



T.C.
ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

KLİNİK PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

**SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI İLE YEME FARKINDALIĞI
ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

Gülsude KÖSECİOĞULLARI

Tez Danışmanı
Doç. Dr. Cemal Onur NOYAN

İSTANBUL-2021

T.C.
ÜSKÜDAR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

KLİNİK PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI İLE YEME FARKINDALIĞI
ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

Gülsude KÖSECİOĞULLARI

Tez Danışmanı
Doç. Dr. Cemal Onur NOYAN

İSTANBUL-2021

YEMİN METNİ

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

27.08.2021

Gülsude KÖSECİOĞULLARI

ÖNSÖZ

“Sosyal Medya Bağımlılığı ile Yeme Farkındalığı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” adlı çalışmada günümüz koşullarında önemli bir yere sahip olan internetin beraberinde getirmiş olduğu sosyal medya bağımlılığı ile yeme farkındalığı arasındaki ilişki incelenmiş ve yorumlanmıştır.

Bu çalışmanın gerçekleştirilmesinde, bilgileriyle ve deneyimleriyle bana rehberlik eden ve desteğini esirgemeyen danışmanım Cemal Onur NOYAN’a teşekkürlerimi sunarım.

Bütün eğitim hayatım boyunca yanımda olan ve tez çalışmam süresince maddi ve manevi desteklerini hiçbir zaman eksik etmeyen, canım anneme, biricik babama ve sevgili kardeşime teşekkürü bir borç bilirim.

Arkadaşım Safiye GENÇ’e zorlu tez sürecimde yardımları ve olumlu fikirleri ile verdiği yoğun desteğe, çalışmalarım için beni cesaretlendiren ve yanımda olan arkadaşım İrem BİLGİLİ’ye ve motivasyon desteği ve sevgisi için sevgilim Ahmed Faruk ENİS’e, yüksek lisans eğitimi yolculuğumun başından sonuna yanımda olan, desteklerini ve fikirlerini paylaşmaktan çekinmeyen meslektaşlarım, arkadaşlarım Burcu KAN ÖNCÜL’e ve Melisa KILIÇ MUTLU’ya teşekkür ederim.

Sosyal Medya Bağımlılığı İle Yeme Farkındalığı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

ÖZET

Teknolojinin her geçen gün hızla gelişmesi ve buna bağlı olarak sosyal medya platformlarının yaygınlaşması bireylerin internet üzerinde ve sosyal medya platformlarında gerektiğinden fazla zaman geçirmelerine neden olarak “Sosyal Medya Bağımlılığının” oluşmasına zemin hazırlamıştır. Sosyal medya kullanımının zaman içinde bağımlılığa dönüşmesi bireyleri birçok farklı şekilde etkilemekle birlikte, bireylerin yeme tutum ve davranışlarını da etkilemektedir. Araştırmanın amacı, sosyal medya bağımlılığı ve yeme farkındalığı arasındaki ilişki incelenmesidir. Araştırmanın örneklemini 18 – 25 yaş arası üniversite öğrencisi olan 209 (77 erkek, 132 kadın) kişi oluşturmaktadır.

Veri toplama aracı olarak; Sosyo Demografik Bilgi Formu, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) ve Yeme Farkındalığı Ölçeği (YFÖ) kullanılmıştır. Verilerin analizi için IBM SPSS versiyon 21.0 programı kullanılarak, frekans analizi, ortalama ve standart sapma değerlerinin tespitinde tamamlayıcı istatistikler, Komogorov-Smirnow ve Shapiro-Wilk, korelasyon analizi, Mann Whitney U testi, Kruskal Wallis H testi, LSD Testi uygulanmıştır.

Elde edilen bulgular sonucunda, sosyal medya bağımlılığı ile yeme farkındalığı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Katılımcıların SMBÖ ve YFÖ alt ölçek puanları arasındaki korelasyonlar incelendiğinde, yeme disiplini ile tekrarlama arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. SMBÖ puanları ile internette ve sosyal medya platformlarında geçirilen süre arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. YFÖ ölçeğinden alınan toplam puanlar ve alt boyutlarla vücut kitle indeksi (VKİ) değerleri karşılaştırıldığında yeme disiplini alt boyutu hariç diğer boyutlar arasında anlamlı bir ilişki olmadığı gözlemlenmiştir.

Anahtar kelimeler: Sosyal medya kullanımı, sosyal medya bağımlılığı, yeme farkındalığı

Examining the Relationship Between Social Media Addiction and Mindful Eating

ABSTRACT

The rapid development of technology and the spread of social media platforms accordingly cause individuals to spend more time on the internet and social media platforms more than necessary, thus paving the way for the formation of "Social Media Addiction". The transformation of social media use into addiction over time has been affecting individuals in many different ways, but also affected individuals' eating attitudes and behaviors. The aim of the study was to examine the relationship between social media addiction and mindful eating. The sample of the study consisted of 209 (77 males, 132 females) university students between the ages of 18 and 25.

As a data collection tool; Socio-Demographic Information Form, Social Media Addiction Scale (SMAS) and Mindful Eating Questionnaire (MEQ) were used. For the analysis of the data, IBM SPSS version 21.0 program was used; frequency analysis, complementary statistics in the determination of mean and standard deviation values, Komogorov-Smirnow and Shapiro-Wilk, correlation analysis, Mann Whitney U test, Kruskal Wallis H test and LSD test were applied.

As a result of the findings, it was determined that there was no significant relationship between social media addiction and mindful eating. When the correlations between the participants' SMAS and MEQ subscale scores were examined, a significant negative correlation was found between eating discipline and repetition. A significant relationship was found between the SMAS scores and the time spent on the internet and social media platforms. When the total scores obtained from the MEQ scale and the sub-dimensions and BMI values were compared, it was observed that there was no significant relationship between the other dimensions except the eating discipline sub-dimension.

Key words: Social media usage, social media addiction, mindful eating

İÇİNDEKİLER

YEMİN METNİ	i
ÖNSÖZ.....	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
İÇİNDEKİLER	v
SİMGELER VE KISALTMALAR	vii
TABLO LİSTESİ.....	viii
BÖLÜM I.....	1
1.1. Araştırmanın Amacı	1
1.2. Araştırmanın Hipotezleri	1
1.3. Araştırmanın Önemi.....	1
1.4. Araştırmanın Varsayımları.....	2
1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları	2
BÖLÜM II – SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI VE YEME FARKINDALIĞI.....	3
2.1. Sosyal Medya Kavramı.....	3
2.1.1. Sosyal medyanın özellikleri	3
2.1.2. Popüler sosyal medya türleri.....	5
2.2. Bağımlılık.....	8
2.2.1. Davranışsal bağımlılık	8
2.2.2. İnternet bağımlılığı.....	10
2.2.3. Sosyal medya bağımlılığı	11
2.3. Farkındalık	13
2.4. Yeme Farkındalığı.....	15
2.4.1. Beslenme ve yeme bozuklukları.....	17
2.4.2. Yeme farkındalığı ve obezite	19
BÖLÜM III - YÖNTEM.....	21
3.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	21

3.2. Veri Toplama Araçları	21
3.2.1. Sosyodemografik bilgi formu	21
3.2.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği.....	21
3.2.3. Yeme Farkındalığı Ölçeği.....	22
3.3. Verilerin Analizinde Kullanılan İstatistikî Yöntemler	22
BÖLÜM IV – BULGULAR.....	24
BÖLÜM V - TARTIŞMA.....	45
BÖLÜM VI - SONUÇ.....	50
BÖLÜM VII – ÖNERİLER	51
KAYNAKÇA	52
EKLER.....	58
Ek 1: Sosyodemografik Bilgi Formu	58
Ek 2: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ)	60
Ek 3: Yeme Farkındalığı Ölçeği (YFÖ-30)	62
ÖZGEÇMİŞ.....	63

SİMGELER VE KISALTMALAR

AN: Anoreksiya Nervoza

APA: American Psychological Association (Amerikan Psikoloji Birliği)

BN: Bulimiya Nervoza

DSM: Amerikan Psikiyatri Birliği Tanı Ölçütleri Kitabı

LSD: Least Significant Difference

MEQ: Mindful Eating Questionnaire (Yeme Farkındalığı Ölçeği)

SMBÖ: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

VKİ: Vücut Kitle İndeksi

YFÖ: Yeme Farkındalığı Ölçeği

WHO: Dünya Sağlık Örgütü

TABLO LİSTESİ

Tablo 1. Normallik Test Sonuçları	24
Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Yönelik Elde Edilen Sonuçlar.....	25
Tablo 3. Katılımcıların İnternet ve Sosyal Medya Kullanma Durumlarına Yönelik Elde Edilen Sonuçlar	26
Tablo 4. Katılımcıların Daha Önceden Psikolojik veya Psikiyatrik Yardım Alma Durumuna Göre Gruplandırılması	27
Tablo 5. Katılımcıların VKİ Değerlerine Yönelik Elde Edilen Sonuçlar.....	28
Tablo 6. Katılımcıların Bağımlılık Düzeylerine Göre Gruplandırılması.....	28
Tablo 7. Ölçeklere Ait Tanımlayıcı Bulgular	30
Tablo 8. Sosyal Medya Bağımlılığı İle Yeme Farkındalığı Toplam Puanlar Arasındaki İlişkinin Korelasyon Analizi Sonuçları	31
Tablo 9. Yaş İle Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Toplam Puan ve Alt Boyutlardan Alınan Puanlar Arasındaki İlişkinin Korelasyon Analizi Sonuçları	32
Tablo 10. Yaş İle Yeme Farkındalığı Ölçeği Toplam Puan ve Alt Boyutlardan Alınan Puanlar Arasındaki İlişkinin Korelasyon Analizi Sonuçları	32
Tablo 11. Cinsiyete Göre Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Toplam Puan ve Alt Boyutlardan Aldığı Puanların Karşılaştırılması	33
Tablo 12. Cinsiyete Göre Katılımcıların Yeme Farkındalığı Ölçeği Toplam Puan ve Alt Boyutlardan Aldığı Puanların Karşılaştırılması	33
Tablo 13. İnternette Ne Kadar Zaman Harcandığına Göre Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Toplam Puan ve Alt Boyutlardan Aldığı Puanların Karşılaştırılması	34
Tablo 14. İnternette Ne Kadar Zaman Harcandığına Göre Katılımcıların Yeme Farkındalığı Ölçeği Toplam Puan ve Alt Boyutlardan Aldığı Puanların Karşılaştırılması	35
Tablo 15. İnternette Geçirilen Sürenin Ne Kadarlık Bir Kısımının Sosyal Medya İçin Kullanıldığına Göre Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam Puan ve Alt Boyutlardan Aldığı Puanların Karşılaştırılması.....	36
Tablo 16. İnternette Geçirilen Süre Zarfında Sosyal Medyaya Ayrılan Süreye Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam ve Alt Boyutlardan Alınan Puanların LSD Test Sonuçları.....	37
Tablo 17. İnternette Geçirilen Sürenin Ne Kadarlık Bir Kısımının Sosyal Medya İçin Kullanıldığına Göre Katılımcıların Yeme Farkındalığı Toplam Puan ve Alt Boyutlardan Aldığı Puanların Karşılaştırılması	38
Tablo 18. Daha Önceden Psikiyatrik Yardım Alma Durumuna Göre Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam Puan ve Alt Boyutlardan Aldığı Puanların Karşılaştırılması.....	39
Tablo 19. Daha Önceden Psikiyatrik Yardım Alma Durumuna Göre Katılımcıların Yeme Farkındalığı Toplam Puan ve Alt Boyutlardan Aldığı Puanların Karşılaştırılması	40
Tablo 20. Obezite Durumuna Göre Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam Puan ve Alt Boyutlardan Aldığı Puanların Karşılaştırılması	41
Tablo 21. Obezite Durumuna Göre Katılımcıların Yeme Farkındalığı Toplam Puan ve Alt Boyutlardan Aldığı Puanların Karşılaştırılması	42
Tablo 22. Obezite Durumuna Göre Yeme Disiplini Alt Boyutundan Alınan Puanların LSD Çoklu Karşılaştırma Test Sonuçlar	43

BÖLÜM I

1.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, sosyal medya bağımlılığı ile yeme farkındalığı arasındaki ilişkiyi incelemektir. Bireylerin sosyal medya kullanımı, yeme farkındalıkları, internet kullanım süreleri, sosyal medya kullanım süreleri, cinsiyet ve yaş gibi bazı sosyodemografik özellikleri açısından karşılaştırılacaktır.

1.2. Araştırmanın Hipotezleri

- Sosyal medya bağımlılığı ile yeme farkındalığı arasında ilişki vardır.
- Sosyal medya bağımlılığı ile sosyodemografik veri özellikleri arasında farklılık vardır.
- Yeme farkındalığı ile sosyodemografik veri özellikleri arasında farklılık vardır.

1.3. Araştırmanın Önemi

Günümüzde teknolojinin ilerlemesiyle birlikte teknolojik aletlerde geçirilen zaman da bununla birlikte artmaktadır. Yapılan araştırmaların büyük çoğunluğu göstermektedir ve bu gelişmeyle birlikte gençlerin birçoğu sosyal medyayı da aktif olarak kullanmaktadır (Usluel ve Mazman, 2009; Vural ve Bat, 2010; Köroğlu ve Tutgun Ünal, 2013; Akyazı ve Tutgun Ünal, 2013).

Kullanım miktarının ve sosyal medya platformunda geçirilen sürenin artmasıyla birlikte “sosyal medya bağımlılığı” internet bağımlılığının içinde değerlendirilmeye başlanmıştır (Tutgun-Ünal, 2015). Kişilerin gerçek yaşamdan uzaklaşmasıyla birlikte, kendilerini gerçek ortamdaki ziyade sanal ortamda daha rahat ifade edebildikleri bulunmuştur (Ergenç ve Hazar, 2011). Dolayısıyla sosyal medyada geçirdikleri zamanın artması kaçınılmaz olup, bağımlılığa sebep olmuştur. Örneğin üniversite öğrencileri üzerinde yapılan bir araştırmadan katılımcıların %36’sı sosyal medyayı 5 saat ve üzeri kullandığını belirtmiştir (Çiftçi, 2018).

Yeme farkındalığı kavramı Baer ve Fischer tarafından kısaca şu şekilde açıklanmıştır; yeme davranışının yenilen şeyden daha çok neden ve nasıl bu davranışın oluştuğunu fark etmektir. Çevresel durumlardan etkilenmekten çok, açlık tokluk kavramını fark edip duygu ve düşüncelerin bilincinde olarak yemektir (Baer vd., 2005). Sosyal medya bağımlılığına bağlı olarak alan yazında yeme farkındalığı ile ilgili

literatürde yeterli çalışma bulunmamaktadır. Bu bağımlılık doğrultusunda bireylerin farkında olmadan yeme davranışına girecekleri ve sosyal medya bağımlılığı kavramıyla yakından ilişkisi olduğu düşünülmektedir.

Sosyal medya bağımlılığı literatürde birçok değişken ile ilişkilendirilmiştir. Bu araştırmada incelenecek olan yeme farkındalığı faktörü, sosyal medya kullanımının artmasıyla birlikte öne çıkan bir kavram haline gelmiştir. Sosyal medyada geçirilen zaman, insanların etkileşimini sosyal medya üzerinden sağlanması bireylerin gündelik hayattaki birçok alışkanlığını doğrudan etkiler hale gelmiştir. İnsanların sosyal platformlarda birçok kişinin özel hayatlarını görebilmesi bu alışkanlıklarında değişime gidebileceklerini düşündürmektedir.

Literatüre bakıldığı zaman bu iki kavramı birlikte inceleyen bir çalışma neredeyse yoktur. Bu çalışma sosyal medya bağımlılığı ile yeme farkındalığı arasındaki ilişkiye bakıp literatüre farklı bir bakış açısı sunması hedeflenmektedir. Bu da çalışmanın önemini kanıtlar niteliktedir.

Özellikle lise ve üniversite öğrencilerinde sosyal medya kullanımına olan artışla ve geçirilen süre ile doğru orantılı olarak yeme farkındalığında azalmaya sebep olabilir. Bu yüzden literatüre katkısı olumlu yönde olacağı yönündedir.

1.4. Araştırmanın Varsayımları

Araştırmaya katılan katılımcıların ankete ve ölçeklere verdiği cevapları içtenlikle cevapladıkları varsayılmaktadır.

Verilen ölçeklerin geçerliliği ve güvenirliği tespit edilen ölçekler olup, araştırmanın amacına uygun olduğu varsayılmıştır.

Araştırmada seçilen örneklem sayısının araştırmanın amacına uygun olduğu varsayılmaktadır.

1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

- Araştırma üniversite öğrencisi olan 209 kişi ile sınırlıdır.
- Katılımcılara ait bilgiler sosyodemografik bilgi formuna (yaş, cinsiyet vb.) verilen cevaplar ile sınırlıdır.
- Katılımcılara bir klinik değerlendirme yapılmadığından, sosyal medya bağımlılığı verilmiş olan ‘Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinde’ verilen cevaplarla sınırlıdır.

BÖLÜM II – SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI VE YEME FARKINDALIĞI

2.1. Sosyal Medya Kavramı

Günümüzde internet, teknolojinin ve iletişim kanallarının gelişmesiyle birlikte insanları en kolay ve en hızlı şekilde bilgiye ulaştıran araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Sürekli büyüyen ve gelişme halinde olan bu araç, günümüz ihtiyaçlarının başlarında yer almakta olup her geçen gün yerini daha da sağlamlaştırmaktadır. Sağladığı yeni kavramlar ve iletişim çeşitliliği sayesinde insanların hayatlarını sosyal, kültürel ve ekonomik anlamda ve birçok farklı alanda etkilemektedir. Tüm bu etkilerin yanı sıra internet kullanımı, bireylerin iletişim çeşitliliğini sağlayan sosyal medya ağlarının gelişmesine ve şekillenmesine olanak tanımıştır (Aydın, 2016).

Teknolojinin hızla büyümesi doğrultusunda internet kullanımı artmış olup beraberinde birçok gelişmeyi de getirmektedir. Bu durum sanal dünya üzerinden gelişme gösteren başlıca iletişim araçlarından ve bilgi kaynaklarından biri olan sosyal medya kavramını ortaya çıkarmaktadır. Sosyal medya kavramını ilk ifade eden Chris Shipley bu kavramı; iş birliğine açık olan ve tüm araçları içinde barındıran iletişim ve bilgi ağı olarak açıklamıştır (Dewson, Houghton ve Patten, 2008; Ünlü, 2018).

Farklı tanımları olan sosyal medya, bireyler arasındaki iletişimi destekleyen, ortak paylaşımda bulunabilecek olan kişilerin paylaşım alanlarının gelişmesine olanak sağlayan, bireylerin kendi istekleri doğrultusunda arkadaş edinebilecekleri ortamlar oluşturan, internet tabanlı kullanım alanları olarak da tanımlanmaktadır (Boyd, 2003).

Bulunmaz'a göre ise sosyal medya; bireylerin internet üzerinden yer ve zaman sınırlaması olmadan, fikirlerini ve görüşlerini belirtebildikleri, internetin sunduğu multimedya özelliklerinden yararlanabildikleri ve farklı bireylerle fikir alışverişlerinde bulunabildikleri karşılıklı etkileşim platformudur (Bulunmaz, 2011).

2.1.1. Sosyal medyanın özellikleri

Sosyal medya, sağladığı imkanlar ve gelişime açık olma özelliği sayesinde gücünü her geçen gün biraz daha arttırmaktadır. Kietzmann, Hermkens, McCarthy ve Silvestre (2011) tarafından sosyal medyanın ana faktörleri bir bal peteğine benzetilip 7 kategoride toplanılmıştır. Bu faktörler kimlik, sohbet, paylaşım, konum, ilişkiler, itibar ve gruplar

şeklinde olup, her sosyal medya ağında bulunmak zorunda olmadığını ya da bazılarında bazı faktörlerin daha ön planda olabileceği de belirtilmiştir.

Kimlik: Yaş, isim, cinsiyet gibi kişisel bilgilerin ya da ilgi duydukları alanları, düşünceleri, görüşleri gibi bilgilerin kişiler tarafından sosyal medyada ne kadar yansıtıldığını temsil eder.

