

HİTİT ÜNİVERSİTESİ TIP FAKÜLTESİ
AİLE HEKİMLİĞİ ANA BİLİM DALI

BİR ÜNİVERSİTE HASTANESİ TIP FAKÜLTESİ
ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA
BAĞIMLILIK DÜZEYİ VE BEDEN KİTLE
İNDEKSİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

Dr. Seda BARAN ÖZTÜRK

AİLE HEKİMLİĞİ
TIPTA UZMANLIK TEZİ

TEZ DANIŞMANI
Doç Dr. Coşkun ÖZTEKİN

ÇORUM – 2023

HİTİT ÜNİVERSİTESİ TIP FAKÜLTESİ
AİLE HEKİMLİĞİ ANA BİLİM DALI

BİR ÜNİVERSİTE HASTANESİ TIP FAKÜLTESİ
ÖĞRENCİLERİNDE SOSYAL MEDYA
BAĞIMLILIK DÜZEYİ VE BEDEN KİTLE
İNDEKSİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

Dr. Seda BARAN ÖZTÜRK

AİLE HEKİMLİĞİ
TIPTA UZMANLIK TEZİ

TEZ DANIŞMANI
Doç. Dr. Coşkun ÖZTEKİN

ÇORUM – 2023

T.C.
HİTİT ÜNİVERSİTESİ
TIP FAKÜLTESİ

Seda BARAN ÖZTÜRK tarafından hazırlanan "Bir Üniversite Hastanesi Tıp Fakültesi Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyi ve Beden Kitle İndeksi Arasındaki İlişki" adlı tez çalışması jürimiz tarafından oy birliği ile Aile Hekimliği Ana Bilim Dalında Uzmanlık tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan: Prof. Dr. Derya (İREN) AKBIYIK

Üye :Doç. Dr. Coşkun ÖZTEKİN

Üye :Dr. Öğr. Üyesi Mustafa OĞULLUK

Bu tez çalışması, Hitit Üniversitesi Tıp Fakültesi Yönetim Kurulunca belirlenen yukarıdaki jüri üyeleri tarafından uygun görülmüştür.

Prof. Dr. Nurcan BAYKAM

Dekan V.

I. TEŞEKKÜR

Hitit Üniversitesi Tıp Fakültesi Hastanesi Aile Hekimliği Ana Bilim Dalı'ndaki uzmanlık eğitimim boyunca bilgi, fikir ve deneyimlerinden yararlandığım, tez konusunun belirlenmesi aşamasından tamamlanmasına kadar bilgi ve tecrübelerini benimle paylaşan değerli hocam ve tez danışmanım Sayın Doç. Dr. Coşkun ÖZTEKİN'e, asistanlığa başlangıcımдан itibaren bilgi ve deneyimleriyle ufukumuzu genişleten değerli hocalarım, Sayın Prof. Dr. Derya İREN AKBIYIK'a ve Sayın Dr. Öğr. Üyesi Mustafa OĞULLUK'a teşekkür ederim.

Klinik rotasyon sırasında eğitimime katkı sağlayan, bilgi ve deneyimlerini esirgemeyen hocalarıma ve uzmanlık eğitimim boyunca beraber çalıştığım tüm asistan arkadaşlarıma teşekkür ederim.

Hayatımın her alanında olduğu gibi, tez çalışmamı hazırlarken de beni destekleyen, mutluluğum, sevgili eşim Muhammet İhsan ÖZTÜRK'e teşekkür ederim.

Bugünlere gelmemde çok büyük emek ve fedakarlık göstermiş, kızları olmaktan gurur duyduğum sevgili annem Fatma ve babam Zekai BARAN'a, biricik ablam ve sevgili kardeşime teşekkür ederim.

Saygılarımla..

Dr. Seda BARAN ÖZTÜRK

ÇORUM 2023

II. İÇİNDEKİLER

I. TEŞEKKÜR.....	II
II. İÇİNDEKİLER.....	III
III. ÖZET.....	V
IV. ABSTRACT	VII
V. KISALTMALAR	IX
VI. TABLO LİSTESİ	X
VII.ŞEKİL LİSTESİ.....	XII
1. GİRİŞ ve AMAÇ	1
2. GENEL BİLGİLER.....	3
2.1. Sosyal Medyanın Tanımı ve Türleri	3
2.2. Sosyal Ağlar	4
2.2.1. Medya Paylaşım Ağları	4
2.2.2. Kişisel Bloglar	4
2.2.3. Forumlar ve Mesaj Panoları	5
2.3. Sosyal Medyanın Kullanıcılara Etkisi	5
2.3.1. Sosyal Medya Kullanımının Psikolojik Yönü	5
2.3.2. Sosyal Medyanın Beyin Üzerine Etkisi	6
2.3.3. Sosyal medyayı kullanmanın psikolojik nedenleri	6
2.3.4. Sosyal Medya ve Öz-ımar (Self-image)	8
2.3.5. Sosyal Medyanın Ruh Sağlığı Üzerindeki Etkisi	9
2.4. Üniversite Öğrencileri ve Sosyal Medya	10
2.4.1. Sosyal Medyanın Olumlu Etkileri	10
2.4.2. Sosyal Medyanın Olumsuz Etkileri	12
2.5. Sosyal Medyanın Uyku Üzerindeki Etkileri	15
2.5.1. Diğer Etkinliklerin Yerini Alması	15
2.5.2. Kullanım Zamanı	15

2.5.3. Medyanın Tüketildiği Cihaz Türü	16
2.5.4. Sosyal Medyaya Katılımın İçeriği	16
2.5.5. Cihazın Konumu.....	17
2.5.6. Işık ve Epifiz Bezi	17
2.6. Sosyal Medya ve Kardiyovasküler sistem.....	18
2.6.1. Obezite ve Sosyal Medya	18
2.6.2. Hipertansiyon	20
2.6.3. Hiperkolesterolemi	21
3. GEREÇ VE YÖNTEM.....	22
3.1. Araştırma Tipi, Yeri, Zamanı	22
3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	22
3.3. Verilerin Toplanması	22
3.3.1. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ).....	23
3.4. Etik Kurul ve Kurum İzinleri.....	24
3.5. İstatistiksel Analiz	24
4. BULGULAR	26
4.1. Katılımcıların Tanımlayıcı Özellikleri	26
4.2. Sosyal Medya Bağımlılığı ile İlgili Sonuçlar	32
5. TARTIŞMA	44
6. SONUÇLAR VE ÖNERİLER	52
7. KAYNAKLAR	54
8. EKLER.....	66
Ek-1: Sosyo-demografik veri formu	66
Ek-2: Sosyal medya bağımlılığı ölçeği	68

III. ÖZET

Amaç: Bu çalışmada bir üniversite hastanesi tıp fakültesi öğrencilerinde sosyal medya bağımlılık düzeyinin beden kitle indeksi (BKİ) ve diğer parametreler ile ilişkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Gereç ve Yöntem: Kesitsel tipte olan bu araştırma Şubat-Mart 2023 tarihleri arasında Hitit Üniversitesi Tıp Fakültesi'nde öğrenim gören klinik öğrencilerinin (4. 5. ve 6. sınıf) dahil edilmesi ile gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların genel özellikleri ve Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) skorları kaydedildi.

Bulgular: Çalışmaya katılan 190 öğrencinin %63,7'si kadındı, yaş ortalaması $23,57 \pm 1,33$ yıl, BKİ ortalaması $23,50 \pm 3,82$ kg/m² idi. Öğrencilerin %7,9'u her gün fiziksel aktivite yaptığını belirtti. Kişilerin %89,5'i geceleri ortalama ≤ 8 saat uyduğunu, %12,6'sı haftanın her günü fast-food tükettiğini belirtti. Öğrencilerin SMBÖ puan ortalaması $92,67 \pm 29,97$ idi. Öğrencilerin SMBÖ puanı ile BKİ değeri arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde korelasyon ilişkisi saptanmadı ($p > 0,05$). Tek değişkenli analizlerde istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanan ve SMBÖ maddelerinde yer almayan parametrelerin SMBÖ toplam puanı ile ilişkisini değerlendirmek amacıyla yapılan çok değişkenli lineer regresyon analizi sonuçlarına göre, kişilerin fast-food tüketim sıklığının artışının ($p = 0,011$), sosyal medyayı arkadaşlarının yaşamını incelemek amacıyla kullanmasının ($p < 0,001$) ve sosyal medyayı tanınmak ve popüler olmak amacıyla kullanmasının ($p = 0,019$) SMBÖ puan artışında etkili olan bağımsız faktörler olduğu belirlendi. Diğer parametreler ise SMBÖ skor artışında etkili değildi ($p > 0,05$).

Sonuçlar: Çalışmamızda sosyal medya bağımlılık düzeyi ile BKİ arasında anlamlı düzeyde bir ilişki saptanmadı. Ancak BKİ artışı ile ilişkili olduğu bilinen fast-food tüketimi ile sosyal medya bağımlılığı ilişkili bulunmuştur. Bu konuda yapılacak daha ileri çalışmalarla sosyal medya bağımlılığı ile BKİ arasındaki ilişki daha detaylı olarak ortaya konabilir.

Anahtar Kelimeler: Tıp fakültesi öğrencileri, sosyal medya bağımlılığı, beden kitle indeksi



IV. ABSTRACT

The Relationship Between Social Media Addiction Level and Body Mass Index in Medical Students of a University Hospital

Aim: The aim of this study was to determine the relationship between social media addiction level and body mass index (BMI) and other parameters in medical students of a university hospital.

Materials and Methods: This cross-sectional study was conducted between February and March 2023 with the inclusion of clinical students (4th, 5th and 6th grade) studying at Hitit University Faculty of Medicine. Participants' general characteristics and Social Media Addiction Scale (SMAS) scores were recorded.

Results: Of the 190 students who participated in the study, 63.7% were female, the mean age was 23.57 ± 1.33 years, and the mean BMI was 23.50 ± 3.82 kg/m². 7.9% of the students reported doing physical activity every day. 89.5% stated that they slept an average of ≤ 8 hours at night and 12.6% stated that they consumed fast food every day of the week. The mean SMAS score of the students was 92.67 ± 29.97 . There was no statistically significant correlation between SMAS score and BMI ($p > 0.05$). According to the results of multivariate linear regression analysis performed to evaluate the relationship between the parameters that were found to be statistically significant in univariate analyses and were not included in the SMAS items and the SMAS total score, it was determined that the increase in the frequency of fast-food consumption ($p = 0.011$), using social media to examine the lives of friends ($p < 0.001$), and using social media to be recognized and popular ($p = 0.019$) were independent factors affecting the increase in SMAS score. The other parameters were not effective in the increase in SMAS score ($p > 0.05$).

Conclusion: We could't find any significant relationship between BMI and social media addiction in this study. Although fast-food consumption, which is known to be associated with increased BMI, was found to be associated with social media addiction, The relationship between BMI and social media addiction can be further elucidated in multicenter and prospective studies.

Keywords: Medical students, social media addiction, body mass index



V. KISALTMALAR

BKİ	: Beden Kitle İndeksi
HDL	: Yüksek Yoğunluklu Lipoprotein
SMBÖ	: Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği



VI. TABLO LİSTESİ

Tablo 1. Öğrencilerin sosyodemografik özelliklerinin dağılımı	26
Tablo 2. Öğrencilerin yaş ve antropometrik sonuçlarının dağılımı.....	27
Tablo 3. Öğrencilerin kronik hastalık, sürekli kullanılan ilaç ve sigara/alkol içme sıklıklarının dağılımı	28
Tablo 4. Öğrencilerin fiziksel aktivite, kültürel faaliyet, gece uykusu ve fast food tüketim özelliklerinin dağılımı	29
Tablo 5. Öğrencilerin sosyal medya kullanım özelliklerinin dağılımı	30
Tablo 6. Öğrencilerin SBMÖ skorlarının dağılımı	31
Tablo 7. Öğrencilerin sosyodemografik özelliklerine göre sosyal medya bağımlılık ölçeği puanının karşılaştırması	33
Tablo 8. Öğrencilerin kronik hastalık, sürekli kullanılan ilaç ve sigara/alkol içme durumlarına göre sosyal medya bağımlılığı ölçeği puanının karşılaştırması.....	34
Tablo 9. Öğrencilerin fiziksel aktivite özelliklerine göre sosyal medya bağımlılığı puanının karşılaştırılması.....	35
Tablo 10. Öğrencilerin kültürel faaliyet, gece uykusu ve fast food tüketim özelliklerine göre sosyal medya bağımlılığı ölçeği puanının karşılaştırması	36
Tablo 11. Öğrencilerin kullandıkları sosyal medya tipi ve sosyal medya kullanım süresine göre sosyal medya bağımlılığı ölçeği puanının karşılaştırması	38
Tablo 12. Öğrencilerin sosyal medya kullanım amaçlarına göre sosyal medya bağımlılığı ölçeği puanının karşılaştırması.....	39

Tablo 13. Öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı ölçeği puanları beden kitle indeksi arasında korelasyon ilişkisi 42

Tablo 14. Öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı ölçeği puan artışı ile ilişkili bağımsız faktörler, çok değişkenli lineer regresyon analizi 43



VII. ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi (22)	7
Şekil 2. Öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri	32
Şekil 3. Öğrencilerin fast-food tüketim sıklığına göre sosyal medya bağımlılığı ölçeği puanının dağılımının grafiksel gösterimi	37
Şekil 4. Öğrencilerin sosyal medyayı arkadaşlarının yaşamlarını incelemek amacıyla kullanma durumlarına göre sosyal medya bağımlılığı ölçeği puanının dağılımının grafiksel gösterimi	40
Şekil 5. Öğrencilerin sosyal medyayı tanınmak ve popüler olmak amacıyla kullanma durumlarına göre sosyal medya bağımlılığı ölçeği puanının dağılımının grafiksel gösterimi	41

1. GİRİŞ ve AMAÇ

Günümüzde başta sosyal medya olmak üzere teknolojinin hızla gelişmesiyle birlikte insanların hayatı her geçen gün daha rahat, konforlu ve kolay hale gelmektedir. Sosyal medya kullanımı gün geçtikçe artmaktadır ve sosyal medya kullanımı insanların hayatlarının önemli bir parçası haline gelmiştir. Kavram olarak sosyal medya, kullanıcıların diğer insanlarla hızlı bir şekilde etkileşime girmesine, iletişim kurmasına ve bilgi paylaşmasına olanak tanıyan geniş bir web sitesi ve uygulama ağını ifade eder. Ayrıca insanların internette mevcut içerikleri oluşturmasına, alışveriş yapmasına, tartışmasına ve ayrıca insanların fotoğraflarını, yaşadıklarını, görüşlerini, günlük hayatlarını paylaşmasına izin verir. Sosyal medya aracılığıyla herkes birbirine bağlı olma hissiyatına sahip olur (1).

Akıllı telefon sayısındaki hızlı artışa paralel olarak insanlar, mobil uygulamalar sayesinde sosyal medyaya daha kolay erişim sağlamıştır. Pek çok kişi sosyal medya sitelerini arkadaşlarıyla iletişim kurmak ve iletişimde kalmak için kullanırken, diğerleri de farklı topluluklarla etkileşim kurmak için kullanır. Ayrıca işletmeler, sosyal medya sitelerini ürünlerinin reklamını yapmak ve markalarını tanıtmak için bir araç olarak kullanmaktadır. Bu eğilim, insanların nasıl yaşadıklarını ve nasıl iş yapacaklarını etkilemiş ve değiştirmiştir. Kısacası sosyal medya kullanımı toplumun çoğu alanını farklı şekillerde etkilemiştir (2).

Günümüzde üniversite öğrencilerinin çoğu teknolojiyi dizüstü bilgisayarlar, akıllı telefonlar, masaüstü bilgisayarlar ve tabletler gibi çok çeşitli cihazlarla takip etmektedir. Bu cihazlar öğrencilerin hemen her zaman yanında olabilmektedir; bu da öğrencilerin sürekli olarak sosyal medyaya erişmesi anlamına gelmektedir. Son yıllarda sosyal medya sitelerinin öğrencilerin performansı üzerinde büyük etkisi olmuştur. Sosyal medya siteleri öğrencileri hem olumlu hem de olumsuz yönde etkilemektedir.

Bir yandan sosyal medya, öğrencilerin öğrenme ve araştırma konusunda bilgi toplamasına, iletişim için zamandan tasarruf etmesine, fikir ve kaynak alışverişinde bulunmasına yardımcı olmaktadır (3). Öte yandan sosyal medyanın aşırı kullanımı sosyal medya bağımlılığına neden olmaktadır (4). Aşırı sosyal medya kullanımı akademik performans etkiler; fiziksel etkileşim düzeyini azaltır, öğrencilerin dikkatini dağıtır, depresyon ve kaygı gibi psikolojik sorunlara neden olabilir. Ayrıca, sosyal sitelerde zaman kaybetmek öğrencilerin gelecekteki hedeflerine zarar verebilir (5).

Sosyal medya bağımlılığının fiziksel ve ruhsal birçok hastalığın etyolojisinde rol oynadığını gösteren araştırmalar mevcuttur. Bu hastalıklardan biri ülkemizde ve dünyada önemli bir sağlık sorunu olan artmış beden kitle indeksi (BKİ) dolayısıyla da obezitedir ve kronik bazı hastalıklar olan kardiyovasküler hastalıklar, diabetes mellitus, kas iskelet sistemi hastalıkları, bazı kanserler için sosyal medya önemli bir risk faktörü olarak kabul edilmektedir (6–11) Bu gerekçelerle bu çalışmada Hitit Üniversitesi Tıp Fakültesi'nde eğitim gören klinik öğrencilerinde (4, 5, 6. sınıf) sosyal medya bağımlılığı düzeyinin belirlenmesi ve BKİ ve diğer değişkenler ile arasındaki ilişkinin saptanması amaçlandı. Ek olarak elde edilecek bulgular doğrultusunda üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ve sonuçları ile ilgili olarak literatüre katkıda bulunmak amaçlanmıştır.

2. GENEL BİLGİLER

2.1. Sosyal Medyanın Tanımı ve Türleri

Sosyal medyanın birçok tanımı bulunmaktadır. Bu tanımlardan bazıları, belirli web sitelerinde gerçekleşen iş birliği ve iletişime odaklanmaktadır. Diğerleri bu sitelerde kullanılan araçlara odaklanır. Bu siteler, kullanıcıların iş birliği yapmasına, bilgi alışverişinde bulunmasına, meslektaşlarıyla iletişim kurmasına, resim yüklemesine ve göndermesine, yorum yazmasına, bir ifade oluşturmaya ve sosyal medya araçlarını kullanmanın faydalarını öğrenmesine olanak tanır. Sosyal medya, günümüzde hayatımızın farklı alanlarındaki değişimde önemli bir rol oynamaktadır. İnsanların etkileşimde bulunma, iletişim kurma ve hatta düşünme biçimleri farklıdır (12). Sosyal medya, kullanıcılar arasında iletişim ve iş birliği için bir yol olarak internetin sosyal yönlerini vurgulayan çeşitli ağ araçları veya teknolojilerini geniş bir şekilde tanımlamak için kullanılan bir 21. yüzyıl terimidir (13).

Ivy Wigmore'a (2021) göre sosyal medya, insanların birbirleriyle bilgi paylaşmasına ve etkileşimde bulunmasına yardımcı olmak için iletişim aracı olarak kullanılan web siteleri ve uygulamaları ifade eder (14). Sosyal medyanın hızlı gelişimi ile insanlar arkadaşları, meslektaşları, aileleri ve hatta çevrimiçi yabancılarla kolayca etkileşime geçebilir. Akıllı telefonun gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla birlikte sosyal medya, Appstore / Google store ortamlarında çarpıcı bir şekilde yerini genişletmeye devam etmektedir. Sosyal medya mecralarında çevrimiçi topluluklar oluşturulmaktadır. Özellikle Instagram uygulaması, gezginler ve moda tutkunları topluluğu için bir araç haline gelmiştir. Ayrıca birçok işletme, sosyal medyayı ürünlerini tanıtmak, müşterilerine hizmet vermek ve mal ve hizmet alışverişinde bulunmak için bir pazarlama aracı olarak kullanarak tüm avantajlarından yararlanmaktadır (15).

Birçok sosyal medya türü vardır. Genel olarak, insanlar geleneksel sosyal medya biçimine aşinadır. Bunlar Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram gibi sosyal ağlardan

oluşmaktadır. Bununla birlikte, sosyal medyanın biçimleri genişlemiştir ve farklı türde sosyal medya ağlarının da dahil olmasıyla daha karmaşık bir hale gelmiştir. Özellikle çevrimiçi sosyal ağlar, medya paylaşım ağları, tartışma forumları, sosyal bookmarking (etiketleme), bloglar, mikrobloglar, mesajlaşma uygulamaları gibi yeni ve gelişen ortamlar bu karmaşıklığı artırmaktadır. Bazı durumlarda bazı farklı kategorilerin birleştirilmesiyle birçok sosyal platform oluşturulmaktadır (16).

