalılarda duygudurum, depresyon ve sosyal medya bağımlılık düzeylerinin arasındaki ilişki. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tseng, S. M., & Lee, P. S. (2014). The effect of knowledge management capability and dynamic capability on organizational performance. *Journal of enterprise information management*.
- Tuten, T. L. (2008). *Advertising 2.0: social media marketing in a web 2.0 world: social media marketing in a web 2.0 world*. ABC-CLIO.
- Tutgun-Ünal, A. (2015). Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Yayımlanmış doktora tezi*, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tutgun-Ünal, A. (2019). İletişim Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının incelenmesi: Üsküdar Üniversitesi örneği. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*, (2), 49-80.
- Tutgun, A., Deniz, L., & Moon, M. K. (2011). A Comparative Study of Problematic Internet Use and Loneliness among Turkish and Korean Prospective Teachers. *Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET*, 10(4), 14-30.
- Tuzgöl Dost, M. (2005). Ruh sağlığı ve öznel iyi oluş. *Eğitim Araştırmaları-Eurasian Journal Of Educational Research*, 20.
- Türkçapar, M. H. (2020). Hayatı Anlamak Serisi 1: Depresyondan Çıkış Yolu: Kendi Kendine Yardım Kitabı.
- Uğurlu, Ö. (2015). Kadının benlik sunumunun güncel bir aracı olarak sosyal ağlar bir tasarım unsuru:“Kusursuzlaştırma”. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 231-248.
- Ünlü, Z. R. (2018). Sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik dayanıklılık (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). *Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul*.
- Wood-Barcalow, N. L., Tylka, T. L., & Augustus-Horvath, C. L. (2010). “But I like my body”: Positive body image characteristics and a holistic model for young-adult women. *Body image*, 7(2), 106-116.

- Wright, K. B., Rosenberg, J., Egbert, N., Ploeger, N. A., Bernard, D. R., & King, S. (2013). Communication competence, social support, and depression among college students: A model of Facebook and face-to-face support network influence. *Journal of health communication*, 18(1), 41-57.
- Yalçın, B. M., & Öztürk, O. (2016). The management of major depressive disorder in primary care. *Turkish Journal of Family Medicine and Primary Care*, 10(4), 250-258.
- Yavuz, M. C., & Haseki, M. İ. (2012). Konaklama işletmelerinde e-pazarlama uygulamaları: E-medya araçları temelinde bir model önerisi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 116-137.
- Yaygır, C. (2018). *Üniversite öğrencilerinde internet bağımlılığı depresyon ve benlik saygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Master's thesis, İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Yemez, B., & Alptekin, K. (1998). Depresyon etiyolojisi. *Psikiyatri Dünyası*, 1, 21-25.
- Yıldırım, S., & Kalender, M. (2018). Sosyal medyanın üniversite öğrencilerinin satın alma davranışlarına etkisi üzerine kavramsal bir bakış. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(4), 569-578.
- Yıldız, A., & Demir, F. M. (2016). Üniversite Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Örneği. *Journal of Social Sciences & Humanities Researches*, 17(37).
- Yılmaz, A., Ahmet, K. A. R., Mustafa, K. A. Y. A., & Türe, A. K. İnternet Bağımlılığı Ve Depresyon İlişkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. *İşletme Bilimi Dergisi*, 10(1).
- Yılmaz, D. E. (2020). *Sosyal medya kullanan genç yetişkin bireylerde beden algısı ve sosyal görünüş kaygısının incelenmesi* (Doctoral dissertation, Yüksek Lisans Tezi, Yakın Doğu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti).
- Yiğitcan, A. (2021). *İnternet bağımlılığı, beden imajı ve yeme bozukluğu arasındaki ilişki* (Master's thesis, İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).
- Young, K. S. (1996). Pathological internet use-A case that breaks the stereotype. *Psychological Rep.*, 79, 899-902.