Sohbet: Kurulan iletişim sıklığını temsil eder. Oluşturulan sosyal medya ağları hali hazırda kişiler ya da gruplarda karşılıklı sohbetin kolaylıkla sağlanabilmesi için gerekli zemini hazırlamışlardır.

Paylaşım: Kullanıcıların birbirleriyle içerikleri paylaşımları ve dağıtmalarını temsil eder. Paylaşımında bulunmak isteyen bireyler ilgi duyduğu konuya özgü farklı içeriklere sahip sosyal medya ağları bulabilirler.

Konum: Kullanıcıların, diğer kullanıcıları o an sanal dünyada mevcut olup olmadığını görebileceğini ifade eder. Aynı zamanda etkileşimde olan insanlar birbirlerinin konumlarını da kişinin izin verdiği ölçüde görebilirler. Bu sayede kişilerin birbirlerine mekânsal yakınlıklarını da görme imkanı tanır.

İlişkiler: Sosyal medya kullanıcılarının diğer kullanıcılarla ne türde bir ilişkiye sahip olduklarının temsilcisidir. Bu ilişkinin türü kullanılan platformlar açısından değişkenlik gösterebilir. Aradaki ilişki resmi ya da gayri resmi olabilmektedir. LinkedIn gibi bir platform daha resmi bir ilişki yapısı sunarken, Twitter gibi bir platformda ilişki daha gayri resmi olabilmektedir.

İtibar: Gerçek hayatta güvenilirlik şeklinde kullanılan itibar kelimesinin karşılığı olarak, sosyal medya platformlarında kişi kendinin ya da diğer kişilerin konumunu ve itibarını belirleyebilmektedir. Bu itibar belirtisi bazı platformlarda beğeni sayısı üzerinden değerlendirilirken, bazı platformlarda izlenme sayısı olarak değerlendirilmektedir.

Gruplar: Sosyal medyada kişinin ilgi duyduğu gruplara üye olabilmesini ya da kendisinin bir grup ya da alt grup kurabilme imkanının ne kadar olduğunu temsil eder. Bazı gruplara katılım açık olabilmekle birlikte, özel davet gerektiren gruplar da bulunmaktadır. Aynı zamanda kişiye, etkileşimde bulunduğu insanları farklı gruplara yerleştirebilme imkanı da tanınmaktadır.

Sosyal medya; fikir alışverişinde bulunma, fotoğraf, video veya yazı paylaşabilme kolaylığı sağlayarak bireysel katılımı ve etkiyi ön plana çıkarmaktadır. Mayfield (2008) ise sosyal medyanın karakteristik özelliklerini 5 başlıkta toplamıştır;

Katılımcılar: Sosyal medya kullanıcıları cesaretlendirirken aynı zamanda geri bildirim de almaktadır.

Açıklık: Sosyal medya oylama, yorum ve bilgi paylaşımı gibi konularda bireylere cesaret aşılayarak, bu alanlarda özgür olmasına olanak sağlamaktadır.

Konuşma: Karşılıklı etkileşimi sağlayabilecek imkanı oluşturmaktadır.

Toplum: Sosyal medya, topluluklara hızlı ve etkili örgütlenme olanağı sağlamaktadır. Topluluklar da bu sayede kendi düşüncelerini, beğenilerini ya da ilgi alanlarını rahatlıkla paylaşmaktadırlar.

Bağlantılılık: Kullanıcıların ilgili oldukları konular hakkında link verilerek çeşitli siteler ya da araştırmalara ulaşılması sağlanmaktadır.

2.1.2. Popüler sosyal medya türleri

Sosyal medya içerik ve sağladığı imkanlar açısından bireylere geniş bir kullanım alanı sağlamakta olup, istenilen bilgi ve içeriklere kolay erişimi sağlamaktadır (Tonta, 2009; Hira vd., 2011; Korkmaz, 2014).

Sosyal medya ağları, sunulan bu imkanlar doğrultusunda bireylerin farklı ortam ve kültürlerden kişilerle iletişim kurarak etkileşime geçmelerine, kendi görüş, öneri ve düşüncelerini istedikleri biçimde ve ifadelerle aktarmalarına olanak tanır (Onat ve Alikılıç, 2009; Ergenç, 2011). Bu istek ve gelişen durumların karşılanmasını sağlamak amacı ile zaman içerisinde birçok farklı sosyal medya platformu ortaya çıkmıştır.

We Are Social 2021 Dünya Sosyal Medya Kullanım İstatistiklerinde, en çok kullanılan sosyal medya platformlarına bakıldığında en çok tercih edilen sosyal medya platformları Facebook, Youtube ve Instagram'dır. Bunun yanı sıra Twitter, Snapchat ve Twitch uygulamaları da tercih edilen uygulamaların başında gelmektedir (Web 1).

2.1.2.1. Facebook

Facebook, 2004 yılında Marc Zuckerberg tarafından kurulmuş olan, Türkiye'de 2007 yılından itibaren kullanıma açılan, dünyada en çok kullanılan sosyal medya platformlarının başında gelmektedir (Kuşay, 2013).

Facebook, kullanıcıların kendi tercih ve ilgi alanlarına yönelebilecekleri, karşılıklı konuşma, mesajlaşma araçları sayesinde istenilen kullanıcılarla etkileşime geçebilme olanağı, resim ve video paylaşımı gibi kullanım kolaylıkları sağlamaktadır (Kuşay, 2013). Facebook platformunun bir diğer çekici özelliği ise diğer Instagram, Twitter gibi diğer sosyal medya platformları ile bağlantı sağlanmasına olanak vermesidir (Ünlü, 2018).

2.1.2.2. Youtube

Sosyal medya platformları arasında popüler ve baskın olan Youtube uygulaması (Dondurucu ve Uluçay, 2015), Chad Hurley ve arkadaşları tarafından 2005 yılında oluşturulan bir video paylaşma ve saklama uygulamasıdır.

2012 yılından itibaren Türkçe içeriklerin oluşmasına da olanak tanınmaya başlayarak, 2013 yılında Youtube ve Türkiye üzerinden iş ortaklığı çalışmaları yapılmaya başlanmıştır (İlhan ve Aydoğdu, 2019). Geleneksel yayın tekniklerini şekillendirerek kullanıcıya sunmakta olan Youtube, eğlenceli içerikler farklı bilgi ve ilgi alanlarını tamamlayan paylaşımların (Hanson ve Haridakis, 2008) yanı sıra kullanıcıların iletişim ve düşünce özgürlükleri doğrultusunda sosyopolitik rollerinin değişip gelişebileceği bir platform ortamı da sağlamaktadır (Martini, 2018). Popüler ve öncü medya olarak şekillenen Youtube'da kullanıcıların videolarını paylaştıkları çeşitli kanallar bulunmakta olup, bu kanallarda farklı içeriklerin oluşturulması sayesinde kullanıcılar ilgi alanları ve istekleri doğrultusunda birbirinden farklı ve çeşitli içeriklere ulaşmaktadır (Dinçsoy, 2021).

2.1.2.3. Instagram

2010 yılında resim ve video paylaşım platformu olarak kurulan Instagram, kurulduğu zamandan itibaren kendini geliştirerek sosyal medya platformların arasında önemli bir konuma gelmiştir (Düşünceli, 2016).

Mobil bazlı bir platform olan Instagram (Düşünceli, 2016), kullanıcılarına sosyal medya özelliklerinden açıklık kavramını sağlamaktadır (Ünlü, 2018). Kullanıcıların hem kendi yapmış oldukları paylaşımlar hem yapılan paylaşımları beğenme, yorum yapma, alıntılama imkanı sağlamakla (Düşünceli, 2016) birlikte kullanıcılarına paylaşmak istedikleri fotoğraf ve videoları düzenleme ve filtreleme imkanı sunması da Instagram'ın dikkat ve ilgi çekici özelliklerinden biridir (Ünlü, 2018). Kullanıcıların hızlı ve eğlenceli bir paylaşım şekli sunan Instagram, aynı zamanda interaktif bir uygulama alanı da

oluşturmaktadır. Paylaşılan videolara zaman kısıtlaması getirerek, kullanıcıları sıkmadan kısıtlı zamanda daha fazla etkileşime girme olanağı sağlamaktadır (Yeniçıktı, 2016).

2.1.2.4. Twitter

Çok geniş bir kullanıcı kitlesi olan Twitter uygulaması, 2006 yılında Evan Williams, Jack Dorsey ve Biz Stone tarafından 140 karaktere kadar yazı paylaşma olanağı sağlayan mobil bir uygulama olarak ortaya çıkmıştır (Demirel, 2013).

Twitter, kullanım basitliği ve herhangi bir bilgi gerektirmemesi açısından kullanıcılarına kullanım kolaylığı sağlamaktadır (Altunay, 2010). “Tweet” olarak adlandırılan bu kısa yazılarda kullanıcılar, hislerini, fikirlerini, o an ne yaptıklarını veya bağlantılarını kolayca paylaşabilmektedirler (O’Reilly ve Milstein, 2009; Genç, 2010). Kullanıcılar düşüncelerini paylaşmalarının yanı sıra gündemi takip etmek için de Twitter uygulamasını kullanmayı tercih edebilmektedir. Aynı zamanda diğer kullanıcıların yazıları altına cevap verebilme, beğenebilme ya da kendi sayfalarına alıntılama olanağı da sağlamaktadır. 2017 yılından itibaren de karakter sayısı 2 katına çıkarılarak 280 olarak kullanılmaktadır.

2.1.2.5. Snapchat

Snapchat, 2011 yılında Stanford Üniversitesi öğrencisi olan üç arkadaş tarafından kurulmuş olan, fotoğraf ve video paylaşım sürelerini kısıtlayarak gizlilik kavramı temelli oluşan mobil bazlı sosyal medya platformudur (Snapchat, 2019).

Snapchat uygulamasını diğer uygulamalardan ayıran temel fark, snap adı verilen ve kullanıcı tarafından çekilen fotoğraf ve videoların paylaşım süresini kişilerin belirleyebiliyor olmasıdır. Belirlenen kısa süre zarfı dışında paylaşımları görüntüleme imkanı tanımayan ve görüntülerin kişiler tarafından ekran görüntüsünün alınması durumunda kullanıcıya bilgilendirme yapmaktadır (Kara, 2016). Uygulamanın bir diğer önemli özelliği kişilere gönderilen video ve fotoğrafların yanı sıra uygulama genelinde de paylaşım açık olabilme durumu olan hikaye (story) özelliğidir (Kara, 2016). Bu özellik günümüzün en popüler sosyal medya platformlarına Snapchat’ten sonra eklenmiştir (Ünlü, 2018).

2.1.2.6. Twitch Tv

2011 yılında Justin Kan ve Emmet Shear tarafından kurulan ve 2014 yılında Amazon tarafından satın alınan Twitch TV (Tiryakioğlu ve Yavaşcalı, 2019), video oyun

odaklı canlı görüntü akışı ve canlı sohbet imkanı sağlayan sosyal medya platformudur (Yavaşçalı ve Uğurhan, 2019).

Twicth TV, tüm internet kullanıcılarına açık ve ücretsiz bir uygulamadır ancak canlı yayın yapan ve uygulama üzerinde yayıncı diye nitelendirilen kişilere bağlı yapılabilmektedir (Tiryakioğlu ve Yavaşçalı, 2019). Oyun odaklı bir platform olarak oluşmasının yanı sıra kullanıcılara farklı çeşitliliklerde sunmaktadır. Sosyal medya platformları arasında canlı görüntü akışını sağlayan en önemli platformlardan biridir (Yavaşçalı ve Uğurhan, 2019).

2.2. Bağımlılık

Bağımlılık kavramı birçok tanıma sahip olmanın yanı sıra, genel olarak bir maddeyi ya da davranış biçimini kullanmaktan vazgeçememe ya da kontrol edememe durumu olarak tanımlanmaktadır (Egger ve Rauterberg, 1996).

1985 yılında Bratter ve Forest tarafından bağımlılık; madde kullanımını bırakamama ve sürekli devam etme hali, aynı zamanda kullanılan maddenin sürekli bulundurulması ve bırakmanın ardından nüksetmeye yönelim olması şeklinde tanımlanmıştır (Bratter ve Forest, 1985, aktaran; Egger ve Rauterberg, 1996).

1964 yılında Dünya Sağlık Örgütü (WHO) bağımlılık kavramını fizyolojik ve psikolojik anlamda iki ana başlığa ayırarak madde bağımlılığını ve alışkanlıkları bağımlılık olarak tanımlamıştır (Oxford, 1985; Süler, 2016). Fiziksel bağımlılık; uyarıcı, uyuşturucu maddelere karşı fiziksel olarak istek duyma durumudur. Psikolojik bağımlılık ise, bağımlısı olduğu düşünülen etkinlik ve durumlardan keyif alma ve yaşam biçimini bu duruma göre şekillendirme sonucunda olumsuz etkilenme durumudur (Süler, 2016).

2.2.1. Davranışsal bağımlılık

Isaac Mark, davranışsal bağımlılık terimini 1990 yılında kişinin zarar verici davranışlar sergilemesine rağmen bu davranışları tekrar ettirmesi olarak tanımlanmıştır (Starcevic, 2016). Diğer bir tanımda ise davranışsal bağımlılık; madde ile ilgili olmayan, kişinin yaşamına hasar vermesi durumunda dahi davranışı sürdürmeye dair büyük bir istek duymasını ve yinelenen tatmin edici davranış tutumlarını devam ettirmesini içermektedir (Black, 2013; Süler, 2016).

Griffiths (2000), davranışsal bağımlılığın birtakım birleşenlerden oluştuğunu belirterek, bu bileşenlerin altı temel başlık altında toplandığını ifade etmiştir. Bu bileşenler; dikkat çekme, duygu durum değişikliği, tolerans, yoksunluk, çatışma ve nüksetme şeklindedir.

Dikkat çekme: Kişinin hayatında yaptığı aktivitenin çok önemli bir hale gelmesi ve bu durumu takıntı haline getirmesidir.

Duygu Durum Değişikliği: Bireyin kendi deneyimiyle başa çıkma stratejisidir. Bu, insanların belirli bir faaliyete katılmanın sonucu olarak bildirdikleri öznel deneyimleri ifade eder ve bir başa çıkma stratejisi olarak görülebilir.

Tolerans: Yapılan aktivitelerin ilk zamanki hazzı verebilmesi için bu sürede artış yapmasıdır.

Yoksunluk: Yapılan aktivitenin birden kesilmesi ya da yapmaya devam edilmemesi sonucunda negatif duyguların ortaya çıkmasıdır.

Çatışma: Bağımlılıkla ilgili olarak bireyin yakın çevresi ile ve kendi içsel çatışmalarının olduğu aşamadır.

Nüksetme: Bağımlı olduğu aktiviteyi bıraksa dahi tekrar ortaya çıkma eğilimidir. Uzun süre bırakma olsa bile en baştaki seviyeye dönülmesidir.

Davranışsal bağımlılığı, madde bağımlılığından en temel şekilde ayırtıran nokta; kişilerin istekleri doğrultusunda değişiklik göstermesi ve şekillenmesidir. Örneğin nikotin ya da madde kullanımının her bireyde bağımlılık oluşturmaları söz konusu iken, davranış bağımlılığındaki bağımlılık bireysel şartlara göre oluşmaktadır (Bektaş, 2018). Bu nedenle, davranışsal bağımlılık türleri sayıca fazla olmakla birlikte, bu türler; kumar bağımlılığı (Walker, 1989), yeme bağımlılığı (Davis ve Carter, 2009), alışveriş bağımlılığı, egzersiz bağımlılığı (Kaur ve ark., 2009) ve seks bağımlılığıdır (Goodman, 1993). Ayrıca teknolojinin hızla gelişmesi sonucu bu bağımlılıklar arasına teknolojik bağımlılıklar (Griffiths, 1995) da eklenmiştir. İnternet kullanımının artması ile birlikte, internet bağımlılığının (Young, 1998) yanı sıra akıllı telefon bağımlılığı (Bianchi ve Phillips, 2005), televizyon bağımlılığı (Sussman ve Moran, 2013) ve oyun bağımlılığı (Hellman vd., 2013) ile de ilgili çalışma alanı oluşmuştur.

Geçmişten günümüze Amerikan Psikiyatri Birliği Tanı Ölçütleri Kitabı (DSM) yaşanan değişimlerle birlikte tekrar yapılandırmaya girmiştir. Buna bağlı olarak

bağımlılık, DSM-I' de madde ve alkol bağımlılığı ile sınırlandırılırken, şu an kullanılan DSM-V' te alkol ve madde bağımlılığı genişletilerek, Madde Kullanımı ve Bağımlılık Bozuklukları olarak kategorilendirilmiştir (Sulak 2015; Zengül, 2019). Ayrıca, Madde ile ilişkisi Olmayan Bağımlılıklar başlığı oluşturularak, “kumar oynama bozukluğu” bu başlık altında davranışsal bağımlılık olarak incelenmeye başlamıştır (Güleç vd., 2015; Christensen vd., 2015).

2.2.2. İnternet bağımlılığı

Son yıllarda bağımlılık çeşidi olarak ortaya çıkan internet bağımlılığı, çeşitli disiplinlerin ilgi alanı haline gelmekle birlikte net bir tanımı bulunmamakta olup, araştırmacılar tarafından kabul görülen bir olgudur (Chou vd., 2005). Goldberg, 1995 yılında “Patolojik internet kullanımı” terimini internet bağımlılığı olarak nitelendirmiştir. Goldberg’e göre internet bağımlılığı terimi, internetin fazla kullanımının kişiler üzerindeki olumsuz etkileridir (Goldberg, 1995; Sally, 2006). İnternet bağımlılığı, bir bağımlılık çeşidi olarak ilk defa 1996 yılında Amerikan Psikoloji Derneği’nde Kimberly S. Young tarafından araştırmalar yapılarak gündeme getirilmiştir (Young, 1996).

Young (1996), internet bağımlılığını “sarhoş edici bir madde alımını içermeyen bir dürtü kontrol bozukluğu” şeklinde tanımlayarak, “patolojik kumar oynamaya” benzediğini düşünmektedir. Kandell (1998) ise internet bağımlılığını, bireylerin internet ortamında faaliyet göstermedikleri durumlarda da internete psikolojik olarak bağlıymış gibi hissetmeleri durumu olarak tanımlamıştır (Kandell, 1998; Ağırtaş ve Güler, 2020).

Young internet bağımlılığı üzerine yaptığı çalışmalarda, patolojik kumar bağımlılığının tanı kriterlerini yeniden düzenleyerek sekiz maddeden oluşan internet bağımlılığı tanı kriterlerini oluşturmuştur. Yapmış olduğu bu kriterler doğrultusunda bireylerin 5 ve daha fazla kritere evet yanıtı vermeleri durumunda internet bağımlılığı sınıfına girebileceklerini belirtmiştir (Young, 1996). Yaptığı bu çalışmalara ek olarak Young, 1999 yılında internet bağımlılığını 5 türe ayırmıştır. Bunlar; bilgisayar bağımlılığı, siteler arası aşırı gezme bağımlılığı, çevrimiçi kumar oynama ya da alışveriş bağımlılığı, sanal seks ve porno bağımlılığı ve çevrimiçi ilişki bağımlılığıdır (Kuss ve Young, 1999; Griffiths, 2011).

Griffiths (1999) internet bağımlılığını, bir tür teknolojik bağımlılığa benzeterek davranışsal bağımlılıkların alt kümesinde olduğunu düşünmektedir. Aynı zamanda internetin kullanımının çoğu zaman bir problem yaratmayabileceğini, fakat yapılan çeşitli

Çalışmaların kanıtları sonucunda bazı kişiler için fazla internet kullanımının tedirgin edici bir durum olduğunu ve bağımlılık olabileceğini belirtmiştir (Griffiths, 1999).

İnternet bağımlılığını, Goldberg (1996) DSM IV’ te madde kullanım bozukluğu bölümü içerisindeki tanı ölçütlerine dayandırmıştır. DSM V’ te ise internet bağımlılığı ve diğer bağımlılık türleri bozukluk olarak belirtilmeyerek kitabın nc bölümünde “İnternette Oyun Oynama Bozukluğu” başlılığı altında yer verilmiştir (APA, 2013).