2.2. Sosyal Ağlar

Sosyal Ağ en popüler sosyal medya türlerinden biri olarak kabul edilir. Sosyal ağlar, insanlarla mesajlar, yorumlar veya fotoğraflar aracılığıyla ilişki kurmak için kullanılan web sitesi tabanlı platformlar, siteler veya uygulamalardır. Sosyal ağlar, kullanıcıların bilgi, düşünce, gönderi, resim, video paylaşmasına ve çevrimiçi topluluklar oluşturmasına olanak tanır. Örneğin, Facebook, Twitter ve LinkedIn sosyal ağ platformlarıdır. Bu başlığa güncel olarak eklenen birçok mesajlaşma programı da dahil edilebilir. En bilinenleri olan WhatsApp, Telegram bu programlar arasındadır. İsmi verilen programlar gibi onlarca program bu kapsamda değerlendirilebilir (16).

2.2.1. Medya Paylaşım Ağları

Medya paylaşım ağı, kullanıcıları yaratıcı içerikler üretmede, sitelerde fikir paylaşma konularında destekler. Bu platformlar, kullanıcıların web sitelerine fotoğraf, video ve farklı medya türlerini yüklemesine, paylaşmasına izin verir. Medya paylaşım platformları, örneğin YouTube, Pinterest, Instagram, TikTok ve Snapchat'i içerir. Bu siteler ayrıca başlangıç profilleri ve her fotoğraf veya videonun altına yorum yapma işlevi dahil olmak üzere sosyal ağlara benzer sosyal özellikler sağlar (16).

2.2.2. Kişisel Bloglar

Bloglar, sık sık güncellenen makaleler içeren web siteleri veya web sayfalarıdır. Genel olarak bloglar, belirli konulara veya blog yazarlarının özel hayatlarına odaklanır. Kullanıcıların gönderiler yayınlamasına izin verir ve diğer kullanıcılar yorum ekleyerek bu konular hakkında paylaşımda bulunabilir, tartışabilir. Bazı popüler platformlar WordPress, Tumblr ve Blogger'dır. Tumblr, ayrıntılı olarak kullanıcıların fotoğraf,

video, düşünceleriyle ilgili gönderiler veya diğer içerikleri yüklemesine ve paylaşmasına olanak tanır (16).

2.2.3. Forumlar ve Mesaj Panoları

Forumlar ve mesaj panoları, sosyal medyanın en eski platformlarından biridir. Bu tür sosyal medya kanalları, kullanıcılara farklı türde bilgi ve haber içeren bir tartışma platformu sunar (16).

Günümüzde sosyal medya ve sosyal medya platformunun tanımı hala gelişmektedir. Bu konseptte çeşitli sosyal medya türleri vardır ve bu türlerin çeşitli şekillerde iç içe girmesiyle diğer yeni türler sürekli olarak şekillendirilmektedir. Ayrıca bazı yeni sosyal medya türleri daha önce hiçbir türe ait olmama ihtimaline de sahip olabilmektedir. Bahsedilen sosyal medya türlerinin listesi bu nedenle tüm kategorileri kapsamamaktadır. Bu nedenle, liste yalnızca en popüler sosyal medya türlerini temsil etmektedir (1).

2.3. Sosyal Medyanın Kullanıcılara Etkisi

2.3.1. Sosyal Medya Kullanımının Psikolojik Yönü

Çoğumuz sosyal medyayı her gün kullandığımız için beynimizde bazı etkiler yaratması ve hatta bir bağımlılığa dönüşmesi kaçınılmazdır. Bağımlılık, Amerikan Bağımlılık Tıbbı Derneği (American Society of Addiction Medicine) tarafından şu şekilde tanımlanmaktadır (17):

- Bağımlılık, beyin bağlantıları, genetik, çevre ve bireyin yaşam deneyimleri arasındaki karmaşık etkileşimleri içeren tedavi edilebilir, kronik bir tıbbi hastalıktır. Bağımlılığı olan kişiler, kompulsif hale gelen ve genellikle zararlı sonuçlara rağmen devam eden maddeler kullanır veya davranışlarda bulunur.
- Bağımlılığı önleme çabaları ve tedavi yaklaşımları genellikle diğer kronik hastalıklar kadar başarılı olabilmektedir.

Sonraki bölümlerde, sosyal medya kullanımının kişilerde ve davranışlarında nasıl değişikliklere neden olabileceğine dair ayrıntılar açıklanacaktır.

2.3.2. Sosyal Medyanın Beyin Üzerine Etkisi

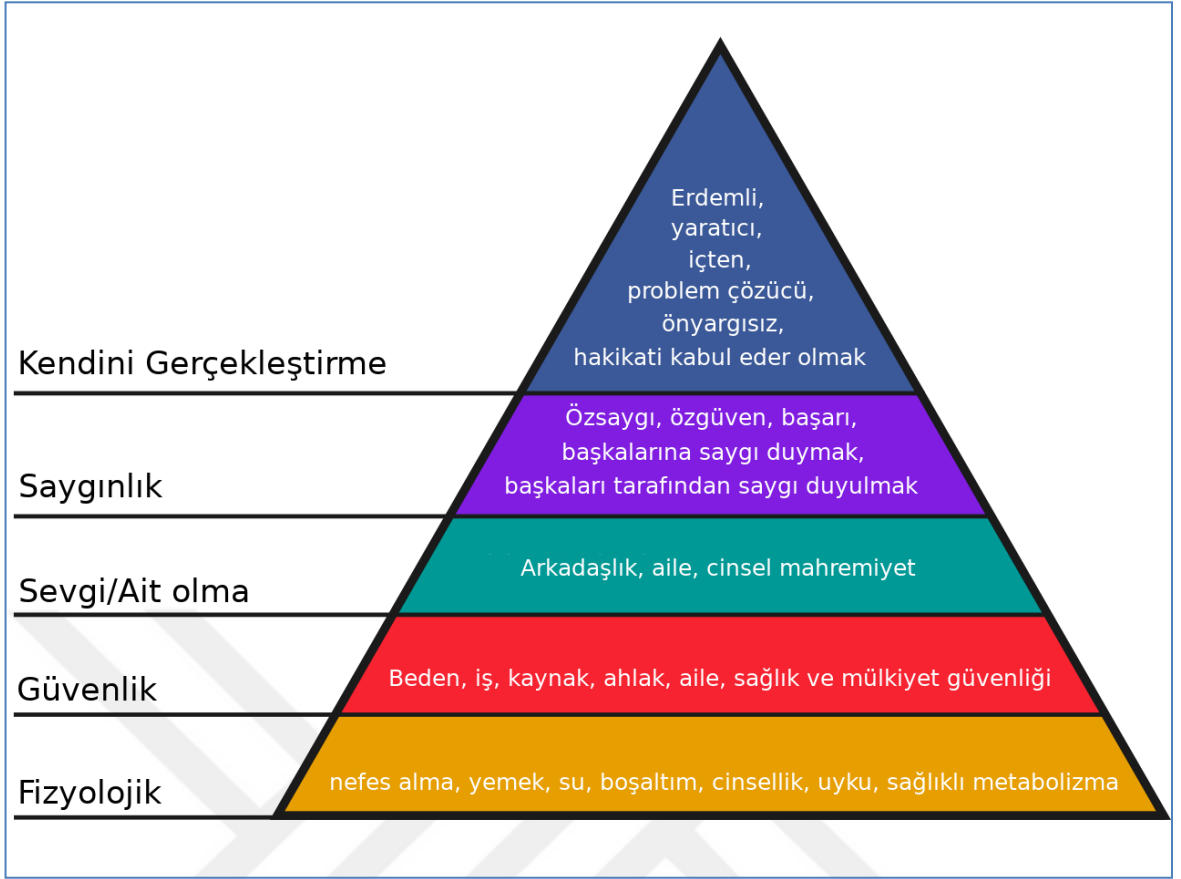
Sosyal medyada beğeni veya diğer olumlu oylama ve tepki biçimleri almak veya vermek, beyinde sosyal veya parasal ödüller almaya benzer tepkiler oluşturabilir. Daha spesifik olmak gerekirse, bu beyindeki dopamin reseptörlerini tetikler (18).

Bu, kumar veya uyuşturucu kullanımının etkilerine benzer olumsuz etkilere yol açabilir. Bu bağlamda, sosyal medya şiddetli bir şekilde bağımlılık yapabilir. Tutumlar, düşünceler ve davranışlar, ciddi uyuşturucu bağımlısı kişilerinkini taklit eder (19). Farklı bir çalışmada, çok beğenilen fotoğrafların görüntülenmesi ile ödül almanın, sosyal bilişin, dikkatin işlenmesini yöneten nöral bölgelerde daha fazla beyin aktivitesi arasında bir ilişki olduğu sonucu varılmıştır (18).

Sosyal medya kullanımı ve bağımlılığı kumar ve uyuşturucuya benzer riskler taşımaktadır ve beyin ödül sisteminin bozulmasına neden olabilmektedir. Sosyal medyanın neden olabileceği bir başka olumsuz etki de sosyal dışlanma duygusudur. Çevrimiçi grup sohbetlerinin ve etkinliklerinin dışında bırakılmak, kişilerin beyinlerinde dış dünyada dışlanmaya benzer etkiler yaratır (20).

2.3.3. Sosyal medyayı kullanmanın psikolojik nedenleri

Sosyal medyayı kullanma nedenlerimiz, Şekil 1'de gösterilen Maslow'un insan ihtiyaçları hiyerarşisi ile açıklanabilir (21).



Şekil 1. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi (22)

Fizyolojik ihtiyaçların sosyal medya ile nasıl bir araya geldiği hemen anlaşılabilir. Bu ihtiyaçları karşılayan hizmetler veya ürünler hakkında çevrimiçi bilgi paylaşımının bu bağlantı olduğu akla gelebilir. Bir araştırmaya göre, insanların %49'u, arkadaşlarının ve ailelerinin potansiyel olarak yararlı ürün ve hizmetler hakkında bilgi edinmelerine olanak tanıdığı için ilgili içeriği paylaşmaktadır. Dolayısıyla, doğrudan olmasa da daha çok dolaylı bir fizyolojik bağlantıdan söz edilebilir (23).

Sosyal medya ile bağlantılı olarak güvenlik ihtiyaçlarını anlamak, fizyolojik ihtiyaçlardan daha kolaydır. İş aramak neredeyse tamamen internetten işleyen bir süreç haline gelmiştir ve bir kişinin sosyal medyadaki varlığı, şirketlerin onları işe alıp almama kararına doğrudan etkili bir faktör olabilmektedir. Görünüşte iş aramaya ve LinkedIn, Kariyer.net gibi işle ilgili ağ oluşturmaya dayanan ve popüleritesi artan sosyal medya platformları da bulunmaktadır (23).

İhtiyaçlar hiyerarşisinin orta kademesi, tüm internet fikrinin üzerine inşa edildiği şeydir: “insanları birbirine bağlamak”. Sosyal medya, büyük coğrafi mesafelerle ayrılmış olsalar bile arkadaşlarınızla ve ailenizle bağlantıda kalmayı daha da kolaylaştırmaktadır. Yaptıklarını kolayca takip edebilir ve yaptıklarınızla ilgili onları da bilgilendirebilirsiniz. Sosyal medya, popülerlik aramak için de kullanılabilir ve bu durumda gereksiz samimiyetlere yol açabilir (23).

Dördüncü katmanda yer alan saygı günlük hayatla benzer özellikler sergiler. Beğeniler ve içeriği olumlu ya da olumsuz oylamanın diğer çeşitli biçimleri, kişinin benlik saygısı üzerinde çok sayıda etkiye sahip olabilir. Sosyal medya aynı zamanda bir özgürlük kaynağı olmuştur. Sosyal medya, geçmişte ünlülerin dikkat çekme yolu olan geleneksel medya mecralarının dışında da yeni ünlüler yaratmıştır. Özellikle YouTuber’lar ve diğer platformlarda yer alan etki sahibi (influencer) yeni ünlüler bu duruma örnek olarak gösterilebilir (23).

İhtiyaçlar piramidinin en tepesinde kendini gerçekleştirme yer alır ve sosyal medya bu düşüncenin vücut bulmuş hali olabilir. Yeni bir iş bulma veya başka bir başarı ile ilgili haberleri paylaşmak, kendini gerçekleştirme ve hedefe ulaşma arzusunu tatmin etmek için kullanılmaktadır. Bazı insanlar için bu kendini gerçekleştirme arzusu o kadar güçlüdür ki her şeyi, hatta büyük kitlelere anlatılması uygun olmayan şeyleri bile sosyal medyada paylaşmayı beraberinde getirmektedir (23).

2.3.4. Sosyal Medya ve Öz-İmaj (Self-image)

İnternet, ortaya çıkışından bu yana insanların kendilerine tamamen yeni kimlikler yaratabilecekleri bir yer olmuştur. Sohbet uygulamalarında kişiler görüntüleri olmadan tamamen yeni bir kişilik ile yazışabilmektedir. Çeşitli uygulamalarda tamamen yeni bir isim ile farklı kişilik özelliklerini ortaya koyabilmektedirler (16).

Sosyal medyanın büyük bir kısmı çeşitli grupların bir parçası olmakta ve bu aynı zamanda kişinin öz kimliğini de şekillendirmektedir. Sosyal medya, bir kullanıcının benzer ilgi alanlarını ve hobileri paylaşan insanlarla bağlantı kurmasını sağlar. Bunun bir örneği, belirli bir dili öğrenmek için bir araya gelmiş çeşitli gruplarda görülebilir. Bunun olumsuz bir etkisi de bazen böyle bir gruba ait olmak, onların sevgilerini

kazanmak için parçası oldukları gruptaki diğer insanları taklit etmeyi ve dolayısıyla düşüncelerini ve davranışlarını daha kolay değiştirmelerine de neden olabilmesidir (19)

2.3.5. Sosyal Medyanın Ruh Sağlığı Üzerindeki Etkisi

Sosyal medyanın mental sağlık üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkileri olduğu gösterilmiştir. Gençler, sosyal medya akranlarıyla daha güçlü bağlar kurmalarına izin verdiği için, bu sayede daha fazla dostluk kazanmakta ve mutlu olmaktadır. Bu bağlar ayrıca daha fazla bağımsızlık ve özerklik için fırsatlara yol açabilir ve bu da eleştirel düşünme ve karar verme yeteneklerini geliştirebilir (19). Sosyal medyanın ruh sağlığı üzerindeki olası olumlu yönleri şu şekilde sıralanabilir (16):

- Benzer ilgi gruplarıyla sosyal entegrasyon,
- Sağlıklı olmak ve doğru vücut şekli açısından yaşam tarzı motivasyonları (fiziksel aktivite, diyet vs).
- Destek gruplarının mevcudiyeti,
- Yeni ilişkiler kurmak ve sürdürmeye çabalamak,
- Yeni düşünme biçimlerine yönelim

Sosyal medyanın ruh sağlığı üzerinde olumsuz etkileri de olabilir. Zorbalık ve sosyal izolasyon gibi sorunlar çevrimiçi ortamda da sıklıkla mevcuttur. Bu etkiler, gençlerde diğer yaş gruplarına göre daha fazla görülmektedir; ancak bu yaş grubuyla sınırlı değildir. Siber zorbalık, yetişkin bireyler arasında bile olabilir ve birçok insan çevrimiçi ortamlarda trollük yapmak veya kasıtlı olarak sinir bozucu olmayı eğlenceli bulmaktadır (19). Bir çalışma da depresyon ve Facebook kullanımı arasında bir ilişki bulunmuştur (24). Buna ek olarak kişinin kendi konumunu Facebook ve diğer sosyal medya platformlarında görülenlerle karşılaştırması, kendisini daha kötü hissetmesine neden olabilir. Sosyal medya kullanımının artmasının depresyonun belirti ve bulgusu olabileceğine ilişkin başka bir çalışma da benzer bir sonuca varmıştır (25). Bununla birlikte, çalışmalarda rapor edilen korelasyon nedensellik anlamına gelmemektedir. Yani hangi durumun diğerine neden olduğu net olarak yorumlanamamaktadır.

2.4. Üniversite Öğrencileri ve Sosyal Medya

2.4.1. Sosyal Medyanın Olumlu Etkileri

Günümüz toplumunda akıllı telefonların artan popülaritesi ile birlikte, yüksek öğretimde öğrenmede sosyal medya kullanımı hızla artmıştır. Hem öğrenciler hem de öğretmenler, eğitim ortamında öğrenmeyi, etkileşimi ve katılımı geliştirmek için çeşitli yazılım araçlarını ve sosyal ağ uygulamalarını kullanabilir. Sosyal medya ayrıca esnek çalışma saatleri sağlar. Öğretme ve öğrenmeyi desteklemek için faydalı araçlardan oluşan bir seçim olarak kullanılabilir; böylece öğrenciler sosyal medyayı kendi bireysel öğrenme stillerine uyacak ve akademik sonuçlarını geliştirecek şekilde kullanabilirler (26).

Özellikle sosyal medya uygulamaları ve sosyal ağlar, öğrencileri ekip çalışmasında, ödevlerde ve projelerde birbirleriyle bağlantı kurmaya teşvik etmektedir. Projelerde iş birliği yoluyla, öğrenciler kolayca birbirleriyle iletişim kurabilir ve bilgi paylaşabilir, bu nedenle sosyal medya oldukça fazla düzeyde zaman ve çaba tasarrufu sağlar ve görevleri yaparken kişilerin özgüvenlerini artırır. Ek olarak, sosyal medya, öğrenmeyi geliştirmek için öğrenciler ve öğretim görevlileri arasındaki iş birliğini de artırmaktadır. Özellikle e-öğrenmede, sosyal medya çalışma alanları açısından birçok olanak sağlar. Örneğin YouTube, birçok alandan çeşitli videolar içeren ücretsiz bir çevrimiçi öğrenme deposu olarak değerlendirilebilir. Öğretim görevlileri, kaydedilen videolara kolayca erişebilir ve öğrencilerin konuları derinlemesine incelemelerine yardımcı olmak için öğrencilerle paylaşabilir. Bugün, öğrencilerin ihtiyaç duyduğu neredeyse tüm bilgiler YouTube'da bulunabilir. Ayrıntılı olarak YouTube, programlama, diller, teknoloji, tıp gibi eğitim alanlarıyla ilgili birçok kanal içerir (16).

Ayrıca YouTube, e-öğrenmeye canlı yayın işlevi de sunar, böylece dersler sırasında öğretmenler doğrudan öğrencilerle bağlantı kurabilir ve onlardan gerçek zamanlı geri bildirim alabilir. Ayrıca, öğrenciler yeni teknolojilerle çalışırken, videolar aracılığıyla bilgisayarları ve farklı elektronik cihazları tanıyabilirler. Bir diğer sosyal medya platformu ise Facebook'tur. Öğrenciler, soru sorabilecekleri, konuşabilecekleri, özgürce tartışabilecekleri ve öz güvenlerini geliştirmek, fikirlerini, materyallerini ve bilgilerini paylaşabilecekleri grup içinde çalışma pratiği yapabilecekleri rahat bir

çalışma ortamı oluşturmak için Facebook'u kullanabilirler. Bu modern Dünya'da, öğrenciler yaklaşan yeni etkinlikler, çalışma seminerleri, kariyer oryantasyonu ve akademik kurslarla ilgili tüm bilgileri Facebook aracılığıyla alırlar. Facebook, çalışma etkinlikleri için birçok fırsat sunar. Örneğin, öğretmenler vermekte oldukları dersleri yürütmek için Facebook'ta yeni bir sayfa oluşturabilirler. Öğrenciler için materyaller, ödevler yükleyebilir, bağlantılar ve bilgiler paylaşabilir ve öğrencilerin o sayfaya erişmesine izin verebilirler. Aynı şekilde Facebook'ta bulunan çeşitli gruplar aynı tipte bireylere ulaşmak için araştırma yapanların da hedeflerinden biridir. Facebook grupları üzerinden yapılan akademik çalışmalar güncelliğini korumaya devam etmektedir (16).

Özellikle günümüzde COVID-19 gibi pandemiler ya da deprem sel gibi felaketlerden etkilenen durumlarda, geleneksel yüz yüze öğretim yöntemi güçleşmekte ve uzaktan e-öğrenme yöntemleri Dünyada ve Türkiye'de yaygın olarak uygulanmaktadır. Sosyal medya desteği ile öğrenciler ders içeriklerine her yerden ve her zaman ulaşarak ders çalışma sürecinde aktif olarak çalışabilmektedirler. Ayrıca sosyal medya kullanımına aşina olmak, öğrencilerin farklı web sitelerine ve teknolojilere kolayca erişmeleri ve bunlara ilişkin bilgilerinin de gelişmesi anlamına gelmektedir. Ayrıca değişen trendler veya bilimsel teknolojideki ilerleme gibi konularda güncel bilgiler toplayabilirler (27). Günümüzde yaşanan bu olağanüstü durumlar çoklu konferans görüşmelerinin yapılabildiği birçok güncel uygulamayı ortaya çıkarmıştır. Zoom, Google Meet, Microsoft Teams ve Türkiye'de hemen bütün okullarda kullanılan Eğitim Bilişim Ağı (EBA) bu tip uygulamalara örnek olarak verilebilir. Öğretmenler bu uygulamalar aracılığıyla öğrencilerle interaktif olarak derslerini sürdürebilmektedir.