- Yurdakul, K. H. Youtube Kullanımının Gençler Üzerindeki Negatif Etkisi: Sosyal Medya Bağımlılığı. *Liberal Düşünce Dergisi*, (107), 167-190.
- Yücel, R. (2020). Podcast'in kısa tarihi: Doğuşu, yükselişi, monetizasyonu. *Erciyes iletişim dergisi*, 7(2), 1303-1319.
- Yüksel, E. (2019). Sosyal medya bağımlılığı, yalnızlık ve kendini gizleme arasındaki ilişki: Konya örneğinde bir saha araştırması. *Retrieved from YÖK Thesis center database (Thesis Number: 576024)*.
- Yüksel, M. Y., Ayşe, Ç. İ. N. İ., & Yasak, B. Genç (2020). Yetişkinlerde Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık Ve Yaşam Doyumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, (40), 66-85.
- Zafarmand, N. (2010). Halkla İlişkiler Alanında Yeni Mecra ve Uygulamaların Yeri ve Önemi: Sosyal Medya ve PR. 2.0. Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Zarella, D. (2009). *The social media marketing book*. " O'Reilly Media, Inc."
- Zenelaj, B. (2014). *Pazarlama stratejisi olarak sosyal medya iletişimi ile kurumsal itibarı oluşturmak: İletişim sektöründe bir araştırma* (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).

EKLER

Ek 1. Çağ Üniversitesi Etik Kurul Onay Belgesi

T.C	
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ	
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ	
TEZ / ARAŞTIRMA / ANKET / ÇALIŞMA İZNİ / ETİK KURULU İZİNİ TALEP FORMU VE ONAY TUTANAK FORMU	
ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
T.C. NOSU	
ADI VE SOYADI	Gizem Nur Yardımcı
ÖĞRENCİ NO	2021011002
TEL. NO.	-----
E - MAİL ADRESLERİ	-----
ANA BİLİM DALI	Sosyal Bilimler Enstitüsü/ Psikoloji Tezli Yüksek Lisans
HANGİ AŞAMADA OLDUĞU (DERS / TEZ)	TEZ
İSTEKDE BULUNDUĞU DÖNEME AİT DÖNEMLİK KAYDININ YAPILIP- YAPILMADIĞI	2021 / 2022 - GÜZ / BAHAR DÖNEMİ KAYDINI YENİLEDİM.
ARAŞTIRMA/ANKET/ÇALIŞMA TALEBİ İLE İLGİLİ BİLGİLER	
TEZİN KONUSU	Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının Beden Algısı ve Depresyon ile İlişkisinin İncelenmesi
TEZİN AMACI	Gelişen teknoloji ve değişen yaşam koşulları alışkanlıkları da farklılaştırmaktadır. Son yıllarda akıllı telefonlar üzerinden internet kullanımının kolaylaşması ve yüz yüze iletişimin yerini sosyal medya uygulamalarına bırakması bazı değişimleri de beraberinde getirmektedir. Her geçen gün daha da artan sosyal medya kullanımının insan üzerinde ne gibi değişimlere neden olduğu bilimsel araştırmalara da konu olmuştur. Bu araştırmada Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının Beden Algısı ve Depresyon ile ilişkisinin olup olmadığını ortaya çıkarmayı amaçlanmaktadır.

TEZİN TÜRKÇE ÖZETİ	
ARAŞTIRMA YAPILACAK OLAN SEKTÖRLER/ KURUMLARIN ADLARI	ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ/ Yaşar Bayboğan Kampüsü
İZİN ALINACAK OLAN KURUMA AİT BİLGİLER (KURUMUN ADI- ŞUBESİ/ MÜDÜRLÜĞÜ - İLİ - İLÇESİ)	Çağ Üniversitesi/ Yaşar Bayboğan kampüsü Adana-Merain karayolu üzeri 33800 Tarsus/Mersin
YAPILMAK İSTENEN ÇALIŞMANIN İZİN ALINMAK İSTENEN KURUMUN HANGİ İLÇELERİNE/ HANGİ KURUMUNA/ HANGİ BÖLÜMÜNDE/ HANGİ ALANINA/ HANGİ KONULARDA/ HANGİ GRUBA/ KİMLERE/ NE UYGULANACAĞI GİBİ AYRINTILI BİLGİLER	Çağ Üniversitesi Lisans Öğrencileri
UYGULANACAK OLAN ÇALIŞMAYA AİT ANKETLERİN/ ÖLÇEKLERİN BAŞLIKLARI/ HANGİ ANKETLERİN - ÖLÇEKLERİN UYGULANACAĞI	Kişisel Bilgi Formu, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Yetişkin Formu, Beden Algısı Ölçeği, Beck Depresyon Ölçeği