2020 yılı Türkiye İstatistik Kurumu (TİİK) verilerine göre; Türkiye’de bireylerin internet kullanma oranı %79, hanelerin %90.7’sinde internete erişimi bulunmaktadır (TİİK Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2020). Bir nceki yıla göre gözle görülür bir artış sergileyen internet kullanımı ve internete erişim imkanı, interneti bireylerin gözünde temel bir ihtiyaç konumuna getirmektedir.

Kişinin bilgisayar ya da internette çok fazla zaman harcaması bağımlılık belirtileri göstermektedir. Herhangi kimyasal bir madde kullanılmamasına rağmen, bağımlılıktan kaynaklanan i bilinç değişikliğine sebep olmaktadır. Bu değişiklik kimyasal bir maddenin sebep olduğu değişiklik değildir. Geçirilen zamanla birlikte hayatın merkezinde yer almaya başlayan internet veya bilgisayar, sosyal ilişkileri ve buna bağlı olarak kişinin tutumlarını da biçimlendirmektedir (Tarhan ve Nurmedov, 2018; Zengül, 2019).

Günümüzde internet kullanımının yaygınlaşmasıyla, aşır ve bilinçsiz internet kullanımı sonucu yaşanılan internet bağımlılığı belirtileri; sosyal medya platform kullanıcılarında da görülmeye başlanmış olup, internet bağımlılığı alanında yapılan araştırmalarda, bu alana yönelerek sosyal medya platformlarından kaynaklanan sosyal medya bağımlılığı kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur.

2.2.3. Sosyal medya bağımlılığı

Teknolojinin ve internet kullanımının yaygınlaşması sonucu, kişilerin istek ve ilgi alanlarına yönelik olarak çeşitlendirilip geliştirilen sosyal medya platformları, kişiler arasında daha önceleri olmadığı kadar etkileşim ve iletişim ortamı sunmakta olup, sosyal medya platformlarında geçirilen zaman miktarlarındaki artışlar kişilerin günlük hayatlarını olumsuz etkileyebilecek durumlara zemin hazırlamaktadır. Sosyal medya platformlarında geçirilen vakitten kaynaklanan bazı olumsuzluklar sosyal medya bağımlılığı olarak görülmektedir (Wilson, 2015; Balcı ve Baloğlu, 2018).

Sosyal medya bağımlılığı, bilişsel ve davranışsal süregelen durumlar ile artarak bireylerin günlük yaşamlarının birçok alanında uğraş, duygu durum kontrolü sağlama, yineleme ve çatışma gibi sorunlara neden olan psikolojik bir rahatsızlıktır (Tutgun Ünal, 2015).

Sosyal medya platformları, bireylerin etkileşim ve iletişime geçme şekillerinde farklılıklar ve gelişmeler yaratmış olup, gündelik hayatta ulaşılamayan kişilere (sanatçılar, siyasetçiler vs.) ulaşma ve iletişim kurma imkanı tanımaktadır (Tutgun Ünal, 2015). Aynı zamanda bu platformlar, sunduğu çeşitli özellikler ve imkanlar sayesinde kullanıcılarına keyifli vakit geçirme ortamı sunmakta olup (Kuss ve Griffiths, 2011); bu durum, sosyal medya platformlarında geçirilen zamanın artmasına neden olmaktadır. Sürecin artış göstererek ilerlemesi durumu ise sosyal medya bağımlılığı olarak nitelendirilmektedir (Aktan, 2018).

Caplan (2005), yapmış olduğu olumsuz internet kullanımı tanımının zaman içerisinde sosyal medya kullanımlarında da görüldüğünü belirtilerek, sosyal medya bağımlılığını internet bağımlılığının bir parçası gibi görmektedir ve bu iki bağımlılık arasındaki farkların araştırılmasının sosyal medya bağımlılığı ile ilgili yapılacak olan çalışmalar için önemli bir adım olduğunu söylemektedir. Bu söyleminin temel nedeni, internet kullanan bireylerin sosyal medya platformları dışında da kullanım alanlarının olması nedeni ile sosyal medya platformlarını kendi özelinde değerlendirilmesi gerektiğindendir.

Sosyal medya bağımlılığı veya sosyal medyanın olumsuz kullanımı bireylerde, gerçek yaşamdan ve gündelik hayattan kopuş, akademik ve sosyal alanlarda başarısızlık, ikili ilişkilerde problemler ve uykusuzluk gibi kişinin yaşam kalitesini düşürebilecek olumsuzlukları doğurmaktadır (Kuss ve Griffiths, 2011). Sosyal medyanın, bağımlılık derecesinde kullanılması ve beraberinde yaşanabilecek sorunları ile ilgili Baripoğlu (2012); bireylerde iletişim ve depresif problemler oluşabileceğini, daha küçük yaştaki bireylerin sosyal medyayı aşırı ve güvensiz bir şekilde kullanması sağlıksız bir kullanım durumu oluşturarak sosyal medya bağımlılığına zemin hazırlamaktadır. İşten (2012) ise, sosyal medyanın aşırı kullanımının kişiler üzerinde kaygı bozukluğu gibi sorunlara yol açabileceğini dile getirmiştir.

Göteborg Üniversitesi'nde yapılan bir araştırma çalışmasında, 1000 öğrenciden %85'inin günde bir kez Facebook'a girdiği ve %50'sinin Facebook'a girmedikleri

durumlarda sosyal açıdan bir şeyler kaçırdıklarını düşünerek olumsuz hisse kapıldıkları belirtilmiştir. 18-34 yaş aralığında ki kadın Facebook kullanıcılarına yapılan çalışmada ise, kullanıcıların %34'ü sabah ilk iş olarak Facebook hesaplarına baktıklarını belirtmiş ve %49'u ise kendilerini Facebook bağımlısı olarak nitelendirmiştir (Abhijit, 2011; Tutgun Ünal, 2015).

Köroğlu ve Tutgun Ünal'ın yapmış olduğu bir çalışmada ise, bireylerin yalnızlık seviyesinin sosyal ağlarla ilişkisi incelenmiştir. Yalnızlık seviyesi ile sosyal platformların özümsemesi arasında negatif yönde bir ilişki olduğu belirtilmiştir (Köroğlu ve Tutgun Ünal, 2013). Sosyal medya bağımlılığı ve bireylerin kişilik özellikleri arasındaki bağlantı incelendiğinde narsist kişilerin sosyal platformlarda daha aktif olma eğilimi gösterdikleri (Buffardi ve Campbell, 2008; Mehdizadeh, 2010) ve sosyal medya bağımlılığı geliştirmeye daha yatkın oldukları belirtilmiştir (La Barbera vd., 2009).

Chicago Booth School of Business Üniversitesi, yapmış olduğu çalışmalarda sosyal medya bağımlılığının sigara ve alkol kullanım bağımlılıklarına göre çok daha fazla zararlı olabileceği belirtilmiştir (The Telegraph, 2012).

2.3. Farkındalık

Farkındalık, bireylerin içinde bulundukları ana ve duruma tam bir bilinçle sorgusuz bir şekilde bakabilmeleridir (Web 2). Compare (2012) ise farkındalığın tanımını "var olan deneyimlerin özensiz farkındalığını anlamak için dikkatin bilinçli olarak düzenlenmesi" şeklinde tanımlamıştır.

Bilinçli farkındalık (mindfulness) kavramı, çıkışını Doğu kültüründe var olan meditasyon uygulamalarından almış olup, kişinin dikkatini belirli bir alan üzerine yönlendirme biçimidir (Kabat ve Zinn, 2000; Özyeşil vd., 2011). Özellikle son yıllarda Batı'da kullanımını psikoterapi müdahalelerinde ele alınmıştır (Teasdale, 1999; Wells, 2002; Üstündağ, 2020).

Bilinçli farkındalık, bireylerdeki olumsuz duygu ve düşüncelerin dikkatli bir şekilde kabullenilmesini sağlama durumu olan bir farkındalıktır. Bilinçli farkındalık durumunun tersi bireylerin duygusal tepkilerinin aşırıya kaçtığı durumlarda ortaya çıkmaktadır. Duygusal acı çekme eylemi, bireylerin zihinsel açıdan doğru düşünme ve karar verme durumunu kısıtlamaktadır. Bilinçli farkındalık, bireylere bu noktada anın ve hissedilen duygunun durumunu ve çıkış yolunu gösterir (Germer, 2009; Özyeşil, 2011). Bilinçli farkındalık, an içinde olan olaylara karşı daha kontrollü tepkiler verilmesini

sağlayan bir yetenek olup, bireylerin sorgulamadan ve kaygılanmadan şimdiki anın içinde kalması durumudur (Germer, 2009; Özyeşil, 2011).

Kabat-Zinn (2003) bilinçli farkındalığı, içinde bulunulan ana mutlak şekilde bilinçli bir biçimde dikkatini verme durumu olarak tanımlamıştır. Bishop ve arkadaşları (2004) ise bilinçli farkındalığın tanımını, yaşanan deneyimlerin gelişigüzel farkındalığını idrak etmek için dikkatin bilinçli olarak hazırlanması şeklinde ifade etmişlerdir (Köse vd., 2016).

Germer, Siegel ve Fulton (2016) bilinçli farkındalığa ait deneyimsel özellikler sekiz ana başlıkta toplamıştır:

1. Kavramsal olmaması (nonconceptual): Bilinçli farkındalık, bireylerin; yaşanan olaylara ve zihinsel basamaklara yaklaşmadan olan farkındalıktır.
2. Şimdi odaklı olması (present-centered): Bilinçli farkındalık geçmiş ya da gelecekte kalmak yerine yaşanan ana konsantre olmayı esas almaktadır.
3. Yargılayıcı olmaması (nonjudgemental): Beklenti içinde olmak bilinçli farkındalığın oluşmasına engel olacaktır, bu nedenle hayatı beklenti içinde olmadan yaşamak gerekmektedir.
4. Amaçlı olması (intentional): Yönlendirilmiş odak, bilinçli farkındalıkta temel alınan bir unsurdur. Bireyin dikkatini içinde bulunduğu ana çevirmesi farkındalık kazancını sağlamaktadır.
5. Katılımcının gözlemi (participant observation): Bilinçli farkındalık uygulamalarını yapan birey, kendini ve zihnini gözlemleyebilme imkanı bulabilmekte olup, yaşanan ana ve içinde bulunulan zamana yönelik bir tutum sergilemektedir.
6. Sözel olmaması (nonverbal): Farkındalık, öncelikle zihinde oluşup; bununla birlikte duygu, düşünce ve durumlara direkt olarak farkındalığı daha yükselmiş bir bakış açısıyla görmeye başlamasıdır.
7. Keşfe dayalı olması (exploratory): Bilinçli farkındalık, sürekli değişip gelişebilen bir yaklaşım olduğu için o an farkında olunan durumun daha fazlasını anlamayı amaçlamaktadır.
8. Özgürleştirici olması (liberating): Bilinçli farkındalık, daha önce yaşanan kötü tecrübeler ve gelecek korkusundan arınıp anda kalmayı hedeflemektedir (Üstündağ, 2020).

Kabat-Zinn bilinçli farkındalığın temel yaklaşımlarını; yargısızlık, sabır, başlangıç zihni, güven, hırslanmamak, kabullenmek ve olurlarına bırakmak olarak 7 başlıkta toplamıştır (Şahin, 2019).

Gerner (2009), bilinçli farkındalığın üç ana unsuru olduğunu ifade edip, bunları “Dur, Gözlemle ve Geri Dön” olarak bildirmiştir. İlk unsur, an içinde gerçekleştiren eylemin yavaşlatılmasını ya da durdurulmasını sağlayarak farkındalığı oluşturmaya başlama aşamasıdır, ikinci aşama olarak gözlemle; o an yaşanan deneyimle yakın bağlantı kurmaktır. Son olarak geri dön aşamasında, birey dikkatinin değiştiğinin farkına vardığında, kontrollü bir biçimde nazik bir şekilde odağını geri toplamasıdır (Şahin, 2019).

Bilinçli farkındalık, kısaca bilinçli yaşama biçimi olarak tanımlanabilir (Özyeşil, 2011). Bilinçli farkındalık kavramı son yıllarda ivme kazanarak farklı disiplinlerinde çalışma konusu haline gelmiştir.

2.4. Yeme Farkındalığı

Farkındalık kavramının ve farkında olma durumunun yeme eylemi ile ilişkilendirilmesi şeklinde tanımlanabilecek olan yeme farkındalığı, bireylerin yeme eylemini gerçekleştirdikleri veya yemekle ilgili ortamlar içerisinde oldukları süre zarfında fiziksel ve zihinsel duyulara sorgusuz bir şekilde farkındalığın devam ettirilmesini ifade etmektedir (Framson, 2009; Çolak ve Aktaş, 2019).

Yeme farkındalığı kavramı özellikle son yıllarda dikkat çekerek popüler hale gelmeye başlamıştır (Kabat-Zinn, 2003). “Mindfulness” kelimesinin dilimizde karşılığı olan “Bilinçli Farkındalık” kelimesi, yeme davranışlarına “Farkına Vararak Yeme” veya “Yeme Farkındalığı” olarak ifade edilmiştir (Beshara vd., 2013; Köse ve ark., 2016).

Yeme farkındalığı; yenen besinin içeriğinden ziyade, bireylerin yeme eylemini nasıl ve neden geliştirdiğini anlamaya çalışarak, bireylerin fiziksel açlık ve tokluk durumunu duygu ve düşüncelerinin etkisinin bilincinde, çevresel faktörlerden bağımsız, besin seçimlerini sorgulamadan içinde bulunduğu an içinde tüketilecek besine odaklanarak yeme şeklinde tanımlanmıştır (Baer vd., 2005; Köse ve ark., 2016). Yeme farkındalığı, bireylerde besini tüketme hızını yavaşlatarak, hissedilen besin aşırma durumunun azaltılmasına olanak sağlamaktadır (Alberts vd., 2012).

Yeme farkındalığı, zamanla bireylerin açlık çeşitlerini öğrenmesine olanak tanımaktadır. Bireylere duygusal olarak hissedilen açlıktan daha çok fiziksel açlık

doğrultusunda beslenmeyi kazandırmak amaçlanmaktadır (Sasaki, 2017). Yeme farkındalığında kurallar veya zorunluluklar yoktur. Temel olan kişisel deneyimlerdir. Kişisel deneyimlerin bilincinde olarak yemek yenilen ana konsantre olmaktır. Joseph (2017), bu durumun sağlanmasına yönelik bazı tavsiyelerde bulunmuştur. Bunlardan birkaçı; yemek yerken televizyon izlenmemesi, oturularak yemek yenmesi ya da lokmaların daha fazla çiğnenmesidir.

Yeme farkındalığı içsel ve dışsal bazı süreçlerde porsiyona sadık kalmada, duygusal yemeyi kontrol edebilmede ve ideal vücut ağırlığını sağlamada büyük rol oynamaktadır (Köse, 2017).

Yeme farkındalığı üzerine yapılan araştırmalarda, temel faktörler; yemek ve stres olarak belirlenmiştir. Yeme farkındalığı, alışlagelmiş tutumların farkına varılmasına olanak sağlayıp, değişikliklere yönlendirdiği için etkisi sürekli olabilmektedir (Fulwiler, 2015).

Besin alımı sırasında farkındalığı arttırmak ya da azaltmak bir sonraki adımı etkilemektedir ve beyinde yemeye ait hafıza bölümünün değişikliğe uğramasına sebep olmaktadır. Örneğin; bir şeylerle ilgilenirken ya da farkındalıkla besin tüketmiyorken alınan besin, hafızaya zayıf bir şekilde kaydolur. Bu yüzden daha kısa sürede açlık hissetme ya da besin alımında artış olur (Higgs ve Woodward, 2009). Yapılan bir çalışmada, yeme farkındalığı sağlayan ve sağlamayan iki grup arasındaki fark incelenmiştir. Farkındalık sağlamayan kişiler, farkındalık sağlayan kişilere göre alınan besinden daha az miktarda yediklerini belirtmişlerdir (Mittal vd., 2011).

2006 yılında Bear ve arkadaşları tarafından yapılan çalışmalarda “Mindful Eating Questionnaire (MEQ)” olarak adlandırılan yeme farkındalığı ölçeği geliştirilmiştir (Köse ve Çıplak, 2000). MEQ aynı zamanda Framson ve arkadaşları (2009) tarafından yeme ile ilişkili fiziksel ve duygusal duyuların yargılayıcı olmayan farkındalığını yarattığı düşünüldükçe yararlı bir kilo kaybı yöntemi olarak görülmektedir (Köse ve Çıplak, 2000).

Sosyal medya platformlarında gittikçe yaygınlaşan ve popüler hale gelen yemek ile ilgili içerikler kullanıcılarda yemek yeme isteği uyandırarak daha çok tüketmelerine neden olur Bu durum zamanla aç değilken ya da herhangi bir yiyeceğe teşvik eden etken olmasa bile gerçekleşebilmektedir. (Passamonti vd., 2009; Üstündağ, 2020). Sosyal medya platformları ya da bilgisayar gibi internet ortamında geçirilen zamanlarda bireyler dikkatlerini bu ortamlarda bulundurdıklarından yedikleri besine odaklanamayarak tokluk

hissine ulaşamazlar ve bu durum daha çok besin tüketimine sebep olur (Spence vd., 2016). Televizyonun karşısında yemek yeme, telefonla uğraşma gibi yemek yerken dikkatin dağılması yeme bozukluklarını arttırmaktadır (Hofmann vd., 2010).

Yeme bozuklukları özellikleri son yıllarda giderek artmakta olup, bu durumu medya platformlarının gelişimi ve yaygın kullanımı da etkilemektedir. Medya ve sosyal medya platformları, yeme bozukluklarının nedenlerinden biri olarak görülmektedir. Sosyal medyanın oluşturduğu güzellik, zayıflık vb. gibi algılar kullanıcıları etkilemekte olup, bireyleri bu doğrultuda hareket etmeye yönlendirmektedir (Gül, Akyüz, 2019).

Smith ve arkadaşlarının üniversitede eğitim gören kadın öğrenciler üzerinde yapmış oldukları çalışmada Facebook kullanımı ve yeme bozuklukları arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır (Smith vd., 2013). Facebook kullanımının yeme bozuklukları ile ilişkilendirildiğini, Facebook'un olumsuz beden algısı oluşturarak yeme bozukluklarını etkilediğini belirtmişlerdir. Mabe ve arkadaşları tarafından yapılan bir başka çalışmada, ilk aşama olarak 960 kadın katılımcıya Facebook kullanımı ve düzensiz yemek yeme ile ilişkili sorular sorulmuştur, daha sonra 84 kadın katılımcıya belirlenen süre içerisinde Facebook kullanmaları veya alternatif bir internet sitesi kullanmaları istenmiştir. Sonuç aşamasına gelindiğinde Facebook kullanımının diğer internet sitelerine göre daha fazla düzensiz yeme ile ilişkisi saptanmıştır (Mabe vd., 2014).

Turner ve arkadaşlarının 680 katılımcı ile yapmış oldukları çalışmada, orthoreksiya nervoza¹ belirtilerinde sosyal medya kullanımı özellikle instagram kullanımı arasında bir bağlantı olup olmadığı incelemişlerdir. Çalışmada instagramda fazla zaman geçiren bireylerin, orthoreksiya nervoza eğiliminin diğer sosyal medya platformlarında zaman geçiren bireylerden daha fazla olduğu belirtilmiştir (Gül, Akyüz, 2019).

2.4.1. Beslenme ve yeme bozuklukları

Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal El Kitabı 5.baskısında (DSM-V)'te yeme bozukluklarını "Beslenme ve Yeme Bozuklukları" adı altında toplanmıştır. Bunlar; Pika, geri çıkarma bozukluğu, kaçınan / kısıtlı besin alımı bozukluğu, anoreksiya nervoza, bulimiya nervoza, tıkinircasına yeme bozukluğu ve tanımlanmış diğer beslenme ve yeme bozuklukları şeklindedir. Tanıya uymayanlar ise tanımlanmamış diğer beslenme ve yeme bozuklukları olarak belirtilmiştir.