Jain, Verma, Verma ve Tiwari (2012) yaptıkları çalışmada, yüksek öğretimde sosyal medyanın öğrencilerin iş birliği yapmasına ve ilişkilerini geliştirmesine yardımcı olduğu gibi çalışma motivasyonunu artırdığını ve kalıcılığına katkıda bulunduğunu iddia etmektedir. Özellikle bir araştırmaya göre, öğrenciler sosyal medyayı diğer sınıf arkadaşları ve öğretmenlerle sohbet etmek için kullandıklarında ve öğrenmede araştırma kaynaklarına eriştiklerinde yeni bilgiler edinmekte ve sosyal medya kullanmayanlara göre büyük avantajlar elde etmektedir (28).

Ayrıca Yunus ve Salehi (2012) sosyal medyayı kullanarak öğrencilerin yeni ifade biçimleriyle kelime dağarcığını artırdığını, yazma becerilerini, okuma becerilerini geliştirdiğini ve yazım hatalarını azalttığını belirtmişlerdir (29). Pek çok eğitimci,

yazma becerisinin ve yaratıcılığın nasıl geliştirileceğini öğretmek için blogları yararlı bir araç olarak kullanmaktadır (30). Ayrıca Apeanti ve Danso (2014) tarafından yapılan bir araştırmaya göre öğrenciler, öğretmenlerinin dersleri daha ilgi çekici hale getirmek için öğretimde sosyal medyayı kullanması gerektiğini düşünmektedirler. Yazarlar ayrıca öğrencilerin, sosyal medya aracılığıyla öğretmenlerle özgürce bağlantı kurabilirlerse notlarının yükselebileceğini düşündüklerini belirtmiştir. Sosyal medyayı doğrudan iletişim aracı olarak kullanarak soru sormaları ve şüphelerini netleştirmeleri daha kolay olmaktadır. Öğretmenler, önerildiği gibi sosyal medya platformları üzerinden ek ders saatleri sağlayabilirler ya da mevcut derslerini sosyal medya ile pekiştirme amacıyla öğrencileriyle paylaşabilirler. Ayrıca öğrenciler, sosyal medya aracılığıyla okudukları fakülteye bağlı bölümlerde farklı eğitim grupları ile bağlantı kurabilmektedirler. Özellikle öğrenciler, mezunlar ve diğer öğrenciler tarafından paylaşılan birçok temel ve özgün bilgiye erişme fırsatına sahip olurlar, eski çalışma notlarına ve eski sınavlarda çıkan sorulara ulaşabilirler (31). Deng ve Tavares (2013), sosyal medyadaki grup tartışmalarına katılmanın, eleştirel düşünme ve kendini yansıtma becerisi üzerinde olumlu bir etkiye sahip olabileceğini iddia etmiştir (32).

Sonuç olarak, öğretme ve öğrenmede sosyal medyayı yaygın olarak kullanmak, öğrencilerin akademik performansı üzerinde hayati avantajlar sağlayabilir. Bununla birlikte, öğrencilerin uygunsuz bir şekilde sosyal medya platformlarını kullanması durumunda akademik çalışmalarını üzerinde olumsuz etkilere neden olabilir (16).

2.4.2. Sosyal Medyanın Olumsuz Etkileri

Cep telefonlarının artan yaygınlığıyla birlikte, sosyal medya uygulamaları ve sosyal ağ siteleri son birkaç on yılda her yerde bulunur hale geldi. Sosyal medyanın öğrencilere yadsınamaz faydaları olmasına rağmen, birçok araştırma, sosyal medyanın öğrencilerin üretkenliği üzerinde olumsuz etkiye neden olan sebeplerden biri olarak görüldüğünü ortaya koymuştur. Öğrenciler sosyal medya ile meşgul olduklarında sosyal medya sitelerinde ya da uygulamalarında çok fazla vakit geçirmekte ve bu nedenle okul ödevlerine yeterli zaman bulamamaktadırlar. Örneğin, öğrenciler durumlarını güncellemek, çevrimiçi insanları takip etmek, arkadaşlarla sohbet etmek ve benzerli faaliyetler için zaman harcamaktadır (16). Bu nedenle, bu platformlarda zaman

kaybetmek öğrencilerin işleri ertelemesine, öğrenme sürecine odaklanmalarının azalmasına ve ödevlerini ve projelerini son teslim tarihinden önce bitirememesine neden olur. Ayrıca derslerde cep telefonlarını sosyal medya hesaplarını güncellemek, bildirimleri kontrol etmek veya sosyal medyada gereksiz haberleri okumak için kullanmak da öğrencilerin derslerini yarıda kesmelerine ve dikkatlerinin dağılmasına neden olmaktadır. Sonuç olarak, öğrenciler ders içerikleri sırasında dikkatlerini toplayamamakta ve sınıfta öğretilen önemli bilgileri kaçırmaktadırlar. Bu durum öğrencilerin çalışmalarını olumsuz yönde etkileyerek not ortalamalarının düşmesine neden olur (33).

Öğrencilerin sosyal medyada çok zaman geçirmesi, aynı zamanda diğer insanlarla gerçek Dünyada doğrudan iletişim kurmak için daha az zaman harcadıkları anlamına gelir. Öğrenciler çevrimiçi etkileşimlere, sohbet yoluyla iletişime, yorumlara veya emoji göndermeye bağımlı hale gelmektedirler. Bu, öğrencilerin sosyal becerilerini etkileyebilir. Sonuç olarak, öğrencilerin fikirlerini, düşüncelerini ifade etmeleri veya başkalarıyla yüz yüze etkileşimde bulunmaları güçleşir. Ayrıca ekip içinde çalışırken görüşlerini diğer üyelerle paylaşma konusunda daha da özgüvensiz hale gelirler ve iletişim becerileri de zayıflar. Bu nedenle, öğrenciler düşük akademik sonuçlarla karşılaşabilir (34).

Ayrıca sosyal ağların aşırı kullanımı öğrencilerin sosyal ağlara bağımlı hale gelmesine neden olabilir. 2014 yılında Wallace, takıntılı sosyal medya kullanımı ile sosyal medya bağımlılığı arasında sıkı bir ilişki olduğuna dikkat çekmiştir. Özellikle, değişken ruh halleri, gerçek hayattaki sorunlardan kaçınmaya çalışma, bağımlılık yaratan eylemleri gizleme, düşük benlik saygısı, kaygı ve stres duyguları gibi davranış kalıpları, sosyal ağ bağımlılığının belirtileridir (35). Bununla ilgili olarak Al-Yafi, El-Masri ve Tsai (2018) tarafından yapılan bir anket çalışmasında sosyal medya bağımlısı olan öğrencilerin diğer öğrencilere göre daha düşük not ortalamaları olduğu gösterilmiştir (36).

Ayrıca, aşırı sosyal medya kullanımı stres, depresyon, izolasyon ve daha pek çok psikolojik soruna da neden olabilir. Örneğin, Instagram ve Facebook platformlarında, kullanıcılar diğer kişilerin başarılarını, lüks seyahat turlarını ve pahalı eşyaları olan zengin yabancıların hayatlarını görerek kıskançlık duygusuna kapılabilir ve kendilerini depresif hissedebilirler. Bunun nedeni, hayatlarının sosyal medyada gördükleri kadar

mükemmel olmamasıdır. Hindistan'da 2018 yılında yapılan bir çalışma sosyal medyanın bu şekilde kullanılmasının öğrencilerin ruh sağlığı sorunları nedeniyle akademik sonuçlarını olumsuz etkilediğini göstermektedir (37).

Sosyal medya platformlarında kullanılan dilin öğrencilerin yazma becerilerini nasıl etkileyebileceği konusunda endişeler bulunmaktadır. Sosyal medyada kullanılan bu dil genellikle kendi argo sözcüklerine ve kısaltmalarına sahip olmasıyla resmi dilden farklıdır. Hem öğrenciler hem de öğretmenlerle yapılan bir araştırmaya göre, görüşülen öğrencilerin %89'u resmi yazı ödevlerini yaparken sosyal medya sitelerinde kullandıkları dilin kendilerini etkilemediğini söylemişlerdir. Ancak görüşülen öğretmenlerin %73'ü sosyal medya kullanımının öğrencilerin kullandığı dili etkilediğini söylemiş ve öğretmenlerin %92'si yazma kalitesinin düştüğü ifadesine katılmıştır (38).

Sosyal medyayı kullanırken yaşanan diğer bir sorun da siber zorbalıktır. Siber zorbalık, dijital cihazların ve platformların kullanımı yoluyla meydana gelen zorbalıktır. Siber zorbalığın meydana geldiği yaygın platformlar arasında Twitter, Facebook ve Instagram gibi sosyal ağ siteleri, WhatsApp, Tinder gibi iletişim uygulamaları, bloglar, forumlar, çevrimiçi topluluklar ve diğer web siteleri yer alır. Siber zorbalığın geleneksel zorbalığa benzer etkileri vardır; kurbanları utanç verici, stresli, depresif, korkmuş, öfkeli ve hatta intiharı düşündürecek bir durumla karşı karşıya bırakabilir. Siber zorbalık, olumsuz mesajlar paylaşmak, yalanlar, tehditler göndermek, özel fotoğraflar, kişisel mesajlar göndermek veya çevrimiçi sosyal etkinliklerden soyutlanmak gibi birçok yolla yapılabilir. Öğrenciler ve çocuklar, sosyal medyadaki siber zorbalığa karşı en savunmasız gruplardan biridir. Siber zorbalıktan hem duygusal hem de fiziksel olarak zarar görebilirler. Siber zorbalık ayrıca kaygı, depresyon, izolasyon ve düşük benlik saygısı gibi diğer mental sorunlara da neden olabilir (39). Faryadi'ye (2011) göre siber zorbalığa uğrayan öğrenciler derslerine odaklanamamakta ve fikirlerini ifade etmeleri engellenmektedir. Bu nedenle, siber zorbalık akademik potansiyeli önemli ölçüde azalmaktadır (40). Akçıl, 2018'de uluslararası öğrencilerin %20,7'sinin ayda en az bir kez siber zorbalığa maruz kaldığını da bildirmiştir. Bu oran göz önüne alındığında siber zorbalığın önemli bir halk sağlığı sorunu olduğu görünmektedir (41).

Sosyal medya birçok öğrencinin okulda yüz yüze karşılaştığı benzer sorunlara sahiptir, ancak belki de hiçbir şey zorbalıktan daha ciddi değildir. Zorbalığın bir sınırı yoktur ve daha önce belirtildiği gibi çevrimiçi platformlarda kolaylıkla karşılaşılabılır.

10.000 gençle yapılan bir anketin verilerine göre siber zorbalıktan kaynaklanabilecek çok sayıda sorun vardır. Sonuçlar, katılımcıların üçte birinden fazlasının siber zorbalığa uğradıktan sonra sosyal kaygı ve depresyon gibi psikolojik sorunlar geliştirdiğini göstermektedir. Ankete katılanların dörtte biri kendilerine fiziksel olarak zarar vermeyi denediklerini belirtmiş ve onda biri siber zorbalık nedeniyle alkol veya uyuşturucu kullanmaya başladıklarını söylemiştir. Sosyal medya tipine göre siber zorbalığın en sık karşılaştığı yerler Instagram (%42), Facebook (%37), SnapChat (%31), WhatsApp (%12), YouTube (%10) ve Twitter (%9) olarak bildirilmiştir. Bununla birlikte sosyal medya türlerinin hemen tamamında siber zorbalıkla karşılaşılacağı akılda bulundurulmalıdır (42).

2.5. Sosyal Medyanın Uyku Üzerindeki Etkileri

Sosyal medya sahip olduğu çeşitli özelliklerle hem uyku kalitesini bozmakta hem de süresini azaltmaktadır. Sosyal medya kullanımının aşağıdaki yollarla uykuyu bozduğu düşünülmektedir (43):

2.5.1. Diğer Etkinliklerin Yerini Alması

Ekran başında geçirilen süre, sağlıklı uyku için doğrudan faydalı olan fiziksel aktiviteleri gerçekleştirmek için harcanan sürenin yerini alabilir. Kişiler azalan fiziksel aktivite nedeniyle uyku problemi yaşayabilir (44).

2.5.2. Kullanım Zamanı

Akşamları ve geceleri kendinden aydınlatmalı cihazlardan mavi ve yoğun ışığa maruz kalmak melatoninin üretilmesini engelleyebilir, salınım ve depolama zamanlamasını değiştirebilir ve böylece sirkadiyen ritmi bozabilir. Ayrıca, yatağa girdikten sonra uzun süreli mesajlaşma, üniversiteli öğrencilerin uyku döngülerini kısaltabilir, bu da gündüz uyku haline ve ortalamanın altında akademik performansa neden olur (44).

2.5.3. Medyanın Tüketildiği Cihaz Türü

Küçük dokunmatik ekranlar, TV gibi genellikle gece kapatılan cihazların aksine uyku süresi boyunca sesli bildirimler göndererek sağlıklı uykuyu engelleyebilir. Ayrıca, gençlerin %18'inin gece boyunca en az birkaç kez cep telefonu sesiyle uyandırıldığı tahmin edilmektedir (44).

2.5.4. Sosyal Medyaya Katılımın İçeriği

İnterneti daha sık kullanan gençler, daha az uyku süresine, daha geç yatma ve uyanma saatlerine ve daha fazla gündüz yorgunluğuna sahiptir (45). Geceleri sosyal medya sitelerine erişenlerin, özellikle de duygusal paylaşım katılımları varsa, kalitesiz uyuma olasılığı da daha yüksektir. Ek olarak, parlak bir cep telefonu ekranına bakarken heyecan verici bir işle meşgul olmak, psikofizyolojik uyarılmayı artırarak uyku düzenini bozabilir (44). Sosyal medyaya ayrılan süre kişinin ne kadar süre ve ne kalitede uyuduğunu etkileyerek akademik başarıyı da olumsuz etkiler (46). Espinoza ve Juvonen (2011), 268 katılımcı ile sosyal medya hakkında bir anket yapmış ve kişilerin %37'sinin sosyal paylaşım sitelerinin kullanımını nedeniyle uyku sorunları yaşadıklarını rapor etmiştir (47). Adolesanlar ve genç erişkinler, internet sürelerinin %54'ünde sosyal medyayı kullanmaktadır. Bilindiği üzere sosyal medya, geleneksel internet kullanımının aksine günün her saatinde aktif olarak gelen uyarıları takip etmeyi içermektedir. Sosyal medyanın bu kendine özgü özellikleri uyku kalitesinin en önemli belirleyicileri arasındadır (48).

Her şeyden önce, gençlerin %86'sı yatak odalarında telefonları yanlarında, sıklıkla ellerinde veya yastıklarının altında uyudukları için, gece bildirimleri uykuyu bölebilmektedir. Ayrıca sosyal medya kullanıcıları gelen özel mesajlarla uyandıklarını ve muhtemelen sosyal medyanın neden olduğu derin uyku sorunlarıyla karşılaştıklarını bildirmektedirler (49).

Günceli kaçırma korkusu (Fear of Missing Out; FOMO), anlık bildirimlerin açık olmasıyla daha da şiddetlenmektedir ve bu durum kişilerin üzerinde devamlı çevrimiçi olmaları için baskı oluşturmaktadır. Bu kişiler, bir mesaja, iletiye, fotoğrafa hemen yanıt veremediklerinde ya da yorum yapamadıklarında kendilerini baskı altında, bunalmış ve suçlu hissettiklerinden ve mesajlaşmaya erişimleri kısıtlandığında büyük

bir endişeyle karşılaştıklarından bahsetmektedir. Bu nedenle, bu bireyler yeni metinleri, haberleri ya da fotoğrafları kaçırmadan endişe duymakta ve yatmadan önce gevşemekte güçlük çekmektedir. Sosyal medya kullanımının kendine has bu özellikleri, sosyal medya ile kötü uyku kalitesi arasında bir bağlantı olduğu hipotezini çok kez gündeme getirmiştir (46).

Gece boyunca sosyal medyada bilgilere maruz kalan kişiler, geceleyin sosyal medya ve ekranla ilgilenmeyen kişilere göre önemli ölçüde daha az uyku süresine sahiptir (50,51). Uyarıcı içerik ve ekranlar aracılığıyla üretilen mavi ışığın doğal olarak üretilen melatonini inhibe etmesi, yukarıdaki bağlantının altında yatan temel mekanizma olarak ileri sürülmüştür. Ayrıca, sürekli çevrimiçi kalınması uyku alışkanlıklarını bozmaktadır ve bu da ruh halini etkiler (44). Son olarak, çevrimiçi olarak daha fazla zaman geçirme eğiliminde olanlar, birden fazla işi aynı anda yapma, artan stres seviyeleri ve bu nedenle daha yüksek zihinsel iş yüküne sahiptir. Bu durumlar da nispeten daha düşük kaliteli ve nicelikli uykuya sahip olmalarına neden olmaktadır (46).

2.5.5. Cihazın Konumu

Kişilerin medyaya kolaylıkla ulaştığı cihazlarının yakınlarında olması, özellikle cihazlar yatak odasında tutulduğunda, daha erken yatağa girme saatleri ve daha kısa uyku süresi ile, nispeten uykuya dalma direncinin artması ve daha fazla sayıda uyku bölünmesi ile bağlantılıdır (52).

2.5.6. Işık ve Epifiz Bezi

Gece boyunca uyku oluşumu ve epifiz bezinde melatonin üretimi eş zamanlı olmaktadır, bu da bu iki süreç arasında önemli bir bağlantı olduğunu göstermektedir (44). Gece melatonin üretimi için uykunun kendisi gerekli olmasa da, gece saatlerinin tamamen karanlık olmasının önemli olduğu tartışmasız bir konudur. Tek başına geceleri uyku kaybının melatonin gece, sirkadiyen olarak salgılanmasını ve üretimini durdurmadığı bilinmektedir (53). Geceleri uyku kaybının nedeni ne olursa olsun, gece, sirkadiyen melatonin sinyali, kişi tamamen karanlığa maruz kaldığı sürece etkilenmemektedir. "Biyolojik gece" terimi, melatoninin sentezlendiği ve kan

dolaşımına salındığı zamanı ifade eder (54). Böylece, melatonin dalgalanmasının başlaması, buna eşlik eden uyku eğilimi artışı ve vücut sıcaklığındaki düşüş, bu biyolojik gecenin başlangıcına işaret eder; biyolojik gecenin ve uykunun sonunda ise bunun tam tersi gerçekleşir (54). Melatonin üreten epifiz bezi ayrıca elektromanyetik radyasyonu gün ışığı olarak yorumlayabilir. Sonuç olarak, dijital cihazlardan yayılan elektromanyetik radyasyon da uykuyu bozan bir durum olan melatonin üretiminin engellenmesine neden olabilir (44).

2.6. Sosyal Medya ve Kardiyovasküler sistem

Sosyal medya başında geçirilen hareketsiz yaşamın üç ana kardiyovasküler morbidite risk faktörü olan obezite, yüksek yoğunluklu lipoprotein (HDL) disfonksiyonu ve hipertansiyon olasılığını artırdığı bilinmektedir. Bu durumlar ayrıca dolaylı olarak sağlıklı uyku düzeni ile de ilişkilendirilmektedir (44).

2.6.1. Obezite ve Sosyal Medya

Uyku süresinin azalması, fiziksel hareketsizlik ve çeşitli sosyal medya alanlarında aşırı düzeyde reklamlara maruz kalma, kişilerin beslenme alışkanlıkları üzerinde zararlı bir etkiye sahiptir. Ayrıca ekran süresinin artması ve obezite arasında da benzer bir korelasyon bulunmaktadır (55). Dijital medyalar göz önüne alındığında, yatmadan önce televizyon izlemek ya da herhangi bir ekran başında zaman geçirmek, çocukluk ve ergenlik döneminde obezite gelişimi ile yakından bağlantılıdır ve bu da kardiyometabolik riskin artmasıyla sonuçlanabilir (56).

Obezite ve sosyal medya arasındaki ilişkiyi açıklayan bazı olası mekanizmalar bulunmaktadır (6,7). Bunlar, fiziksel aktivitenin yerine sosyal medyada zaman geçirme, sosyal medyada gezinirken kontrolsüz yemek yeme ile alınan enerjinin artması, reklamların etkisiyle yeme isteğinin oluşması ve yetersiz ve dengesiz uyku başlıklarından oluşmaktadır (9).