EKLER (ANKETLER, ÖLÇEKLER, FORMLAR, V.B. GİBİ EVRAKLARIN İSİMLERİYLE BİRLİKTE KAÇ ADET/SAYFA OLDUKLARINA AİT BİLGİLER İLE AYRINTILI YAZILACAKTIR)

- 1) Kişisel bilgi formu 8 sorudan oluşuyor.
- 2) Beden algısı ölçeği 40 sorudan oluşuyor.
- 3) Sosyal medya bağımlılığı ölçeği YF 20 sorudan oluşuyor.
- 4) Beck depresyon ölçeği 21 sorudan oluşuyor.

ÖĞRENCİNİN İMZASI:

Enstitü müdürlüğünde evrak aslı ıslak imzalıdır.

ÖĞRENCİNİN ADI - SOYADI: Gizem Nur Yardımcı

TARİH:02 / 11 / 2022

TEZ/ ARAŞTIRMA/ANKET/ÇALIŞMA TALEBİ İLE İLGİLİ DEĞERLENDİRME SONUCU

1. Seçilen konu Bilim ve İş Dünyasına katkı sağlayabilecektir.

2. Anılan konu faaliyet alanı içerisine girmektedir.

1.TEZ DANIŞMANININ ONAYI	2.TEZ DANIŞMANININ ONAYI (VARSA)	ANA BİLİM DALI BAŞKANININ ONAYI	SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRÜNÜN ONAYI
Adı - Soyadı: Soner ÇAKMAK	Adı - Soyadı:	Adı - Soyadı: Şükrü UĞUZ	Adı - Soyadı: Murat KOÇ
Unvanı: Doktor Öğretim Üyesi	Unvanı:	Unvanı: Profesör Doktor	Unvanı: Profesör Doktor
Enstitü müdürlüğünde evrak aslı ıslak imzalıdır.	Enstitü müdürlüğünde evrak aslı ıslak imzalıdır.	Enstitü müdürlüğünde evrak aslı ıslak imzalıdır.	Enstitü müdürlüğünde evrak aslı ıslak imzalıdır.
İmzası:	İmzası:	İmzası:	İmzası:
... / ... / 20...	... / ... / 20...	... / ... / 20...	... / ... / 20...

ETİK KURULU ASIL ÜYELERİNE AİT BİLGİLER						
Adı - Soyadı: Şehnaz ŞAHİNKARAKAŞ	Adı - Soyadı: Yücel ERTEKİN	Adı - Soyadı: Deniz Aynur GÜLER	Adı - Soyadı: Mustafa BAŞARAN	Adı - Soyadı: Mustafa Tefrik ODMAN	Adı - Soyadı: Hüseyin Mahir FİSUNOĞLU	Adı - Soyadı: Jülide İNÖZÜ
Unvanı : Prof. Dr.	Unvanı : Prof. Dr.	Unvanı: Prof. Dr.	Unvanı : Prof. Dr.	Unvanı: Prof. Dr.	Unvanı : Prof. Dr.	Unvanı : Prof. Dr.
Enstitü müdürlüğünde evrak aslı ıslak imzalıdır.	Enstitü müdürlüğünde evrak aslı ıslak imzalıdır.	Enstitü müdürlüğünde evrak aslı ıslak imzalıdır.	Enstitü müdürlüğünde evrak aslı ıslak imzalıdır.	Enstitü müdürlüğünde evrak aslı ıslak imzalıdır.	Enstitü müdürlüğünde evrak aslı ıslak imzalıdır.	Enstitü müdürlüğünde evrak aslı ıslak imzalıdır.
..... / / 20.....	 / / 20.....	... / / 20.....	 / / 20.....	... / / 20.....	 / / 20.....	 / / 20.....
Etik Kurulu Jüri Başkanı - Asıl Üye	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi	Etik Kurulu Jüri Asıl Üyesi
OY BİRLİĞİ İLE	☒	Çalışma yapılacak olan tez için uygulayacak olduğu Anketleri/Formları/Ölçekleri Çağ Üniversitesi Etik Kurulu Asıl Jüri Üyelerince İncelenmiş olup, / / 20..... / / 20..... tarihleri arasında uygulanmak üzere gerekli iznin verilmesi tarafımızca uygundur.				
OY ÇOKLUĞU İLE	☐					
AÇIKLAMA: BU FORM ÖĞRENCİLER TARAFINDAN HAZIRLANDIKTAN SONRA ENSTİTÜ MÜDÜRLÜĞÜ SEKRETERLİĞİNE ONAYLAR ALINMAK ÜZERE TESLİM EDİLECEKTİR. AYRICA FORMDAKİ YAZI ON İKİ PUNTO OLACAK ŞEKİLDE YAZILACAKTIR.						