¹ Orthorexia Nervosa: Kişinin sağlıklı beslenmesi hakkında aşırı kaygıya sahip olması ile karakterize edilen önerilmiş bir yeme bozukluğudur.

2.4.1.1. Pika

Pika; herhangi bir besleyici değeri bulunmayan toprak, taş, kömür vb. gibi yiyecek olmayan maddelerin sürekli ve fazla miktarda tüketilmesi ile tanımlanan bir yeme bozukluğudur (Kaçar ve Hoccoğlu, 2019). Pika, genellikle çocuklarda görülen bir durum olarak karşılaşılsa da yetişkin bireylerde ve özellikle hamilelik dönemindeki kişilerde görülebilmektedir (Fawcett vd., 2016; Kaçar ve Hoccoğlu, 2019).

Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal El Kitabı 5.baskısında (DSM-V) pika, beslenme ve yeme bozuklukları bölümünde yer alarak belirli tanı kriterleri oluşturulmuştur. Buna ek olarak her yaş grubunda tanımlanabilecek bir bozukluk olarak belirtilmiştir.

2.4.1.2. Geri çıkarma (geviş getirme) bozukluğu

Geri çıkarma bozukluğu (Geviş Getirme), besinleri uzun ve yineleyen çiğneme işlemi ile tüketilmesi ya da ağızdan çıkarılması olarak tanımlanan bir yeme bozukluğudur (Köse, 2017). DSM-V’te beslenme ve yeme bozuklukları bölümünde yer alan bozukluk, her yaş döneminde görülebilir bir rahatsızlık olarak tanımlanmıştır.

2.4.1.3. Kaçınan / kısıtlı besin alımı bozukluğu

Kaçınan / kısıtlı besin alımı bozukluğu, bireylerin aşırı zayıf bir bedene sahip olma isteği sonucunda yeteri kadar besin tüketmemeleri, kaçınan yeme davranışları veya kısıtlı ölçüde beslenmeleri olarak tanımlanan bir yeme bozukluğudur. Anoreksiya nervoza (AN) ve bulimiya nervoza (BN) ile ortak belirtiler göstermektedir (Karadere, Hoccoğlu, 2018).

2.4.1.4. Anoreksiya nervosa

Anoreksiya nervoza, bireylerin vücut algısı bozukluğu ile hayati tehlike oluşturabilecek derecede yememesi ve sağlıklı kilo vermeye çalışması olarak tanımlanan bir yeme bozukluğudur (Özdel vd., 2003). Kişiler aşırı zayıf bir bedene sahip olma isteği ile ciddi bir uğraş içindedirler. Beden algısında bozulma, kilo almaktan çok korkma ve aşırı katı diyetlerin eşlik ettiği belirtilerle karakterizedir. İntihar etmek dışında ölüm ile sonuçlanabilecek olan tek psikolojik rahatsızlıktır (Riva, 2016; Köse, 2017).

2.4.1.5. Bulimiya nervosa

Bulimiya nervosa bireyin çok kısa zamanda aşırı bir şekilde besin tüketmesi ve besin alımından duyduğu pişmanlık ile kusma, müshil kullanımı ya da aşırı egzersiz davranışlarında bulunarak kilo almayı engelleme girişiminde bulunması ile tanımlanır.

Tıkınırcasına yeme davranışı ile kiloyu dengeleyici kusma ya da egzersiz davranışları periyotlar şeklide birbiri arkasına yapılmaktadır. İki tipi bulunmakla birlikte, bunlardan ilki; çıkartma olan tiptir. Kişi bu tipte yediği besini kusma ile geri çıkarmaya çalışır. Diğer tip olan çıkarma olmayanda ise; kişi kusmak yerine kilo almayı engelleyici başka bir davranışta bulunmaktadır. BN tanısı almış kişiler normal kilolu veya Bu tıkınırcasına yeme davranışlarının ve uygunsuz telafi edici davranışların her ikisi de ortalama üç ay içinde en az haftada bir kez olmalıdır.

2.4.1.6. Tıkınırcasına yeme bozukluğu

Tıkınırcasına yeme bozukluğunda kişinin yeme denetimini kaybederek sürekli bir şekilde aşırı yemek yemesi ile tanımlanır. Aşırı yemenin sonucunda herhangi bir kusma ya da egzersiz davranışında bulunulmaması bulumiya nervozadan ayıran belirtidir. Telafi edici bir davranışta bulunulmaması sonucu, kişiler şişman ya da hafif şişmandır. Tıkınırcasına yeme bozukluğuna sahip kişiler, bu yeme ataklarından sonra genellikle suçluluk ve sıkıntı duymaktadırlar (Hudson vd., 2007; Köse 2017).

2.4.1.7. Tanımlanmış diğer beslenme ve yeme bozuklukları

DSM-V' te belirtilmiş beslenme ve yeme bozuklukları tanı kümesinde herhangi bir bozukluğun ölçütlerini tam karşılanamadığında bu kategorideki bozukluklar kullanılmaktadır. Bunlar; Atipik Anoreksiye Nervoz², BN (kısa süreli ya da düşük sıklıkta olması), Tıkınırcasına Yeme Bozukluğu (kısa süreli ya da düşük sıklıkta olması), Çıkarma Bozukluğu ve Gece Yeme Bozukluğudur.

2.4.1.8. Tanımlanmamış diğer beslenme ve yeme bozuklukları

Tanımlanmamış diğer beslenme ve yeme bozuklukları, DSM-V'te; bireylerin toplumsal, iş ya da diğer önemli konularda klinik açıdan bariz sıkıntılara sebep olan beslenme ve yeme bozukluklarının belirgin özelliklerini taşıyan, ancak bunların tanı kümesinde herhangi bir tanı ölçütlerini tam olarak karşılayamayan durumlar bu kategori içerisinde yer alır.

2.4.2. Yeme farkındalığı ve obezite

Obezite, bedene yiyecekler ile alınan enerji miktarının, harcanan enerji miktarından daha çok olması sonucu, vücuttaki yağ miktarının normalin üstünde olması

² Hastalar anoreksiyadaki gibi kilo kaybetmek için çok yoğun şekilde egzersiz yapmamakta veya bulimiadaki gibi yemek yedikten sonra kendilerini suçlu hissetmemektedirler.

olarak tanımlanan bir hastalıktır (Altunkaynak ve Özbek, 2006). Hastalığın ortaya çıkma süresinde çevresel ve genetik birçok faktör bulunmaktadır (Serter, 2003).

Obezite, vücutta bulunan tüm organ ve sistemleri etkileyerek farklı sağlık sorunlarına neden olabilmektedir. Dünya Sağlık Örgütü (WHO)'nın fazla riskli on hastalıktan biri olarak tanımladığı obezitenin kansere yakalanma riskini arttırdığı belirtilmiştir (Altunkaynak ve Özbek, 2006).

Lancet Tıp dergisi tarafından yapılan bir araştırmada, kilolu ve obez birey sayısının son 30 yılda iki katından daha fazla bir artış gösterdiği belirtilmiştir. Dünya genelinde birçok ülkenin obezite ile mücadelede başarılı bir rol üstlenemediği görülen araştırmada bu durumun nedenini fiziksel açıdan yeterli hareket edilmemesi ve sağlıksız beslenme olarak açıklamıştır (Web 3).

Özellikle son yıllarda obez hasta miktarının artmasındaki temel nedenler; genetik ve psikolojik etmenler, istenilen yiyeceğe kolay ulaşım imkanı, refah seviyesinin yükselmesi, yeme stillerinde meydana gelen değişiklikler, hazır gıdaların popüler hale gelmesi, eğlence, iş gibi alanlarda kişisel tercihlerin değişiklik göstermesi, internet ve sosyal medya platformlarında geçirilen zaman miktarında artış yaşanması ve bu nedenle bireylerin fiziksel aktivitelerinin ciddi oranda azalması olarak özetlenebilmektedir (Ayyıldız, 2015).

Obezite ve yeme bozuklukları, bireylerin yeme davranışları ve yeme farkındalığı ile ilişkili olarak ele alınabilmektedir. Küçüklükten itibaren gelen öğrenme sürecinde duygular ve sorunlarla başa çıkma yöntemi olarak yemek yenmesi durumu duygusal yeme ve tıknırcasına yeme gibi yeme bozukluklarının yanı sıra obezite hastalığına da zemin hazırlayabilmektedir. Kilo kaybı ile vücutta kilo kontrolünü sağlamayı amaçlayan diyet uygulamaları uzun vadede bireylerin devamlılığını sağlayamadıkları bir yöntem olarak şekillenmiştir. Bu nedenle diyet uygulamalarında da asıl öncelik bireylerin duygular ve durumları ile başa çıkabilmelerini sağlamak olarak şekillendirilmiştir. Bireylerin yeme davranışlarında farkına vararak yeme alışkanlığı geliştirilerek fiziksel ve psikolojik açıdan daha uzun süreli bir devamlılık sağlanması amaçlanmaktadır. Farkındalık, yeme tutumları ve obezite ile ilişkilendirilerek, yeme farkındalığı ile ilgili çalışmaların artırılması ile birlikte obezite ve yeme bozukluklarında daha etkili ve kalıcı tedavi yöntemlerinin geliştirilebileceği belirtilmiştir (Köse, 2017).

BÖLÜM III - YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırma, 18-25 yaş arası üniversite öğrencilerinden oluşmaktadır. Araştırmanın örneklemini rastgele seçilen 209 üniversite öğrencisi oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan bireyler gönüllülük esasına dayanarak araştırmaya dahil edilmiştir. Katılımcıların 77'si erkek, 132'si kadındır.

3.2. Veri Toplama Araçları

3.2.1. Sosyodemografik bilgi formu

Katılımcıların yaş, cinsiyet medeni durum vb. gibi kişisel özelliklerini belirleyen sorular sorulmuştur. Bunun yanı sıra, internete giriş sıklığı, sosyal medyayı kullanım sıklıkları, en çok kullandıkları sosyal medya platformlarını içeren araştırmanın konusuna yönelik sorular da sorulmuştur.

3.2.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ)

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

Ölçekte bulunan; 1., 2., 3., 4., 5., 6., 7., 8., 9., 10., 11. ve 13. maddeleri “**Meşguliyet**” alanı ile ilgilidir. Sosyal medyada geçirilen zamanın bireyi meşgul etme durumunu ölçmektedir.

Ölçekte bulunan; 14., 16., 17., 18. ve 21. maddeleri “**Duygu Durum Düzenleme**” alanı ile ilgili olup, sosyal medyanın bireyin duygu durumundaki etkilenme ve değişim durumunu ölçmektedir.

Ölçekte bulunan; 23., 24., 25., 26. ve 27. maddeleri “**Tekrarlama**” alanı ile ilgili olup, bireyin sosyal medya kullanımını kısıtlama ya da kontrol altına almaya çalışması durumunda eski davranış örüntüsüne tekrar dönmesi durumunu ölçmektedir.

Ölçekte bulunan; 30., 31., 32., 33., 34., 35., 36., 37., 38., 40., 41., 42., 43., 45., 46., 47., 48. 49. ve 50. maddeleri “**Çatışma**” alanı ile ilgilidir, bireyin sosyal, mesleki ya da eğitim hayatında olumsuzluklara sebep olması durumunu ölçmektedir.

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'nde alınan puanlar bağımlılığın derecesini belirlemek amacıyla kullanılmaktadır. Ölçekten elde edilen en yüksek toplam puan 205 olup, en düşük puan ise 41'dir. Alınan puanın yüksekliği sosyal medya bağımlılığının arttığını göstermektedir. Buna bağlı olarak 41-73 puan arası "Bağımlı Değil", 74-106 puan arası "Az Bağımlı", 107-139 puan arası "Orta Bağımlı", 140-172 puan arası "Yüksek Bağımlı", son olarak 173-205 puan arası "Çok Yüksek Bağımlı" olarak belirlenmiştir. Yapılan geçerlilik güvenirlik testinde ölçeğin katsayısı .97 olarak tespit edilmiştir (Ünal, 2015).

3.2.3. Yeme Farkındalığı Ölçeği (YFÖ-30)

Ölçek 2009 yılından Framson ve arkadaşları tarafından geliştirilmiş olup Türkçeye uyarlaması 2016 yılında Köse ve arkadaşları tarafından yapılmıştır. 5li likert tipi (1:hiç, 2:nadiren, 3:bazen, 4:sık sık, 5:her zaman) olan ölçekte toplam 30 soru yer almaktadır. Ölçekte 20 ters madde bulunmaktadır.

1, 7, 9, 11, 13, 15, 18, 24, 25 ve 27.sorular düz puanlandırılmaktadır. Geriye kalan sorular ters puanlandırılmaktadır. {*Ters Puanlama (1=5, 2=4, 3=3, 4=2, 5=1)}. Ölçek puanlanırken alt boyutların ve toplam puanın aritmetik ortalaması alınmaktadır. Ölçeğin her bir alt boyutundan alınan 3 ve üzeri puan bireyin ilgili alt boyutun değerlendirdiği özelliğe sahip olduğunu göstermektedir. Ölçek ayrıca toplam yeme farkındalığı puanı vermektedir.

Ölçekte 7 alt boyut bulunmaktadır. Alt boyutlar; **disinhibisyon** (dürtüsel-düşünmeden yeme) (4., 14., 17., 20., 26. maddeler), **duygusal yeme** (21., 22., 23., 28., 30. maddeler), **yeme kontrolü** (3., 6., 27., 29. maddeler), **farkındalık** (8., 9., 12., 13., 15. maddeler), **yeme disiplini** (1., 18., 24., 25. maddeler), **bilinçli beslenme** (2., 7., 11., 16., 19. maddeler), **enterferans** (dış etmenlerden etkilenme) (5., 10. maddeler) şeklindedir. Ölçekten alınabilecek minimum puan 30 iken maksimum 150 puan olarak hesaplanmıştır.

Ölçeğin yapılan güvenirlik analizinde Cronbach's Alpha katsayısı .73 olarak tespit edilmiştir (Köse, 2017).

3.3. Verilerin Analizinde Kullanılan İstatistikî Yöntemler

Çalışmada IBM SPSS versiyon 21.0 programı kullanılmıştır. Katılımcıların kişisel bilgilerine yönelik bulguların tespitinde frekans analizi yapılmıştır. Tanımlayıcı istatistikler SMBÖ ve YFÖ ölçeklerindeki ortalama ve standart sapma değerlerinin tespitinde kullanılmıştır. Ölçeklerden elde edilen sonuçların normal dağılıma uygun olup

olmadığı Komogorov-Smirnow ve Shapiro-Wilk ile değerlendirilmiştir. SMBÖ ile YFÖ arasındaki ilişkinin tespit edilmesi için korelasyon analizi yapılmıştır. Normal dağılım göstermeyen iki grubun ortalamalarının istatistiksel olarak farklılığını test etmek amacıyla Mann Whitney U testi; normal dağılıma uygun olmayan ikiden fazla ortalama arasında fark olup olmadığını incelemek için ise Kruskal Wallis H testi uygulanmıştır. Ortaya çıkan anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespiti amacıyla LSD (Least Significant Difference) Testi kullanılmıştır.



BÖLÜM IV – BULGULAR

Normallik analizi

Çalışmanın bu kısmında, anket uygulaması sonucu elde edilen verilerin normallik test sonuçları yer almaktadır.

Tablo 1: Normallik test sonuçları

	<i>Kolmogorov-Smirnov</i>			<i>Shapiro-Wilk</i>		
	<i>İstatistik</i>	<i>df</i>	<i>p</i>	<i>İstatistik</i>	<i>df</i>	<i>p</i>
Meşguliyet	,069	209	,016	,986	209	,034
Duygu Durum Düzenleme	,088	209	,000	,956	209	,000
Tekrarlama	,141	209	,000	,900	209	,000
Çatışma	,144	209	,000	,864	209	,000
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam Puan	,069	209	,016	,952	209	,000
Düşünmeden Yeme	,085	209	,001	,983	209	,012
Duygusal Yeme	,069	209	,016	,981	209	,006
Yeme Kontrolü	,135	209	,000	,954	209	,000
Farkındalık	,105	209	,000	,976	209	,001
Yeme Disiplini	,090	209	,000	,986	209	,035
Bilinçli Beslenme	,129	209	,000	,973	209	,000
Enterferans (Dış etmenlerden etkilenme)	,139	209	,000	,951	209	,000
Yeme Farkındalığı Toplam Puan	,064	209	,036	,988	209	,089

Tablo 1’de görüleceği üzere, anket uygulaması sonucu elde edilen veriler normal dağılım göstermemektedir. Bu nedenle, araştırmada parametrik olmayan test yöntemleri tercih edilmiştir.

Araştırma grubunu tanımlayıcı bulgular

Bu kısımda, anket uygulaması sonucu elde edilen bulgular yer almaktadır. Öncelikle, katılımcıların tanımlayıcı bulgularının yer aldığı bu bölümde sonrasında, katılımcıların sosyal medya kullanım durumlarına yönelik bulgular ortaya konmuştur.

Tablo 2: Katılımcıların demografik özelliklerine yönelik elde edilen sonuçlar

	<i>Ort.±SS</i>	<i>Min. ±Maks.</i>
Yaş	21,46±2,368	18±34
Boy	171,50±9,468	150,00±190
Kilo	66,26±13,659	43,00±103,00
Cinsiyet	<i>N</i>	<i>%</i>
Erkek	77	36,8
Kadın	132	63,2
Öğrenim Durumu	<i>N</i>	<i>%</i>
Ön lisans	34	16,3
Lisans	163	78,0
Lisansüstü	12	5,7
Meslek	<i>N</i>	<i>%</i>
Öğrenci	198	94,7
Psikolog	4	1,9
Mühendis	3	1,4
Şehir Plancısı	1	,5
Satış yöneticisi	2	1,0
Lojistik	1	,5
Medeni Durum	<i>N</i>	<i>%</i>
Evli	5	2,4
Bekar	204	97,6

Araştırmaya katılanların yaş ortalamalarının 21,46 olduğu görülmektedir. Bunun yanında katılımcıların boylarının 171,50; kilolarının ise ortalama 66,26 olduğu görülmektedir.

Katılımcıların cinsiyet dağılımlarında %36,8'inin erkek, %63,2'sinin kadın olduğu tespit edilmiştir. Öğrenim düzeyi dağılımlarında ise büyük çoğunluğun lisans mezunu olduğu saptanmıştır. Meslek dağılımlarında büyük çoğunluğun öğrenci olduğu, medeni durum dağılımlarında da büyük çoğunluğun bekar olduğu görülmektedir.

Tablo 3: Katılımcıların internet ve sosyal medya kullanma durumlarına yönelik elde edilen sonuçlar

<i>İnternette Ne Kadar Zaman Harcandığı</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
3 saatten az	24	11,5
3-6 saat arası	100	47,8
6 saat üzeri	85	40,7
<i>İnternetin Hangi Amaçla Kullanıldığı</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
E-postaları kontrol etmek için	147	15,9
Sosyal medya platformlarını takip etmek için	192	20,7
Oyun oynamak için	78	8,4
Makale okumak veya bilimsel gelişmeleri takip etmek için	127	13,7
Televizyon programlarını izlemek için	89	9,6
Ödev yapmak için	168	18,1
Haber okumak için	126	13,6
<i>Hangi Sosyal Medya Platformlarının Kullanıldığı</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
Youtube	193	28,6
Facebook	51	7,6
Instagram	190	28,2
Twitter	150	22,3
Snapchat	62	9,2
Twitch	28	4,2
<i>Sosyal Medya Kullanım Amacı</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
Video izlemek	169	19,5
Gündemi takip etmek	194	22,4
Fotoğraf veya video paylaşmak	123	14,2
Bilgi edinme	180	20,8
Arkadaşlarını takip etmek	151	17,4
Yeni arkadaş edinmek	49	5,7

<i>İnternette Geçirdiğiniz Zamanın Ne Kadarını Sosyal Medya Kullanımına Ayırıyorsunuz?</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
2 saatten az	81	38,8
2-4 saat arası	93	44,5
4 saat üzeri	35	16,7

Katılımcıların internette harcadıkları zamana göre dağılımlarında %11,5'inin 3 saatten az; %47,8'inin 3-6 saat ve son olarak %40,7'sinin 6 saatten fazla zaman harcadıkları tespit edilmiştir.