Sosyal medyada geçirilen süresinin fiziksel olarak daha aktif olunan sürenin yerini aldığı sıklıkla öne sürülse de, yapılan epidemiyolojik çalışmalar ekran süresi ile daha az fiziksel aktivite arasında kesitsel bir ilişki bulmuş, boylamsal (longitudinal) olarak bu ilişkinin neden-sonucu konusunda net sonuçlar gösterilmemiştir. Bunun

nedeni, hem sosyal medyaya maruz kalmanın hem de fiziksel aktivitenin geçerliliği ve güvenilirliği yapılmış standart bir yöntem ile değerlendirilememesi olabilir. Ekran başında geçirilen süreyi azaltmaya yönelik müdahale çalışmaları, genellikle fiziksel aktivitede ölçülebilir ılımlı artışlar rapor etmiştir Bu sonuçlar, fiziksel aktivitenin sosyal medyada geçirilen süre ile yer değiştirmesinin bu ilişkinin açıklanmasında sınırlı bir yere sahip olduğunu düşündürmektedir (8).

Buna karşılık, ekran süresi ile obezite ilişkisinde sosyal medyanın enerji alımı üzerindeki etkileri daha fazla önem atfedilen bir mekanizmadır. Epidemiyolojik araştırmalar, ekran karşısında daha fazla süre geçiren kişilerin aynı zamanda daha az meyve ve sebze tükettiğini ve daha fazla enerji yoğun atıştırmalıklar, enerji yoğun içecekler ve fast food tükettiklerini, enerjilerinin daha yüksek bir yüzdesini yağlardan aldıklarını ve toplam enerji alımlarının daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur (10,11). Laboratuvar çalışmaları, sosyal medyaya maruz kalmanın, acıkma hissini artırmadan veya günün geri kalanında daha düşük enerji alımıyla telafi etme gereksinimi olmadan artan yüksek enerjili gıda tüketimine yol açabileceğini göstermiştir (57). Ekran süresini azaltma müdahaleleri de kontrollere kıyasla diyetle gıda alımında azalma ile ilişkili bulunmuştur. (58,59) .

Sosyal medyada zaman geçirirken eş zamanlı yemek yeme, sosyal medyanın enerji alımını artırmasının önemli bir yoludur. Araştırmalar, özellikle çocuk ve adolesanların aldıkları günlük kalorilerin ve öğünlerin büyük bir bölümünü ekran karşısında birşeyler izlerken tükettiklerini ortaya koymuştur. Yapılan bir çalışmada, günlük enerji alımının üçte biri ve öğünlerin yarısının ekran karşısında tüketildiği gösterilmiştir (60). Bu etkinin bir kısmı, sosyal medya başında geçirilen sürenin fazla olması, içerikleri takip ederken tüketilen yüksek enerjili yiyecek ve içecek türleri, yemek yemeyi tetikleyen veya yönlendiren medya ve reklamlar, yeme süresini uzatan oyalayıcı multimedya veya dikkati tokluk veya tokluk hislerinden uzaklaştıran veya tokluk hissini maskeleyen medya kaynaklıdır (61).

Gıda reklamcılığı, sosyal medyaya maruz kalma ile aşırı enerji tüketimi arasındaki bağlantının bir diğer açıklamasıdır. Yiyecek ve içecek şirketleri bu nedenle reklam bütçelerinin büyük çoğunluğunu sosyal medya influencerlarına ayırmaktadır (9). Bu yeni pazar ile hedefe yönelik kişiler daha net olarak belirlenmekte ve televizyon reklamlarına kıyasla çok daha fazla müşteriye ulaşılabilir. Ayrıca gençler ve

genç erişkinlerin medya üreten bu kişileri takip etmesi ve örnek alması bu gıda reklamlarının hedefine ulaşmasında önemli bir etkidir (9). Araştırmalar, sosyal medyada yer alan gıda reklamlarının kişilerin yiyecek tercihlerini ve yiyecek alımını önemli ölçüde etkilediğini göstermektedir (62,63).

Yetersiz ve dengesiz uyku, sosyal medyaya maruz kalma, aşırı enerji tüketimi ve obeziteyi birbirine bağlayan önemli bir mekanizmadır. Ekran başında geçirilen süre ve uykuya ilgili yayınların incelendiği bir sistematik derleme, çalışmaların %90'undan fazlasının ekran süresi ile olumsuz uyku arasında pozitif ilişki gösterdiğini ortaya koymuştur; bu, genellikle daha geç yatma saatleri ve daha az toplam uyku süresi ile ilişkilendirilmiştir (64). Uyku yoksunluğu, artan obezite sıklığı ve kilo artışı ile ilişkilendirilmiştir. Bu ilişki açısından olası 3 mekanizma öne sürülmüştür (9):

- (i) Uyku yoksunluğu, iştahı düzenleyen hormonlar olan ghrelin ve leptinde açlık hissini artıracak ve tokluğu azaltacak değişikliklere neden olur,
- (ii) Kısa uyku süresi, besin tercihini etkileyerek, kişileri besin değeri düşük ve daha fazla kalori içeren gıda/içecekleri tüketmelerini tetikleyebilir,
- (iii) Daha kısa uyku süresi, gece de dahil olmak üzere normal yemek zamanlarının dışında daha fazla atıştırmaya ve yemek yemeye yol açabilir.

2.6.2. Hipertansiyon

Gelecekteki kardiyovasküler problemlerin ve hipertansiyonun potansiyel bir belirteci, retinal arteriyolar daralmasıdır. Yapılan çalışmalarda, ev dışında daha fazla zaman geçiren çocukların, dışarıda daha az zaman geçirenlere göre daha büyük retinal arteriyollere sahip olma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Bu durum evde daha fazla zaman geçiren çocukların herhangi bir medya aracına daha fazla maruz kalması ile ilişkilendirilmektedir. Sonuç olarak daha fazla sosyal medyaya maruz kalma ile gelecekte hipertansiyon yaşama arasında bir ilişki olabileceği düşünülmektedir (65).

2.6.3. Hiperkolesterolemi

Ekran karşısında uzun süre hareketsiz kalmak, obez gençlerde HDL kolesterolündeki düşüşle ilişkili en önemli hareketsiz aktivite şeklidir (66,67). Üç saatten fazla ekran kullanımı, HDL kolesterolünde önemli bir azalma ile bağlantılıdır. Bu ilişkiyi açıklayan mekanizmalar, reklamı yoğun olarak yapılan yüksek kalorili gazlı içecek ve gıda tüketiminin artması, ekran başında geçirilen süre boyunca gazlı içecek ve gıda alım kontrolünün azalması, hareketsizliğin artması ve fiziksel aktivite kaybına odaklanmaktadır. Ekran süresinin zihinsel ödül sistemi aracılığıyla tokluk sinyallerinde bozulmaya yol açtığı ve dolayısıyla gıda alımını doğrudan etkilediği gösterilmiştir (44).



3. GEREÇ VE YÖNTEM

3.1. Araştırma Tipi, Yeri, Zamanı

Kesitsel tipte olan bu araştırma Şubat-Mart 2023 tarihleri arasında Hitit Üniversitesi Tıp Fakültesi'nde gerçekleştirilmiştir.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Çalışmanın örneklemini Hitit Üniversitesi Tıp Fakültesi klinik öğrencilerinden (4. 5. ve 6. sınıf) dahil edilme kriterlerini karşılayan öğrenciler oluşturmaktadır. Çalışmanın dahil edilme ve dışlama kriterleri şu şekildedir:

Dahil Edilme Kriterleri:

- Hitit Üniversitesi Tıp Fakültesi klinik (4. 5. ve 6. sınıf) öğrencisi olmak

Dışlama Kriterleri:

- Obeziteye neden olabilecek kronik hastalık varlığı
 - genetik hastalık (Prader-Willi, Bardet-Biedl, WAGR sendromu vb.)
 - endokrin hastalık (Cushing sendromu, büyüme hormonu eksikliği, psödohipoparatiroidizm vb.)
- Obeziteye neden olabilecek ilaç kullanımı
 - antipsikotikler (olanzapin, klozapin, ketiapin, risperidon vb.)
 - duygudurum düzenleyiciler (lityum, valproik asit, glukokortikoidler vb.)

3.3. Verilerin Toplanması

Örneklekimizi oluşturan Hitit Üniversitesi Tıp Fakültesi klinik öğrencilerinin (4. 5. ve 6. Sınıflar) ders saatleri ve yerleri öğrenildi. Ders saatlerinden 15 dakika önce sınıflarına gidilerek öğrenciler çalışmanın amacına yönelik bilgilendirildi. Sözel ve yazılı onam alındıktan sonra doldurulmak üzere yaklaşık 5 dakika süren soru

formlarının olduğu kitapçık teslim edildi. Çalışmada soru formları olarak; literatür taramaları ile tarafımızca oluşturulmuş “Sosyo-demografik Veri Formu” (ek-1) ve “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ) (ek-2)” kullanıldı. Gözetim altında anketlerin doldurulması için uygun ortam ve süre sağlanarak, doldurulan anket formunun teslim alınması ile verilerin toplanması tamamlanmıştır.

Veri toplama formu temel olarak iki bölümden oluşmaktadır.

Kişilere ait özelliklerin sorgulandığı kısım 21 sorudan oluşmaktaydı

- Sosyodemografik özellikler (yaş, cinsiyet, medeni durum, sınıfı, yaşadığı yer),
- Boy uzunluğu, vücut ağırlığı ve BKİ,
- Kronik hastalık ve sürekli kullanılan ilaçlar,
- Bazı sağlıklı yaşam biçimi davranışları (sigara ve alkol içme davranışları ve sıklığı, fiziksel aktivite sıklığı, gece uyku süresi, fast-food tüketim sıklığı),
- Kültürel faaliyete (sinema, tiyatro, opera, konser, sergi, müze vb.) katılma sıklığı,
- Sosyal medya kullanım özellikleri (kullanma durumu, kullandığı sosyal medyalar, kullanım amacı ve günlük sosyal medyada geçirdiği süre)

3.3.1. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (SMBÖ)

Öğrencilerin sosyal medya bağımlılıklarını belirlemek amacıyla 2015 yılında Tutgun Ünal ve Deniz tarafından geliştirilen SMBÖ kullanılmıştır. SMBÖ 41 maddeden oluşan 5’li likert tipindeki bir ölçek olup “Meşguliyet”, “Duygu durum düzenleme”, “Tekrarlama”, “Çatışma” olarak adlandırılan dört alt boyuta sahiptir (68):

Ölçeğin iç tutarlılık katsayısı olan cronbach alpha değeri .967 olarak belirtilmiştir. SMBÖ’den alınabilecek en yüksek puan 205, en düşük puan ise 41’dir. Alt ölçekler ise kendi içlerinde ayrıca değerlendirilebilmektedir. Buna göre, ölçme aracında yer alan 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11 ve 12 numaralı maddeler “Meşguliyet” (Occupation) boyutu ile ilgili olup sosyal medyanın kişiyi bilişsel olarak meşgul etme etkisini ölçmektedir. Ölçme aracında yer alan 13, 14, 15, 16 ve 17 numaralı maddeler “Duygu Durum Düzenleme” (Mood Modification) boyutu ile ilgili olup sosyal

medyanın duygusal olarak etkisini ölçmektedir. Ölçme aracında yer alan 18, 19, 20, 21 ve 22 numaralı maddeler “Tekrarlama” (Relapse) boyutu ile ilgili olup kişinin sosyal medya kullanımını kontrol altına almak isteyip alamamasını, aynı ölçüde kullanmaya devam etmesini ölçmektedir. Ölçme aracında yer alan 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41 numaralı maddeler “Çatışma” (Conflict) boyutu ile ilgili olup sosyal medyanın kişinin hayatında problemlere yol açma etkisini ölçmektedir. Ölçek puanı; 41-73 arası: ‘Bağımlılık yok’, 74-106 arası: ‘Az bağımlı’, 107- 139 arası: ‘Orta bağımlı’, 140-172 arası: ‘Yüksek bağımlı’ ve 173-205 arası: ‘Çok yüksek bağımlı’ şeklinde derecelendirilmektedir (68).

3.4. Etik Kurul ve Kurum İzinleri

Çalışmanın yapılabilmesi için Hitit Üniversitesi Tıp Fakültesi Girişimsel Olmayan Etik Kurulu’ndan 28/12/2022 tarihi ve 2022-11 sayılı kararı ile yazılı izin alınmıştır.

Çalışmanın hastane bünyesinde gerçekleştirilebilmesi için Sağlık Bakanlığı Hitit Üniversitesi Çorum Erol Olçok Eğitim ve Araştırma Hastanesi Eğitim Ar-Ge EPK Birimi’nden 02/02/2023 tarihi ve 40600303/604.02 sayılı kararı ile yazılı izin alınmıştır.

Çalışmamızın örneklemini Hitit Üniversitesi Tıp Fakültesi klinik öğrencileri oluşturduğu için Hitit Üniversitesi Tıp Fakültesi Dekanlığı’ndan 27/02/2023 tarihi ve E-30134845-100-2300015897 sayılı kararı ile yazılı izin alınmıştır.

3.5. İstatistiksel Analiz

Analizler için SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) 26.0 paket programı kullanılmıştır. Sonuçlar sayı (%), ortalama \pm standart sapma (SS), median (minimum – maksimum) değerleri ile özetlenmiştir. Sürekli sayısal değişkenlerin normal dağılıma uygunluğu Shapiro Wilk testi kullanılarak kontrol edilmiş, sonuç olarak çalışmada non-parametrik testler kullanılmıştır. İkili gruplar arasında sayısal verilerin karşılaştırılmasında normal dağılım varsayımı sağlanmadığı için Mann Whitney U testi, ikiden fazla grup arasında karşılaştırmalarda ise Kruskal Wallis testi kullanılmıştır. Anlamlı grubun saptanmasında pairwise comparisons değerleri kontrol edilmiştir. SMBÖ puanında artışında etkili olan bağımsız faktörlerin belirlenmesi amacıyla, yapılan tek değişkenli analizlerde anlamlı çıkan ($p<0,05$) verilerin dahil

edildiği çok değişkenli lineer regresyon analizi (enter metodu) gerçekleştirilmiştir.
Bütün analizler için $p < 0.05$ anlamlı değer olarak kabul edilmiştir.



4. BULGULAR

4.1. Katılımcıların Tanımlayıcı Özellikleri

Çalışmamıza 4,5 ve 6.sınıflarda eğitim gören toplam 237 öğrencinin çalışmaya katılması planlandı. Ancak raporlu veya izinli olan ve çalışma tarihleri arasında eğitimine çeşitli sebeplerle ara veren öğrenciler çalışma kapsamında değerlendirilemedi. Ayrıca çalışmamız gönüllülük esasına dayalı olduğu için çalışmaya katılmak istemeyen öğrenciler de çalışmaya dahil edilemedi. Çalışmaya katılan 190 öğrencinin %63,7'si kadındı, %35,8'i 4. sınıf, %33,2'si 5.sınıf, %31,1'i 6. sınıfta öğrenim görüyordu, %98,4'ü bekar, %61,6'sı evde, %38,4'ü yurttan kalıyordu. Katılımcıların yaş ortalaması $23,57 \pm 1,33$ yıl, BKİ ortalaması $23,50 \pm 3,82$ kg/m² idi.

Tablo 1. Öğrencilerin sosyodemografik özelliklerinin dağılımı

Değişkenler	Sayı (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet		
Kadın	121	63,7
Erkek	69	36,3
Sınıf		
4	68	35,8
5	63	33,2
6	59	31,1
Medeni durum		
Bekar	187	98,4
Evli	2	1,1
Boşanmış	1	0,5
Yaşadığı yer		
Ev	117	61,6
Yurt	73	38,4

Tablo 2. Öğrencilerin yaş ve antropometrik sonuçlarının dağılımı

Değişkenler	Ort ± SS	Median (min - max)
Yaş (yıl)	23,57 ± 1,33	24 (19 -29)
Boy uzunluğu (cm)	169,58 ± 9,04	168 (150 -193)
Vücut ağırlığı (kg)	68,17 ± 15,39	65 (42 -124)
Beden kitle indeksi (kg/m ²)	23,50 ± 3,82	23,17 (16,90 -37,03)

Öğrencilerin %8,4'ünde en az bir kronik hastalık vardı, %8,4'ü sürekli ilaç kullandığını belirtti. Çalışmaya katılan öğrencilerden dışlama kriterlerine uyan herhangi bir kronik hastalığı ya da ilaç kullanım öyküsü olan öğrenci bulunmuyordu. Bu nedenle tüm katılımcılar çalışmamıza dahil edildi.

Kişilerin %53,2'sinin hiç sigara içmediği, %65,3'ünün ise alkol içmediği görüldü. Çalışmamızda katılımcıların sigara ve alkol alışkanlıkları, literatürde çok fazla araştırma konusu olan bir bağımlılığın başka bir bağımlılığı etkileyip etkilemediği konusuna dayanılarak sorgulanmıştır.

Tablo 3. Öğrencilerin kronik hastalık, sürekli kullanılan ilaç ve sigara/alkol içme sıklıklarının dağılımı

Değişkenler	Sayı (n)	Yüzde (%)
Kronik hastalık		
Yok	174	91,6
Var	16	8,4
Astım	6	3,2
Alerji	2	1,1
Hipotiroidi	4	2,2
Gastroözefageal reflü	1	0,5
Hipertansiyon	1	0,5
Keratokonus	1	0,5
Sürekli kullanılan ilaç		
Yok	174	91,6
Var	16	8,4
Levotiroksin	4	2,2
İzotretinoin	2	1,1
Levosetirizin+ Montelukast	2	1,1
Fluoksetin	2	1,1
Asetil salisilik asit	2	1,1
Essitalopram	1	0,5
Sertralin	1	0,5
Proton pompa inhibitörü	1	0,5
Kandesartan sileksetil	1	0,5
Sigara		
Hiç içmemiş	101	53,2
Ara-sıra içen	34	17,9
Her gün içen	41	21,6
Bırakmış	14	7,4
Alkol içme sıklığı		
İçmeyen	124	65,3
Her gün	1	0,5
Haftada birkaç gün	4	2,1
Haftada bir gün	8	4,2
Ayda bir gün	23	12,1
Yılda birkaç gün	30	15,8

Öğrencilerin %7,9'u her gün fiziksel aktivite yaptığını belirtti. En sık yapılan fiziksel aktiviteler %66,3 yürüme, %22,1 ağırlık kaldırma ve %10,5 bisiklet sürmekti. Kişilerin %89,5'i geceleri ortalama ≤ 8 saat uyduğunu, %12,6'sı haftanın her günü fast-food tükettiğini belirtti.

Öğrencilerin %64,2'si ayda en az bir gün kültürel faaliyette bulunduğunu belirtti. Kültürel faaliyet sıklığına veri formunda yer vermemizin nedeni öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyi ile kültürel faaliyetlere katılım sıklığı arasındaki ilişkiyi değerlendirmektir.

Tablo 4. Öğrencilerin fiziksel aktivite, kültürel faaliyet, gece uykusu ve fast food tüketim özelliklerinin dağılımı

Değişkenler	Sayı (n)	Yüzde (%)
Fiziksel aktivite sıklığı		
Her gün	15	7,9
Haftada birkaç gün	67	35,3
Haftada bir gün	35	18,4
Ayda bir gün	27	14,2
Yılda birkaç gün	46	24,2
Yapılan fiziksel aktivite		
Yürüyüş	126	66,3
Ağırlık kaldırma	42	22,1
Bisiklet	20	10,5
Dans	17	8,9
Futbol	15	7,9
Basketbol	8	4,2
Yüzme	7	3,7
Pilates	6	3,2
Voleybol	5	2,6
Tenis	5	2,6
Fitness	3	1,6
Aerobik	1	0,5
Yoga	1	0,5
Kültürel faaliyet sıklığı		
Haftada birkaç gün	7	3,7
Haftada bir gün	27	14,2
Ayda bir gün	88	46,3
Yılda birkaç gün	55	28,9
Hiç	13	6,8
Ortalama gece uyku süresi		
3-5 saat	16	8,4
5-8 saat	154	81,1
>8 saat	20	10,5
Fasf-food tüketim sıklığı		
Her gün	24	12,6
Haftada 1-2 gün	119	62,6
Ayda 1 gün	42	22,1
Hiç tüketmeyen	5	2,6

Öğrencilerin %98,4'ü en az bir sosyal medya platformunu kullanıyordu. En sık kullanılan sosyal medya platformları %96,8 WhatsApp, %86,8 Instagram ve %85,3 YouTube idi. Kişilerin %88,4'ü günde 1 saatten daha fazla sosyal medyada zaman geçirdiğini, %87,4'ü arkadaşlarıyla iletişim için, %75,3'ü güncel farklı bilgiler edinmek için sosyal medya kullandığını belirtti.

