

Başvuru Tarihi: 27.09.2017 **Received Date:** 27.09.2017

Yayına Kabul Tarihi: 28.12.2017 **Accepted Date:** 28.12.2017

Yayınlanma Tarihi: 29.01.2018 **Published Date:** 29.01.2018



akademia

ISSN:1308-3198

Erciyes İletişim Dergisi *akademia* 2018

Cilt (Volume): 5, Sayı (Number): 3, (76-88)

Serel Özmen AKYOL (Öğr. Gör.)

Eskişehir Osmangazi Üni. Sivrihisar MYO

sozmen@ogu.edu.tr

Hakan YILDIRIM (Öğr. Gör.)

Eskişehir Osmangazi Üni. Sivrihisar MYO

hayildirim@ogu.edu.tr

Esra SERTEL (Öğr. Gör.)

Eskişehir Osmangazi Üni. Sivrihisar MYO

esertel@ogu.edu.tr

MESLEK YÜKSEKOKULU ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL GÖRÜNÜŞ KAYGISI, KLOUT SKORU VE AKADEMİK BAŞARI PUANI ARASINDAKİ İLİŞKİ: SİVRİHİSAR ÖRNEĞİ¹

Öz

21. yüzyıldaki teknolojik gelişmeler iletişim teknolojilerinde de yenilikleri beraberinde getirmiştir. İletişim teknolojilerindeki bu yenilikler insanların iletişim becerilerinde de yeniliklere sebep olmuştur. Facebook, Twitter gibi sosyal medya siteleri başta gençler olmak üzere toplumun birçok kesimi tarafından yaygın olarak kullanılmaktadır. Sosyal ağların gençler tarafından yaygın kullanım oranına sahip olması, öğrenimin etkinliğini arttırabileceği görüşünün ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu çalışmaya, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sivrihisar Meslek Yüksekokulu Bilgisayar Programcılığı ile Muhasebe ve Vergi Uygulamaları programlarında öğrenim görmekte olan öğrencilerden 54'ü katılmıştır. Çalışmada 3 farklı parametre için değerlendirme yapılmaktadır. Bu parametreler; öğrencilerin sosyal görünüş kaygısı, sosyal medya bilinirliğini ifade eden Klout skoru ve akademik başarılarını gösteren genel not ortalamalarıdır. Elde edilen bu parametre değerlerine göre; meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal görünüş kaygısı, Klout skoru ve akademik başarı puanları arasında anlamlı ilişkiler olup olmadığı incelenmiş ve ortalama kaygı ile genel not ortalaması arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Görünüş Kaygısı, Klout Skoru, Akademik Başarı, Myo Öğrencileri.

THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL APPEARANCE ANXIETY, KLOUT SCORE AND ACADEMIC ACHIEVEMENT SCORE OF VOCATIONAL SCHOOL STUDENTS: SIVRIHISAR SAMPLE

Abstract

In the 21st century, technological developments have brought innovations in communication technologies. These innovations in communication technologies have also led to innovations in people's communication skills. Social media sites such as Facebook and Twitter are widely used by many segments of society, especially young people. The widespread use of social networks by young people has led to the idea that it may increase the effectiveness of learning. This study was attended by 54 students from Eskişehir Osmangazi University Sivrihisar Vocational School Computer Programming and Accounting & Tax Practices programs. Three different parameters are evaluated in the study. These parameters are; social appearance anxiety, Klout score expressing social media awareness, and general grades of academic achievements of students. According to the obtained parameter values; it was investigated whether there was a significant relationship between social appearance anxiety, Klout score and academic achievement scores of vocational school students. There is a negative correlation between mean anxiety and general grade average.

Keywords: Social Appearance Anxiety, Klout Score, Academic Achievement, Vocational School Students

¹ Bu bildiri 20-21 Mayıs 2017 tarihlerinde Saraybosna-Bosna Hersek'de ASEAD 1. ULUSLARARASI SOSYAL BİLİMLER SEMPOZYUMU'nda sunulmuştur.

Giriş

İşletmelerin ihtiyacı olan nitelikli ara elemanı yetiştirmeleri sebebiyle meslek yüksekokulları ülkemizin gelişimi için oldukça önemli bir yere sahiptir. Meslek yüksekokullarında eğitim gören öğrencilerin, mezun olduktan sonra sanayinin pek çok iş kolunda yer aldığı görülmektedir. Bu genç kitlenin doğru irdelenmesi ve yönlendirilmesi kapsamlı faydalar sağlayabilmektedir. Özellikle bilgi çağı dediğimiz bu dönemde, bilgi teknolojileri alanında yaşanan hızlı değişim, toplumun her alanına yansyarak, her düzeyde önemli dönüşümler yaşanmasına neden olmuştur (Vurgun, 2008, 8). Eğitim alanında da bu dönüşümün etkisi görülmektedir. Öğrencilerin kendilerini ifade etme şekli, beklenti ve isteklerinde de bu oranda farklılıklar oluşmuştur.

Temel hedefi, toplumun bilgi düzeyi açısından yeterli ve bilgi teknolojilerine uyum sağlayan, yetkin bireyleri hayata katmak olan üniversitelerin, oluşan yeni dönüşüm ve gelişimlere uyum sağlamaları ve öğrencileri bu gelişimler ekseninde yetiştirmeleri gerekmektedir. Bilgi çağında kişilerin kendilerini ifade etme şekli de bu çağa uygun olmalıdır.