Ek 2. Beden Algısı Ölçeği

Aşağıda çeşitli vücut özellikleri ve beğenip beğenmeme ifadeleri bulunmaktadır. Yapmanız gereken, bir vücut özelliği hakkındaki duygularınızı bu ifadelere göre değerlendirmektir. Örneğin bir vücut özelliğinizi çok beğeniyorsanız, bu özellik için “çok beğeniyorum” ifadesinin bulunduğu kutuya “X” işareti koyunuz. Herhangi bir vücut özelliğinizi genel olarak beğenip beğenmediğinize göre duygularınızı değerlendiriniz.

BEDEN ALGISI ÖLÇEĞİ					
	Çok Beğeniyorum	Oldukça Beğeniyorum	Kararsızım	Pek Beğenmiyorum	Hiç Beğenmiyorum
1.Saçlarım					
2.Yüzümün Rengi					
3.İştahım					
4.Ellerim					
5.Vücudumdaki Kıl Dağılımı					
6.Burnum					
7.Fiziksel Gücüm					
8.İdrar Dışı Düzenim					
9.Kas Kuvvetim					
10.Belim					
11.Enerji Düzeyim					
12.Sırtım					
13.Kulaklarım					
14.Yaşım					
15.Çenem					
16.Vücut Yapım					
17.Profilim					
18.Boyum					
19.Duyularımın Keskinliği					
20.Ağrıya Dayanıklılığım					
21.Omuzların Genişliği					
22.Kollarım					
23.Göğüslerim					
24.Gözlerimin Şekli					
25.Sindirim Sistemim					
26.Kalçalarım					
27.Hastalığa Direncim					
28.Bacaklarım					
29.Dişlerimin Şekli					
30.Cinsel Gücüm					
31.Ayaklarım					
32.Uyku Düzenim					
33.Sesim					
34.Sağlığım					
35.Cinsel Faaliyetlerim					
36.Dizlerim					
37.Vücudumun Duruş Şekli					
38.Yüzümün Şekli					
39.Kilom					
40.Cinsel Organlarım					

Ek 3. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ-YF)

AÇIKLAMA: Aşağıda internette sosyal medya kullanımıyla ilgili çeşitli durumlar verilmiştir. Sizden, her ifadeyi dikkatlice okumanız ve kendiniz için en doğru olan ifadenin üzerine **X** işaretini koymanız istenmektedir. Lütfen boş madde bırakmayınız ve her durum için bir işaretleme yapınız.

- ① Bana Hiç Uygun Değil ② Bana Uygun Değil ③ Kararsızım
④ Bana Uygun ⑤ Bana Çok Uygun