Tablo 5. Öğrencilerin sosyal medya kullanım özelliklerinin dağılımı

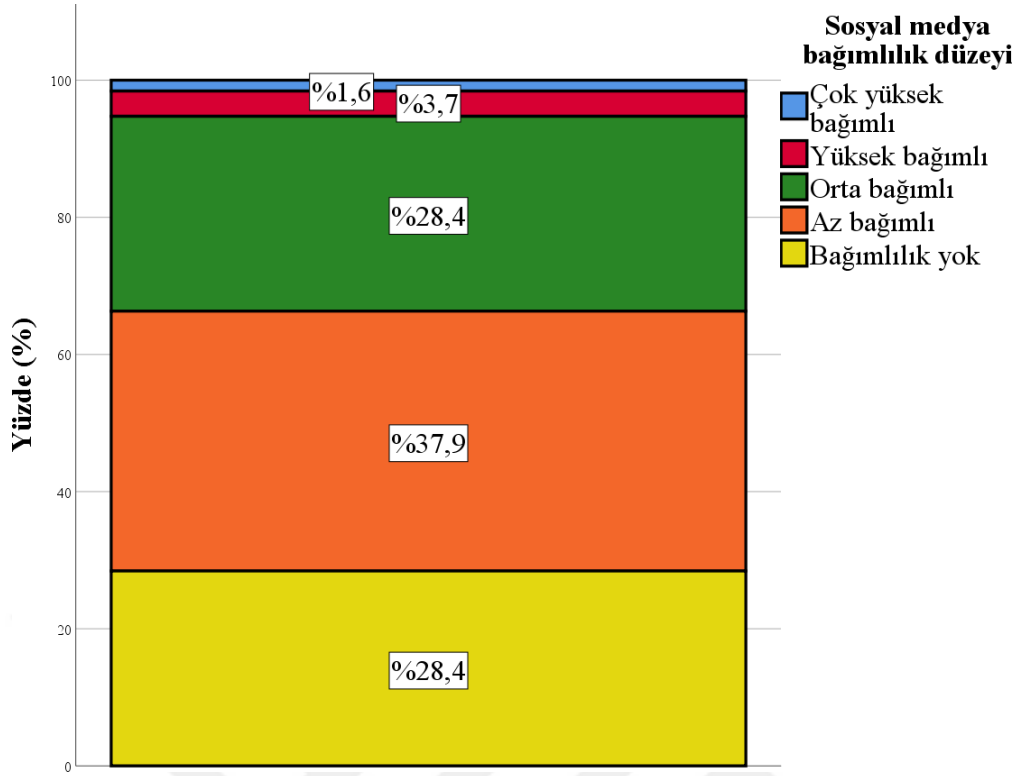
Değişkenler	Sayı (n)	Yüzde (%)
Sosyal medya		
Kullanmayan	3	1,6
Kullanan	187	98,4
WhatsApp	184	96,8
Instagram	165	86,8
YouTube	162	85,3
Twitter	122	64,2
SnapChat	54	28,4
Facebook	21	11,1
TikTok	12	6,3
Günlük sosyal medya kullanım süresi		
<1 saat	22	11,6
1-3 saat	122	64,2
4-6 saat	39	20,5
>6 saat	7	3,7
Sosyal medya kullanım amacı		
Arkadaşlarla iletişim	166	87,4
Güncel farklı bilgiler edinmek	143	75,3
Arkadaşlarla tekrar iletişime geçmek	99	52,1
Eğitime katkı sağlayıcı bilgi edinmek	94	49,5
Arkadaşların yaşamlarını incelemek	68	35,8
Düşüncelerini paylaşmak	68	35,8
Mesleki amaçla	68	35,8
Oyun oynamak	67	35,3
Beğenileri paylaşmak	54	28,4
Yeni arkadaş edinmek	34	17,9
Tanınmak ve popüler olmak	9	4,7

Öğrencilerin SMBÖ puan ortalaması $92,67 \pm 29,97$ idi.

Tablo 6. Öğrencilerin SBMÖ skorlarının dağılımı

SMBÖ alt bileşenleri	Ort \pm SS	Median (min - max)
Meşguliyet	$35,03 \pm 11,17$	35 (12 -60)
Duygu durum düzenleme	$12,98 \pm 5,15$	13 (5 -25)
Tekrarlama	$11,09 \pm 4,82$	10 (5 -25)
Çatışma	$33,57 \pm 13,34$	30,5 (18 -90)
SMBÖ toplam	$92,67 \pm 29,97$	90,5 (40 -200)

SMBÖ puanına göre öğrencilerin 54'ü (%28,4) sosyal medya bağımlısı değilken, 72'si (%37,9) az, 54'ü (%28,4) orta, 7'si yüksek (%3,7) ve 3'ü (%1,6) çok yüksek olmak üzere, toplam 136'sının (%71,6) sosyal medya bağımlılığının olduğu görüldü.



Şekil 2. Öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri

4.2. Sosyal Medya Bağımlılığı ile İlgili Sonuçlar

Öğrencilerin sosyodemografik özelliklerine göre SMBÖ puanının istatistiksel olarak anlamlı düzeyde değişmediği görüldü ($p>0,05$).

Tablo 7. Öğrencilerin sosyodemografik özelliklerine göre sosyal medya bağımlılık ölçeği puanının karşılaştırması

Değişkenler	SMBÖ toplam	<i>p</i>
	Ortalama ± SS	
Cinsiyet		
Kadın	90,71 ± 29,20	0,202
Erkek	96,10 ± 31,18	
Sınıf		
4	95,19 ± 32,66	0,340
5	94,95 ± 30,16	
6	87,32 ± 26,07	
Medeni durum		
Bekar	92,87 ± 29,90	0,095
Evli	58,50 ± 13,44	
Boşanmış		
Yaşadığı yer		
Ev	92,66 ± 29,56	0,921
Yurt	92,68 ± 30,81	

Öğrencilerin kronik hastalık, sürekli ilaç kullanma, sigara içme ve alkol içme durumlarına göre SMBÖ puanının istatistiksel olarak anlamlı düzeyde değişmediği saptandı ($p>0,05$).

Tablo 8. Öğrencilerin kronik hastalık, sürekli kullanılan ilaç ve sigara/alkol içme durumlarına göre sosyal medya bağımlılığı ölçeği puanının karşılaştırması

Değişkenler	SMBÖ toplam	
	Ortalama \pm SS	<i>p</i>
Kronik hastalık		
Yok	93,06 \pm 29,34	0,249
Var	88,37 \pm 36,99	
Sürekli kullanılan ilaç		
Yok	92,57 \pm 29,22	0,833
Var	93,75 \pm 38,30	
Sigara		
Hiç içmemiş	89,90 \pm 25,58	0,805
Ara-sıra içen	95,56 \pm 34,01	
Her gün içen	96,34 \pm 36,81	
Bırakmış	94,86 \pm 28,08	
Alkol içme sıklığı		
İçmeyen	89,52 \pm 27,68	0,073
Her gün	117,00 \pm 0,00	
Haftada birkaç gün	111,50 \pm 10,63	
Haftada bir gün	100,00 \pm 41,52	
Ayda bir gün	105,83 \pm 29,68	
Yılda birkaç gün	90,30 \pm 35,18	

Öğrencilerin fiziksel aktivite yapma sıklığı ve yapılan fiziksel aktivite türüne göre SMBÖ puanının istatistiksel olarak anlamlı düzeyde değişmediği belirlendi ($p>0,05$).

Tablo 9. Öğrencilerin fiziksel aktivite özelliklerine göre sosyal medya bağımlılığı puanının karşılaştırılması

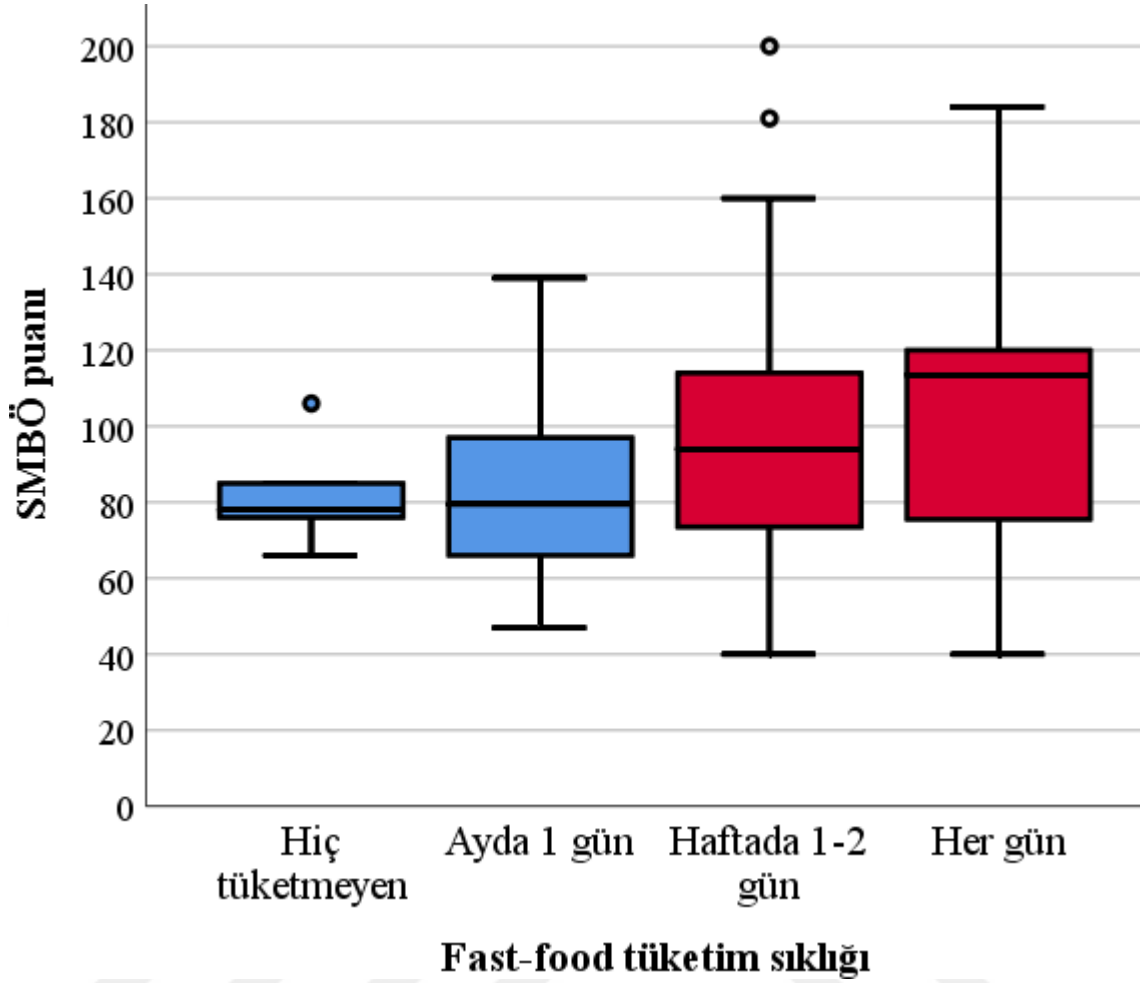
Değişkenler	SMBÖ toplam	<i>p</i>
	Ortalama ± SS	
Fiziksel aktivite sıklığı		
Her gün	86,80 ± 26,16	0,250
Haftada birkaç gün	86,91 ± 27,03	
Haftada bir gün	92,80 ± 25,95	
Ayda bir gün	96,04 ± 27,32	
Yılda birkaç gün	100,89 ± 37,56	
Yürüyüş		
Yapmayan	92,81 ± 31,19	0,818
Yapan	92,60 ± 29,45	
Basketbol		
Oynamayan	93,27 ± 30,05	0,177
Oynayan	79,00 ± 25,98	
Voleybol		
Oynamayan	93,22 ± 29,89	0,098
Oynayan	72,20 ± 28,17	
Futbol		
Oynamayan	91,10 ± 29,01	0,051
Oynayan	111,00 ± 35,64	
Tenis		
Oynamayan	92,86 ± 30,00	0,680
Oynayan	85,60 ± 31,17	
Ağırlık		
Yapmayan	93,66 ± 29,68	0,399
Yapan	89,19 ± 31,06	
Bisiklet		
Yapmayan	93,01 ± 29,98	0,458
Yapan	89,80 ± 30,51	
Dans		
Yapmayan	92,01 ± 30,12	0,163
Yapan	99,35 ± 28,33	

Öğrencilerin fast-food tüketim sıklığı arttıkça SMBÖ puanının istatistiksel olarak anlamlı düzeyde arttığı belirlendi ($p = 0,009$). Kişilerin kültürel faaliyet sıklığı ve ortalama gece uyku süresine göre SMBÖ puanının istatistiksel olarak anlamlı düzeyde değişmediği saptandı ($p > 0,05$).

Tablo 10. Öğrencilerin kültürel faaliyet, gece uykusu ve fast food tüketim özelliklerine göre sosyal medya bağımlılığı ölçeği puanının karşılaştırması

Değişkenler	SMBÖ toplam	<i>p</i>
	Ortalama \pm SS	
Kültürel faaliyet sıklığı		
Haftada birkaç gün	110,86 \pm 34,81	0,173
Haftada bir gün	83,26 \pm 29,54	
Ayda bir gün	91,17 \pm 25,57	
Yılda birkaç gün	96,29 \pm 32,34	
Hiç	97,23 \pm 41,33	
Ortalama gece uyku süresi		
3-5 saat	91,63 \pm 24,40	0,595
5-8 saat	93,16 \pm 29,42	
>8 saat	89,70 \pm 38,49	
Fasf-food tüketim sıklığı		
Her gün	103,83 \pm 35,12 ^a	0,009
Haftada 1-2 gün	94,96 \pm 30,44 ^a	
Ayda 1 gün	81,05 \pm 22,78 ^b	
Hiç tüketmeyen	82,20 \pm 14,94 ^b	

^{a,b,c,d}: Farklı harfle gösterilen gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark vardır.



Şekil 3. Öğrencilerin fast-food tüketim sıklığına göre sosyal medya bağımlılığı ölçeği puanının dağılımının grafiksel gösterimi

Sosyal medya kullananların ($p = 0,006$) ve kullanılan sosyal medya platformları arasında YouTube ($p = 0,017$), Instagram ($p < 0,001$) ve Twitter ($p = 0,020$) kullananların SMBÖ puanı istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha fazlaydı. Günlük sosyal medya kullanım süresi arttıkça SMBÖ puanının istatistiksel olarak anlamlı düzeyde arttığı görüldü ($p < 0,001$).

Tablo 11. Öğrencilerin kullandıkları sosyal medya tipi ve sosyal medya kullanım süresine göre sosyal medya bağımlılığı ölçeği puanının karşılaştırması

Değişkenler	SMBÖ toplam	
	Ortalama ± SS	p
Sosyal medya		
Kullanan	93,42 ± 29,59	0,006
Kullanmayan	46,00 ± 10,39	
WhatsApp		
Kullanmayan	76,17 ± 36,04	0,244
Kullanan	93,21 ± 29,71	
YouTUBE		
Kullanmayan	82,89 ± 36,56	0,017
Kullanan	94,36 ± 28,47	
Instagram		
Kullanmayan	72,20 ± 27,61	<0,001
Kullanan	95,77 ± 29,15	
Twitter		
Kullanmayan	86,09 ± 31,91	0,020
Kullanan	96,34 ± 28,30	
Facebook		
Kullanmayan	91,92 ± 30,52	0,246
Kullanan	98,71 ± 24,92	
TikTok		
Kullanmayan	91,60 ± 29,08	0,159
Kullanan	108,50 ± 39,10	
SnapChat		
Kullanmayan	92,04 ± 29,90	0,577
Kullanan	94,24 ± 30,35	
Günlük sosyal medya kullanım süresi		
<1 saat	66,41 ± 22,96 ^a	<0,001
1-3 saat	88,73 ± 25,12 ^b	
4-6 saat	113,59 ± 26,87 ^c	
>6 saat	127,29 ± 45,36 ^d	

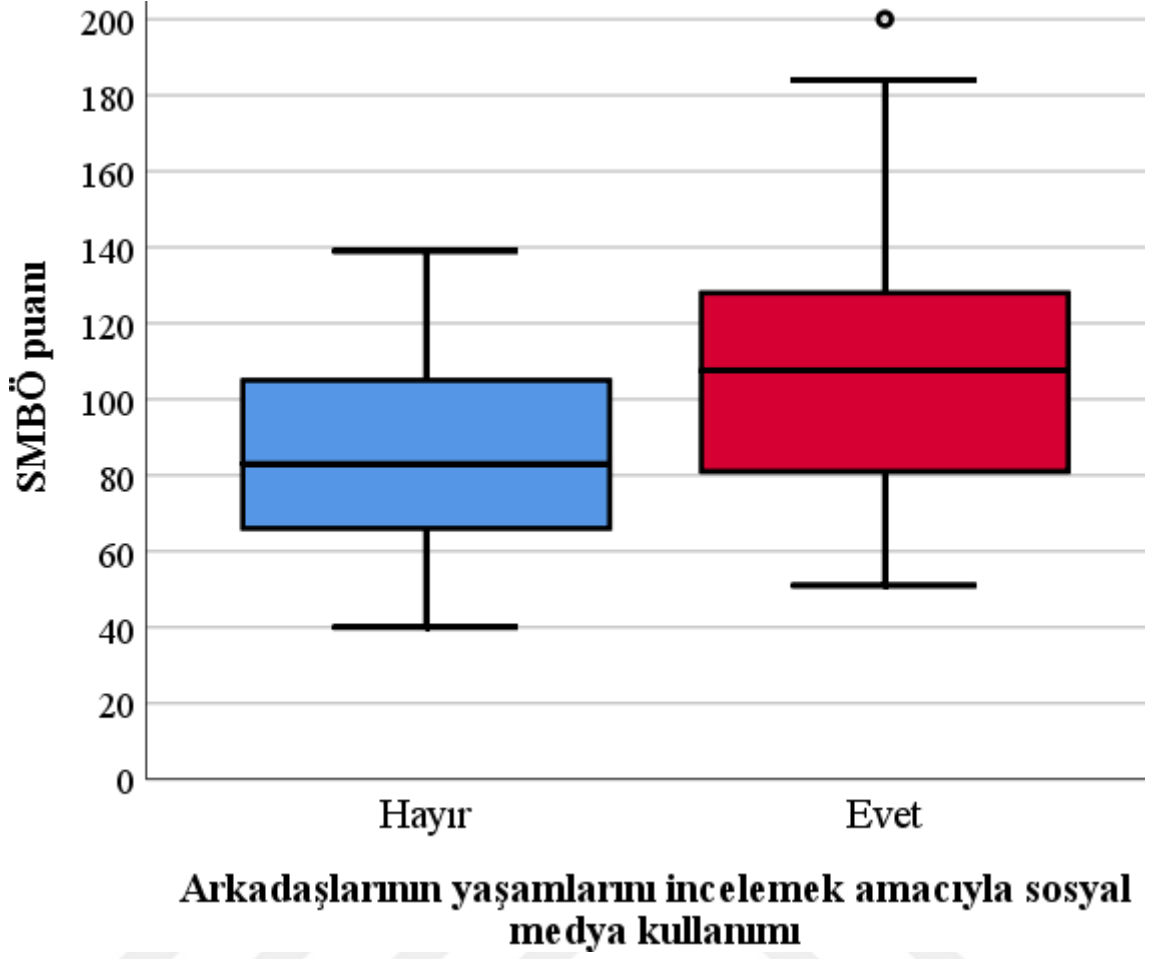
a,b,c,d: Farklı harfle gösterilen gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı fark vardır.