Katılımcıların interneti kullanım amacına bakıldığında ise 147 kişi interneti e-postalarını kontrol etmek için, 192 kişi sosyal medya platformlarını takip etmek için 78 kişi oyun oynamak için, 127 kişi makale okumak veya bilimsel gelişmeleri takip etmek için, 89 kişi TV programlarını izlemek için, 168 kişi ödev yapmak için ve son olarak 126 kişi haber okumak için interneti kullandığı sonucuna varılmıştır.

Katılımcıların kullandığı sosyal medya platformlarına bakıldığında 193 kişi Youtube, 52 kişi Facebook, 190 kişi Instagram, 150 kişi Twitter, 62 kişi Snapchat ve son olarak 28 kişi Twitch'i kullandığını ifade etmiştir.

Sosyal medya kullanım amacına yönelik dağılımlarda 169 kişi sosyal medyayı video izlemek, 194 kişi gündemi takip etmek, 123 kişi fotoğraf veya video paylaşmak, 180 kişi bilgi edinmek, 151 kişi arkadaşlarını takip etmek ve son olarak 49 kişi yeni arkadaş edinmek amacıyla sosyal medyayı kullandığı dile getirmişlerdir.

İnternette geçirilen zamanın ne kadarlık bir kısmının sosyal medyada kullanıldığında yönelik dağılımlarda %38,8'i 2 saatten az, %44,5'i 2-4 saat ve son olarak %16,7'si ise 4 saat üzerinde sosyal medyayı kullandığını ifade etmiştir.

Tablo 4: Katılımcıların daha önceden psikolojik veya psikiyatrik yardım alma durumuna göre gruplandırılması

	<i>N</i>	<i>%</i>
Evet	54	25,8
Hayır	155	74,2
Toplam	209	100,0

Katılımcıların daha önceden psikiyatrik yardım alıp almadıklarına yönelik dağılımlarda, %25,8'inin psikiyatrik yardım aldığı, %74,2'sinin ise yardım almadığı tespit edilmiştir.

Tablo 5: Katılımcıların VKİ (Vücut Kitle İndeksi) değerlerine yönelik elde edilen sonuçlar

	<i>N</i>	<i>%</i>
Zayıf	55	26,3
Normal	55	26,3
Fazla Kilolu	33	15,8
Obez	66	31,6
Toplam	209	100,0

Katılımcıların VKİ değerlerine yönelik sonuçlarda, %26,3'ünün zayıf, %26,3'ünün normal kilolu, %15,8'inin fazla kilolu ve son olarak %31,6'sının obez olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 6. Katılımcıların bağımlılık düzeylerine göre gruplandırılması

Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlara Göre Dağılım			Meşguliyet Puanlara Göre Dağılım		
Gruplar	N	%	Gruplar	N	%
Bağımlılık Yok	62	29,7	Bağımlılık Yok	30	14,4
Az Bağımlı	89	42,6	Az Bağımlı	59	28,2
Orta Bağımlı	41	19,6	Orta Bağımlı	68	32,5
Yüksek Bağımlı	17	8,1	Yüksek Bağımlı	42	20,1
Toplam	209	100,0	Çok Yüksek Bağımlı	10	4,8
			Toplam	209	100,0
Duygu Durum Düzenleme Puanlara Göre Dağılım			Tekrarlama Puanlara Göre Dağılım		
Gruplar	N	%	Gruplar	N	%
Bağımlılık Yok	59	28,2	Bağımlılık Yok	95	45,5
Az Bağımlı	49	23,4	Az Bağımlı	62	29,7
Orta Bağımlı	53	25,4	Orta Bağımlı	31	14,8
Yüksek Bağımlı	31	14,8	Yüksek Bağımlı	17	8,1
Çok Yüksek Bağımlı	17	8,1	Çok Yüksek Bağımlı	4	1,9

Toplam	209	100,0	Toplam	209	100,0
Çatışma Puanlara Göre Dağılım					
Gruplar	N	%			
Bağımlılık Yok	125	59,8			
Az Bağımlı	51	24,4			
Orta Bağımlı	20	9,6			
Yüksek Bağımlı	10	4,8			
Çok Yüksek Bağımlı	3	1,4			
Toplam	209	100,0			

Araştırmaya katılanların bağımlılık düzeyine göre gruplandırılmasına yönelik elde edilen sonuçlara bakıldığında, sosyal medya bağımlılığı açısından katılımcıların %29,7'sinde bağımlılığın olmadığı buna karşın %42,6'sının az bağımlı, %19,6'sının orta düzeyde bağımlı, %8,1'inin ise yüksek düzeyde bağımlı olduğu görülmüştür.

Meşguliyet alt boyutundan alınan puanların gruplandırılmasına yönelik sonuçlarda katılımcıların %14,4'ünde bağımlılığın olmadığı buna karşın %28,2'sinin az bağımlı, %32,5'inin orta düzeyde bağımlı, %20,1'inin yüksek düzeyde bağımlı, %4,8'inin çok yüksek düzeyde bağımlı olduğu sonucuna varılmıştır.

Duygu durum düzenleme alt boyutundan alınan puanların gruplandırılmasına yönelik katılımcıların %28,2'sinde bağımlılığın olmadığı buna karşın %23,4'ünün az bağımlı, %25,4'ünün orta düzeyde bağımlı, %14,8'inin yüksek düzeyde bağımlı, %8,1'inin ise çok yüksek düzeyde bağımlı olduğu tespit edilmiştir.

Tekrarlama alt boyutundan alınan puanların gruplandırılmasına yönelik katılımcıların %45,5'inde bağımlılığın olmadığı buna karşın %29,7'sinin az bağımlı, %14,8'inin orta düzeyde bağımlı, %8,1'inin yüksek düzeyde bağımlı, %1,9'unun ise çok yüksek düzeyde bağımlı olduğu belirlenmiştir.

Çatışma alt boyutundan alınan puanların gruplandırılmasına yönelik katılımcıların %59,8'inde bağımlılığın olmadığı buna karşın %24,4'ünün az bağımlı, %9,6'sının orta düzeyde bağımlı, %4,8'inin yüksek düzeyde bağımlı, %1,4'ünün ise çok yüksek düzeyde bağımlı olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 7: Ölçeklere ait tanımlayıcı bulgular

	<i>Ort.</i>	<i>SS</i>
Meşguliyet	33,69	10,701
Duygu Durum Düzenleme	12,44	5,260
Tekrarlama	9,87	4,516
Çatışma	34,67	14,748
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam Puan	90,67	30,538
Yeme Farkındalığı Toplam Puan	97,35	13,843
Düşünmeden Yeme	15,89	4,165
Duygusal Yeme	15,97	4,734
Yeme Kontrolü	14,65	3,368
Farkındalık	15,85	2,004
Yeme Disiplini	11,92	3,014
Bilinçli Beslenme	15,90	2,691
Enterferans (Dış etmenlerden etkilenme)	7,17	1,824

Yukarıdaki tabloda anket formunda yer alan ölçeklere ait tanımlayıcı bulgular yer almaktadır. Buna göre, SMBÖ içerisinde yer alan meşguliyet alt boyutuna ait ortalamanın 33,69 olduğu görülmektedir. Bu değer, katılımcıların söz konusu alt boyut bağlamında orta düzeyde bağımlı olduğu göstermektedir.

Duygu düzenleme alt boyutundan alınan puana ilişkin ortalama değere bakıldığında ise bağımlılık düzeyinin az olduğu görülmektedir (Ort.=12,44).

Tekrarlama alt boyutuna ait ortalama değere bakıldığında, bağımlılık düzeyinin az olduğu görülmektedir (Ort.=9,87)

Çatışma alt boyutundan alınan puanlarda, katılımcıların az bağımlı olduğu tespit edilmiştir (Ort.=34,67).

Son olarak katılımcıların genel olarak sosyal medya bağımlılık düzeylerinin az olduğu saptanmıştır (Ort.=90,67).

Katılımcıların YFÖ'den aldığı toplam puanın 97,35 olduğu tespit edilmiştir. Bu değer, katılımcıların orta düzeyin üstünde yeme farkındalığına sahip olduğunu göstermektedir.

Bunun yanında, katılımcıların YFÖ içerisinde yer alan “Düşünmeden Yeme” alt boyutundan aldığı puana ilişkin ortalamanın 15,89;

“Duygusal Yeme” alt boyutundan aldığı puana ilişkin ortalamanın 15,97;

“Yeme Kontrolü” alt boyutundan aldığı puana ilişkin ortalamanın 14,65;

“Farkındalık” alt boyutundan aldığı puana ilişkin ortalamanın 15,85;

“Yeme Disiplini” alt boyutundan aldığı puana ilişkin ortalamanın 11,92;

“Bilinçli Beslenme” alt boyutundan aldığı puana ilişkin ortalamanın 15,90 ve son olarak “Enterferans (Dış etmenlerden etkilenme)” alt boyutundan aldığı puana ilişkin ortalamanın 7,17 olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 8: Sosyal medya bağımlılığı ile yeme farkındalığı toplam puanlar arasındaki ilişkinin Korelasyon Analizi sonuçları

		<i>Meşguliyet</i>	<i>Duygu Durum Düzenleme</i>	<i>Tekrarlama</i>	<i>Çatışma</i>	<i>Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam Puan</i>
Yeme Farkındalığı Toplam Puan	r	-,030	-,023	-,041	-,022	-,040
	p	,664	,738	,560	,747	,568
	N	209	209	209	209	209
Düşünmeden Yeme	r	-,069	-,073	-,025	-,065	-,082
	p	,323	,297	,715	,349	,239
	N	209	209	209	209	209
Duygusal Yeme	r	,052	-,004	-,040	-,046	-,012
	p	,457	,956	,562	,507	,857
	N	209	209	209	209	209
Yeme Kontrolü	r	,085	,060	,086	,102	,099
	p	,218	,392	,217	,143	,152
	N	209	209	209	209	209
Farkındalık	r	-,050	,040	,074	,058	,032
	p	,475	,566	,288	,402	,642
	N	209	209	209	209	209
Yeme Disiplini	r	-,122	-,066	-,139*	-,083	-,127
	p	,078	,343	,044	,231	,066
	N	209	209	209	209	209
	r	-,039	-,013	-,068	-,030	-,053

Bilinçli Beslenme	p	,575	,850	,330	,664	,448
	N	209	209	209	209	209
Enterferans (Dış etmenlerden etkilenme)	r	-,077	-,055	-,089	-,041	-,076
	p	,268	,431	,201	,557	,271
	N	209	209	209	209	209

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

Sosyal medya bağımlılığı toplam puan ve alt boyutlardan alınan puanlar ile YFÖ toplam puan ve alt boyutlardan alınan puanlar arasındaki korelasyon analizi sonucunda yeme disiplini ile tekrarlama arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r=-,139$, $p<0,05$).

Tablo 9. Yaş ile SMBÖ toplam puan ve alt boyutlardan alınan puanlar arasındaki ilişkinin Korelasyon Analizi sonuçları

		<i>Meşguliyet</i>	<i>Duygu Durum Düzenleme</i>	<i>Tekrarlama</i>	<i>Çatışma</i>	<i>Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam Puan</i>
Yaş	r	,049	,000	,190**	-,008	,045
	p	,483	,998	,006	,906	,514
	N	209	209	209	209	209

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

Yaş ile SMBÖ toplam puanı ve alt boyutlardan alınan puanlar arasındaki ilişkinin sonuçlarına bakıldığında sadece tekrarlama alt boyutundan alınan puan ile yaş arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu ilişkinin yönüne bakıldığında ise pozitif yönde olduğu görülmektedir ($r=,190$, $p<0,05$).

Tablo 10. Yaş ile YFÖ toplam puan ve alt boyutlardan alınan puanlar arasındaki ilişkinin Korelasyon Analizi sonuçları

		<i>Yeme Farkındalığı Toplam Puan</i>	<i>Düşünmeden Yeme</i>	<i>Duyusal Yeme</i>	<i>Yeme Kontrolü</i>	<i>Farkındalık</i>	<i>Yeme Disiplini</i>	<i>Bilinçli Beslenme</i>	<i>Enterferans (Dış etmenlerden etkilenme)</i>
Yaş	r	-,050	-,031	-,013	-,042	,048	-,127	-,098	-,078
	p	,472	,659	,853	,546	,491	,066	,157	,260
	N	209	209	209	209	209	209	209	209

Yaş ile YFÖ toplam puanı ve alt boyutlardan alınan puanlar arasındaki ilişkinin sonuçlarına bakıldığında tüm değişkenlerde yaş ile anlamlı bir ilişki olmadığı görülmektedir.

Tablo 11. Cinsiyete göre katılımcıların SMBÖ toplam Puan ve alt boyutlardan aldığı puanların karşılaştırılması

	<i>Cinsiyet</i>	<i>N</i>	<i>Sıralı Ortalama</i>	<i>Sıralar Toplamı</i>	<i>Mann-Whitney U</i>	<i>p</i>
Meşguliyet	Erkek	77	100,53	7741,00	4,738,000	,41
	Kadın	132	107,61	14204,00		
	Toplam	209				
Duygu Durum Düzenleme	Erkek	77	100,47	7736,00	4,733,000	,41
	Kadın	132	107,64	14209,00		
	Toplam	209				
Tekrarlama	Erkek	77	108,97	8391,00	4,776,000	,47
	Kadın	132	102,68	13554,00		
	Toplam	209				
Çatışma	Erkek	77	106,19	8176,50	4,990,500	,83
	Kadın	132	104,31	13768,50		
	Toplam	209				
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam Puan	Erkek	77	104,05	8012,00	5,009,000	,86
	Kadın	132	105,55	13933,00		
	Toplam	209				

SMBÖ toplam puanı ile alt boyutlardan alınan puanların cinsiyete göre karşılaştırılmasında tüm değişkenlerde 0,05 düzeyinde anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 12. Cinsiyete göre katılımcıların YFÖ toplam puan ve alt boyutlardan aldığı puanların karşılaştırılması

	<i>Cinsiyet</i>	<i>N</i>	<i>Sıralı Ortalama</i>	<i>Sıralar Toplamı</i>	<i>Mann-Whitney U</i>	<i>p</i>
Yeme Farkındalığı Toplam Puan	Erkek	77	106,42	8194,00	4,973,000	,80
	Kadın	132	104,17	13751,00		
	Toplam	209				
Düşünmeden Yeme	Erkek	77	110,34	8496,00	4,671,000	,33
	Kadın	132	101,89	13449,00		
	Toplam	209				
Duygusal Yeme	Erkek	77	101,05	7781,00	4,778,000	,47

	Kadın	132	107,30	14164,00		
	Toplam	209				
	Erkek	77	103,84	7995,50		
Yeme Kontrolü	Kadın	132	105,68	13949,50	4,992,500	,83
	Toplam	209				
	Erkek	77	110,36	8498,00		
Farkındalık	Kadın	132	101,87	13447,00	4,669,000	,32
	Toplam	209				
	Erkek	77	103,91	8001,00		
Yeme Disiplini	Kadın	132	105,64	13944,00	4,998,000	,84
	Toplam	209				
	Erkek	77	105,10	8093,00		
Bilinçli Beslenme	Kadın	132	104,94	13852,00	5,074,000	,99
	Toplam	209				
	Erkek	77	97,90	7538,00		
Enterferans (Dış etmenlerden etkilenme)	Kadın	132	109,14	14407,00	4,535,000	,19
	Toplam	209				

YFÖ toplam puanı ile alt boyutlardan alınan puanların cinsiyete göre karşılaştırılmasında tüm değişkenlerde 0,05 düzeyinde anlamlı bir farklılık olmadığı sonucu görülmektedir.

Tablo 13. İnternette ne kadar zaman harcadığına göre katılımcıların SMBÖ toplam puan ve alt boyutlardan aldığı puanların karşılaştırılması

<i>İnternette Ne Kadar Zaman Harcıyorsunuz?</i>	<i>N</i>	<i>Sıralı Ortalama</i>	<i>Sıralar Toplamı</i>	<i>Mann-Whitney U</i>	<i>p</i>
	6 saat ve aşağısı	124	91,73	11375,00	
Meşguliyet	6 saat üzeri	85	124,35	10570,00	3,625,000 ,00
	Toplam	209			
	6 saat ve aşağısı	124	93,63	11610,00	
Duygu Durum Düzenleme	6 saat üzeri	85	121,59	10335,00	3,860,000 ,00
	Toplam	209			
	6 saat ve aşağısı	124	98,57	12222,50	
Tekrarlama	6 saat üzeri	85	114,38	9722,50	4,472,500 ,06

	Toplam	209				
	6 saat ve aşağısı	124	92,77	11503,00		
Çatışma	6 saat üzeri	85	122,85	10442,00	3,753,000	,00
	Toplam	209				
	6 saat ve aşağısı	124	91,90	11395,00		
Sosyal Medya Bağımlılığı	6 saat üzeri	85	124,12	10550,00	3,645,000	,00
Toplam Puan	Toplam	209				

SMBÖ ve alt boyutlardan alınan puanların internette geçirilen zamana göre karşılaştırılmasında tüm değişkenlerde anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Farklılığın görüldüğü tüm değişkenlerde internette fazla zaman harcayanların (6 saatten fazla harcayanlar) aldığı puanın daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 14. İnternette ne kadar zaman harcadığına göre katılımcıların YFÖ toplam puan ve alt boyutlardan aldığı puanların karşılaştırılması

<i>İnternette Ne Kadar Zaman Harcıyorsunuz?</i>	<i>N</i>	<i>Sıralı Ortalama</i>	<i>Sıralar Toplamı</i>	<i>Mann-Whitney U</i>	<i>p</i>
	6 saat ve aşağısı	124	102,28	12682,50	
Yeme Farkındalığı Toplam Puan	6 saat üzeri	85	108,97	9262,50	4,932,500 ,43
	Toplam	209			
	6 saat ve aşağısı	124	105,49	13080,50	
Düşünmeden Yeme	6 saat üzeri	85	104,29	8864,50	5,209,500 ,89
	Toplam	209			
	6 saat ve aşağısı	124	104,06	12904,00	
Duygusal Yeme	6 saat üzeri	85	106,36	9041,00	5154,00 ,79
	Toplam	209			
	6 saat ve aşağısı	124	103,14	12789,50	
Yeme Kontrolü	6 saat üzeri	85	107,71	9155,50	5,039,500 ,59
	Toplam	209			
	6 saat ve aşağısı	124	99,30	12313,00	
Farkındalık	6 saat üzeri	85	113,32	9632,00	4,563,000 ,10
	Toplam	209			
Yeme Disiplini	6 saat ve aşağısı	124	105,27	13053,50	5,236,500 ,94

	6 saat üzeri	85	104,61	8891,50		
	Toplam	209				
Bilinçli Beslenme	6 saat ve aşağısı	124	99,95	12393,50		
	6 saat üzeri	85	112,37	9551,50	4,643,500	,14
	Toplam	209				
	6 saat ve aşağısı	124	103,87	12880,00		
Enterferans (Dış etmenlerden etkilenme)	6 saat üzeri	85	106,65	9065,00	5,130,000	,74
	Toplam	209				

YFÖ toplam puanı ile alt boyutlardan alınan puanların internette geçirilen zamana göre karşılaştırılmasında tüm değişkenlerde 0,05 düzeyinde anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 15. İnternette geçirilen sürenin ne kadarlık bir kısmının sosyal medya için kullanıldığına göre katılımcıların SMBÖ toplam puan ve alt boyutlardan aldığı puanların karşılaştırılması

<i>İnternette Geçirdiğiniz Zamanın Ne Kadarını Sosyal Medya Kullanımına Ayırıyorsunuz?</i>		<i>N</i>	<i>Sıralı Ortalama</i>	<i>Kruskal-Wallis H</i>	<i>P</i>
Meşguliyet	2 saatten az	81	58,37	90,094	,00
	2-4 saat arası	93	123,45		
	4 saat üzeri	35	163,90		
	Toplam	209			
Duygu Durum Düzenleme	2 saatten az	81	66,75	64,687	,00
	2-4 saat arası	93	118,08		
	4 saat üzeri	35	158,77		
	Toplam	209			
Tekrarlama	2 saatten az	81	82,58	20,495	,00
	2-4 saat arası	93	114,47		
	4 saat üzeri	35	131,73		
	Toplam	209			
Çatışma	2 saatten az	81	68,62	52,687	,00
	2-4 saat arası	93	120,87		
	4 saat üzeri	35	147,03		
	Toplam	209			
	2 saatten az	81	61,44	77,257	,00

Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam Puan	2-4 saat arası	93	122,94
	4 saat üzeri	35	158,14
	Toplam	209	

Katılımcıların internette geçirdikleri süre zarfında sosyal medyaya harcadıkları zaman ile SMBÖ toplam ve alt boyutlardan alınan puanlar arasındaki karşılaştırma sonucunda tüm değişkenlerde anlamlı bir farklılık olduğu saptanmıştır. Bu kısımda ortaya çıkan farkın hangi gruplar arasında olduğunun tespiti amacıyla çoklu karşılaştırma test yöntemlerinden biri olan LSD test sonuçları aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 16. İnternette geçirilen süre zarfında sosyal medyaya ayrılan süreye göre SMBÖ toplam ve alt boyutlardan alınan puanların LSD Test sonuçları

<i>İnternette Geçirdiğiniz Zamanın Ne Kadarını Sosyal Medya Kullanımına Ayırıyorsunuz?</i>	<i>Alt Gruplar</i>	<i>Ortalamalar Farkı</i>	<i>p</i>
Meşguliyet	2-4 saat arası	2 saatten az	11,026*
	4 saat üzeri	2 saatten az	18,856*
		2-4 saat arası	7,830*
Duygu Durum Düzenleme	2-4 saat arası	2 saatten az	4,153*
	4 saat üzeri	2 saatten az	8,137*
		2-4 saat arası	3,984*
Tekrarlama	2 saatten az	2-4 saat arası	2,502*
		4 saat üzeri	3,832*
Çatışma	2-4 saat arası	2 saatten az	9,497*
	4 saat üzeri	2 saatten az	19,137*
		2-4 saat arası	9,640*
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam Puan	2 saatten az	2-4 saat arası	-27,177*
		4 saat üzeri	-49,962*
	2-4 saat arası	4 saat üzeri	-22,784*

* Ortalamalar farkı 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

Meşguliyet, Çatışma ve Duygu Düzenleme alt boyutlarından alınan puanlar bağlamında sosyal medyada 2-4 saat arası zaman geçirenlerin aldığı puan ile 2 saatten az zaman geçirenler arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanında 4 saat üzerinde sosyal medyada zaman geçirenlerin meşguliyet ve duygu düzenleme alt boyutlarından aldıkları puan ile 2 saatten az ve 2-4 saat arası zaman geçirenlerin aldıkları puan arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür.