Günümüzde bireyler kendilerini fiziksel görünüşleri ile olduğu kadar sosyal görünüşleri ile de ifade etmek durumundadırlar. Bu da kişilerde sosyal görünüşleri konusunda bir tedirginlik oluşturmaktadır. Sosyal görünüş kaygısı olarak ifade edilen bu durum; kişilerin fiziki görünüşü ve beden imgesi hakkındaki negatif algı ve değerlendirmeler sonucu ortaya çıkmaktadır. Sosyal görünüş kaygısı, kişinin kendi görünüşü hakkında yaptığı değerlendirmenin bir sonucudur (Doğan ve diğerleri, 2011,123).

Bireyin kendisini fiziksel anlamda “olumlu” olarak değerlendirmesi; başkaları ile olan ilişkilerine olumlu yansyarak, aynı zamanda kişinin işlerinde de daha başarılı olmasını sağlamaktadır. Diğer taraftan, kendini beğenmeyen ve kendinde pek çok kusurlu taraf olduğunu düşünen insanların ise hayatlarının bazı dönemlerinde güvensizlik, huzursuzluk ve değersiz olduğu hissi yaşadığı bilinmektedir (Alemdağ ve Öncü, 2015, 290).

Kişiler için başkaları üzerinde etkili bir izlenim oluşturmak, onlar tarafından çekici algılanmak önemlidir. Diğer insanlar tarafından algılanma şeklini gösterir bu durum, benlik sunumu ya da izlenim yönetimi olarak da ifade edilmektedir. Aksi durumda, birey etkili izlenim bırakmadığı ve başkaları için çekici gelmediğini düşünerek kaygı yaşayabilmektedir. Bireyin dış görünüşü hakkındaki hislerinin nasıl olduğu, onun tüm benlik saygısını etkileyen en önemli etkidir (Özcan ve diğerleri, 2013,108).

Günümüzde bu kaygılar bilgi teknolojileri ile buluşarak, sosyal popülerlik şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Bireyler için kendilerini fiziksel ve sosyal olarak nasıl ifade ettiklerinin yanı sıra sosyal platformlarda da nasıl ifade ettikleri önem kazanmaktadır.

Çevrimiçi sosyal ağlar ve medya, kişilerarası iletişime ve bilgi paylaşımına imkan vermektedir. Sosyal medya büyük ölçüde kişilerin kendilerini ifade etmelerine, yeni arkadaşlıklar ve bağlantılar kurmalarına olanak sağlayan ücretsiz, herkesin kullanımına açık bir araçtır. Bu sayede kişiler; amaçladıkları akademik, profesyonel, kişisel vb. hedef kitlelere hızla ulaşabilmekte, mesleki ve kurumsal irtibat ağları oluşturarak iş olanağı sağlayabilmektedirler (Khatri ve diğerleri, 2015,11)

Sağladığı farklı yarar ve kolaylıkların yanı sıra sosyal medya kullanımı, önemli incelikleri barındırmaktadır. Doğru kullanımı ile bireylere hem iş yerlerinde hem de sosyal çevrelerinde pek çok avantaj sağlarken, aksi halde sosyal dışlanma, önyargı ve ayrımcılık gibi olumsuz durumlar oluşturabilmektedir (Mitrou ve diğerleri, 2014,3).

Teknoloji dünyasında pek çok iş alanında da yer bulan, sosyal medya bilinirlik puanı olarak ifade edilen Klout skoru, hesap sahibinin etkileşimde olduğu kullanıcılar ile direkt mesaj etkileşimlerine, etkileşimde olunan hesaplarla karşılıklı olarak atılan tweetlere verilen reaksiyonlar (tepkiler) gibi çok uç değişkenleri de hesaplamaya dâhil etmektedir (Keleş, 2017, 378). Bu bağlamda, Klout skoru; sosyal medyada kullanıcıların birbirleri ile olan etkileşimleri ve üretilen içeriklere verdikleri reaksiyon olarak tanımlanabilir. Firmalar, sosyal medya aracılığıyla

tüketicilerle etkileşime geçebilecek yetenekli personel seçiminde, muhtemel adayların Klout puanlarına bakmaktadır (Griffith, 2011; Stevenson, 2012). Personel seçim kararlarının yanı sıra, Disney ve Audi de dahil olmak üzere binlerce firma, Klout kullanarak etkili tüketicileri belirlemektedir (Bussey, 2012; Schaefer, 2012, 97).

Sosyal medyanın kullanımı hakkında yapılan pek çok çalışma olmasına rağmen, sosyal medya bilinirliği, sosyal görünüş kaygısı ve akademik başarı parametrelerinin birlikte değerlendirildiği bir çalışma bulunmamaktadır.

Bu çalışmada özellikle Meslek Yüksekokulu (MYO) öğrencileri seçilmiş ve değerlendirmeler buna göre yapılmıştır. Bunun nedeni ise; Türkiye’de genellikle kırsal bölgelerde kurulan meslek yüksekokulu öğrencilerinin profillerinin farklı oluşu ve şimdiye kadar MYO öğrencilerinin sosyal medya bilinirliği, sosyal görünüş kaygısı ve akademik başarıları arasındaki ilişki hakkında herhangi bir çalışma yapılmamış olmasıdır.

1. Çalışmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, Sivrihisar Meslek Yüksekokulundaki Bilgisayar Programcılığı ve Muhasebe & Vergi Uygulamaları Programlarında eğitim gören öğrencilerin sosyal görünüş kaygıları ve sosyal medya bilinirlik skoru olarak ifade edilen Klout skorlarının akademik başarı puanlarını nasıl etkilediğini araştırmaktır.