1	Sosyal medyayı gerçek dünyadan bir kaçış olarak görüyorum.	①	②	③	④	⑤
2	Sosyal medyada planladığımdan daha uzun süre kalırım.	①	②	③	④	⑤
3	Kendimi mutsuz hissettiğim zamanlarda sosyal medyada olmak beni rahatlatır.	①	②	③	④	⑤
4	Sosyal medyada çok zaman geçirdiğimden işlerimi aksatıyorum.	①	②	③	④	⑤
5	Sosyal medyaya gerekmedikçe girmem.	①	②	③	④	⑤
6	Sosyal medya yüzünden verimliliğimin azaldığını fark ediyorum.	①	②	③	④	⑤
7	Sosyal medyada çok zaman geçirdiğim için çevremdekiler beni eleştirirler.	①	②	③	④	⑤
8	Sosyal medyayı kullanırken biri beni rahatsız ettiğinde sinirleniyorum.	①	②	③	④	⑤
9	Sosyal medyada iken kendimi özgür hissediyorum.	①	②	③	④	⑤
10	Sabah uyandığımda ilk işim sosyal medyaya girmek olur.	①	②	③	④	⑤
11	Sosyal medya kullanmayı sevmiyorum.	①	②	③	④	⑤
12	Güncel olaylardan haberdar olmak için sosyal medyadan ayrılamıyorum.	①	②	③	④	⑤
13	Çevremde birileri varken bile, sosyal medyada olmayı tercih ederim.	①	②	③	④	⑤
14	Özel bazı duyuruları görebilmek ya da paylaşabilmek için sosyal medyada daha çok zaman geçiriyorum.	①	②	③	④	⑤
15	Sosyal medyadan dolayı aile üyelerini ihmal ettiğim olur.	①	②	③	④	⑤
16	İnsani amaçlı sosyal projelerde yer almak için sosyal medyayı kullanmaktan kendimi alamıyorum.	①	②	③	④	⑤
17	Sosyal medyada bağlantı kurduğum insanlara kendimi daha iyi anlatıyorum.	①	②	③	④	⑤
18	Sosyal medyadaki arkadaşlıkları gerçek yaşamdaki arkadaşlıklara tercih ederim.	①	②	③	④	⑤
19	Sosyal medya gruplarıyla iletişim halinde olabilmem için sosyal medyayı daha uzun süre kullanırım.	①	②	③	④	⑤
20	Çeşitli sosyal duyarlılıklar konusunda çabuk haberdar olma isteği beni daha çok sosyal medyada olmaya itiyor.	①	②	③	④	⑤

Ek 4. Beck Depresyon Ölçeği

Beck Depresyon Ölçeği

Hastanın Soyadı, Adı:.....

Tarih:.....

Bu form son bir (1) hafta içerisinde kendinizi nasıl hissettiğinizi araştırmaya yönelik 21 maddeden oluşmaktadır. Her maddenin karşısındaki dört cevabı dikkatlice okuduktan sonra, size en çok uyan, yani sizin durumunuzu en iyi anlatanı işaretlemeniz gerekmektedir.