Tekrarlama alt boyutundan alınan puanlar bağlamında sosyal medyada 2 saatten az zaman geçirenlerin aldığı puan ile 2-4 saat ve 4 saat üzerinde zaman geçirenlerin aldıkları puanlar arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

SMBÖ toplam puanları açısından 2 saatten az zaman geçirenlerin aldığı puanlar ile 2-4 saat ve 4 saatten fazla zaman geçirenlerin aldığı puanlar arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Son olarak SMBÖ toplam puanlarının sosyal medyada 2-4 saat arası zaman geçirenlerle 4 saat üzerinde zaman geçirenler arasında anlamlı düzeyde farklılaştığı tespit edilmiştir.

Tablo 17. İnternette geçirilen sürenin ne kadarlık bir kısmının sosyal medya için kullanıldığına göre katılımcıların YFÖ toplam puan ve alt boyutlardan aldığı puanların karşılaştırılması

<i>İnternette Geçirdiğiniz Zamanın Ne Kadarını Sosyal Medya Kullanımına Ayırıyorsunuz?</i>		<i>N</i>	<i>Sıralı Ortalama</i>	<i>Kruskal-Wallis H</i>	<i>p</i>
Yeme Farkındalığı Toplam Puan	2 saatten az	81	102,52	1,923	,38
	2-4 saat arası	93	102,30		
	4 saat üzeri	35	117,93		
	Toplam	209			
Düşünmeden Yeme	2 saatten az	81	106,49	0,564	,75
	2-4 saat arası	93	101,78		
	4 saat üzeri	35	110,10		
	Toplam	209			
Duygusal Yeme	2 saatten az	81	100,28	0,991	,61
	2-4 saat arası	93	106,59		
	4 saat üzeri	35	111,70		
	Toplam	209			
Yeme Kontrolü	2 saatten az	81	101,02	1,268	,53
	2-4 saat arası	93	104,80		
	4 saat üzeri	35	114,73		
	Toplam	209			
Farkındalık	2 saatten az	81	102,01	0,332	,85
	2-4 saat arası	93	106,76		
	4 saat üzeri	35	107,23		
	Toplam	209			
Yeme Disiplini	2 saatten az	81	106,70	0,711	,70

	2-4 saat arası	93	101,39		
	4 saat üzeri	35	110,67		
	Toplam	209			
Bilinçli Beslenme	2 saatten az	81	100,64	3,440	,18
	2-4 saat arası	93	102,37		
	4 saat üzeri	35	122,09		
	Toplam	209			
Enterferans (Dış etmenlerden etkilenme)	2 saatten az	81	107,04	2,056	,36
	2-4 saat arası	93	99,25		
	4 saat üzeri	35	115,57		
	Toplam	209			

İnternette geçirilen zamanın ne kadarlık bir kısmında sosyal medya kullanımının gerçekleştiği ile YFÖ toplam ve alt boyutlardan alınan puanların karşılaştırma sonucunda 0,05 düzeyinde anlamlı bir şekilde farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 18. Daha önceden psikiyatrik yardım alma durumuna göre katılımcıların SMBÖ toplam puan ve alt boyutlardan aldığı puanların karşılaştırılması

<i>Daha önce bir psikiyatrik veya psikolojik bir yardım aldınız mı?</i>		<i>N</i>	<i>Sıralı Ortalama</i>	<i>Sıralar Toplamı</i>	<i>Mann-Whitney U</i>	<i>p</i>
Meşguliyet	Evet	54	108,33	5850,00	4,005,000	,64
	Hayır	155	103,84	16095,00		
	Toplam	209				
Duygu Durum Düzenleme	Evet	54	117,72	6357,00	3,498,000	,07
	Hayır	155	100,57	15588,00		
	Toplam	209				
Tekrarlama	Evet	54	99,13	5353,00	3,868,000	,41
	Hayır	155	107,05	16592,00		
	Toplam	209				
Çatışma	Evet	54	106,31	5740,50	4,114,500	,85
	Hayır	155	104,55	16204,50		
	Toplam	209				
Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam Puan	Evet	54	107,51	5805,50	4,049,500	,72
	Hayır	155	104,13	16139,50		

Yukarıdaki tabloda, araştırmaya katılanların daha önce psikiyatrik yardım alma durumuna göre, SMBÖ toplam ve alt boyutlardan alınan puanların karşılaştırma sonuçları yer almaktadır. Psikiyatrik yardım alma durumuna göre, tüm değişkenlerin 0,05 düzeyinde anlamlı bir şekilde farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

Tablo 19. Daha önceden psikiyatrik yardım alma durumuna göre katılımcıların YFÖ toplam puan ve alt boyutlardan aldığı puanların karşılaştırılması

<i>Daha önce bir psikiyatrik veya psikolojik bir yardım aldınız mı?</i>		<i>N</i>	<i>Sıralı Ortalama</i>	<i>Sıralar Toplamı</i>	<i>Mann-Whitney U</i>	<i>p</i>
Yeme Farkındalığı Toplam Puan	Evet	54	122,94	6639,00	3,216,000	,01
	Hayır	155	98,75	15306,00		
	Toplam	209				
Düşünmeden Yeme	Evet	54	116,71	6302,50	3,552,500	,10
	Hayır	155	100,92	15642,50		
	Toplam	209				
Duygusal Yeme	Evet	54	124,55	6725,50	3,129,500	,01
	Hayır	155	98,19	15219,50		
	Toplam	209				
Yeme Kontrolü	Evet	54	120,91	6529,00	3,326,000	,02
	Hayır	155	99,46	15416,00		
	Toplam	209				
Farkındalık	Evet	54	103,20	5573,00	4,088,000	,79
	Hayır	155	105,63	16372,00		
	Toplam	209				
Yeme Disiplini	Evet	54	106,88	5771,50	4,083,500	,79
	Hayır	155	104,35	16173,50		
	Toplam	209				
Bilinçli Beslenme	Evet	54	115,44	6233,50	3,621,500	,14
	Hayır	155	101,36	15711,50		
	Toplam	209				
Enterferans (Dış etmenlerden etkilenme)	Evet	54	114,56	6186,00	3,669,000	,17
	Hayır	155	101,67	15759,00		

Yukarıdaki tabloya bakıldığında, psikiyatrik yardım alma durumuna göre YFÖ toplam puan ve Duygusal Yeme, Yeme Kontrolü alt boyutlarından alınan puanların anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği buna karşın “Düşünmeden Yeme, Farkındalık, Bilinçli Beslenme, Yeme Disiplini ve Enterferans (Dış etmenlerden etkilenme)” alt boyutlarından alınan puanın anlamlı düzeyde farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

Anlamlı farkın görüldüğü YFÖ toplam puanı ve Duygusal Yeme, Yeme Kontrolü alt boyutlarında psikiyatrik yardım alanların aldığı puanın psikiyatrik yardım almayanlardan daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 20. Obezite durumuna göre katılımcıların SMBÖ toplam Puan ve alt boyutlardan aldığı puanların karşılaştırılması

	<i>Obezite Durumu</i>	<i>N</i>	<i>Sıralı Ortalama</i>	<i>Kruskal-Wallis H</i>	<i>p</i>
Meşguliyet	Zayıf	55	106,35	1,404	,71
	Normal	55	97,15		
	Fazla kilolu	33	111,29		
	Obez	66	107,27		
	Toplam	209			
Duygu Durum Düzenleme	Zayıf	55	109,91	4,923	,18
	Normal	55	91,22		
	Fazla kilolu	33	118,64		
	Obez	66	105,58		
	Toplam	209			
Tekrarlama	Zayıf	55	102,95	0,901	,83
	Normal	55	108,93		
	Fazla kilolu	33	110,42		
	Obez	66	100,73		
	Toplam	209			
Çatışma	Zayıf	55	113,41	2,035	,57
	Normal	55	97,26		
	Fazla kilolu	33	102,44		
	Obez	66	105,72		
	Toplam	209			

Sosyal Medya Bağımlılığı Toplam Puan	Zayıf	55	109,73	1,722	,63
	Normal	55	96,37		
	Fazla kilolu	33	110,38		
	Obez	66	105,56		
	Toplam	209			

Yukarıdaki tabloda, araştırmaya katılanların obezite durumlarına göre, SMBÖ toplam ve alt boyutlardan alınan puanların karşılaştırma sonuçları yer almaktadır. Obezite durumuna göre, tüm değişkenlerin 0,05 düzeyinde anlamlı bir şekilde farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

Tablo 21. Obezite durumuna göre katılımcıların YFÖ toplam puan ve alt boyutlardan aldığı puanların karşılaştırılması

	<i>Obezite Durumu</i>	<i>N</i>	<i>Sıralı Ortalama</i>	<i>Kruskall-Wallis H</i>	<i>p</i>
Yeme Farkındalığı Toplam Puan	Zayıf	55	91,12	4,243	,24
	Normal	55	108,27		
	Fazla kilolu	33	115,11		
	Obez	66	108,79		
	Toplam	209			
Düşünmeden Yeme	Zayıf	55	90,20	5,158	,16
	Normal	55	115,37		
	Fazla kilolu	33	109,38		
	Obez	66	106,50		
	Toplam	209			
Duygusal Yeme	Zayıf	55	101,90	0,965	,81
	Normal	55	109,69		
	Fazla kilolu	33	109,97		
	Obez	66	101,19		
	Toplam	209			
Yeme Kontrolü	Zayıf	55	93,55	2,753	,43
	Normal	55	110,55		
	Fazla kilolu	33	107,67		
	Obez	66	108,58		

	Toplam	209			
	Zayıf	55	111,81	4,574	,21
	Normal	55	96,17		
Farkındalık	Fazla kilolu	33	92,36		
	Obez	66	113,00		
	Toplam	209			
	Zayıf	55	89,54	10,757	,01
	Normal	55	96,02		
Yeme Disiplini	Fazla kilolu	33	126,48		
	Obez	66	114,63		
	Toplam	209			
	Zayıf	55	102,95	0,806	,85
	Normal	55	100,35		
Bilinçli Beslenme	Fazla kilolu	33	110,23		
	Obez	66	107,97		
	Toplam	209			
	Zayıf	55	93,96	3,975	,26
	Normal	55	116,57		
Enterferans (Dış etmenlerden etkilenme)	Fazla kilolu	33	106,02		
	Obez	66	104,05		
	Toplam	209			

Yukarıdaki tabloya bakıldığında, obezite durumuna göre YFÖ toplam puan ve Düşünmeden Yeme, Duygusal Yeme, Yeme Kontrolü, Farkındalık, Bilinçli Beslenme ve Enterferans (Dış etmenlerden etkilenme) alt boyutlarından alınan puanların anlamlı düzeyde farklılık göstermediği buna karşın yeme disiplini alt boyutundan alınan puan ile obezite durumu arasında 0,05 düzeyinde anlamlı bir farklılık olduğu ve bu farklılıkta fazla kilolu olanların ortalamasının diğer grupta yer alanlardan fazla olduğu tespit edilmiştir. Bu kısımda ortaya çıkan anlamlı farkın kaynağının tespit edilmesi amacıyla çoklu karşılaştırma test yöntemlerinden LSD yöntemine başvurulmuş olup elde edilen sonuçlar aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 22. Obezite durumuna göre yeme disiplini alt boyutundan alınan puanların LSD Çoklu Karşılaştırma Test sonuçları

<i>Obezite Durumu</i>	<i>Alt Gruplar</i>	<i>Ortalamalar Farkı</i>	<i>p</i>
-----------------------	--------------------	--------------------------	----------

	Normal	-,291	,609
Zayıf	Fazla kilolu	-1,552*	,019
	Obez	-1,142*	,037

* Ortalamalar farkı 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

Obezite durumuna göre yeme disiplini alt boyutundan alınan puanların LSD test sonuçlarında, zayıf kilolu olanlar ile fazla kilolu ve obez olanların aldıkları puanlar arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

BÖLÜM V - TARTIŞMA

Bu çalışma, sosyal medya bağımlılığı ile yeme farkındalığı arasındaki ilişkinin ortaya konması amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bunun yanında araştırmada sosyal medya bağımlılığı ve yeme farkındalığı ile katılımcıların sosyodemografik özellikleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı da incelenmiştir.

Araştırmada, katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerine ait ortalama değerin 90,67 olduğu tespit edilmiştir. Buradan yola çıkarak katılımcıların genel olarak sosyal medya bağımlılık düzeylerinin az olduğunu ifade edebilir. Bu sonuç, araştırmaya katılanların sosyal medyada fazla zaman harcamadıklarıyla veya katılımcıların büyük çoğunluğunun öğrenci olduğu düşünülürse katılımcıların bilinç düzeylerinin yüksek olmasıyla açıklanabilir. Nitekim araştırmaya katılanların internette geçirdikleri zaman zarfında sosyal medyayı kullanım düzeyleri 2 saatten az olanların, 2-4 saat arasında geçirilen zamana göre daha düşük olduğu saptanmıştır.

Araştırmada, SMBÖ içerisinde yer alan alt boyutların ortalama değerlerine bakıldığında; katılımcıların “**meşguliyet**” alt boyutunda orta düzeyde bağımlı, “**duygu düzenleme**” alt boyutunda az bağımlı, “**tekrarlama**” alt boyutunda az bağımlı ve son olarak “**çatışma**” alt boyutundan alınan ortalama değere göre az bağımlı olduğu yorumunda bulunulabilir. Aktan (2018) çalışmasında çatışma alt boyutundan alınan puanın az olması sonucunu göz önüne alarak “sosyal medya ortamlarında çatışma duygusuna sahip olunmadığı, bunun da kullanım sürecinde veya sonrasında çatışmadan kaynaklı huzursuzluk yaşatmayacağı” yorumunda bulunmuştur. Özdemir’in (2019) yaptığı çalışmada, katılımcıların meşguliyet alt boyutunda orta düzeyde; duygu düzenleme alt boyutunda orta düzeyde; tekrarlama alt boyutunda az bağımlı; çatışma alt boyutunda az bağımlı ve son olarak sosyal medya toplam puanında az bağımlı olduğu görülmektedir. Aktan’ın (2018) yaptığı çalışmada, katılımcıların sosyal medya bağımlılıklarının “az bağımlı” olduğu alt boyutlar bağlamında ise meşguliyet alt boyutunda “orta bağımlı”; duygu durum düzenleme alt boyutunda “orta bağımlı”; tekrarlama alt boyutunda “orta bağımlı” ve son olarak çatışma alt boyutunda ise “bağımlılık yok” sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmada, katılımcıların YFÖ’den aldığı toplam puan 97,35 olarak belirlenmiştir. Buna göre, yeme farkındalık düzeylerinin orta düzeyin üstünde olduğu

yorumunda bulunulabilir. Araştırmada YFÖ içerisinde yer alan “**disinhibisyon**” alt boyutuna ait ortalama değerin 15,89 olduğu tespit edilmiştir. Bu boyuttan alınabilecek minimum puanın 5, maksimum puanın da 25 olduğu göz önüne alınırsa düşünmeden yeme düzeyinin ortanın üstünde olduğu ifade edilebilir. Araştırmada YFÖ içerisinde yer alan “**duygusal yeme**” alt boyutuna ait ortalama değerin 15,97 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Söz konusu değer de benzer şekilde katılımcıların orta düzeyinde üstünde duygusal yemeye sahip olunduğunu göstermektedir. Araştırmada “**yeme kontrolü**” alt boyutuna ait ortalama değer 14,65’tir. Bu değer katılımcıların yeme kontrol düzeylerinin orta düzeyin üstünde olduğunu göstermektedir. Araştırmada YFÖ içerisinde yer alan “**farkındalık**” alt boyutuna ait ortalama değerin 15,85 olduğu tespit edilmiştir. Buna göre, katılımcıların farkındalık düzeylerinin ortanın üstünde olduğu ifade edilebilir. YFÖ içerisinde yer alan diğer bir alt boyut olan “**yeme disiplini**” alt boyutuna ait ortalama değerin 11,92 olduğu tespit edilmiş olup bu değer katılımcıların yeme disiplinlerinin ortanın üstünde olduğunu göstermektedir. Araştırmada YFÖ içerisinde yer alan “**bilinçli beslenme**” alt boyutundan aldığı puana ilişkin ortalamanın 15,90 olduğu ortaya çıkmıştır. Bu boyuttan alınabilecek minimum puanın 5, maksimum puanın da 25 olduğu göz önüne alınırsa bilinçli beslenme düzeyinin ortanın üstünde olduğu ifade edilebilir. Son olarak, araştırmada “**enterferans (dış etmenlerden etkilenme)**” alt boyutundan alınan puana ilişkin ortalamanın 7,17 olduğu tespit edilmiştir. Bu boyuttan alınabilecek minimum puanın 2, maksimum puanın da 10 olduğu göz önüne alınırsa dış etmenlerden etkilenme düzeyinin ortanın üstünde olduğu ifade edilebilir. Orbatu’nun (2020) İzmir örnekleminde gerçekleştirdiği çalışmasında katılımcıların düşünmeden yeme düzeyinin orta düzeyde (Ort.=15,85); duygusal yeme düzeyinin orta düzeyde (Ort.=15,80); yeme kontrolü düzeyinin orta düzeyde (Ort.=14,33); farkındalık düzeyinin ortanın üstünde (Ort.=15,91); yeme disiplini düzeyinin ortanın üstünde (Ort.=12,18); bilinçli beslenme düzeyinin ortanın üstünde (Ort.=15,99) ve son olarak enterferans düzeyinin ise ortanın üstünde olduğunu belirlenmiştir (Ort.=7,06).