Çalışmada katılımcıların öncelikle; (1) sosyal medya bilinirlik ölçeği olan Klout skorunun dünya genelinde kariyer gelişimi ve işe alım süreçlerinde kullanımı hakkında bilgilendirilmesi, (2) sosyal medya ve sosyal görünüş kaygısı hakkında farkındalık kazandırılması amaçlanmıştır.

Bu amaç doğrultusunda çalışmaya katılan öğrenciler ile aşağıdaki üç parametre değerlendirilmiştir;

- Öğrencilerin sosyal görünüş kaygıları
- Öğrencilerin Klout skoru
- Öğrencilerin akademik başarı puanı

2. Sosyal Görünüş Kaygısı

İnsan; sosyal, bedensel ve ruhsal yönleri ile değerlendirilmesi gereken bir bütündür. Karmaşık ve çok boyutlu olarak değerlendirilen beden imgesi, belirtilen bu sosyal, ruhsal ve bedensel bütünlüğü önemli ölçüde etkiler. Beden imgesi, kişinin fiziki görünüşü hakkındaki algı, tutum ve davranışlarını ve geçmişten bugüne getirdiği tüm deneyimlerini de içine alan bir kavramdır (Cash ve diğerleri, 2005,192).

Sosyal görünüş kaygısı, yalnızca bireyin fiziksel görünümü ile ilgili değerlendirmeleri değil, aynı zamanda kişinin genel görünümüne ilişkin genel değerlendirmeleri de içermektedir (Amil ve Bozgeyikli, 2015,70).

Kişilerin kendi beden algıları kadar diğer insanların vücut imgelerini nasıl algıladığı da önemlidir. Bireyler motivasyonlarını başkalarına iyi bir izlenim vermek üzerine kurabilmekte ve bu durum fiziksel imgeleri hakkındaki algılar konusunda aşırı derecede endişe duymalarına neden olabilmektedir (Şahin ve diğerleri, 2014,153).

Hart ve arkadaşlarına (2008) göre sosyal görünüş kaygısı; boy, kilo, kas yapısı gibi genel fiziksel görünüşün ötesinde bireyin ten rengi ve yüz şekli (burnu, gözlerinin uzaklığı, gülüşü vs.) gibi özellikleri de içeren daha kapsamlı bir kavramdır. Sosyal anksiyetenin bir çeşidi olarak belirtilen sosyal görünüş kaygısında, genel fiziksel görünüşün ötesinde daha ayrıntılı ve bütüncül bir durum söz konusudur (Doğan, 2010,151).

Başka bir deyişle sosyal görünüş kaygısı, sosyal fiziksel kaygıyı içeren ve kişinin kendi bedeninin ve görünümünün olumsuz görüntüsünün bir sonucu olarak, insanların fiziksel

görünüşlerinin diğer insanlar tarafından değerlendirilmesiyle yaşadıkları kaygı ve gerginlik olarak tanımlanmaktadır (Hart ve diğerleri, 2008,49).

Yapılan bazı çalışmalara göre, kişilerin uyguladıkları egzersizin bile yaşadıkları sosyal görünüş kaygısı düzeyleriyle ilişkili olduğu belirtilmektedir. Hem sosyal görünüş kaygısı hem de görünüşe yönelik sosyo-kültürel tutumların yeme bozukluklarına da sebep olduğu bilinmektedir (Eriksson ve diğerleri, 2008,390) Aynı şekilde beden imgesi, bireyin benlik saygısından öte yeme davranışlarını, sosyal kaygı düzeylerini, cinsel davranışlarını, sosyal ilişkilerini ve duygusal durumlarını da belirleyici bir etkiye sahiptir (Cash ve Fleming, 2002,192) Sosyal görünüş kaygısına yol açan olumsuz değerlendirme korkusu ve mükemmeliyetçilik, yeme bozuklukları için risk faktörleri olarak önerilmektedir (Koskina ve diğerleri, 2011,143; Levinson ve diğerleri, 2013,126)

Sosyal anksiyete olarak da bilinen sosyal görünüş kaygısının ana özelliği, kişinin başkaları tarafından olumsuz değerlendirilip rezil olacağı, aşağılanacağı konusunda sürekli ve aşırı bir korku duymasıdır. Bilişsel davranışçı yaklaşımlara göre sosyal fobi bilişsel açıdan değerlendirildiğinde, olumsuz değerlendirilme korkusunun sosyal fobinin temeli olduğu belirtilmektedir (Çetin, 2010, 209; Weeks ve diğerleri, 2008, 45).

3. Sosyal Medya Bilinirlik Skoru – Klout Skoru

Bilgi çağı ile herkesin hayatına dahil olan sosyal medya, kişilerin kendilerini ifade ettiği, tanıttığı bir bakıma kişinin markası olarak kullandığı bir platform haline gelmiştir. Kişiler sosyal medya paylaşım ve etkinliklerini yani bilinirlik düzeylerini öğrenmek, buna göre markalarını yönetmek isteyebilmektedirler.