Sosyal medya kullanım amacı arkadaşlarının yaşamlarını incelemek ($p<0,001$), beğenileri paylaşmak ($p<0,001$), yeni arkadaş edinmek ($p = 0,043$), tanınmak ve

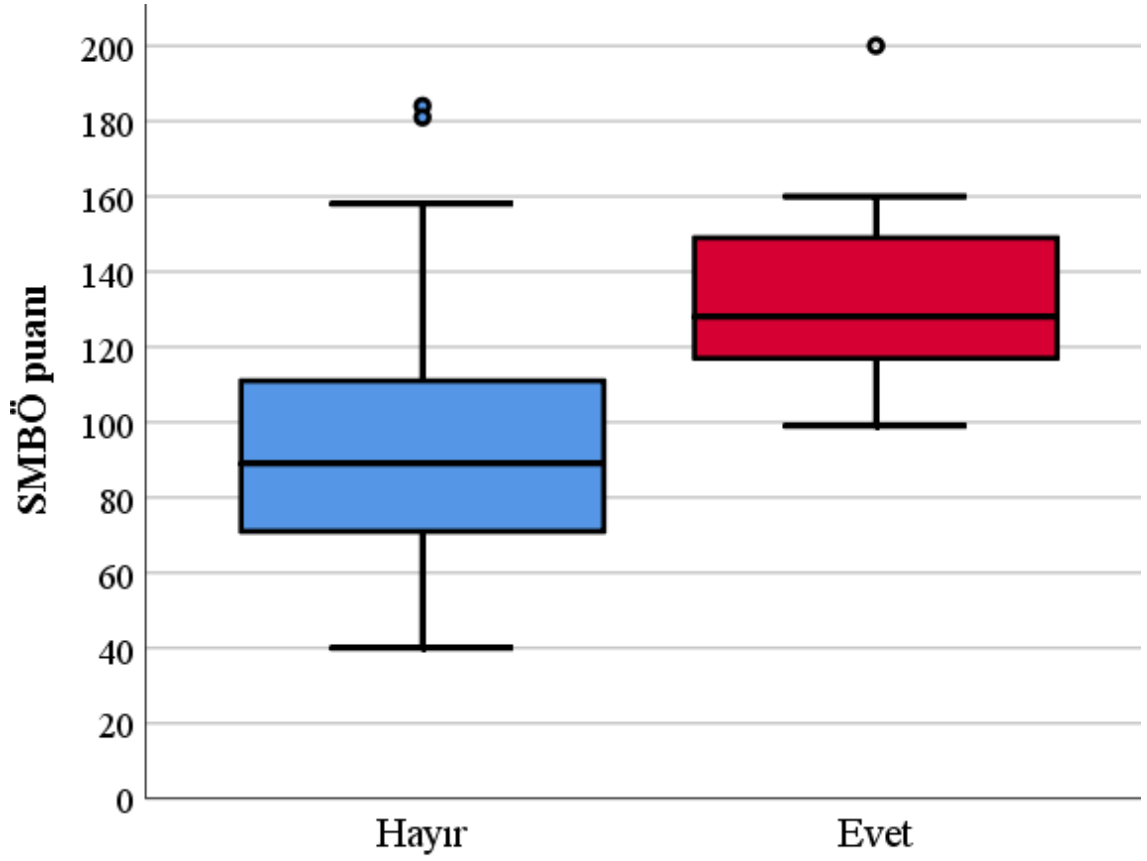
popüler olmak ($p < 0,001$) ve oyun oynamak ($p = 0,007$) olanların SMBÖ puanı istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksekti.

Tablo 12. Öğrencilerin sosyal medya kullanım amaçlarına göre sosyal medya bağımlılığı ölçeği puanının karşılaştırması

Sosyal medya kullanım amacı	SMBÖ toplam	
	Ortalama \pm SS	<i>p</i>
Arkadaşlarla iletişim		
Hayır	91,00 \pm 36,81	0,783
Evet	92,91 \pm 28,97	
Arkadaşların yaşamlarını incelemek		
Hayır	83,97 \pm 24,90	<0,001
Evet	108,28 \pm 32,06	
Arkadaşlarla tekrar iletişime geçmek		
Hayır	92,00 \pm 28,97	0,801
Evet	93,28 \pm 30,99	
Düşüncelerini paylaşmak		
Hayır	89,33 \pm 28,91	0,054
Evet	98,66 \pm 31,09	
Beğenileri paylaşmak		
Hayır	87,32 \pm 28,22	<0,001
Evet	106,13 \pm 30,26	
Yeni arkadaş edinmek		
Hayır	90,80 \pm 30,4	0,043
Evet	101,24 \pm 26,62	
Tanınmak ve popüler olmak		
Hayır	90,51 \pm 28,34	<0,001
Evet	136,11 \pm 30,19	
Eğitime katkı sağlayıcı bilgi edinmek		
Hayır	89,97 \pm 30,58	0,183
Evet	95,43 \pm 29,24	
Güncel farklı bilgiler edinmek		
Hayır	89,26 \pm 36,56	0,235
Evet	93,79 \pm 27,51	
Mesleki amaçla		
Hayır	89,60 \pm 28,92	0,066
Evet	98,18 \pm 31,22	
Oyun oynamak		
Hayır	87,96 \pm 27,71	0,007
Evet	101,31 \pm 32,17	



Şekil 4. Öğrencilerin sosyal medyayı arkadaşlarının yaşamlarını incelemek amacıyla kullanma durumlarına göre sosyal medya bağımlılığı ölçeği puanının dağılımının grafiksel gösterimi



Tanınmak ve popüler olmak için sosyal medya kullanımı

Şekil 5. Öğrencilerin sosyal medyayı tanınmak ve popüler olmak amacıyla kullanma durumlarına göre sosyal medya bağımlılığı ölçeği puanının dağılımının grafiksel gösterimi

Öğrencilerin SMBÖ puanı ile BKİ değeri arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde korelasyon ilişkisi saptanmadı ($r = 0,020$, $p = 0,781$).

Tablo 13. Öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı ölçeği puanları beden kitle indeksi arasında korelasyon ilişkisi

		SMBÖ alt bileşenleri				
Değişkenler		Meşguliyet	Duygu durum düzenleme	Tekrarlama	Çatışma	SMBÖ toplam
Beden kitle indeksi (kg/m ²)	<i>r</i>	-0,018	-0,056	0,073	0,029	0,020
	<i>p</i>	0,806	0,442	0,317	0,695	0,781

Öğrencilerin SMBÖ puanı ile yaş ve öğrenim gördüğü sınıf arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde korelasyon ilişkisi saptanmadı ($p>0,05$).

Tek değişkenli analizlerde istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanan ve SMBÖ maddelerinde yer almayan parametrelerin SMBÖ toplam puanı ile ilişkisini değerlendirmek amacıyla yapılan çok değişkenli lineer regresyon analizi sonuçlarına göre, kişilerin fast-food tüketim sıklığının artışının ($p = 0,011$), sosyal medyayı arkadaşlarının yaşamını incelemek amacıyla kullanmasının ($p<0,001$) ve sosyal medyayı tanınmak ve popüler olmak amacıyla kullanmasının ($p = 0,019$) SMBÖ puan artışında etkili olan bağımsız faktörler olduğu belirlendi. Diğer parametreler ise SMBÖ artışında etkili değildi ($p>0,05$).

Tablo 14. Öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı ölçeği puan artışı ile ilişkili bağımsız faktörler, çok değişkenli lineer regresyon analizi

	Standardize edilmemiş β (%95 GA)	Standart hata	Standartlaştırılmış β	t	p
Fasf-food tüketim sıklığı	7,711 (1,807 - 13,615)	0,169	2,577	2,577	0,011
Arkadaşların yaşamlarını incelemek amaçlı	16,156 (7,519 - 24,794)	4,377	0,259	3,692	<0,001
Beğenileri paylaşmak amaçlı	5,973 (-3,510 - 15,455)	4,805	0,090	1,243	0,215
Yeni arkadaş edinmek amaçlı	2,497 (-8,222 - 13,217)	5,432	0,032	0,460	0,646
Tanınmak ve popüler olmak amaçlı	23,934 (3,923 - 43,944)	10,139	0,170	2,360	0,019
Oyun oynamak amaçlı	6,264 (-2,039 - 14,567)	4,207	0,100	1,489	0,138
(sabit)	84,657 (58,776 - 110,537)	13,114		6,456	<0,001
Bağımlı değişken: SMBÖ puanı; $R^2 = 0.298$; $F = 5,750$; $p < 0.001$					

5. TARTIŞMA

Bu çalışma, tıp fakültesi öğrencilerinde BKİ ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki potansiyel ilişkiyi daha ayrıntılı bir şekilde incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışma sonuçlarına göre BKİ ile sosyal medya bağımlılık düzeyi arasında herhangi bir ilişki saptanmamıştır. ($p = 0,781$). Günümüzde teknolojinin hızlı gelişimi, yaşam tarzlarında önemli değişikliklere neden olmuş ve birçok alanda etkileri gözlemlenmiştir. Özellikle sosyal medya platformlarının yaygınlaşması, iletişimden eğlenceye, bilgiye erişimden kişisel ifadeye kadar birçok alanı etkileyen bir dönüşümü beraberinde getirmiştir. Ancak, bu dönüşümün sağlık üzerindeki etkileri de kaçınılmaz bir şekilde tartışma konusu olmuştur (69). Sağlık alanında özellikle son yıllarda yapılan çalışmalar, BKİ ve sosyal medya bağımlılığı arasındaki potansiyel ilişkiye dair ilgi çekici sonuçlar sunmuştur. BKİ, bireylerin fiziksel sağlığını değerlendiren önemli bir gösterge olarak kullanılmakta olup, obezite ve kilo artışı gibi sorunları tanımlamada yardımcı olmaktadır. Öte yandan, sosyal medya bağımlılığı, kişilerin aşırı ve düzensiz bir şekilde sosyal medya platformlarını kullanma eğilimi olarak tanımlanmakta ve psikolojik etkileri üzerine yoğun bir çalışma alanı oluşturmaktadır (70). Günümüzde özellikle genç neslin yoğun bir şekilde hem sosyal medya kullanımına hem de kilo artışı gibi fiziksel sağlık sorunlarına maruz kaldığı göz önüne alındığında, bu iki faktör arasındaki ilişkinin anlaşılması oldukça önemlidir.

Çalışmamızda öğrencilerin SMBÖ puan ortalaması $92,67 \pm 29,97$ idi ve %33,7'si orta düzeyde ya da daha fazla sosyal medya bağımlılığına sahipti. Başkalarıyla sosyalleşme arzusu özellikle öğrencileri internete teşvik etmektedir. İnterneti kullanma, çevrimiçi bir imaj yaratma, eğlenme ve kişilerarası ilişkiler kurma motivasyonları, insani ilişkilere yönelik ihtiyaçlara cevap vermek için kullanılan motivasyonlarla benzerlik göstermektedir (69). Papacharissi ve Rubin'in vurguladığı gibi internet, e-posta ve çevrimiçi sohbet odaları gibi işlevleriyle insanların kişilerarası iletişim tatminini karşılamaktadır (71). Ayrıca akıllı telefon ve tablet gibi temel taşınabilir

elektronik cihazların internet erişimi sağlaması da aşırı internet kullanımını ortaya çıkaran faktörlerden birisidir. Küresel sosyal medya ajansları -We Are Social ve Hoot Suite (WASH)- tarafından yayınlanan Dijital 2019 Türkiye raporuna göre; Türkiye'de yetişkinlerin %98'i cep telefonu, %77'si akıllı telefon kullanırken, son bir yılda internet kullananların sayısı 5 milyon, aktif sosyal medya kullanıcılarının sayısı ise 1 milyon artmıştır. Türkiye'de son bir yılda internet kullanıcıları ortalama 7 saat 15 dakikasını internette, 2 saat 46 dakikasını ise sosyal medyada geçirmiş ve 52 milyon kişi sosyal medya sahibi olmuştur (72). Bu sayılar da Türkiye'de sosyal medya kullanım düzeyinin ciddi boyutlarda olduğunu göstermektedir.

Çalışmamızda her 3 öğrenciden 1'isinin orta ve daha fazla düzeyde sosyal medya bağımlılığına sahip olduğu belirlendi. Sosyal medya popüler bir boş zaman aktivitesi olarak giderek yaygınlaşmaktadır. Yaşlısından gencine toplumun her kesimi sosyal medya ağlarını aşırı kullanmakta, teknolojiye gereğinden fazla odaklanmakta; bu da farkında olmadan hareketsizliği tetikleyerek sayısız omurga ve sağlık sorununa yol açmaktadır. Sosyal medyanın aşırı kullanımı ve fark etmeden sosyal medya bağımlısı olmak mücadele edilmesi gereken önemli bir bağımlılık olabilir. Çoğu sosyal medya kullanıcısının, internet platformlarındaki varlığına ve profiline verilen sosyal medya yanıtlarını sürekli kontrol etmek gibi bağımlılık davranışları sergilediği ve bu tip olguların psikiyatri kliniklerine sıklıkla başvurduğu rapor edilmektedir (71,73). Araştırmalar, internet bağımlılığının gün geçtikçe arttığını ve insanların sosyalleşme eğiliminin azaldığını vurgulamaktadır. Almanya'da yapılan bir çalışmada genel nüfusun %2,1'inin internet bağımlısı olduğu, ABD'de yapılan bir çalışmada üniversite öğrencilerinin %26,3'ünün internet bağımlısı olduğu, Mısır'da yapılan bir çalışmada üniversite öğrencilerinin %40'ının internet bağımlısı olduğu, Türkiye'de 2017 yılında yapılan bir başka çalışmada ise katılımcı öğrencilerin %1,6'sının internet bağımlısı olduğu, %16,2'sinin ise potansiyel internet bağımlısı olduğu tespit edilmiştir (74). Güncel bir çalışmada Üzer ve Gürsoy Türkiye'de bir tıp fakültesinde okuyan öğrencilerin %26,5'inin orta düzeyde internet bağımlısı olduğunu göstermiştir (75). Çalışmalar arasında kullanılan bağımlılık belirleme ölçeklerindeki farklılıklar, bu değişen sıklıkları açıklayabilecek niteliktedir. Çalışmamızda da literatürle benzer sıklıklarda sosyal medya bağımlılığı saptandığı söylenebilir. Günümüzde birçok ülke sosyal medya bağımlılığı ile mücadele etmek için farklı çalışmalar yürütmekte ve

gerekli önlemleri almaktadır. Sağlıklı yaşam biçimi davranışları arasında olan fiziksel aktivite, sağlıklı beslenme ve sosyalleşme alanlarının sağlanması bu hastalıkla mücadelede önemli argümanlar arasında sayılabilir (76).

Çalışmamızın temel amacı BKİ ile sosyal medya bağımlılık düzeyi arasındaki ilişkiyi değerlendirmek olup, öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyi ile BKİ değeri arasında anlamlı bir ilişki saptanmamıştır ($p = 0,781$). Teknolojik gelişmelerin hızlanmasıyla birlikte, sosyal medya platformları hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline geldi. Ancak, bu teknolojik ilerlemenin olumsuz yönleri de mevcuttur. Özellikle genç nesil arasında artan sosyal medya kullanımının obezite ve kilo artışı ile ilişkisi, sağlık uzmanlarının ve araştırmacıların dikkatini çekmiştir. Sosyal medya platformları, insanların birbirleriyle iletişim kurmasını, bilgiye erişimini kolaylaştırmasının yanı sıra eğlence ve bilgi paylaşımı amacıyla da kullanılmaktadır. Ancak, sosyal medyanın sürekli ve aşırı kullanımı, sağlık sorunlarına yol açabilecek birçok olumsuz etkiyi beraberinde getirebilir (77). Bunlardan biri de sosyal medya bağımlılığının yeme davranışını ve vücut ağırlığını etkilemesidir (78). Sosyal medya kullanımı ile BKİ değişimi arasındaki ilişkiler net olarak ortaya konamamış olsa da, yapılan çeşitli çalışmalarda, sosyal medya kullanımı arttıkça BKİ değerinin arttığı ya da değişmediği gösterilmiştir (79–81). Yani bu konuyla ilgili mevcut literatürde yapılan çalışma sonuçları farklılık göstermektedir. Bu çalışmalarda üç tür yeme davranışı tanımlanmış ve aşırı kilo alımı ile ilişkilendirilmiştir (82): (i) olumsuz duygulara yanıt olarak yemek yeme (duygusal yeme), (ii) yiyeceklerin görüntüsüne veya kokusuna yanıt olarak yemek yeme (dışsal yeme) ve (iii) vücut ağırlığını kaybetmek veya korumak için istenenden daha az yemek yeme olan diyet kısıtlaması (kısıtlayıcı yeme) (82). Yeme davranışları genetik, çevresel ve sosyal faktörler tarafından şekillendirilmektedir (83). Sosyal medyanın önemli etkilerinden biri yeme davranışını etkilemesidir. Ayrıca, yeme davranışındaki farklılıklar yeme bozukluklarıyla sonuçlanabilmektedir (84). Üniversite öğrencilerinde yeme bozukluklarının yaygınlığı farklı ülkelerde %4,5 ile %24,6 arasında değişmektedir (85). Ayrıca pandemiden kaynaklanan sosyal izolasyon da yeme bozukluğu riskini arttırmıştır (86). Sosyal medyada fazla zaman geçirme ince-ideal beden imajı, diyetle ilgili içerikler ve gıda reklamları yoluyla yeme bozuklukları için güncel bir risk faktörü olarak karşımıza çıkmaktadır (78). Kadın üniversite öğrencileri arasında sosyal medya kullanımının düzensiz yeme davranışı üzerindeki etkilerini

değerlendiren bir çalışma, artan yeme bozuklukları ile sosyal medya kullanım yoğunluğu arasında anlamlı bir ilişki olduğunu göstermiştir (87).

Sosyal medya veya internet kullanımının olumlu etkilerinin olduğu çalışmalar olsa da (88,89), 70 çalışmanın dahil edildiği bir meta-analiz çoğunlukla olumsuz etkileri olduğunu göstermiştir (90). Sosyal medya bağımlılığının vücut ağırlığı, yeme davranışı ve yeme bozukluğu riski üzerinde etkisi çok kez gösterilmiştir (78,83,91). Ayyıldız ve Şahin'in çalışmasında, sosyal medya bağımlılığı yüksek olanların vücut ağırlığı ve BKİ değerleri, sosyal medya bağımlısı olmayan ve düşük bağımlılık düzeyi olan gruplara göre anlamlı derecede yüksek bulunmuştur (92). Sosyal medya bağımlılığı arttıkça BKİ değerinde artış olduğu farklı çalışmalarda da gösterilmiştir (80,93). Ayrıca akıllı telefon bağımlılığının enerji seviyesi, vücut ağırlığı ve yeme alışkanlıkları üzerinde olumsuz etkileri vardır (94). Bu farklılıklar, yeme davranışını ve yeme bozukluğu riskini etkileyen psikolojik faktörlerden kaynaklanıyor olabilir (86). Ayrıca Ayyıldız ve Şahin'in çalışmasında yeme davranışı değerlendirildiğinde, sosyal medya bağımlılığı olanlarda duygusal ve dışsal yeme davranışı, bağımlılığı olmayanlara göre daha yüksek bulunmuştur (92). Özellikle duygusal yeme, olumsuz duygulara karşı aşırı yeme ile sonuçlanabilir (82). Kısıtlayıcı yeme davranışındaki artış, artan yeme bozukluğu riskiyle ilişkilidir (95). Hem aşırı yeme hem de kısıtlayıcı yeme yeme bozukluğu riskini artırmaktadır (82,95). Bu durumların tamamı da sosyal medya bağımlılık düzeyi ile ilişkil olarak ortaya çıkabilmektedir (82,95).

Sosyal medya kullanımının kilo artışıyla ilişkilendirildiği çalışmalarda birkaç olası neden rapor edilmiştir (96,97): (i) Sedanter Yaşam Tarzı: Sosyal medya kullanımı genellikle uzun süreli oturma ve hareketsizlik ile ilişkilendirilir. Bu durum, fiziksel aktivitenin azalmasına ve böylece kilo artışına neden olabilir. (ii) Reklamlar ve Beslenme Alışkanlıkları: Sosyal medya platformlarında sıkça karşılaşılan reklamlar, fast-food ve yüksek kalorili yiyeceklerin tüketimini teşvik edebilir. Kullanıcıların bu tür yiyeceklere yönelmeleri, kilo artışını tetikleyebilir. (iii) Duygusal Yeme: Stres, sıkıntı veya sıkıntılı hissetme durumlarında sosyal medya kullanımı artabilir. Bu da duygusal yeme davranışlarını tetikleyebilir ve kilo artışına yol açabilir. (iv) Vücut İmajı ve Kendine Güven: Sosyal medya, sıkça idealize edilmiş vücut imajlarını ve mükemmel görünümlü insanları içerir. Bu durum, kullanıcıların kendi vücutlarına yönelik olumsuz

duygular geliştirmelerine ve olumsuz beslenme alışkanlıklarına yol açabilir. (v) Dikkat Dağıtıcı Etki: Sosyal medya kullanımı, yemek yeme sırasında dikkatin dağılmasına ve aşırı yemeye neden olabilir. Bu da kilo artışını destekleyebilir. Özellikle çocuk ve bebeklerde, ekran karşısında yemek yedirme, yeme davranışını değiştirerek obezite için önemli bir risk faktörü olabilir (96,97). Sonuç olarak sosyal medya kullanımı ile kilo arasındaki ilişki karmaşık bir konudur ve birden fazla etkeni içerir. Fiziksel sağlığın korunması ve kilo kontrolü hizmetleri, sosyal medya kullanımının dengelenmesi ve bilinçli bir şekilde yönetilmesi gerektiğini vurgulamalıdır. Sağlıklı yaşam tarzının teşvik edilmesi ve bilinçli beslenme alışkanlıklarının geliştirilmesi, sosyal medya kullanımının olumsuz etkilerini dengelemeye yardımcı olabilir (98).