Araştırmada elde edilen bulguda, sosyal medya bağımlılığı ile yeme farkındalığı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmüştür. Bu kısımda, yeme disiplini ile tekrarlama arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir. Gül ve Akyüz’ün (2019) yaptıkları çalışmada, sosyal medya kullanımının özellikle gençler arasında yoğun bir şekilde kullanıldığı ve sosyal medyada paylaşımların hızla arttığı dile getirilmiştir. Çalışmada, sağlıkla ilişkili olarak üretilen içeriklerin kullanıcılarda farkındalık

oluşturarak sağlıklı bilginin edinilmesinde önemli etkiye sahip olduğu aktarılmıştır. Yaptığı çalışmada sosyal medyayı en fazla kullanan kişilerin yeme bağımlılıklarının yüksek olduğu tespit edilmiştir (Kıcalı, 2015).

Araştırmada elde edilen bulguda, yaş ile sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutları (tekrarlama alt boyutu hariç) arasında anlamlı bir ilişki olmadığı saptanmıştır. Burada, tekrarlama alt boyutundan alınan puan ile yaş arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Özdemir'in (2019) üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştirdiği çalışmasında yaşa göre duygu durum düzenleme ve çatışma alt boyutlarında alınan puanın anlamlı düzeyde farklılaştığı diğer boyutlarda ve toplam puanda anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir. Farklılığın olduğu duygu düzenleme alt boyutunda alınan puanın en genç katılımcı grubunda olduğu; çatışma grubunda ise 21-24 yaş grubunda olanların aldığı puanın daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çiftçi'nin (2018) yaptığı çalışmada ise sosyal medya toplam puanı ve alt boyutlardan alınan puanların yaşa göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığı tespit edilmiştir.

Araştırmada elde edilen bulguda, yaş ile yeme farkındalığı ve alt boyutlar arasında anlamlı bir ilişki olmadığı sonucu çıkmıştır. Araştırmada elde edilen bu sonuç, örneklem grubunun farklılık göstermesiyle açıklanabilir. Özumcu'nun (2017) yaptığı çalışmada yaş ile yeme farkındalığı arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Köse'nin (2017) öğrenciler üzerinde gerçekleştirdiği çalışmasında ise yaş ile duygusal yeme ve farkındalık alt boyutlarından alınan puanlar arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu kaydedilmiştir. Sayın ve arkadaşlarının (2019) yaptıkları çalışmada yaş ile yeme farkındalığı arasında negatif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmada elde edilen bulguda, cinsiyet ile sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlar arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Bu durum, araştırmaya katılanların sosyal medya bağımlılığına yönelik toplam puanları ile alt boyutlardan alınan puanların birbirine yakın düzeyde olmasından kaynaklanmaktadır. Aktan'ın (2018) çalışmasında da benzer şekilde sosyal medya toplam puanı ile alt boyutlara ait puanların cinsiyete göre farklılaşmadığı saptanmıştır. Deniz ve Gürültü'nün (2018) yaptıkları çalışmada, sadece meşguliyet alt boyutu bağlamında cinsiyete göre anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiş iken diğer boyutlar ve sosyal medya toplam puanının anlamlı düzeyde farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Meşguliyet alt boyutunda kızların aldığı puanın erkeklerden daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmada elde edilen bulguda, cinsiyet ile yeme farkındalığı ve alt boyutlar arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Buna göre, katılımcıların cinsiyetleri bağlamında yeme farkındalığına ilişkin görüşlerinin benzer olduğu ifade edilebilir. Köse'nin (2017) yaptığı çalışmada da benzer şekilde cinsiyete göre yeme farkındalığının farklılaşmadığı görülmüştür. Orbatu'nun (2020) çalışmasında cinsiyete göre düşünmeden yeme, farkındalık alt boyutlarından alınan puanın anlamlı düzeyde farklılaşmadığı, buna karşın yeme farkındalığı toplam puanı ve duygusal yeme, yeme kontrolü, bilinçli beslenme ve enterferans puanının anlamlı düzeyde farklılaştığı tespit edilmiştir. Farklılığın olduğu duygusal yeme boyutunda erkeklerin aldığı puanın daha yüksek olduğu tespit edilmiş iken yeme kontrolü, yeme disiplini, bilinçli beslenme ve son olarak enterferans boyutunda kadınların aldığı puanların daha yüksek olduğu sonucu çıkmıştır.

Araştırmada elde edilen bulguda, internette ne kadar zaman harcadığı ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Burada tüm değişkenlerde internette fazla zaman harcayanların (6 saatten fazla harcayanlar) aldığı puanın daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Çiftçi'nin (2018) yaptığı çalışmada ise sosyal medya toplam puanı ve meşguliyet ve duygu durum düzenleme alt boyutlarında internette harcanan zamana göre anlamlı bir farklılık olduğu, buna karşın tekrarlama ve çatışma alt boyutlarında anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Farklılığın görüldüğü tüm değişkenlerde günde 3-5 saat zaman harcayanların aldığı puanın diğer gruplardan daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmada elde edilen bulguda, internette geçirilen sürenin ne kadarlık bir kısmının sosyal medya için kullanıldığı ile sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlar arasında anlamlı bir farklılık olduğu gözlemlenmektedir. Özdemir'in (2019) çalışmasında ise meşguliyet, duygu durum düzenleme, çatışma alt boyutlarından alınan puan ile sosyal medya kullanım süresi arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu kaydedilmiştir. Bunun yanında sosyal medya toplam puanı ile sosyal medya kullanım süresi arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aktan'ın (2018) çalışmasında, sosyal medya kullanım süresi ile sosyal medya toplam puanı ile alt boyutlardan alınan puanların anlamlı düzeyde farklılaştığı tespit edilmiştir. Tutgun-Ünal ve Deniz (2016) yaptıkları çalışmada, günlük kullanım süresine göre sosyal medya toplam puanı ve meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma alt boyutlarından alınan puanlarında anlamlı düzeyde farklılaştığı görülmüştür.

Araştırmada elde edilen bulguda, daha önceden psikiyatrik yardım alma durumu ile YFÖ toplam puan ve duygusal yeme, yeme kontrolü alt boyutlarından alınan puanların anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği buna karşın “düşünmeden yeme, farkındalık, bilinçli beslenme, yeme disiplini ve enterferans (dış etmenlerden etkilenme)” alt boyutlarından alınan puanın anlamlı düzeyde farklılık göstermediği tespit edildi. Anlamlı farkın görüldüğü YFÖ toplam puanı ve duygusal yeme, yeme kontrolü alt boyutlarında psikiyatrik yardım alanların aldığı puanın psikiyatrik yardım almayanlardan daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Barışkan’ın (2019) yaptığı çalışmada sürekli ilaç kullanma durumuna göre düşünmeden yeme alt boyutunun anlamlı düzeyde farklılaştığı sonucu çıkmıştır.

Araştırmada elde edilen bulguda, VKİ değerleri ile SMBÖ ve alt boyutlar arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Güçlü ve arkadaşlarının (2016) yaptıkları çalışmada ise 18-35 yaş arasında olan katılımcılarda internet bağımlılık düzeyi ile VKİ değerleri arasında doğrusal bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanında Shields ve Behrman (2000) uzun süreli bilgisayar kullanımı ile obezite ve fiziksel aktivite azlığı arasında pozitif bir ilişki olduğu ortaya koymuşlardır.

Araştırmada elde edilen bulguda, VKİ değerleri ile YFÖ toplam puan ve düşünmeden yeme, duygusal yeme, yeme kontrolü, farkındalık, bilinçli beslenme ve enterferans (dış etmenlerden etkilenme) alt boyutlarından alınan puanları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı, buna karşın yeme disiplini alt boyutundan alınan puan arasında 0,05 düzeyinde anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu farklılıkta fazla kilolu olanların yeme disiplini düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit belirlenmiştir. Köse’nin (2017) yaptığı çalışmada katılımcıların VKİ değerleri ile yeme farkındalığı toplam puanı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmüştür. Bu çalışmada VKİ değerleri ile duygusal yeme ve yeme disiplini arasında doğrusal bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanında vücut ağırlığı ve VKİ yükselirken yeme kontrolü düşmekte olup bu ilişki istatistiksel açıdan anlamlı olarak saptanmıştır. Sayın ve arkadaşlarının (2019) yaptıkları çalışmada VKİ değerleri ile yeme farkındalığı arasında negatif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Özumcu’nun (2017) yaptığı çalışmada VKİ değerleri ile yeme farkındalığı arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Bu farklılıkta VKİ değeri 25’in altında olanların YFÖ toplam puanlarının 25’in üstünde olanlardan yüksek olduğu tespit edilmiştir.

BÖLÜM VI - SONUÇ

Bu çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile yeme farkındalığı arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmanın örneklemini 132 kadın, 77 erkek üniversite öğrencisi oluşturmaktadır.

Yapılan çalışma sonucunda sosyal medya bağımlılığı ile yeme farkındalığı arasında anlamlı bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Katılımcıların SMBÖ ve YFÖ alt ölçek puanları arasındaki korelasyonlar incelendiğinde, yeme disiplini ile tekrarlama arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

SMBÖ puanları ile internette ve sosyal medya platformlarında geçirilen süre arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. SMBÖ ölçeği ile yaş değişkeni incelendiğinde tekrarlama alt boyutu dışında diğer alt boyutlar arasında anlamlı bir ilişki saptanmamıştır. YFÖ ölçeği ile yaş değişkeni arasındaki ilişkiye bakıldığında alt boyutlar arasında anlamlı bir ilişki belirlenmemiştir. Cinsiyet ile sosyal medya bağımlılığı arasında da anlamlı bir ilişki görülmemiştir. Yeme farkındalığı ile cinsiyet değişkeni arasında herhangi bir anlamlı farklılık ortaya çıkmamıştır.

Katılımcıların önceden psikiyatrik yardım alma durumu ile YFÖ ölçeğinden alınan puanlar incelendiğinde toplam puan ve alt boyutlardan duygusal yeme, yeme kontrolü puanları arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Psikiyatrik yardım alan katılımcıların yardım almayanlara göre YFÖ toplam puanı ile duygusal yeme ve yeme kontrolü alt boyutları puanlarının daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Sosyal medya bağımlılığı ile VKİ arasındaki ilişkiye bakıldığında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. YFÖ ölçeğinden alınan toplam puanlar ve alt boyutlarla VKİ değerleri karşılaştırıldığında yeme disiplini alt boyutu hariç diğer boyutlar arasında anlamlı bir ilişki olmadığı gözlemlenmiştir.

BÖLÜM VII – ÖNERİLER

Bu çalışmanın anket uygulamasından araştırmasından elde edilen bulgular doğrultusunda aşağıdaki önerilerde bulunulabilir:

- Sosyal medya bağımlılığı ve yeme farkındalığını etkileyecek farklı değişkenler incelenebilir.
- Çalışmadan elde edilenlerin genellenebilirliği için farklı sayıda örnekleme yeni çalışmalar yapılabilir.
- Örneklemin evreni lise öğrencileri üzerinden tekrar edilebilir.
- Sosyal medya bağımlılığı ve yeme farkındalığı arasındaki ilişkinin tespitinde bu araştırmada nicel yöntemin tercih edildiği göz önüne alınırsa gelecekteki çalışmalarda, bu iki değişken arasındaki ilişkinin tespitinde nitel analiz yöntemine başvurulabilir.

KAYNAKÇA

- Ağırtas, A. ve Güler, Ç. (2020), Sosyal Medya Kullanan Üniversite Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı ve Sosyal Kaygı Durumlarının Değerlendirilmesi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(1), 76-89.
- Akyazı, E. ve Tutgun Ünal, A. (2013), İletişim fakültesi öğrencilerinin amaç, benimseme, yalnızlık düzeyi ilişkisi Bağlamında Sosyal Ağları Kullanımı. *Global Media Journal Turkish Edition*, (6), 1-24.
- Aktan, E. (2018), Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 405-421.
- Alberts, H.J.E.M., Thewissen, R. ve Raes, L. (2012), Dealing With Problematic Eating Behaviour. The Effects Of A Mindfulness Based Intervention On Eating Behaviour, Food Cravings, Dichotomous Thinking And Body Image Concern. *Faculty of Psychology and Neuroscience, Clinical and Psychological Scien*, (58), 847-851.
- Altunay, M.C. (2010), Twitter: Gündelik Yaşamın Yeni Rutini 'Pıt Pıt Net. *Anadolu Üniversitesi İletişim Fakültesi 6. Ulusal İletişim Öğrencileri Sempozyumu*, Eskişehir.
- Altunkaynak, B.Z. ve Özbek, E. (2006) Obezite: Nedenleri ve Tedavi Seçenekleri. *Van Tıp Dergisi*, 13(4), 138-142.
- APA, (2013), DSM-5 - Diagnostic and statistical manual of mental disorders. *DSM-5. 5th ed. Washington, American Psychiatric Association*.
- Aydın, İ.E. (2016), Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Bir Araştırma: Anadolu Üniversitesi Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 374-376.
- Ayyıldız, Y. ve Demirli, Y. (2015), Obezite Vergisine İlişkin Halkın Düşünceleri: Türkiye’de Bir Alan Araştırması. *Business and Economics Research Journal*, 6(2), 59-78.
- Balcı, Ş. ve Baloğlu, E., 2018, Sosyal Medya Bağımlılığı ile Depresyon Arasındaki İlişki: Üniversite Gençliği Üzerine Bir Saha Araştırması, *Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi*, (29), 210-233.
- Barışkan, H. (2019), *Sağlık Bilimleri Fakültesinde Öğrenim Gören Üniversite Öğrencilerinde Abdominal Obezite Sıklığı ve Yeme Farkındalıklarının Değerlendirilmesi*. (Yüksek Lisans Tezi) Biruni Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Baripoğlu, S. (2012) Facebook ve Twitter davranış bozukluğu yapıyor mu? e- psikiyatri. <https://bit.ly/3kKJYcS> web adresinden 06.05.2021 tarihinde erişilmiştir.
- Bear, R.A. (2005), *Mindfulness-based treatment approaches: Clinician's guide to evidence base and applications*. New York: Academic Press
- Bektaş, M. (2018), *Bir Kamu Politikası Olarak: Bağımlılıkla Mücadele*. Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.
- Bianchi, A. ve Phillips, J.G. (2005), Psychological Predictors Of Problem Mobile Phone Use. *CyberPsychology & Behavior*, 8(1), 39-51.
- Boyd, S. (2003), “Are You Ready For Social Software?” [http://www.stoweboyd.com /message/2006/10/are_you_ready_f.html](http://www.stoweboyd.com/message/2006/10/are_you_ready_f.html) web adresinden 6 Mayıs 2021 tarihinde erişilmiştir.
- Bulunmaz, B. (2011), Otomotiv Sektöründe Sosyal Medyanın Kullanımı Ve Fiat Örneği. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü*, İstanbul.
- Caplan, S. E. (2005), A Social Skill Account Of Problematic İnternet Use. *Journal of Communi-cation*, 55(4), 721-736.
- Chou, C., Condron, L. ve Belland, J.C. (2005), A Review Of The Research On İnternet Addiction. *Educational Psychology Review*, 17(4), 363-388.

- Compare, A., Callus, E. ve Grossi, E. (2012), Mindfulness Trait, Eating Behaviours And Body Uneasiness: A Case-control Study Of Binge Eating Disorder. *Bergamo University*. 17(4), 244-251.
- Çiftçi, H. (2018), Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4), 418 - 434.
- Çolak, H. ve Aktaş, Ş. (2019), Ağırlık Yönetimine Yeni Bir Yaklaşım: Yeme Farkındalığı. *Adnan Menderes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 3(3), 212-222.
- Davis, C. ve Carter, J.C. (2009), Compulsive Overeating As An Addiction Disorder. A Review Of Theory And Evidence. *Appetite*. 53(1), 1-8.
- Deniz, L. Ve Gürültü, E. (2018), Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları. *Kastamonu Education Journal*, 26(2), 355-367.
- Dinçsoy, B. (2021), *Sosyal Medya Bağımlılığının Romantik İlişkilerdeki Güven Duygusu Ve İlişki Doyumu Açısından İncelenmesi*, (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Kent Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Dondurucu Z.B. ve Uluçay A.P. (2015), Yeni Medya Ortamlarında Nefret Söylemi: Eşcinsellere Yönelik Nefret Söylemi İçeren Videoların Youtube Üzerinden İncelenmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Resarch*. 1(13), 875-902.
- Düşünceli, M.Y. (2016), *Özel Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumları ile İçedönüklük-Dışadönüklük Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*, (Yüksek Lisans Tezi), Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Psikoloji Anabilim Dalı, Uygulamalı Psikoloji Bilim Dalı, İstanbul.
- Egger, O. ve Rauterberg, M. (1996), *Internet Behaviour and Addiction. Unpublished master's thesis, Work & Organisational Psychology Unit*, Swiss Federal Institute of Technology (ETH), Zurich.
- Ergenç, A. (2011), *Web 2.0 ve Sanal Sosyalleşme: Facebook Örneği*, (Yüksek Lisans Tezi), Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Pazarlama İletişimi Programı, İstanbul.
- Framson, C., Kristal, A. R., Schenk, J. M., Littman, A. J., Zeliadt, Z., Benitez, D. (2009), Development and Validation of the Mindful Eating Questionnaire. *Journal Of The American Dietetic Association*, 109(8), 39-44
- Fulwiler, C. (2015), Mindfulness-Based Interventions For Weight Loss And Cvd Risk Management. *Curr Cardiovasc Risk Rep*, 9(10), 46.
- Genç, Z. (2010), Web 2.0 Yeniliklerinin Eğitimde Kullanımı: Bir Facebook Eğitim Uygulama Örneği. *Akademik Biliş Konferansı Bildirileri*, Muğla.
- Germer, C., Siegel, R., ve Fulton, P. (2016), *Mindfulness and psychotherapy*. New York: The Guilford Press.
- Goldberg, I. (1996), Goldberg's message. Erişim tarihi 01.05.2021, <https://bit.ly/3gXgZ4u>.
- Goodman, A. (1993), Diagnosis And Treatment Of Sexual Addiction. *Journal of Sex & Marital Therapy*. 19(3), 225-251.
- Griffiths, M.D. (1995), "Technological addictions. in Clinical Psychology Forum". Division of Clinical Psychology of The British Psychol Soc.
- Griffiths, M.D. (1999), Internet Addiction: Fact or Fiction?. *The Psychologist: Bullutin of the British Psychological Society*, (12), 246-250.
- Griffiths, M.D. (2000), Internet addiction: Time to be Taken Seriously?. *Addiction Research*, 413-418.
- Griffiths, M.D. (2010), Gaming in social networking sites: A growing concern? World Online. *Gambl. Law Rep.*, (9), 12-13.