Sosyal medya bilinirliğinin belirlenmesi için geliştirilen farklı araçlar bulunsa da, klout.com, kullanıcıların sosyal ağlar ve topluluk forumları gibi çevrimiçi platformlarda etkisini ölçmek için bir metrik olarak geliştirilen, kişilere sosyal medya bilinirlik düzeyleri hakkında tek bir skor üreten ücretsiz ve herkesin kullanımına açık bir araçtır. Günümüzde Klout skoru, işe alımlar, etkili pazarlama gibi pek çok uygulama için firmalar tarafından yaygın bir şekilde kullanılmaktadır (Schaefer, 2013, 632).

Sosyal medya bağlantılarını incelemeye yönelik bu yapı, Twitter, Facebook, Instagram vb. günümüzde sıkça kullanılan uygulamalardaki hesapları inceleyen bir algoritma ile skor üretmektedir. Skorlama yapılırken, algoritmaya göre Facebook hareketleri, karşılıklı iletişime iki tarafın da katıldığı iki yönlü bir ağ olması sebebiyle farklı puan getirirken, Twitter; aksine, seçtikleri kişiyi takip edebilecek bir kullanıcı ağı içerdiğinden farklı puanlamaya tabidir. Klout skoru, bir kullanıcının sosyal ağlarda harekete geçme durumu temel alınarak hesaplanmaktadır. Bir kullanıcının Klout skoru oluşturulurken üç bileşenden faydalanılır; gerçek erişim (bir kullanıcının etkilediği kaç kişi), güçlendirme (kullanıcı tarafından etkilenenler) ve ağ etkileri (kullanıcının ağının etkisi). Sistem tarafından bilgi günlük olarak toplanmakta ve her sabah kullanıcının Klout skoru güncellenmekte ve Klout skorları 1-100 aralığında değerlendirilmektedir (Edwards ve diğerleri, 2013, A12).

Kullanıcının sosyal medya gösterim, tıklama, beğeni, yorum, yeniden paylaşma ve satın alma davranışı gibi geniş bir kullanıcı reaksiyonu ölçülebilmektedir. Bir kullanıcının ağdaki diğer kullanıcılar arasında oluşturduğu reaksiyonların niceliğini ve kalitesini gözlemleyerek, kişinin sosyal medya bilinirliğinin ölçülmesi bu araç ile mümkündür (Rao ve diğerleri, 2015, 2282).

4. Akademik Başarı Puanı

Üniversiteler, kontrollü bir ortamda, öğrenciye bilgi, beceri ve tutumlar kazandırmak için kurulmuş eğitim kurumlarıdır. Öğrencilerin kazandırılmak istenen bu davranışları kazanma düzeyleri, akademik başarı ile ölçülmektedir. Akademik başarı, öğrencilerin eğitim hayatında profesyonel çalışma ve programlar ile belirlenmiş, edinilmesi amaçlanan davranışlara ulaşma düzeyi şeklinde ifade edilmektedir (Silah, 2003,102).

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Önlisans, Lisans Öğretim ve Sınav Yönetmeliğine göre, öğrencinin bir dersteki başarısı bağlı değerlendirme yöntemi ile belirlenir. Bu değerlendirme öğrencinin yarıyıl içi çalışmalarında gösterdiği başarı ve yarıyıl sonu sınavında aldığı not birlikte değerlendirilerek; sınıfın genel başarı düzeyi, notların dağılımı ve sınıf ortalaması dikkate alınarak yapılır.

Not ortalaması, öğrencinin kaydolduğu ve not ortalaması hesabına giren her dersten alınan harf notunun katsayısı ile o dersin kredi değeri çarpımları toplamının derslerin yerel kredi değerlerinin toplamına bölünmesiyle bulunur. Bu işlem bir yarıyıldan alınan dersler için yapıldığında yarıyıl not ortalaması, üniversiteye girişten itibaren alınan tüm dersleri kapsayacak şekilde yapıldığında genel not ortalaması elde edilir (“Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Önlisans, Lisans Öğretim ve Sınav Yönetmeliği”).

5. Yöntem

5.1. Araştırma Metodu

Bu çalışmada, betimsel araştırma modeli içerisinde en yaygın olarak kullanılan, geniş gruplar üzerinde yürütülen, gruptaki bireylerin bir olgu veya olayla ilgili görüşlerinin, tutumlarının alındığı olay ve olguların kendi koşulları içinde ve olduğu gibi betimlenmeye çalışıldığı tarama modeli kullanılmıştır (Alemdağ ve Öncü, 2015, 290). Tarama modelleri; “çok sayıda elemandan oluşan bir evrende, evren hakkında genel bir yargıya varmak amacıyla evrenin tümü ya da ondan alınacak bir grup örnek ya da örneklem üzerinde yapılan tarama düzenlemeleridir”(Altunışık ve diğerleri, 2010, 30).

5.2. Araştırmanın Kapsamı, Kısıtlılıkları ve Zaman Aralığı

Araştırmanın kapsamını; Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sivrihisar Meslek Yüksekokulu Bilgisayar Programcılığı ve Muhasebe & Vergi Uygulamaları programlarına, 2016-2017 öğretim yılı bahar yarıyılında kayıtlı öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırmada herhangi bir örneklem seçim yöntemi kullanılmadan evrenin tamamına ulaşılması hedeflenmiştir ve bahsi geçen 121 öğrenciye çalışmaya katılım çağrısında bulunulmuştur.

Araştırmanın uygulaması 1 Şubat 2017 – 15 Mart 2017 tarihleri arasında yapılmıştır. Araştırmaya katılmayı kabul etmeme, araştırmanın yapıldığı tarihlerde okula gelmeme ve bunun gibi nedenlerle çalışmaya; 43’ü Bilgisayar Programcılığı Programı ve 11’i Muhasebe & Vergi Uygulamaları Programı öğrencileri olmak üzere toplam 54 adet öğrenci katılmıştır. Bu öğrencilerin 21’i (% 39) kız, 33’ü (%61) ise erkek öğrencidir.