Çalışmamızın sonucunda olduğu gibi literatürde sosyal medya bağımlılığı ve BKİ arasında ilişki saptanmamış çalışmalar da mevcuttur. Gündüz ve ark. üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılık düzeyi ile BKİ arasında herhangi anlamlı ilişki olmadığını rapor etmişlerdir (99). Ek olarak Canan ve ark. özellikle akademik amaçlı internet kullanımının BKİ’de azalma ile ilişkili olduğunu bildirmiştir (100). Rodgers ve ark. ise kadınlarda yeme bozuklukları ve problemlili yeme davranışlarından kaçınma ile sosyal medya sitelerini kullanma düzeyi arasında anlamlı bir ilişki olduğunu bulmuştur (101). Gelecekteki araştırmalar, bu ilişkinin daha ayrıntılı şekilde anlaşılmasına katkı sağlayabilir ve bu bilgiler, genç neslin sağlığını desteklemek adına yöneticiler ve politika yapıcılar tarafından kullanılabilir.

Çalışmamızda öğrencilerin %7,9’u her gün fiziksel aktivite yaptığını belirtti. Öğrencilerin fiziksel aktivite yapma sıklığı ve sosyal medya bağımlılık düzeyi arasında anlamlı ilişki saptanmadı ($p = 0,250$). BKİ ile ilişkisi net olarak bilinen önemli bir sağlıklı yaşam davranışı, fiziksel aktivitedir. İçinde yaşadığımız toplumun fiziksel aktivite konusunda yeterli bilgiye sahip olmaması, fiziksel aktivitenin sağlık açısından öneminin yeterince anlaşılabilmesi ve fiziksel olarak daha az aktif bir yaşam tarzının giderek daha fazla benimsenmesi, toplumda obezite, kalp-damar hastalıkları, hipertansiyon, diyabet ve osteoporoz gibi kronik hastalıkların görülme sıklığını artıran önemli nedenlerden biridir. Fiziksel aktiviteler, günlük yaşamda kas ve eklemlerin kullanımı yoluyla enerji harcanarak gerçekleştirilen, kalp ve solunum hızını artıran ve farklı düzeylerde yorgunluğa yol açan faaliyetler olarak tanımlanabilir (102). Sağlıklı ve

zinde bir yaşamın önemli bileşenlerinden biri düzenli olarak fiziksel aktivite yapmaktır. Kilo kontrolü, sağlıklı yaşam, sosyalleşme, stresle mücadele, hastalıklardan korunma, günlük sorunları unutma isteği, kötü alışkanlıklardan uzak durma ve olumsuz düşüncelerden uzak durma eğilimi, eğlence, fiziksel kimliğin gelişmesi, boş zamanların değerlendirilmesi, sağlıklı yaşam tarzlarının gelişmesi, özgüvenin artması isteği gibi nedenlerle insanlar fiziksel aktivitelere yönelebilmektedir. Kişinin motivasyonel yaklaşımının fiziksel aktivitelerden uzak kalmamasında ve fiziksel aktivitelere katılımında anahtar rol oynadığı söylenebilir (103–105). Teknolojideki hızlı ilerlemeler ve sanayileşme süreci hayatın yüklerini hafifletse de, sanal/dijital mekânların artmasıyla birlikte insanların fiziksel aktivite düzeyleri azalmış, sosyalleşmelerini sağlayan sosyal medyanın ortaya çıkmasıyla birlikte internette geçirilen zaman artmıştır. Günümüzde birçok bilim insanı, gençlerin fiziksel aktiviteye katılımını engelleyen en önemli faktörün dijitalleşme olduğunu çalışmalarında vurgulamıştır (106,107). Nitekim Erbaş ve Gümüş de çalışmalarında fiziksel aktivite düzeyi ile sosyal medya bağımlılık düzeyi arasında negatif ve orta düzeyde bir korelasyon bulmuştur (76). Yapılan çeşitli kapsamlı çalışmalarda da sosyal medya kullanım düzeyi arttıkça fiziksel aktivite düzeyinde azalma olduğunun altı çizilmiştir (108,109). Çalışmamızda öğrencilerin fiziksel aktivite yapma sıklığı ve sosyal medya bağımlılık düzeyi arasında anlamlı ilişki saptanamama nedeni örneklem büyüklüğü ve yeri olabilir.

Çalışmamızda, tıp fakültesi öğrencileri arasında fast-food tüketim sıklığı ile sosyal medya bağımlılık düzeyi arasında anlamlı düzeyde bir ilişki olduğu saptanmıştır. Buna göre öğrencilerin fast-food tüketim sıklığı arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeylerinin anlamlı düzeyde arttığı görüldü ($p = 0,011$). Günümüzde sağlıksız beslenme alışkanlıkları ve teknoloji kullanımının artması, birçok olumsuz sağlık etkisine yol açmıştır. Bu etkilerden ikisi olan fast-food tüketimi ve sosyal medya bağımlılığı, genç nüfus arasında özellikle dikkat çekmektedir (110,111). Fast-food, hızlı ve kolay bir yemek çözümü olarak popülerliğini korumaktadır. Ancak, fast-food ürünlerinin yüksek yağ, şeker, tuz ve kalori içeriği nedeniyle, düzenli tüketiminin obezite, diyabet, kalp hastalıkları gibi kronik sağlık sorunlarıyla ilişkilendirildiğini gösteren birçok araştırma bulunmaktadır (112). Çalışmamızla uyumlu olarak, yapılan çeşitli çalışmalarda fast-food ve benzeri gıdaların tüketimi ile sosyal medya bağımlılığı ve kullanım düzeyi arasında anlamlı bir ilişki olduğu gösterilmiştir (113–116).

Üniversite öğrencilerindeki fast-food tüketimi ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki olası ilişki, sağlık ve psikoloji alanında çeşitli çalışmalarla incelenmiştir. Bu iki durum arasındaki ilişkinin olası açıklamaları özet olarak şunları içermektedir (110,111,113–116): (i) Zaman Yönetimi: Yoğun bir tıp eğitimi, öğrencilerin yemek pişirme veya sağlıklı besinlere zaman ayırmalarını zorlaştırabilir, bu da fast-food tüketimini artırabilir. Aynı şekilde, stresli bir akademik yaşam, öğrencileri sosyal medyayı kaçış ve rahatlama aracı olarak kullanmaya yönlendirebilir. (ii) Duygusal Yeme: Stres veya kaygı gibi duygusal faktörler, hem fast-food tüketimini hem de sosyal medya kullanımını artırabilir. Öğrenciler, duygusal açıdan zorlandıklarında hem hızlı yiyeceklere yönelebilirler hem de sosyal medyada duygusal destek arayışına girebilirler. (iii) Dijital Dikkat: Sosyal medyanın sürekli değişen içeriği ve bildirimleri, dikkatin dağılmasına yol açabilir. Bu da hem fast-food yeme alışkanlıklarını hem de diğer beslenme tercihlerini etkileyebilir. (iv) Dijital reklamlar: Sosyal medya platformlarında sıklıkla reklamları olan fast-food gıdalar ve sipariş platformlarıyla karşılaşma, kişilerin sosyal medya başından ayrılmadan ve evinden dışarı çıkmadan sipariş verme isteklerini artırabilir. (v) Karantina dönemi etkisi: Bu dönemde artan evde kalma, dışarı çıkmama, kurye hizmetleri nedeniyle kişilerin hem sosyal medya hem de yemek alışkanlıkları değişmiş olabilir (110,111,113–116).

Çalışmamızda kişilerin sosyal medyayı arkadaşlarının yaşamını incelemek amacıyla kullanmasının ($p < 0,001$) ve sosyal medyayı tanınmak ve popüler olmak amacıyla kullanmasının ($p = 0,019$) sosyal medya bağımlılık düzeyini arttırdığı belirlendi. Bu durum beklenen bir sonuç olarak yorumlanmıştır. Benzer olarak Braillovskaia ve ark.'nın sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medya kullanım amacı ilişkisini değerlendirdikleri çalışmalarında, sosyal medyayı belirli bir amaç özelinde kullanmanın sosyal medyada geçirilen sürenin artmasına ve dolayısıyla sosyal medya bağımlılığına neden olduğu vurgulanmıştır. Özellikle kişilerin negatif duygulardan kaçmak için, bu amaçları edindiği ve sosyal medyayı kendilerine bir kaçış yeri olarak gördüğü rapor edilmiştir (117). Çalışmamızın sonucu da bununla uyumlu olarak daha fazla sosyal medyada süre geçirmeyi gerektiren bir amaca sahip olan bireylerde sosyal medya bağımlılık düzeyi daha yüksek bulunmuştur.

Çalışmamızda ortalama gece uyku süresi ile sosyal medya bağımlılık düzeyi arasında anlamlı ilişki saptanmamıştır ($p = 0,595$). Daha önce yapılan birçok çalışmada sosyal medya bağımlılık düzeyi ile uyku süresi arasındaki negatif yönlü ilişki rapor edilmiştir (118,119). Fakat çalışmamızın yapıldığı popülasyon tıp fakültesi öğrencilerinden oluştuğu için, zaten yoğun çalışma ve ders tempoları nedeniyle kişilerin uyku süreleri diğer çalışma popülasyonlarına göre daha kısa olabilir. Bu nedenle sosyal medya bağımlılığı olmaksızın kişilerin uyku süresinin ders çalışmak nedeniyle de azalmış olabileceği düşünülmüştür.

Bu çalışmanın bazı kısıtlı yönleri bulunmaktadır. Çalışma bir üniversitede okuyan öğrencilerin katılımıyla gerçekleştirildiği için, çalışma sonuçlarının bütün tıp fakültesi öğrencilerine genellenebilirliği sınırlıdır. Raporlu, izinli, çalışma tarihleri arasında eğitimine çeşitli sebeplerle ara veren öğrenciler çalışma kapsamında değerlendirilememiştir. Bu öğrencilerin sonuçları çalışma sonuçlarından farklılık gösterebilir. Sosyal medya kullanımını etkileyebilecek diğer durumlar çalışmamızda sorulmamıştır. Özellikle COVID-19 ve depresyon gibi güncel sorunlar BKİ ve sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olabilir. Bu gibi sorunlardan etkilenim düzeyinin daha fazla ya da daha az olması çalışma popülasyonunda BKİ ve sosyal medya bağımlılığını farklı düzeylerde etkilemiş olabilir. Bu nedenle farklı dönem ve bölgelerde yapılan çalışmaların sonuçları farklılık gösterebilir. Son olarak çalışmamız kesitsel tipte bir çalışma olduğu için hangi parametrenin daha önce ya da daha sonra ortaya çıktığı gösterilememiş, bir neden sonuç ilişkisi yorumu getirilememiştir. Bu konuda gelecekte araştırma yapacak çalışmacılar daha uzun dönemli çalışmalar planlayarak nedensel ilişkileri ve zaman etkisini daha iyi gözlemleyebilirler.

6. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Üçüncü basamak bir Üniversite Hastanesi Tıp fakültesinde öğrenim gören 190 öğrencinin dahil edildiği bu çalışmanın sonuçları şu şekildeydi:

- Öğrencilerin tamamına yakını (%98,4) en az bir sosyal medya platformunu kullanıyordu. SMBÖ puan ortalaması $92,67 \pm 29,97$ 'ydi ve öğrencilerin %71,6'sı az-çok arasında sosyal medya bağımlılığına sahipti. Yaklaşık her 3 öğrenciden 1'inin (%33,7) orta ve üzerinde bir sosyal medya bağımlılığına sahip olması, dikkat çekici bir bulgu olarak yorumlanmıştır. Bu nedenle öğrencilere bu konuda bilgi verici eğitimlerin düzenlenmesi ve fakülte/hastane ortamında farkındalık artırıcı uygulamalarla durumun vurgulanması, bu popülasyonda sosyal medya kullanım düzeyini ve dolayısıyla olumsuz sağlık sonuçlarını azaltabilecek önlemler ve müdahaleler arasında yer alabilir.
- Katılımcıların BKİ ortalaması $23,50 \pm 3,82 \text{ kg/m}^2$ idi; SMBÖ puanı ile BKİ değeri arasında anlamlı bir ilişki saptanmadı ($p = 0,781$). Bununla birlikte BKİ ile yakından ilişkili olan fast-food tüketim sıklığının artışının SMBÖ puan artışı ile ilişkili olduğu görüldü ($p = 0,011$). Bu durum çalışmamızın kesitsel özelliğiyle ilişkili olabilir. Yani çalışmamız belirli bir zaman dilimindeki değişkenlerin birbiriyle ilişkisini gösterdiği için sonuç istatistiksel olarak anlamlı çıkmamış olabilir. Örneğin fast-food tüketim sıklığı daha fazla olan bireylerin ilerleyen zamanlarda BKİ düzeylerinde artış görülebilir.
- Sosyal medyayı arkadaşlarının yaşamını incelemek amacıyla kullanma ($p < 0,001$) ve sosyal medyayı tanınmak ve popüler olmak amacıyla kullanmanın ($p = 0,019$) SMBÖ puan artışında etkili olduğu belirlendi.
- Çalışmamız kesitsel tipte bir çalışma olduğu için sosyal medya bağımlılığı ile BKİ arasındaki ilişkinin neden-sonuç ilişkisini tespit edemedik. Gelecekte bu konu ile ilgili araştırma yapacak çalışmacılar daha uzun dönemli çalışmalar planlayarak nedensel ilişkileri ve zaman etkisini daha iyi gözlemleyebilirler.

- Çalışmamızın da örneklemini oluşturan genç nüfusta sosyal medya bağımlılık düzeyleri yüksek tespit edilmiştir. Bu durum genç nüfusu fizyolojik, psikolojik, sosyal ve akademik açıdan etkileyebilir. Bu konuda aile hekimleri kendilerine başvuran genç bireyleri ve ailelerini bilgilendirerek sosyal medya bağımlılığı açısından farkındalık oluşturabilir ve sorunun çözümüne kapsamlı bir yardımda bulunabilir.
- Toplumda sık görülen sosyal medya bağımlılığı ve obezite ile ilgili olarak ilgili kurumların halkı bilgilendirecek eğitim programları düzenlemesi ve farkındalığı artırması faydalı olabilir.

Sonuç olarak, bu çalışmada sosyal medya bağımlılık düzeyi ile BKİ arasında anlamlı düzeyde bir ilişki saptanmadı. Ancak BKİ artışı ile ilişkili olduğu bilinen fast-food tüketimi ile sosyal medya bağımlılığı ilişkili bulunmuştur. Bu konuda yapılacak daha ileri çalışmalarla sosyal medya bağımlılığı ile BKİ arasındaki ilişki daha detaylı olarak ortaya konabilir.

7. KAYNAKLAR

1. Aichner T, Grunfelder M, Maurer O. Twenty-five years of social media: a review of social media applications and definitions from 1994 to 2019. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*. 2021;24(4):215-222.
2. Auxier B, Anderson M. Social media use in 2021. Pew Research Center. 2021;1:1-4.
3. Madaiah M, Seshaiyengar CT, Suresh P, Munipapanna S, Sonnappa SD. Study to assess the effects of social networking sites on medical college students. *International Journal Of Community Medicine And Public Health*. 2017;3(5):1204–8.
4. Schou Andreassen C, Pallesen S. Social network site addiction-an overview. *Curr Pharm Des*. 2014;20(25):4053–61.
5. Shensa A, Escobar-Viera CG, Sidani JE., et al. Problematic social media use and depressive symptoms among US young adults: a nationally representative study. *Social Science & Medicine*. 2017;182:150-157.
6. Strasburger VC. Council on Communications and Media. Children, adolescents, obesity, and the media. *Pediatrics*. 2011;128(3):594.
7. Robinson TN. Television viewing and childhood obesity. *Pediatr Clin North Am*. 2001;48(4):1017–1025.
8. Ramsey Buchanan L, Rooks-Peck CR, Finnie RK, et al. Community Preventive Services Task Force. Reducing recreational sedentary screen time: a community guide systematic review. *Am J Prev Med*. 2016;50(3):402–415.
9. Robinson TN, Banda JA, Hale L, et al. Screen Media Exposure and Obesity in Children and Adolescents. *Pediatrics*. 2017;140:97–101.
10. Pearson N, Biddle SJ. Sedentary behavior and dietary intake in children,

- adolescents, and adults. A systematic review. *Am J Prev Med.* 2011;41(2):178–188.
11. Ford C, Ward D, White M. Television viewing associated with adverse dietary outcomes in children ages 2-6. *Obes Rev.* 2012;13(12):1139–1147.
 12. Weisgerber C, Butler S. Editor’s introduction: Special issue on communication pedagogy. in the age of social media. *Electronic Journal of Communication,* 2010;20(1):1.
 13. Dabbagh N, Reo R. Personal Learning Environments, social media, and self-regulated learning: A natural formula for connecting formal and informal learning. *The Internet and higher education.* 2012;15(1):3-8.
 14. Wigmore I. Social media. [Internet] <https://www.techtarget.com/whatis/definition/social-media> .Erişim:16.03.2023.
 15. Maryville University 2021. The Evolution of Social Media: How Did It Begin, and Where Could It Go Next? [Internet] <https://online.maryville.edu/blog/evolution-social-media/> Erişim:16.03.2023.
 16. Nguyen MH. The impact of social media on students’ lives. LAB University of Applied Sciences. Business Information Technology Dissertation, 2021.
 17. American Society of Addiction Medicine, Inc. 2019. Definition of addiction. [Internet] <https://www.asam.org/Quality-Science/definition-of-addiction> Erişim:16.03.2023.
 18. Sherman LE, Hernandez LM, Greenfield PM, Dapretto M. What the brain ‘Likes’: neural correlates of providing feedback on social media. 2018;13(7):699-707.
 19. King University Online 2019. The Psychology of Social Media. [Internet]. <https://online.king.edu/news/psychology-of-social-media/> Erişim:16.03.2023.
 20. Crone EA, Konjin EA. Media use and brain development during adolescence. *Nat Commun.* 2018; 9: 588.
 21. McLeod S. 2023. Maslow’s Hierarchy of Needs. Theory. [Internet] <https://simplypsychology.org/maslow.html> Erişim:16.03.2023.

22. McLeod S. Maslow's hierarchy of needs. *Simply psychology*. 2007;1:1-18.
23. Contentworks Agency 2018. The Psychology of Social Sharing. [Internet] <https://contentworks.medium.com/the-psychology-of-social-sharing-82be5fe08436> Erişim:16.03.2023.
24. Steers MLN, Wickham RE, Acitelli LK. Seeing Everyone Else's Highlight Reels: How Facebook Usage is Linked to Depressive Symptoms. *Journal of Social and Clinical Psychology*. 2014;33(8):701-731.
25. Pantic I. Online Social Networking and Mental Health. *Cyberpsychol Behav Soc Netw*. 2014; 17(10): 652–657.
26. Emeka UJ, Nyeche OS. Impact of Internet Usage on the Academic Performance of Undergraduates Students: A case study of the University of Abuja, Nigeria. *International Journal of Scientific & Engineering Research*. 2016;7(10):1018 - 1029.
27. Wheeler S, Yeomans P, Wheeler D. The good, the bad and the wiki: Evaluating student-generated content for collaborative learning. *British journal of educational technology*. 2008;39(6):987-995.
28. Jain NK, Verma A, Tiwari P. Going Social: The Impact of Social Networking in Promoting Education. *Online Submission*. 2012;9(3):483-485.
29. Yunus M, Salehi H. The effectiveness of Facebook groups on teaching and improving writing: students' perceptions. *International journal of education and information Technologies*. 2012;1(6):87-96.
30. Borja RR. 'Blogs' catching on as tool for instruction: Teachers use interactive Web pages to hone writing skills. *Week*. 2005;25(15):1-17.
31. Apeanti WO, Danso ED. Students' use of social media in higher education in Ghana *Innovative J*. 2014;3(1):3-9.
32. Deng L, Tavares N. From Moodle to Facebook: exploring students' motivation and experiences in online communities. *Comput. Educ*. 2013;68: 167-176.
33. D'avila DC. Students are spending too much time on social media, 2017. [Internet] <https://summitpsnews.org/2017/05/18/students-are-spending-too-much->

time-on-social-media/ Erişim:16.03.2023.

