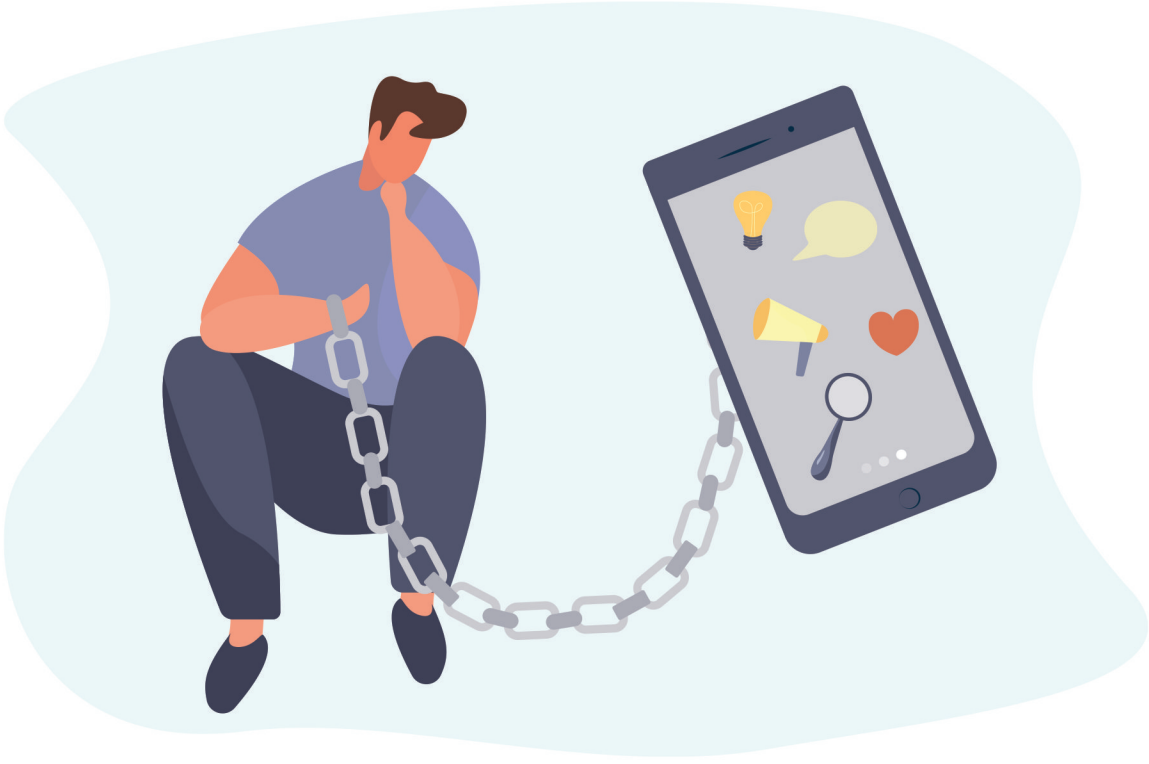




SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI İLE OBEZİTE FARKINDALIĞI İLİŞKİSİ

KONYA ÖRNEĞİ

Dr. Rufen Oral
Prof. Dr. Vedat Çakır

İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ	iii
ÖN SÖZ -2.....	iv
İÇİNDEKİLER.....	v
TABLolar LİSTESİ	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ	ix
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA, BAĞIMLILIK VE KURAMSAL YAKLAŞIMLAR

1.1. Medyadan Sosyal Medyaya Tarihsel Süreç	5
1.2. Sosyal Medyanın Özellikleri	13
1.3. Sosyal Medya Ortamları	15
1.4. Kuramsal Yaklaşımlar Bağlamında Sosyal Medya.....	21
1.4.1. Kullanımlar ve Doyumlar Bağlamında Sosyal Medya	21
1.4.2. McLuhan'ın Teknolojik Yaklaşımı Bağlamında Sosyal Medya	27
1.4.3. Sosyal Medyanın Uyuşturan Etkisi	29
1.4.4. Medya Bağımlılığı Teorisi Bağlamında Sosyal Medya	30
1.5. Bağımlılık	35
1.6. Bağımlılık Türleri.....	38
1.6.1. Maddesel Bağımlılıklar	39
1.6.2. Davranışsal Bağımlılıklar	41
1.7. Sosyal Medya Bağımlılığı ve Türleri.....	43

İKİNCİ BÖLÜM

OBEZİTE VE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI

2.1. Obezite ve Önemi	45
2.2. Obeziteyi Ölçme Yöntemleri.....	46
2.3. Obeziteye Neden Olan Faktörler	48
2.4. Obezitenin Neden Olduğu Sağlık Sorunları	49
2.5. Obezite ile Mücadele ve Farkındalık	49
2.6. Obezitenin Tedavisi	51
2.7. Obezite ve Teknoloji Bağımlılığı	52
2.8. Obezite ve Sosyal Medya Bağımlılığı	53
2.9. Obezitenin Görülme Sıklığı ve İstatistikler	54

2.9.1. Küresel Boyutuyla Obezite ve İstatistikler	54
2.9.2. Türkiye’de Obezite ve İstatistikler	56
2.9.3. Çocuklar ile Gençlerde Obezite ve İstatistikler	58
2.10. Sosyal Medya Bağımlılığı ve Obezite Üzerine Seçilmiş Bazı Araştırmalar	59

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI İLE OBEZİTE FARKINDALIĞI İLİŞKİSİ ÜZERİNE YAPILAN ALAN ARAŞTIRMASI VE BULGULAR

3.1. Araştırmanın Metodolojisi	71
3.1.1. Araştırmanın Sorunu	71
3.1.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi	72
3.1.3. Araştırmanın Tasarımı ve Yöntemi	73
3.1.4. Araştırmanın Evren ve Örneklemi	74
3.1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları	74
3.1.6. Alan Araştırmasının Kurgusu ve Anket Formunun Tasarımı	74
3.1.7. Verilerin Analizi ve Kullanılan Testler	76
3.1.7.1. Tek Yönlü Varyans (ANOVA) Analizi	77
3.1.7.2. Bağımsız Örneklem t Testi	77
3.1.7.3. Korelasyon	77
3.1.7.4. Regresyon Analizi	78
3.1.8. Araştırma Soruları ve Hipotezler	78
3.1.9. Etik Kurul Onayı	81
3.2. Bulgular ve Tartışma	81
3.2.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bilgiler	81
3.2.2. Katılımcıların İnternet ve Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Analizler	84
3.2.3. Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığına İlişkin Analiz Sonuçları	90
3.2.4. Katılımcıların Fiziksel Özelliklerine İlişkin Analiz Sonuçları	98
3.2.5. Katılımcıların Obezite Farkındalık Ölçeğine İlişkin Analiz Sonuçları	100
3.2.6. Sosyal Medya Bağımlılığı ve Obezite Arasındaki İlişki ve Etki Analizleri	105
SONUÇ ve ÖNERİLER	109
KAYNAKÇA	117