Öğrencilerin araştırma konusu olan Klout skoru hakkında yeterli fikir sahibi olmamaları, araştırmaya katılmayı tercih etmemeleri ve yukarıda bahsedilen gerekçelerle çalışmanın başında hedeflenen ana kütle içinden 54 öğrenci ile çalışılmıştır.

5.3. Materyal

Çalışmada kullanılan veriler, üç farklı araçla toplanmıştır. Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ), bireylerin sosyal görünüş kaygılarını ölçmek amacıyla Hart ve ark. (2008) tarafından geliştirilmiştir. SGKÖ, bireylerin görünüş kaygıları ile ilgili bilişsel, duyuşsal ve davranışsal ifadelerden oluşmaktadır. Ölçek 16 maddelik, beşli likert tipinde, öz bildirim (self-report) tarzı bir ölçektir. Bu çalışmada, gerekli izinler alınarak, Tayfun Doğan tarafından Türkçeleştirilmiş “Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ)” (2009) kullanılmıştır (Doğan, 2010,154).

Öğrencilerin sosyal medya bilinirlik skoru olan Klout skoru belirlenirken, klout.com isimli sosyal medya değerlendirme sitesinden faydalanılmıştır.

Çalışmaya konu olan üçüncü parametre olarak değerlendirilen öğrencilerin akademik başarı ortalamaları ise, öğrenci bilgi sisteminde bulunan güncel genel not ortalamalarından elde edilmiş ve buna göre değerlendirilmiştir.

5.4. Araştırma Soruları ve Hipotezleri

Çalışmada Klout skoru, genel not ortalaması ve sosyal görünüş kaygısı parametreleri arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığı, varsa yön ve şiddetinin tespit edilmesi amacıyla korelasyon analizi yapılmış ve aşağıdaki üç araştırma problemi tanımlanarak değerlendirilmiştir. Buna göre ilki;

1. Araştırma problemi: Klout skorları, sınıflanmış kaygı düzeylerine göre farklılık göstermekte midir?

Birinci araştırma problemine göre oluşturulan hipotezler şu şekildedir:

- H_{10} : %95 güvenle düşük kaygı düzeyine sahip öğrenciler ile normal kaygı düzeyine sahip öğrenciler arasında Klout puanları açısından fark yoktur.
- H_{11} : %95 güvenle düşük kaygı düzeyine sahip öğrenciler ile normal kaygı düzeyine sahip öğrenciler arasında Klout puanları açısından fark vardır.

2. Araştırma problemi: Öğrencilerin sınıflanmış kaygı düzeyleri ile GNO arasında farklılık var mıdır?

İkinci araştırma problemine göre oluşturulan hipotezler şu şekildedir:

- H_{20} : %95 güvenle düşük kaygı düzeyine sahip öğrenciler ile normal kaygı düzeyine sahip öğrenciler arasında GNO açısından fark yoktur.
- H_{21} : %95 güvenle düşük kaygı düzeyine sahip öğrenciler ile normal kaygı düzeyine sahip öğrenciler arasında GNO açısından fark vardır.

3. Araştırma problemi: Klout skoru GNO'ya göre farklılık gösteriyor mu?

Üçüncü araştırma problemi için oluşturulan hipotezler ise şu şekildedir:

- H_{30} : %95 güvenle katılımcıların Klout skorları Genel not ortalamalarına göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.
- H_{31} : %95 güvenle katılımcıların Klout skorları Genel not ortalamalarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

5.5. Verilerin Analizi

Elde edilen veriler, istatistiksel ve betimsel olarak analiz edilmiştir. İstatistiksel olarak, kaygı düzeyleri ve Klout skorlarına göre öğrencilerin akademik başarı seviyeleri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit etmek için, t testi ve korelasyon analizi uygulanmıştır. Betimsel olarak yapılan analizde, öğrencilerin kaygı düzeyleri (düşük kaygılı, normal kaygılı, kaygılı ve yüksek kaygılı), Klout skorları (Sınıf 1-5) ve genel not ortalamaları (Sınıf 1-4) sınıflandırılmıştır.

Yapılan çalışmada öğrencilerin sosyal görünüş kaygı puanları ve düzeylerine göre elde edilen veriler Tablo 1'de yer almaktadır. Buna göre; çalışmaya katılan öğrencilerin yarısından fazlası düşük kaygılı iken, diğerleri normal kaygılıdır. Yüksek kaygılı ve kaygılı düzeyde öğrenci bulunmamaktadır.

Tablo 1. Sınıflandırılmış Kaygı

Kaygı Düzeyleri (Sınırları)	Frekans N	Yüzde %
Düşük Kaygılı (16-32)	30	55,6
Normal Kaygılı (33-48)	24	44,4
Kaygılı (49-64)	0	0
Yüksek Kaygılı (65-80)	0	0
Toplam	54	100,0

Çalışmada ölçülen bir diğer parametre olan Klout skorları için elde edilen değerler ve yapılan sınıflandırma Tablo 2’de gösterilmektedir. Öğrencilerin %55,6’sı 10 ile 20 puan arasında değerlendirilirken, %9,3’ü 21-30 puan arasında, %13’ü 31-40 puan arasında, %18,5’i 41-50 ve %3,7’si de 51-60 puan arasında Klout skoru ile değerlendirilmiştir.