- | | |
|--|---|
| <p>1 (0) Üzgün ve sıkıntılı değilim.
(1) Kendimi üzüntülü ve sıkıntılı hissediyorum.
(2) Hep üzüntülü ve sıkıntılıyım. Bundan kurtulamıyorum.
(3) O kadar üzgün ve sıkıntılıyım ki, artık dayanamıyorum.</p> <p>2 (0) Gelecek hakkında umutsuz ve karamsar değilim.
(1) Gelecek için karamsarım.
(2) Gelecekte beklediğim hiçbir şey yok.
(3) Gelecek hakkında umutsuzum ve sanki hiçbir şey düzelmeyeceğini gibi geliyor.</p> <p>3 (0) Kendimi başarısız biri olarak görmüyorum.
(1) Başkalarından daha başarısız olduğumu hissediyorum.
(2) Geçmişe baktığımda başarısızlıklarla dolu olduğunu görüyorum.
(3) Kendimi tümüyle başarısız bir insan olarak görüyorum.</p> <p>4 (0) Herşeyden eskisi kadar zevk alıyorum.
(1) Birçok şeyden eskiden olduğu gibi zevk alamıyorum.
(2) Artık hiçbir şey bana tam anlamıyla zevk vermiyor.
(3) Herşeyden sıkılıyorum.</p> <p>5 (0) Kendimi herhangi bir biçimde suçlu hissetmiyorum.
(1) Kendimi zaman zaman suçlu hissediyorum.
(2) Çoğu zaman kendimi suçlu hissediyorum.
(3) Kendimi her zaman suçlu hissediyorum.</p> <p>6 (0) Kendimden memnunum.
(1) Kendimden pek memnun değilim.
(2) Kendime kızgınım.
(3) Kendimden nefrete ediyorum.</p> <p>7 (0) Başkalarından daha kötü olduğumu sanmıyorum.
(1) Hatalarım ve zayıf taraflarım olduğunu düşünmüyorum.
(2) Hatalarımdan dolayı kendimden utanıyorum.
(3) Herşeyi yanlış yapıyordum gibi geliyor ve hep kendimi kabahat buluyorum.</p> <p>8 (0) Kendimi öldürmek gibi düşüncülerim yok.
(1) Kimi zaman kendimi öldürmeyi düşündüğüm oluyor ama yapmıyorum.
(2) Kendimi öldürmek isterdim.
(3) Fırsatını bulsam kendimi öldürürüm.</p> <p>9 (0) İçimden ağlamak geldiği pek olmuyor.
(1) Zaman zaman içimden ağlamak geliyor.
(2) Çoğu zaman ağlıyorum.
(3) Eskiden ağlayabiliyordum ama şimdi istesem de ağlayamıyorum.</p> <p>10 (0) Her zaman olduğumdan daha canı sıkın ve sinirli değilim.
(1) Eskisine oranla daha kolay canım sıkılıyor ve kızıyorum.
(2) Herşey canımı sıkıyor ve kendimi hep sinirli hissediyorum.
(3) Canımı sıkın şeylere bile artık kızamıyorum.</p> <p>11 (0) Başkalarıyla görüşme, konuşma isteğimi kaybetmedim.
(1) Eskisi kadar insanlarla birlikte olmak istemiyorum.
(2) Birileriyle görüşüp konuşmak hiç içimden gelmiyor.
(3) Artık çevremde hiçkimseyi istemiyorum.</p> | <p>12 (0) Karar verirken eskisinden fazla güçlük çekmiyorum.
(1) Eskiden olduğu kadar kolay karar veremiyorum.
(2) Eskiye kıyasla karar vermekte çok güçlük çekiyorum.
(3) Artık hiçbir konuda karar veremiyorum.</p> <p>13 (0) Her zamankinden farklı göründüğümü sanmıyorum.
(1) Aynada kendime her zamankinden kötü görünüyorum.
(2) Aynaya baktığımda kendimi yaşlanmış ve çirkinleşmiş buluyorum.
(3) Kendimi çok çirkin buluyorum.</p> <p>14 (0) Eskisi kadar iyi iş güç yapabiliyorum.
(1) Her zaman yaptığım işler şimdi gözümde büyüyor.
(2) Ufacık bir işi bile kendimi çok zorlayarak yapabiliyorum.
(3) Artık hiçbir iş yapamıyorum.</p> <p>15 (0) Uykum her zamanki gibi.
(1) Eskisi gibi uyuyamıyorum.
(2) Her zamankinden 1-2 saat önce uyanıyorum ve kolay kolay tekrar uykuya dalamıyorum.
(3) Sabahları çok erken uyanıyorum ve bir daha uyuyamıyorum.</p> <p>16 (0) Kendimi her zamankinden yorgun hissetmiyorum.
(1) Eskiye oranla daha çabuk yoruluyorum.
(2) Her şey beni yoruyor.
(3) Kendimi hiçbir şey yapamayacak kadar yorgun ve bitkin hissediyorum.</p> <p>17 (0) İştahım her zamanki gibi.
(1) Eskisinden daha iştahsızım.
(2) İştahım çok azaldı.
(3) Hiçbir şey yiyemiyorum.</p> <p>18 (0) Son zamanlarda zayıflamadım.
(1) Zayıflamaya çalışmadığım halde en az 2 Kg verdim.
(2) Zayıflamaya çalışmadığım halde en az 4 Kg verdim.
(3) Zayıflamaya çalışmadığım halde en az 6 Kg verdim.</p> <p>19 (0) Sağlığım ile ilgili kaygılarım yok.
(1) Ağrılar, mide sancıları, kabızlık gibi şikayetlerim oluyor ve bunlar beni tasalandırıyor.
(2) Sağlığımın bozulmasından çok kaygılanıyorum ve kafamı başka şeylere vermekte zorlanıyorum.
(3) Sağlık durumum kafama o kadar takılıyor ki, başka hiçbir şey düşünemiyorum.</p> <p>20 (0) Sekse karşı ilgimde herhangi bir değişiklik yok.
(1) Eskisine oranla sekse ilgim az.
(2) Cinsel isteğim çok azaldı.
(3) Hiç cinsel istek duymuyorum.</p> <p>21 (0) Cezalandırılması gereken şeyler yaptığımı sanmıyorum.
(1) Yaptıklarımın dolaylı cezalandırılacağını düşünüyorum.
(2) Cezamı çekmeyi bekliyorum.
(3) Sanki cezamı bulmuşum gibi geliyor.</p> |
|--|---|

Toplam BECK-D skoru:.....