- Güçlü, S., Tabak, R. H., Tütüncü, İ. ve Yılmaz, F. (2016), İnternet Bağımlılığı Gerçekten Obeziteye Neden Olur mu?. *Uluslararası Hakemli Beslenme Araştırmaları Dergisi*, ISSN 2148-4791, Online ISSN 2148-8150.
- Gül, A. ve Akyüz, E. (2019), Sosyal Medya Kullanımı: Yeme Bozukluğu Nedeni Olabilir Mi?, *J Pro Health Res.*, 1(1), 28-32.
- Güleç, G., Köşger, F. ve Eşsizoglu, A. (2015), DSM-5'te Alkol ve Madde Kullanım Bozuklukları, *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 7(4), 448-460.
- Hanson, G. ve Haridakis, P. M. (2008). YouTube Users Watching and Sharing the News: A Uses and Gratifications Approach. *Journal of Electronic Publishing*, 11 (3).
- Hazar, M. (2011), Sosyal Medya Bağımlılığı: Bir Alan Çalışması. *İletişim, Kuram ve Araştırma Dergisi*. (32), 151-175.
- Hellman, M. ve ark. (2013), Is There Such A Thing As Online Video Game Addiction? A Crossdisciplinary Review. *Addiction Research & Theory*. 21(2), 102-112.
- Higgs, S. ve Woodward M. (2009), Television Watching During Lunch Increases Afternoon Snack Intake Of Young Women, 52 (1): 39 – 43.
- Hofmann, S.G., Sawyer, A.T. ve Witt, A.A. (2010), The Effect Of Mindfulness-Based Therapy On Anxiety And Depression: A Meta-Analytic Review, *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, (78), 169–183.
- İlhan, E. Ve Aydoğdu, A.G. (2019), Youtube Kullanıcılarının Kullanım Motivasyonlarının İncelenmesi, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Eletronik Dersigi*, 7(2), 1131-1153.
- İşten, N. (2012), Facebook ve Twitter davranış bozukluğu yapıyor mu?, e- psikiyatri. <https://bit.ly/3zFsTHx> web adresinden 06.05.2021 tarihinde erişilmiştir.
- Joseph, B. (2017), Mindful Eating: The Art Of Presence While You Eat, *Diabetes Spectr*, (3); 171–174.
- Kabat-Zinn, J. (2003), Mindfulness-Based Interventions İn Context: Past, Present, And Future, *American Psychological Association*. (10), 144-156.
- Kaçar, M. ve Hocaoglu, Ç. (2019), Pika, Geri Çıkarma Bozukluğu Nedir? Tanı Ve Tedavi Yaklaşımları, *Klinik Psikiyatri Dergisi*. (22), 347-354.
- Kara, T. (2016), Gençler Neden Snapchat Kullanıyor Kullanımlar Ve Doyumlar Yaklaşımı Üzerinden Bir Araştırma, *Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi Medya Ekonomisi ve İşletmeciliği*, 3(5), 262-277.
- Karadere, M.E. ve Hocaoglu, Ç. (2018), Kaçınan/Kısıtlı Yiyecek Alımı Bozukluğu Nedir? Tanı ve Tedavi Yaklaşımları, *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*. 7(4), 110 – 118.
- Kaur, J., Agarwal, N. ve Bhatia, M. (2009), Exercise Addiction.
- Kıcalı, G.D. (2015), *Üniversite Öğrencilerinde Beslenme Alışkanlıkları ve Yeme Bağımlılığının Farklı Kişilik Özellikleri ve Psikiyatrik Belirtilerle İlişkinin İncelenmesi*. Selçuk Üniversitesi Tıp Fakültesi, Konya.
- Kietzmann, J.H. vd. (2011), Social Media? Get Serious! Understanding The Functional Building Blocks Of Social Media, *Segal Graduate School of Business*, (54), 241-251.
- Köse, G. ve Çıplak, E. (2000), Mindful Eating Questionnaire: Eating Control, Emotional Eating And Conscious Nutrition Trio, *Progress in Nutrition*. 22(2), 555-561.
- Köse, G. (2017), *Üniversite Öğrencilerinin Yeme Farkındalığının Üzerine Bir Araştırma*, (Doktora Tezi), Başkent Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Köse, G., Tayfur, M., Birincioğlu, İ. ve Dönmez, A. (2016), Adaptation Study of the Mindful Eating Questionnaire (MEQ) into Turkish, *Journal of Cognitive- Behavioral Psychotherapy and Research*, 5(3), 125-134.

- Köroğlu, O. ve Tutgun Ünal, A. (2013), Öğretmen adaylarının sosyal ağları benimseme düzeyleri ile yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişki, *Yeni Medya Kongresi*, Kocaeli.
- Kuss, D. J., ve Griffiths, M. D. (2011), Addiction to social networks on the Internet: a literature review of empirical research. *International Journal of Environmental and Public Health*, 8, 3528-3552.
- Kuşay, Y. (2013), *Sosyal Medya Ortamında Çekicilik ve Bağımlılık*, İstanbul, Beta Yayıncılık.
- La Barbera, D., La Paglia, F. ve Valsavoia, R. (2009), Social network and addiction, *CyberPsychology and Behavior*, (12), 628-629.
- Martini, M. (2018), On the user's side: YouTube and distant witnessing in the age of technology-enhanced mediability, *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 24 (1), 33-49.
- Mayfield, A. (2008), What Is Social Media? *E-Book from Icrossing*. Erişim Tarihi 03.05.2021 <https://bit.ly/3BBvmmG>.
- Mehdizadeh, S. (2010), Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook, *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, (13), 357-364.
- Mittal, R.J., Stevenson, M.J., Oaten, L.A. ve Miller. (2011), Snacking While Watching TV Impairs Food Recall And Promotes Food Intake On A Later TV Free Test Meal, 25(6): 871 – 877.
- Orbatu, D. S. (2020), İzmir İli Lise Çağı Çocuklarında Yeme Farkındalığının Değerlendirilmesi, *Tepecik Eğit. ve Araşt. Hast. Dergisi*, 30(1), 19-27.
- Özdel, O., Ateşçi, F. ve Oğuzhanoglu, N.K. (2003), Bir Anoreksiya Nervoza Olgusu ve Bu Olguya Farmakoterapi İle Birlikte Psikodrama Teknikleri İle Yaklaşım, *Türk Psikiyatri Dergisi*. 14(2), 153-159.
- Özdemir, Z. (2019), Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı. *Beykoz Akademi Dergisi*, 7(2), 91-105.
- Özmumcu, S. B. (2017), *Isparta İli Bir Üniversite Hastanesi İdari Personeli Yeme Farkındalığı ve Fiziksel Aktivitelerinin Yaşam Kalitesine Etkisi*. (Yüksek Lisans Tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Isparta.
- Özyeşil, Z. (2011), *Üniversite Öğrencilerinin Öz-Anlayış Düzeylerinin Bilinçli Farkındalık, Kişilik Özellikleri Ve Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi*, (Yayımlanmamış doktora tezi). Selçuk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Özyeşil, Z., Arslan, C., Kesici, Ş. ve Deniz, M.E. (2011), Bilinçli Farkındalık Ölçeği'nin Türkçeye Uyarlama Çalışması. *Eğitim ve Bilim*, 36(160), 224-235.
- Sally, L.P.M. (2006), Prediction of Internet Addiction for Undergraduates in Hong Kong, *Hong Kong Baptist University*.
- Sasaki, T. (2017), Neural and Molecular Mechanisms Involved in Controlling the Quality of Feeding Behavior: Diet Selection and Feeding Patterns, *Nutrients*. 9(1151), 2-34.
- Sayın, F.K., Kuşdemir, S., Büyüksütçü, G., Çetinkaya, Ş.M., Seyfi, S., Zaren, E. (2019), Tip 2 Diyabetli Obez Bireylerin Yeme Farkındalığı Düzeyleri ile Metabolik Parametreleri Arasındaki İlişki. *Türk Diyabet Obez*, 2, 93-98.
- Serter, R. (2003), *Obezite Atlası*, Ankara Eğitim ve Araştırma Hastanesi Endokrinoloji ve Metabolizma Kliniği, Ankara.
- Shields, M.K. ve Behrman, R.E. (2000), Children and Computer Technology: Analysis and Recommendations, *The Future of Children*, 10(2), 4-30.
- Snapchat, (2019), Terms of Service, Erişim Tarihi: 04.05.2021, <https://www.snapchat.com/terms>.

- Spence, C., Okajima, K., David, A., Petit, O. ve Michel, C. (2016), Eating With Our Eyes: From Visual Hunger To Digital Satiation, *Brain and Cognition*, (110), 53-63.
- Sussman, S. ve Moran, M.B. (2013), Hidden Addiction: Television, *Journal of Behavioral Addictions*. 2(3), 125-132.
- Starcevic, V. (2016), Tolerance and Withdrawal Symptoms may not be helpful to Enhance Understanding of Behavioural Addictions, *Society For The Study Of Addiction*, 34: 1307-1308.
- Süler, M. (2016), *Akıllı Telefon Bağımlılığının Öznel Mutluluk Düzeyine Etkisinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi*, (Yüksek Lisans Tezi), Sakarya Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı.
- Şahin, A. (2019), Üniversite Öğrencilerinde Bilinçli Farkındalık İle Yaşam Doyumu Ve İyi Oluş Arasındaki İlişkiler, *Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (8): 151-176.
- The Telegraph, (2012), Facebook And Twitter 'More Addictive Than Tobacco And Alcohol. <https://bit.ly/2WL0scm> web adresinden 6 Mayıs 2021 tarihinde erişilmiştir.
- Tiryakioğlu, F. ve Yavaşçalı, A. H. (2019), Kullanımlar Ve Doyumlar Teorisi Bağlamında Twitch Tv Kullanıcılarının Kullanım Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma, *Dördüncü Kuvvet Uluslararası Hakemli Dergisi*, 2(1): 67-90.
- Tutgun Ünal, A. (2015), *Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*, (Yayımlanmamış doktora tezi), Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- TÜİK, (2020), Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması. <https://bit.ly/3tbYsX4> adresinden 04.05. 2021 tarihinde edinilmiştir.
- Usta, E., Korkmaz, Ö., ve Kurt, İ. (2014), The Examination Of Individuals Virtual Loneliness States In Internet Addiction And Virtua Environments In Terms Of Inter-Personal Trust Levels. *Computers In Human Behavior*. 36.
- Ünlü, Z.R. (2018), *Sosyal Medya Bağımlılığı Ve Psikolojik Dayanıklılık*, (Yüksek Lisans Tezi), Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Klinik Psikoloji Anabilim Dalı. İstanbul.
- Üstündağ, E.G. (2020), *Spor Salonunda Spor Yapan Bireylerde Yeme Farkındalığı İle Ortoreksiya Nervoza Belirtileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*, (Yüksek Lisans Tezi), Çag Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji Anabilim Dalı.
- Walker, M.B. (1989), Some Problems With The Concept Of “Gambling Addiction”: Should Theories Of Addiction Be Generalized To Include Excessive Gambling? *Journal of Gambling Studies*. 5(3), 179-200.
- Web 1, 2021 Dünya İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanım Verileri, İnternet Sitesi (<https://bit.ly/3beRpVJ>). Erişim Tarihi: 01.05.2021.
- Web 2, Farkındalık Nedir, İnternet Sitesi (<https://bit.ly/3y1zDil>). Erişim Tarihi: 15.04.2021.
- Web 3, Obezite Nedir? Kimlere Morbid Obez Denebilir? Tedavisi Mümkün mü? Medikal Akademi İnternet Sitesi (<https://bit.ly/2SMIapv>). Erişim Tarihi: 03.05.2021.
- Yavaşçalı, A. H. Ve Uğurhan, Y.Z. (2019), “Neden Kullanıcılar Twitch Tv Üzerinde Yayıncılara Bağış Yapar? Twitch Tv Kullanıcıları Üzerinde Ampirik Bir Araştırma”, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Eletronik Dersigi*, 7(2): 647-678.
- Yeniçiktı, N. T. (2016), Halkla İlişkiler Aracı Olarak Instagram: Sosyal Medya Kullanan 50 Şirket Üzerine Bir Araştırma, *Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi*. 9(2): 92-115.

- Young, K.S. (1996), Internet Addiction: The Emergence Of A New Clinical Disorder, *University of Pittsburgh at Bradford*, 1(3): 237-244.
- Young, K.S. (1998) Internet Addiction: The Emergence Of A New Clinical Disorder, *Cyberpsychology and behavior*. 1(3): 237-244.
- Young, K.S. (1999), Internet addiction: Evaluation and treatment, *Student Brit. Med. J.* 7, 351-352.
- Zengül, E.Ç. (2019), *Akdeniz Ve Ege Bölgesi'nde Sosyal Medya Bağımlılığı Bulunan Bireylerin Psikolojik Semptomlarının İncelenmesi*, (Yüksek Lisans Tezi), Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Klinik Psikoloji Anabilim Dalı.



EKLER

Ek 1: Sosyodemografik Bilgi Formu

CİNSİYETİNİZ		YAŞINIZ	ÖĞRENİM DURUMUNUZ		
KADIN	ERKEK		ÖNLİSANS	LİSANS	LİSANS ÜSTÜ
MESLEĞİNİZ		MEDENİ DURUMUNUZ			
		BEKAR	EVLİ	DİĞER (belirtiniz)	
BOYUNUZ		KİLONUZ			
İTERNETTE NE KADAR ZAMAN HARCİYORSUNUZ?					
3 saatten az		3-6 saat arası		6 saat ve üzeri	
İTERNETİ HANGİ AMAÇLA KULLANIRSINIZ?					
E-postaları kontrol etmek için					
Sosyal medya platformlarını takip etmek için					
Oyun oynamak için					
Haber okumak için					
Makale okumak veya bilimsel gelişmeleri takip etmek için					
Ödev yapmak için					
Televizyon programlarını izlemek için					
HANGİ SOSYAL MEDYA PLATFORMLARINI KULLANIYORSUNUZ					
Instagram		Twitter		Youtube	
Facebook		Snapchat		Twith	
Sosyal medya kullanmıyorum					
SOSYAL MEDYA KULLANIM AMACINIZ?					
Fotoğraf veya video paylaşmak					
Gündemi takip etmek					
Bilgi edinme					
Arkadaşlarını takip etmek					
Yeni arkadaş edinmek					
Video izlemek					

İTERNETTE GEÇİRDİĞİNİZ ZAMANIN NE KADARINI SOSYAL MEDYA KULLANIMINA AYIRIYORSUNUZ?		
2 saatten az	2-4 saat arası	4 saat ve üzeri
DAHA ÖNCE BİR PSİKİYATRİK VEYA PSİKOLOJİK BİR YARDIM ALDINIZ MI?		
Evet	Hayır	



Ek 2: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ)

Madde No		Hiçbir zaman	Nadiren	Bazen	Sık sık	Her zaman
1	Yakın zamanda sosyal medyada neler olup bittiği hakkında oldukça fazla düşünürüm.					
2	Yapmam gereken bir iş varsa öncesinde sosyal medyayı kontrol ederim.					
3	Belli süre sosyal medyaya girmediğimde sosyal medyaya girme düşüncesi zihnimi meşgul eder.					
4	Hayatımın sosyal medya olmadan sıkıcı, boş ve zevksiz olacağını düşünürüm.					
5	İnternete bağlı değilken yoğun bir şekilde sosyal medyaya girmeyi düşünürüm.					
6	Sosyal medyada neler olup bittiğini merak ederim.					
7	Sosyal medyada düşündüğümünden daha fazla zaman geçirdiğim olur.					
8	Sosyal medya ile bağlantımı kesmeye her karar verdiğimde kendi kendime “birkaç dakika daha” derim.					
9	Sosyal medyayı uzun süre kullanmaktan bir türlü vazgeçemem.					
10	Sosyal medyayı, planladığımdan daha fazla kullandığım olur.					
11	Sosyal medyayı kullanırken zamanın nasıl geçtiğini anlayamam.					
12	Sosyal medya ile ilgili eylemlere (oyun, sohbet, fotoğraflara bakmak, vs) uzun süreler ayırıyorum.					
13	Kişisel problemlerimi unutmak için sosyal medya kullanırım.					
14	Kendimi yalnız hissettiğim zamanlarda sosyal medyada vakit geçiririm.					
15	Yaşamımdaki olumsuz düşüncelerden kurtulmak için sosyal medyada gezinmeyi tercih ederim.					
16	Problemlerimden bunaldığımda sığındığım en iyi yer sosyal medyadır.					
17	Sosyal medya kullandığım süre boyunca her şeyi unuturum.					
18	Sosyal medya kullanımını durdurmaya çalışıp başaramadığım olur.					
19	Sosyal medya kullanımını denetim altına almak için yoğun bir istek duyarım.					
20	Sosyal medya kullanımını bırakmak için sonuç vermeyen çabalar gösteririm.					
21	Sosyal medya kullanımını denetim altına almak için sonuç vermeyen çabalar gösteririm.					
22	Sosyal medyada harcadığım zamanı azaltmaya çalışır, başarısız olurum.					
23	Mesleğime/çalışmalarına olumsuz bir etki yapmasına rağmen sosyal medyayı daha fazla kullanırım.					

24	Sosyal medyadan dolayı hobilerime, boş zaman ve dinlenme faaliyetlerime daha az öncelik veririm.					
25	Eş veya aile üyelerini sosyal medyadan dolayı ihmal ettiğim olur.					
26	Arkadaşlarımı sosyal medyadan dolayı ihmal ettiğim olur.					
27	Sosyal medya dolayısıyla başladığım aktiviteleri zamanında bitiremem.					
28	Sosyal medyada daha fazla zaman geçirmek için okulla veya işle ilgili çalışmaları ihmal ederim.					
29	Sosyal medyada zaman geçirmeyi, arkadaşlarımla zaman geçirmeye tercih ederim.					
30	Sosyal medyada geçirdiğim zaman yüzünden okul çalışmalarım ya da işlerim sekteye uğrar.					
31	Sosyal medya yüzünden üretkenliğim azalır.					
32	Sosyal medyada zaman geçirmeyi, arkadaşlarımla dışarı çıkmaya tercih ederim.					
33	İnsanlar sosyal medyada geçirdiğim zamanın miktarı konusunda beni eleştirirler.					
34	Kendimi sosyal medyada ne kadar süre gezindiğimi saklamaya çalışırken bulurum.					
35	Sosyal medya yüzünden yemek yemeyi unuttuğum zamanlar olur.					
36	Sosyal medya kullanımı yüzünden kişisel bakımına daha az vakit ayırdığım olur.					
37	Sosyal medya kullanımı yüzünden uyku düzenimde değişiklikler/bozukluklar olur.					
38	Sosyal medya kullanımı yüzünden fiziksel sorunlar (sırt, baş, göz ağrıları, vb) yaşadığım olur.					
39	Sosyal medya kullanımı benim için önemli kişilerle olan ilişkilerimde problem yaşamama neden olur.					
40	Sosyal medya kullanımım yaşamımda sorunlar oluşturur.					
41	Yapmam gereken işler çoğaldıkça, sosyal medya kullanma isteğim de o ölçüde artar.					

Ek 3: Yeme Farkındalığı Ölçeği (YFÖ-30)

1 Hiç		2 Nadiren		3 Bazen		4 Sık sık		5 Her zaman				
								1	2	3	4	5
1	Besinlerin kalorileri hakkında bilgim vardır.											
2	Ana öğünümü ekmeksiz yiyemem.											
3	Lokmalarımı çiğnemedten yutarım.											
4	Sevdiğim yiyeceklerden birini yerken, doyduğumu fark edemem.											
5	Fast food olmayan bir hayat düşünemiyorum.											
6	Çevremdekiler çok hızlı yemek yediğimi söyler.											
7	Gaz yapan yiyecekleri yemekten kaçınırım.											
8	Yemeden önce yiyeceklerin görüntüsü ve kokusundan keyif alırım.											
9	Dün akşam ne yediğimi hatırlayabilirim.											
10	Bir şey ikram edildiğinde düşünmeden yerim.											
11	Yüksek kalorili besinlerden uzak dururum.											
12	Protein içeriği yüksek besinleri yemekten tercih ederim.											
13	Yediğim besinlerdeki ince tatları fark ederim.											
14	Birden bire çok acıktığımı fark edip ne bilsam yiyecek duruma gelirim.											
15	Yediğim her lokmanın tadına varırım.											
16	Sık sık diyet yaparım.											
17	Tok olsam bile bir yiyeceğin aklıma geldiği olur.											
18	Öğün saatlerim bellidir.											
19	Yemek yerken çatal yerine kaşık kullanırım.											
20	Bir öğünde daha fazla yiyemeyecek hale gelene kadar yerim.											
21	Evin bir yerlerinde dondurma, kurabiye ya da cips varken yemeden duramam.											
22	Moralim bozulunca ilk aklıma gelen şey yemek olur.											
23	Canım sıkılınca yerim.											
24	Sağlıklı beslenirim.											
25	Yemek çok sıcak ise biraz soğumasını beklerim.											
26	Yediğimi fark etmeden atıştırırım.											
27	Küçük lokmalarla yerim.											
28	Stresli hissettiğimde abur cubur yerim.											
29	Yerken otomatik pilota bağlarım.											
30	Mutlu olmak için çikolata yerim.											