Tablo 2. Sınıflandırılmış Klout Skorları

Klout skorları (Aralıklar)	Frekans N	Yüzde %
Sınıf 1 (10-20)	30	55,6
Sınıf 2 (21-30)	5	9,3
Sınıf 3 (31-40)	7	13,0
Sınıf 4 (41-50)	10	18,5
Sınıf 5 (51-60)	2	3,7
Toplam	54	100,0

Çalışmada kullanılan üçüncü parametre olan öğrencilerin genel not ortalamaları için yapılan değerlendirmede, öğrencilerin bilgi sisteminden elde edilen genel not ortalamalarına göre oluşturulan sınıf ve yüzdeleri Tablo 3’de yer almaktadır. Tabloda yer alan verilere göre, araştırmaya katılan öğrencilerin büyük bir kısmının (%48,1); 2,01 ile 3,00 aralığında genel not ortalamasına sahip olduğu görülmektedir. Öğrencilerden 2’sinin GNO’su 0,00 ile 1,00 aralığında iken, 14’ünün GNO’su 1,01 ile 2,00 aralığında ve 12’sinin GNO’sunun da 3,01 ile 4,00 aralığında olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Sınıflandırılmış GNO Aralıkları

Sınıflandırılmış GNO Aralıkları	Frekans N	Yüzde %
Sınıf 1- GNO (0,00-1,00)	2	3,7
Sınıf 2- GNO (1,01-2,00)	14	25,9
Sınıf 3- GNO (2,01-3,00)	26	48,1
Sınıf 4- GNO (3,01-4,00)	12	22,2
Toplam	54	100,0

Çalışmada değerlendirilen üç parametre için, öğrencilerin genel not ortalamaları, Klout skorları ve toplam kaygı düzeylerinin ilişki kuvvetlerini ve yönlerini tespit etmek amaçlı gerçekleştirilen korelasyon analizi bulgularına göre elde edilen sonuçlar Tablo 4’de gösterilmiştir.

Tablo 4. Parametreler Arasındaki Korelasyon Bulguları

		Genel Not Ortalaması	Klout Skoru	Toplam Kaygı Düzeyi
Genel Not Ortalaması	Pearson Korelasyon	1	,123	-,269
	Anlamlılık		,377	,049
	N	54	54	54
Klout Skoru	Pearson Korelasyon	,123	1	,053
	Anlamlılık	,377		,703
	N	54	54	54
Toplam Kaygı Düzeyi	Pearson Korelasyon	-,269	,053	1
	Anlamlılık	,049	,703	
	N	54	54	54

Çalışmada değerlendirilen üç parametre arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığını, eğer varsa yön ve şiddetini tespit etmek için kullanılan korelasyon analizi sonucuna göre öğrencilerin genel not ortalaması ile Klout skoru arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir ilişki bulunamamıştır (N= 54, $r=0.123$, $p=0.377>0.05$).

Öğrencilerin genel not ortalamaları ile toplam kaygı düzeyleri arasındaki ilişki değerlendirildiğinde ise, bu iki parametre arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir korelasyon bulunmuştur ve zayıf negatif bir ilişki olduğu görülmektedir (N = 54, $r = -0.269$, $p = 0.049<0.05$).

Son olarak Klout skoru ile toplam kaygı düzeyi arasındaki ilişki değerlendirildiğinde, istatistiksel olarak anlamlı bir korelasyon bulunamamıştır (N=54, $r = 0.053$, $p=0.703> 0.05$).

Çalışmada incelenen üç araştırma problemine ait analiz sonuçları aşağıda verilmiştir. Buna göre ilk araştırma probleminde ifade edilen; Klout skorlarının, sınıflanmış kaygı düzeylerine göre farklılık gösterip göstermediğine ait hipotezlerin değerlendirmesinde bağımsız iki örnek t testinden faydalanılarak Tablo 5’deki veriler elde edilmiştir. Buna göre anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir ($p=0.823>0.05$). Problem için kurulan %95 güvenle düşük kaygı düzeyine sahip öğrenciler ile normal kaygı düzeyine sahip öğrenciler arasında Klout puanları açısından fark yoktur, H_{10} hipotezi kabul edilmiştir. Değerlendirilen ilk grup ile ikinci grubun Klout puanları açısından aynı özelliklere sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 5. Klout Skoru için Bağımsız Grup t-testi

		F	Anlamlılık	t	df	Anlamlılık	Ortalama Fark
Klout Sko-ru	Equal variances assumed	,801	,375	-,224	52	,823	-,94983
	Equal variances not assumed			-,222	43,377	,826	-,94983

İkinci araştırma problemi olarak ifade edilen; öğrencilerin sınıflanmış kaygı düzeyleri ile GNO arasında farklılık olup olmadığına yönelik hipotezlerin değerlendirilmesinde bağımsız iki örnek t testinden faydalanılmış ve Tablo 6’da yer verilen sonuçlar elde edilmiştir. Elde edilen değerlere göre kurulan, %95 güvenle düşük kaygı seviyesindekiler ile normal kaygı seviyesine sahip öğrenciler arasında GNO açısından fark yoktur ($p=0.092>0.05$), H_{20} hipotezi kabul edilmiştir. İlk grup ile ikinci grup GNO açısından aynı özelliklere sahiptir.