Ek 5. Kişisel Bilgi Formu

1.Cinsiyet: Kadın () Erkek ()

2.Yaş:

3.Bölüm:

4. Sınıf düzeyi:

5.Sigara kullanımı: Var () Yok ()

6.Aylık Gelir: Düşük () Orta () Yüksek ()

7.Kilo:

8.Boy:

Ek 6. Çalışmada Kullanılan Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formunun Onay ve İzin E-postası



Ek 7. SOBE Tez Etik İzin İstek Yazısı



T.C.
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü

Sayı : E-23867972-050.01.04-2200008535
Konu : Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği
Kurulu Kararı Alınması Hk.

10.11.2022

REKTÖRLÜK MAKAMINA

İlgi: 09.03.2021 tarih ve E-81570533-050.01.01-2100001828 sayılı Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu konulu yazı.

İlgi tarihli yazı kapsamında Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesindeki Lisansüstü programlarda tez aşamasında kayıtlı olan Gizem Nur YARDIMCI ile Ezgi TOYGAR isimli öğrencilerin tez etik kurul evrakları "Üniversitemiz Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu Onayları" alınmak üzere Ek'te sunulmuş olduğunu arz ederim.

Prof. Dr. Murat KOÇ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Ek :

- 1 - Ezgi TOYGAR'ın Etik Kurul Dosyası.
- 2 - Gizem Nur YARDIMCI'nın Etik Kurul Dosyası.

Ek 8. Çağ Üniversitesi Rektörlüğü Tez Etik İzin İstek Formu



T.C.
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ
Rektörlük

Sayı : E-81570533-044-2200008826
Konu : Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği
Kurul İzni Hk.

21.11.2022

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi : a) 10.11.2022 tarih ve E-23867972- 050.01.04-2200008535 sayılı yazınız.
b) 02.11.2022 tarih ve E-23867972- 050.01.04-2200008274 sayılı yazınız.
c) 02.11.2022 tarih ve E-23867972- 050.01.04-2200008256 sayılı yazınız.

İlgi yazılarda söz konusu edilen **Hacı Mustafa ARSLANHAN, Ayşegül KURTULGAN, Gizem Nur YARDIMCI** ve **Ezgi TOYGAR** isimli öğrencilerimize ait tez evrakları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulunda incelenerek uygun görülmüştür.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

Prof. Dr. Ünal AY
Rektör

Ek 9. Çağ Üniversitesi Rektörlüğü Tez Etik İzin İstek Yazısı



T.C.
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü

Sayı : E-23867972-044-2200008867
Konu : Gizem Nur Yardımcı'nın Tez
Anket İzni Hk.

23.11.2022

DAĞITIM YERLERİNE

Psikoloji Tezli Yüksek Lisans Programında kayıtlı **Gizem Nur Yardımcı** isimli öğrencimizin, **“Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının Beden Algısı ve Depresyon ile İlişkisinin incelenmesi”** konulu tez çalışması Çukurova Üniversitesi Öğretim Üyelerinden **Doç. Dr. Soner ÇAKMAK**'ın tez danışmanlığında yürütülmektedir. Adı geçen öğrenci tez çalışmasında **Üniversitemiz bünyesinde halen eğitimlerine devam etmekte olan tüm lisans öğrencilerini** kapsamak üzere kopyası Ek'lerde sunulan anket uygulamasını yapmayı planlamaktadır. Üniversitemiz Etik Kurulunda yer alan üyelerin onayları alınmış olup, gerekli iznin verilmesi hususunu bilgilerinize sunarım.

Prof. Dr. Murat KOÇ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

Ek : 1 adet adı geçen öğrenciye ait tez anket izin istek evrakları dosyası.