34. Le Roux DB, Parry DA. In-lecture media use and academic performance: Does subject area matter? *Comput. Hum. Behav.* 2017;77:86–94.
35. Guedes E, Sancassiani F, Carta, MG, et al. Internet addiction and excessive social networks use: what about Facebook? *Clinical practice and epidemiology in mental health: CP & EMH.* 2016;12:43.
36. Al-Yafi K, El-Masri M, Tsai R. The effects of using social network sites on academic performance: the case of Qatar. *J Enterp Inf Manag.* 2018;31(3):446–62.
37. Kumar S., Kumar A, Badiyani B, et al. Relationship of internet addiction with depression and academic performance in Indian dental students. *Clujul Medical.* 2018;91(3):300.
38. Belal A. Influence of digital social media in writing and speaking of tertiary level student. Doctoral dissertation, BRAC University, 2014.
39. Unicef. 2021. Cyberbullying: What it is and how to stop it. [Internet] at: <https://www.unicef.org/end-violence/how-to-stop-cyberbullying> Erişim:16.03.2023.
40. Faryadi Q. Cyber bullying and academic performance. *Int. J. Comput. Eng. Res.* 2011;1(1): 2250-3005.
41. Akcil S. Cyberbullying-Victimization, Acculturative Stress, and Depression Among International College Students. Doctoral dissertation. Kent State University, 2018.
42. Broadband Search 2023. Cyber Bullying Statistics. [Internet]: <https://www.broadbandsearch.net/blog/cyber-bullying-statistics> Erişim:26.03.2023.
43. Nakshine VS, Thute P Khatib MN, Sarkar B. Increased Screen Time as a Cause of Declining Physical, Psychological Health, and Sleep Patterns: A Literary Review. *Cureus.* 2022;14(10):e30051.
44. Lissak G. Adverse physiological and psychological effects of screen time on

- children and adolescents: Literature review and case study. *Environ Res.* 2018;164:149–157.
45. Woods HC, Scott H. Sleepy teens: Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem. *J Adolesc.* 2016;51:41–49.
 46. Appel M, Marker C, Gnambs T. Are social media ruining our lives? A review of meta-analytic evidence. *Review of General Psychology.* 2020;24(1):60-74.
 47. Espinoza G, Juvonen J. The pervasiveness, connectedness, and intrusiveness of social network site use among young adolescents. *Cyberpsychol Behav Soc Netw.* 2011;14(12):705-9.
 48. Nakshine VS, Muacevic A, Adler JR. Increased Screen Time as a Cause of Declining Physical, Psychological Health, and Sleep Patterns: A Literary Review. *Cureus.* 2022;14(10):e30051.
 49. Johnson EO, Roth T, Schultz L, Breslau N. Epidemiology of DSM-IV insomnia in adolescence: Lifetime prevalence, chronicity, and an emergent gender difference. *Pediatrics.* 2006;117:1–56.
 50. Brambilla P, Giussani M, Pasinato A, et al. Sleep habits and pattern in 1-14 years old children and relationship with video devices use and evening and night child activities. *Ital J Pediatr.* 2017;43:7.
 51. Marco CA, Wolfson AR, Sparling M, Azuaje A. Family socioeconomic status and sleep patterns of young adolescents. *Behav Sleep Med.* 2011;10:70–80.
 52. Paavonen EJ. TV exposure associated with sleep disturbances in 5- to 6-year-old children. *Journal of Sleep Research.* 2006;15:154–161.
 53. Lemola S, Perkinson-Gloor N, Brand S, Dewald-Kaufmann JF, Grob A. Adolescents' electronic media use at night, sleep disturbance, and depressive symptoms in the smartphone age. *J Youth Adolesc.* 2015 44:405–418.
 54. Blask DE. Melatonin, sleep disturbance and cancer risk. *Sleep Med Rev.* 2009;13:257–264.
 55. van Ekris E, Altenburg TM, Singh AS, et al. An evidence-update on the

- prospective relationship between childhood sedentary behaviour and biomedical health indicators: a systematic review and meta-analysis. *Obes Rev.* 2016;17:833–849.
56. Taheri S. The link between short sleep duration and obesity: we should recommend more sleep to prevent obesity. *Arch Dis Child.* 2006;91:881–884.
 57. Chaput JP, Visby T, Nyby S, et al. Video game playing increases food intake in adolescents: a randomized crossover study. *Am J Clin Nutr.* 2011;93(6):1196–1203.
 58. Robinson TN. Reducing children's television viewing to prevent obesity: a randomized controlled trial. *JAMA.* 1999;282(16):1561–1567.
 59. Epstein LH, Roemmich JN, Robinson JL, et al. A randomized trial of the effects of reducing television viewing and computer use on body mass index in young children. *Arch Pediatr Adolesc Med.* 2008;162(3):239–245.
 60. Matheson DM, Wang Y, Klesges LM, Beech BM, Kraemer HC, Robinson TN. African-American girls' dietary intake while watching television. *Obes Res.* 2004;12:32–37.
 61. Robinson TN, Matheson DM. Environmental strategies for portion control in children. *Appetite.* 2015;88:33–38.
 62. Robinson TN, Borzekowski DL, Matheson DM, Kraemer HC. Effects of fast food branding on young children's taste preferences. *Arch Pediatr Adolesc Med.* 2007;161(8):792–797.
 63. Borzekowski DL, Robinson TN. The 30-second effect: an experiment revealing the impact of television commercials on food preferences of preschoolers. *J Am Diet Assoc.* 2001;101(1):42–46.
 64. Hale L, Guan S. Screen time and sleep among school-aged children and adolescents: a systematic literature review. *Sleep Med Rev.* 2015;21:50–58.
 65. Merghani A, Malhotra A, Sharma S. The U-shaped relationship between exercise and cardiac morbidity. *Trends Cardiovasc Med.* 2016;26:232–240.
 66. Palaus M, Marron EM, Viejo-Sobera R, Redolar-Ripoll D. Neural basis of video

- gaming: A systematic review. *Front Hum Neurosci.* 2017;11:248.
67. Lam LT. Internet gaming addiction, problematic use of the internet, and sleep problems: a systematic review. *Curr Psychiatry Rep.* 2014;16:444.
68. Tutgun Ünal A, Deniz L. Development of the social media addiction scale. *AJIT-e: Academic Journal of Information Technology.* 2015;6(21):51-70.
69. O'reilly M, Dogra N, Whiteman N, et al. Is social media bad for mental health and wellbeing? Exploring the perspectives of adolescents. *Clinical child psychology and psychiatry.* 2018;23(4):601-13.
70. Fardouly J, Vartanian LR. Social media and body image concerns: Current research and future directions. *Current opinion in psychology.* 2016;9:1-5.
71. Alioğlu N. A field research on social media as means of emotional satisfaction. *Bujss.* 2016;9(2):1-27.
72. WASH Report, 2023. <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/digital-2023/> (Erişim:13.8.2023).
73. Kula H, Ayhan C, Kaçay Z, Soyer F. The relationship between smartphone addiction and life satisfaction: faculty of sport sciences students. *International Journal of Psychology and Educational Studies.* 2020;7(1):86-95.
74. Kara FM. Internet addiction: Relationship with perceived freedom in leisure, perception of boredom and sensation seeking. *Higher Education Studies.* 2019;9(2):131-40.
75. Üzer A, Gürsoy BK. Tıp fakültesi öğrencilerinde internet bağımlılığı, problemleri sosyal medya kullanımı, anksiyete, depresyon ve sosyodemografik değişkenler arasındaki ilişki. *Kocatepe Medical Journal.* 022;23:288-94.
76. Erbaş Ü, Gümüş H. Participation in Physical Activity and Social Media Addiction in Students. *International Journal of Psychology and Educational Studies.* 2020;7(4):52-60.
77. Nguyen TH, Lin KH, Rahman FF, Ou JP, Wong WK. Study of depression, anxiety, and social media addiction among undergraduate students. *Journal of Management Information and Decision Sciences.* 2020;23(4):257-76.

78. Rodgers RF, Lombardo C, Cerolini S, et al. The impact of the COVID-19 pandemic on eating disorder risk and symptoms. *Int J Eat Disord.* 2020;53(7):1166-70.
79. Hawkins LK, Farrow C, Thomas JM. Do perceived norms of social media users' eating habits and preferences predict our own food consumption and BMI?. *Appetite.* 2020;149:104611.
80. Hong J, Sila-Nowicka K, McArthur DP. Is the popularity of social networking services beneficial for public health? Focusing on active travel and BMI, *Journal of Transport and Health.* 2018;11:183-92.
81. Leahey TM, Doyle CY, Xu X, et al. Social networks and social norms are associated with obesity treatment outcomes. *Obesity.* 2015;23(8):1550-4.
82. Van Strien T, Ouwens MA. Effects of distress, alexithymia and impulsivity on eating. *Eating Behaviors.* 2007;8(2):251-7.
83. Colliier DA, Treasure LJ. The aetiology of eating disorders. *British Journal of Psychiatry.* 2004;185:363-5.
84. Treasure J, Cardi V, Kan C. Eating in eating disorders. *European Eating Disorders Review.* 2012;20(1):42-9.
85. Trindade AP, Appolinario JC, Mattos P, et al. Eating disorder symptoms in Brazilian university students: a systematic review and meta-analysis. *Brazilian Journal of Psychiatry.* 2018;41:179-87.
86. Braden A, Musher-Eizenman D, Watford T, Emley E. Eating when depressed, anxious, bored, or happy: are emotional eating types associated with unique psychological and physical health correlates?. *Appetite.* 2018;125:410-7.
87. Qutteina Y, Nasrallah C, Kimmel L, Khaled SM. Relationship between social media use and disordered eating behavior among female university students in Qatar. *Journal of Health and Social Sciences.* 2019;1:59-72.
88. Kim Y, Kim B, Hwang HS, Lee D. Social media and life satisfaction among college students: a moderated mediation model of SNS communication network heterogeneity and social self-efficacy on satisfaction with campus life. *The Social Science Journal.* 2020;57.

89. Phu B, Gow AJ. Facebook use and its association with subjective happiness and loneliness. *Computers in Human Behavior*. 2019;92:151-9.
90. Lei H, Chiu MM, Li S. Subjective well-being and internet overuse: a meta-analysis of mainland Chinese students. *Current Psychology*. 2020;39(3):843-53.
91. Boswell RG, Kober H. Food cue reactivity and craving predict eating and weight gain: a meta-analytic review. *Obesity Reviews*. 2016;17(2):159-7.
92. Ayyildiz F, Şahin G. Effect of social media addiction on eating behavior, body weight and life satisfaction during pandemic period. *British Food Journal*. 2022;124(9):2980-92.
93. Solmaz B, Tekin G, Herzem Z, Demir M. İnternet ve sosyal medya kullanımı üzerine bir uygulama. *Selçuk İletişim*. 2013;7(4):23-32.
94. Alosaimi FD, Alyahya H, Alshahwan H, Al Mahyijari N, Shaik SA. Smartphone addiction among university students in Riyadh, Saudi Arabia. *Saudi Medical Journal*. 2016;37(6):675.
95. Miyake OY, Jinnin R, Shishida K, Okamoto Y. Eating disorders. *Brain Nerve*. 2015;67(2):183-92.
96. Hattingh M, Dhir A, Ractham P, et al. Factors mediating social media-induced fear of missing out (FoMO) and social media fatigue: A comparative study among Instagram and Snapchat users. *Technological Forecasting and Social Change*. 2022;185:122099.
97. Gümüs D, Sevim S, Kızıl M. Mevlüde. Relationship Between Social Media and Eating Behaviors During Pandemic. 2023:22083.
98. Hales SB, Grant B, Barr-Anderson DJ. Examining the impact of an online social media challenge on participant physical activity and body weight in the United States. *Sport in Society*. 2016;19(10):1690-702.
99. Gündüz N, Gökçen O, Eren F, et al. The relationship between internet addiction and eating attitudes and obesity related problems among university students. *Turkish J Clinical Psychiatry*. 2019;22:266-75.
100. Canan F, Yildirim O, Ustunel TY, et al. The relationship between internet

- addiction and body mass index in Turkish adolescents. *Cyberpsychol Behav Soc Netw.* 2014;17:40–5.
101. Rodgers RF, Melioli T, Laconi S, Bui E, Chabrol H. Internet addiction symptoms, disordered eating, and body image avoidance. *Cyberpsychol Behav Soc Netw.* 2013;16:56.
 102. Baltacı G. Obesity and exercise. Sağlık Bakanlığı Yayın No: 730, 2012, Ankara.
 103. Eskiler E, Küçükbiş HF. Sources of social support in physical activity participation: the moderating effect of gender. *International Journal of Psychology and Educational Studies.* 2019;6(3):82-90.
 104. Gumus H, Honca AA, Cetinkaya T. Perceived social support in recreational activity participation: a study on students. *Higher Education Studies.* 2019;9(1):151-8.
 105. Yılmaz M, Sertbaş K, Gumus H.. Gönüllülerin faaliyetlere katılım nedenleri ve motivasyonel faktörlerin analizi: Gençlik merkezleri örneği. *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi.* 2019;21(3):117-27.
 106. Pehlivan Z. The expectations of the families from their children who are participating sports, behavioral changes that are observed in children and obstacles to participation to sports. *Sportmetre Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi.* 2009;7(2):69-76.
 107. Thompson AM, Rehman LA, Humbert ML. Factors influencing the physically active leisure of children and youth: A qualitative study, *Journal of Leisure Studies.* 2005;27(5):421-38.
 108. Allen MS, Waiter EE, McDermott MS. Personality and sedentary behavior: A systematic review and meta-analysis. *Health Psychology.* 2017;36(3):255.
 109. Sofiany IR, Setyawati MI. Portrait of the sedentary lifestyle among students from public health school. *Muhammadiyah Journal Of Epidemiology.* 2021;1(1):65-72.
 110. Yurtdaş DG, Kaner G, Özçakal S. The association between social media addiction and orthorexia nervosa, eating attitudes, and body image among adolescents. *Eating and Weight Disorders-Studies on Anorexia, Bulimia and*

- Obesity. 2022;27(8):3725-35.
111. Imperatori C, Panno A, Carbone GA, et al. The association between social media addiction and eating disturbances is mediated by muscle dysmorphia-related symptoms. *Eat Weight Disord.* 2022;27(3):1131–40.
 112. Kamilah NN, Nandiyanto ABD. Balanced Eating Between Fast Food and Healthy Food for Better Nutritional Needs. *Indonesian Journal of Educational Research and Technology.* 2024;4(1):1-8.
 113. Göbel P, Sanlier N, Yilmaz S, et al. The Correlation between Social Media Addiction and Emotional Eating during the COVID-19 Quarantine Period. *Ecology of Food and Nutrition.* 2023;62(1-2):60-74.
 114. Gu Y, Coffino J, Boswell R, Hall Z, Bragg MA. Associations between state-level obesity rates, engagement with food brands on social media, and hashtag usage. *Int Environ Res Public Health.* 2021;18(23):12785.
 115. Fleming-Milici F, Harris JL. Adolescents' engagement with unhealthy food and beverage brands on social media. *Appetite.* 2020;146:104501.
 116. Çakmak S, Tanrıöver Ö. Is obesity and body perception disturbance related to social media addiction among university students?. *J Am Coll Health.* 2022;14:1-8.
 117. Brailovskaia J, Schillack H, Margraf J. Tell me why are you using social media (SM)! Relationship between reasons for use of SM, SM flow, daily stress, depression, anxiety, and addictive SM use. *Computers in Human Behavior.* 2020;113:106511.
 118. Hjetland G, Skogen JC, Hysing M, Sivertsen B. The Association Between Self-Reported Screen Time, Social Media Addiction, and Sleep Among Norwegian University Students. *Frontiers in public health.* 2021;9:794307.
 119. Suwayri A, Mohammed S. The impact of social media volume and addiction on medical student sleep quality and academic performance A cross-sectional observational study. *Imam Journal of Applied Sciences.* 2016;1.2:80-7.



8. EKLER

Ek-1: Sosyo-demografik veri formu

1. Kronik hastalığınız var mı? (1) Yok (2)Var
2. Kronik hastalık tanınız.....
3. Sürekli kullandığınız ilaç var mı? (1)Yok (2)Var (lütfen belirtiniz.....)
4. Cinsiyetiniz: (1) kadın (2) erkek
5. Yaşınız:...yıl
6. Öğrenim gördüğünüz sınıf:.....
7. Medeni durumunuz:1)bekar 2)evli 3)boşanmış
8. Boyunuz ve kilonuz: boy:cm kilo Kg- BKİ (tarafımızdan hesaplanacaktır)
9. Yaşadığınız yer 1)ev 2)yurt 3)Diğer (lütfen açıklayınız)
10. Sigara kullanıyor musunuz? 1)Hiç içmedim 2)Ara-sıra içiyorum 3) Her gün içiyorum 4) İçiyordum bıraktım
11. Alkol kullanıyor musunuz? (1)Hayır (2)Evet
12. Alkol kullanma sıklığınız 1) Her gün 2) Haftada birkaç gün 3) Haftada bir gün 4) Ayda bir gün 5)Yılda birkaç gün
13. Ne sıklıkla fiziksel aktivite yaparsınız? 1)Her gün 2)Haftada birkaç gün 3) Haftada bir Gün 4)Ayda bir gün 5)Yapmam
14. Yaptığınız fiziksel aktivite türleri nelerdir? 1)Yürüyüş 2)Basketbol 3)Voleybol 4)Futbol 5)Tenis 6)Ağırlık kaldırma 7)Bisiklet çevirme 8)Dans 9) Diğer (lütfen açıklayınız.....)

15.Kültürel faaliyetlere (sinema, tiyatro, opera, konser, sergi, müze vb.) ne sıklıkla katılırsınız? 1)Haftada birkaç gün 2) Haftada bir gün 3) Ayda bir gün 4)Yılda birkaç gün 5) Hiç

16.Ortalama gece uyku süreniz kaç saattir? 1)3-5 saat 2)5-8 saat 3)8 saat üzeri

17.Fast-food tarzı besinleri ne sıklıkla tüketirsiniz? 1)Her gün 2)Haftada 1-2 gün 3)Ayda 1 gün 4)Hiç tüketmem

18. Sosyal medya kullanıyor musunuz? a) Evet b) Hayır

19. Sosyal medya uygulamalarından hangilerini kullanıyorsunuz? (Birden fazla şık işaretleyebilirsiniz) (1) Facebook (2) Twitter (3) Instagram (4) Whatsapp (5) Youtube (6) TikTok (7) Snapchat (8)Diğer..... (lütfen açıklayınız)

20. Sosyal medyada günde ne kadar süre harcarsınız? a)1 saatten az b) 1-3 saat arası c) 4- 6 saat arası d) 7 saatten fazla

21. Sosyal Medyayı Kullanım Amaçlarınız (birden çok şık işaretleyebilirsiniz)

- 1)Arkadaşlarla iletişim Kurmak 2)Arkadaşlarının Yaşamlarını incelemek
- 3)Arkadaşlarla Tekrar iletişime Geçebilmek 4)Kendi Düşüncelerini Paylaşmak
- 5)Beğenileri Paylaşmak 6)Yeni Arkadaşlıklar Edinmek 7)Tanınmak ve Popüler Olmak
- 8)Eğitime Katkı Sağlayıcı Bilgiler Edinmek 9)Güncel Farklı Bilgiler Edinmek
- 10)Mesleki amaçla 11)Oyun Oynamak

Ek-2: Sosyal medya bağımlılığı ölçeği

Maddeno		Nadiren	Bazen	Sık sık	Her zaman
1.	Yakın zamanda sosyal medyada neler olup bittiği hakkında oldukça fazla düşünüyorum.				
2.	Yapmam gereken bir iş varsa öncesinde sosyal medyayı kontrol ederim.				
3.	Belli bir süre sosyal medyaya girmediğimde sosyal medyaya girme düşüncesi zihnimimeşgul eder.				
4.	Hayatımın sosyal medya olmadan sıkıcı, boş ve zevksiz olacağını düşünüyorum.				
5.	İnternete bağlı değilken yoğun bir şekilde sosyal medyaya girmeyi düşünürüm.				
6.	Sosyal medyada neler olup, bittiğini merak ederim.				
7.	Sosyal medyada düşündüğümde daha fazla zaman geçirdiğim olur.				
8.	Sosyal medya ile bağlantımı kesmeye karar verdiğimde kendi kendime birkaç dakika daha derim.				
9.	Sosyal medyayı uzun süre kullanmaktan asla vazgeçmem.				
10.	Sosyal medyayı, planladığımdan daha fazla kullandığım olur.				
11.	Sosyal medyayı kullanırken zamanın nasıl geçtiğini anlayamam.				
12.	Sosyal medya ile eylemlere oyun, sohbet, fotoğraflara bakmak, vs.) uzun sürelerayırım.				
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 ve 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 çalışanlarıma 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 medya dolayısıyla daha fazla zaman geçirmek için okula veya işle ilgili çalışmalarını ihmal ederim.				
29.	Sosyal medyada zaman geçirmeyi arkadaşlarımla zaman geçirmeye tercih ederim.				

	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 zaman geçirmeyi tercih ederim.					
33.	İnsanlar sosyal medyada geçirdiğim zamanın miktarı konusunda beni eleştirirler.					
34.	Kendimi sosyal medyada ne kadar süre gezdiğimi 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 kullanımının yaşamımda sorunlar oluşturur.					
41.	Yapmam gereken işler çoğaldıkça, sosyal medya kullanma isteğim de ölçüde artar.					