Tablo 6. GNO için Bağımsız Grup t-testi

		F	Anlamlılık	t	df	Anlamlılık	Ortalama Fark
Genel Not Ortalaması	Equal variances assumed	5,439	,024	1,599	52	,116	,31514
	Equal variances not assumed			1,718	51,985	,092	,31514

Üçüncü olarak incelenen Klout skoru GNO’ya göre farklılık gösterip göstermediği problemi için oluşturulan hipotezlerin sonuçları aşağıdaki gibidir;

Bu problemin değerlendirilmesinde, öncelikle Tablo 7’de yer aldığı üzere Klout skoru için varyans homojenliği testi yapılmıştır. Anlamlılık düzeyinin $0,197> 0,05$ olması sebebiyle varyansların homojen olduğu kabul edilmektedir.

Tablo 7. Varyansların Homojenliği Testi

Levene İstatistiği	df1	df2	Anlamlılık Düzeyi
1,618	3	50	,197

Tablo 8’de görülen genel not ortalamaları ile Klout skorları düzeyine ilişkin varyans analizi sonuçları incelendiğinde, öğrencilerin GNO düzeyleri ile Klout skoru düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($f=0.669$, $p=0.835>0.05$). %95 güvenle katılımcıların Klout skorları genel not ortalamalarına göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir şeklindeki H_{3_0} hipotezi kabul edilirken, H_{3_1} hipotezi reddedilmiştir. Öğrencilerin GNO düzeyleri ile Klout skorları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

Tablo 8. Klout Skorlarına göre Öğrencilerin GNO Seviyelerinin ANOVA Sonuçları

	Kareler Top- lamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	Anlamlılık Düzeyi
Gruplar Arası	8457,081	41	206,270	,669	,835
Gruplar İçi	3700,667	12	308,389		
Toplam	12157,747	53			

Sonuç

MYO öğrencilerinin sosyal görünüş kaygısı, Klout skoru ve genel not ortalaması parametrelerinin arasındaki ilişkiyi araştırmayı amaçlayan bu çalışmada değerlendirmeler sonucunda elde edilen bulgulara ilişkin görüş ve sonuçlara aşağıda yer verilmiştir. Öğrencilerin hem sanal hem de gerçek hayattaki sosyal etkinlikleri ve sosyal görünüş algıları hakkında farkındalık oluşturulması amaçlanmıştır.

Çalışmaya katılan öğrencilerin yarısından fazlası “Düşük Kaygılı”, geri kalanları ise “Normal Kaygılı” sınıfında yer almaktadır. Bu durum genel olarak çalışmanın yapıldığı MYO öğrencileri arasında sosyal görünüş kaygı seviyesinin düşük olduğunu göstermektedir.

Çalışmada değerlendirilen bir diğer parametre olan Klout skorlarına bakıldığında öğrencilerin yarısından fazlasının en düşük skor sınıfında yer aldığı, en yüksek skor aralığında ise sadece 2 öğrenci olduğu görülmektedir.

Öğrenciler genel not ortalamalarına göre değerlendirildiğinde ise; öğrencilerin yarısından fazlasının (2,01-3,00) aralığında ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Buna göre birinci araştırma problemine yönelik ifade edilen hipotezler değerlendirildiğinde, düşük kaygı düzeyine sahip öğrenciler ile normal kaygı düzeyine sahip öğrenciler arasında Klout puanları açısından anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. İkinci araştırma probleminde düşük kaygı düzeyine sahip öğrenciler ile normal kaygı düzeyine sahip öğrenciler arasında GNO açısından fark olmadığı da hipotez testleri ile gösterilmiştir. Son olarak üçüncü araştırma problemine ait hipotezlere göre; çalışmaya katılan öğrencilerin, Klout skorları ve genel not ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık görülmemektedir.

Belirtilen istatistiksel analiz ve sonuçlara göre yapılan çalışmada değerlendirilen; sosyal görünüş kaygısı, Klout skoru ve genel not ortalaması parametreleri için sosyal görünüş kaygısı ile Klout skoru arasında ve genel not ortalaması ile Klout skoru parametreleri arasında bir ilişki olmadığı görülmektedir. Öğrencilerin genel not ortalamaları ile toplam kaygı düzeyleri arasındaki ilişki değerlendirildiğinde ise, bu iki parametre arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir korelasyon bulunmuştur ve negatif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Buna göre, not ortalaması yüksek olan öğrencilerin sosyal görünüş kaygısı daha düşük çıkmaktadır. İlgili alanyazın bu bulguyu destekler niteliktedir (Tekeli, 2017, 93). Tekeli (2017) çalışmasında, katılımcıların sosyal görünüş kaygıları ile akademik öz-yeterlik alt boyutlarından sosyal statü, bilişsel uygulamalar ve toplam akademik öz-yeterlik düzeyleri arasında negatif yönlü bir ilişki olduğunu ancak bu ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığını, buna karşılık görünüş kaygısı

ile teknik beceriler öz-yeterlik düzeyi arasında da negatif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunduğu tespit etmiştir.