Dağıtım:

Gereği:

Fen Edebiyat Fakültesi Dekanlığına

Hukuk Fakültesi Dekanlığına

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dekanlığına

Bilgi:

Rektörlük Makamına

Ek 10. Çağ Üniversitesi İİBF, Hukuk Fakültesi, Fen-Edebiyat Fakültesi Tez Anket İzin Yazıları



T.C.
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Sayı : E-88998576-044-2200008941
Konu : Gizem Nur Yardımcı'nın Tez
Anket İzni Hk.

25.11.2022

DAĞITIM YERLERİNE

İlgi : 23.11.2022 tarihli ve E-23867972-044-2200008867 sayılı belge.

İlgi yazınıza istinaden Enstitünüz Psikoloji Tezli Yüksek Lisans Programında kayıtlı Gizem Nur Yardımcı'nın **“Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının Beden Algısı ve Depresyon ile İlişisinin İncelenmesi”** konulu tez anket çalışmasının **Fakültemiz bünyesinde halen eğitimlerine devam etmekte olan öğrencilere uygulanmasının** uygun olacağı değerlendirilmektedir.

Gereği için bilgilerinizi rica ederim.

Prof. Dr. Mustafa BAŞARAN
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dekanı

Ek : Öğrenciye ait anket evrakları

Dağıtım:

Gereği:
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne

Bilgi:
Rektörlük Makamına



T.C.
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ
Hukuk Fakültesi

Sayı : E-82356537-044-2200009349
Konu : Gizem Nur Yardımcı'nın Tez
Anket İzni Hk.

12.12.2022

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi : 23.11.2022 tarihli ve E-23867972-044-2200008867 sayılı belge.

Psikoloji Tezli Yüksek Lisans öğrenciniz Gizem Nur Yardımcı'nın “Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının Beden Algısı ve Depresyon ile İlişkisinin incelenmesi” başlıklı tez çalışması ile ilgili yapmak istediği anket çalışması Dekanlığımızca uygun görülmüştür.

Bilgilerinize sunulur.

Prof. Dr. Yücel ERTEKİN
Hukuk Fakültesi Dekanı



T.C.
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ
Fen Edebiyat Fakültesi

Sayı : E-33089555-044-2300007766
Konu : Gizem Nur Yardımcı'nın Tez
Anket İzni Hk.

18.08.2023

DAĞITIM YERLERİNE

İlgi : 23.11.2022 tarih ve E-23867972-044-2200008867 sayılı yazınız.

İlgi yazı gereği Psikoloji Tezli Yüksek Lisans Programında kayıtlı **Gizem Nur Yardımcı** isimli öğrencinin, “**Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımının Beden Algısı ve Depresyon ile İlişkisinin incelenmesi**” konulu tez çalışması için Ek’lerde sunulan anketi 23/11/2022 - 20/04/2023 tarihleri arasında Dekanlığımız uygun görüşü ile bünyemizde kayıtlı öğrencilere uygulanmıştır.

Prof. Dr. Jülide İNÖZÜ
Fen Edebiyat Fakültesi Dekanı

Ek : 1 adet adı geçen öğrenciye ait tez anket izin istek evrakları dosyası.

Dağıtım:

Gereği:
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne

Bilgi:
Rektörlük Makamına

Ek 11. Çağ Üniversitesi Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı Eğitim Gören Öğrenci Sayıları İle İlgili İzin İstek Yazısı



T.C.
ÇAĞ ÜNİVERSİTESİ
Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı

Sayı : E-78865932-300-2200007693
Konu : Öğrenci Sayıları

14.10.2022

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi : 05.10.2022 tarih ve E-23867972-105.03-2200007418 sayılı yazınız.

Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Programına kayıtlı 2021011002 numaralı Gizem Nur Yardımcı isimli öğrencimizin tez çalışmasında kullanmak üzere İlgi yazınız ile istenen Üniversitemize bağlı tüm programlarda eğitim gören öğrenci sayıları gönderilmiştir.

Bilgilerinizi rica ederim.

Dr. Öğr. Üyesi Şenol KANDEMİR
Genel Sekreter

Ek : Öğrenci Sayıları