Sonuçların değerlendirilmesinde, çalışmanın uygulandığı MYO öğrenci profili oldukça önemlidir. Özellikle sosyal görünüş kaygısı düzeylerindeki neredeyse tamamının düşük ya da normal kaygı düzeyine sahip olması bunu destekler niteliktedir. Sosyal kaygı düzeyinin yüksek olması tercih edilmediği gibi, çok düşük olması da tercih edilen bir durum değildir. Diğer taraftan değerlendirilen Klout skorlarında da aynı şekilde düşük sonuçlar elde edilmiştir. Öğrencilerin klout skorunun oluşumu hakkında daha önceden bir fikrinin olmaması bunun en büyük nedenidir. Literatür için de, sosyal medya bilinirliği olarak ifade edilen Klout skoru oldukça tartışmalı ve yeni bir konudur (Gaffney ve Puschmann, 2012,1; Schaefer, 2013, 632).

Pek çok şirket işe alım sürecinde Klout skorunu sosyal medya becerisinin bir göstergesi olarak görmekte ve seçimlerini buna göre yapmaktadır. Aynı şekilde şirketler pazarlama promosyonlarında ve tanıtım çalışmalarında Klout skoru yüksek insanlara öncelik vermektedir (Bacile, 2013, 87). Ancak ülkemizde, sosyal medya bilinirliğini ölçtüğü iddia edilen Klout skoru hakkında yeterli çalışma olmaması ve konunun bilinmemesi çalışmanın sonuçlarını da etkilemiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerden hiç birinin Klout skoru hakkında bilgisinin olmaması, Klout skorunun günlük ölçüm yaparak o günkü sonucu iletmesi değerleri olumsuz yönde etkilemiştir. Bu çalışma sayesinde öğrencilere kazandırılan sosyal medya bilinirlik kavramına göre ileride yapılacak ölçümlerde sonuçların farklı çıkacağı ve bu edinilen yeni bilginin daha çok insana dağıtılacağı öngörülmektedir. Keleş (2017)'in de belirttiği gibi; sanal dünyada birbirleriyle etkileşimde olan hesapların gerçek dünyadaki sosyal ilişkilerini ölçmeye çalışmak ve sanal ile gerçek ilişkiler arasında bir ilişki ortaya koymak, ileriki çalışmalar için de daha geniş bir açıyla sosyal medya skoru ölçme ve sosyal model çıkarma açısından ufuk açmaktadır. Bu bağlamda yapılan çalışma ile, sosyal görünüş kaygısı, Klout skoru ve akademik başarı puanı arasındaki ilişki değerlendirilerek, meslek yüksekokulu öğrencilerinin hem sanal hem de gerçek hayattaki sosyal etkinlikleri ve sosyal görünüş algıları hakkında alan yazına katkı sağlandığı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Alemdağ, S. ve Öncü, E. (2015). Öğretmen Adaylarının Fiziksel Aktiviteye Katılım ve Sosyal Görünüş Kaygılarının İncelenmesi - The Investigation of Participation Physical Activity and Social Appearance Anxiety at The Preservice Teachers. *International Journal of Science Culture and Sport*, (3), 287–300.
- Altunışık, R., Çoşkun, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yıldırım, E. (2010). Bilimsel Araştırma Süreci. *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, 17–46.
- Amil, O. ve Bozgeyikli, H. (2015). Investigating the Relationship between Social Appearance Anxiety and Loneliness of Turkish University Youth [Türk Üniversite Gençliğinin Sosyal Görünüş Kaygısı ve Yalnızlık İlişkisinin İncelenmesi]. *Journal of Studies in Social Sciences*, 11(1), 68–96.
- Bacile, T. J. (2013). The Klout Challenge: Preparing your Students for Social Media Marketing [Klout Yarışı: Öğrencilerin Sosyal Medya Pazarlamasına Hazırlanması]. *Marketing Education Review*, 23(1), 87–92.
- Bussey, J. (2012). *The Days of Klout and Clawback*. Erişim: 26 Aralık 2017, Wall Street Journal:<http://online.wsj.com/article/SB10001424052702303624004577340021623552312.html>
- Cash, T. F. ve Fleming, E. C. (2002). The impact of body image experiences: Development of the body image quality of life inventory [Vücut İmge Deneyimlerinin Etkisi: Vücut Görüntüsünün Yaşam Kalitesinin Envanterinin Geliştirilmesi]. *International Journal of Eating Disorders*, 31(4), 455–460.
- Cash, T. F., Santos, M. T., ve Williams, E. F. (2005). Coping with body-image threats and challenges: Validation of the Body Image Coping Strategies Inventory [Vücut-imge tehditleri ve zorluklarla başa çıkma: Vücut İmge Korunması Stratejileri Envanteri Doğrulaması]. *Journal of Psychosomatic Research*, 58(2), 191–199.
- Çetin, B. (2010). Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Ölçeği Kısa Formu'nun Türkçe Uyarlaması : Geçerlik ve Güvenilirlik Çalışması. *Education and Science*, 35(156), 205–216.
- Doğan, T. (2010). Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nin (SGKÖ) Türkçe Uyarlaması: Geçerlik ve Güvenilirlik Çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 39(2010), 151–159.
- Doğan, T., Sapmaz, F. ve Totan, T. (2011). Beden İmgesi Baş Etme Stratejileri Ölçeğinin Türkçe uyarlaması : Geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 12, 121–129.
- Edwards, C., Spence, P. R., Gentile, C. J., Edwards, A. ve Edwards, A. (2013). How much Klout do you have ??? A test of system generated cues on source credibility [Klout skorunuz kaç? Kaynak güvenilirliğine dair ipuçları üreten sistemin testi]. *Computers in Human Behavior*, 29(2013), A12–A16.
- Eriksson, L., Baigi, A., Marklund, B. ve Lindgren, E. C. (2008). Social physique anxiety and sociocultural attitudes toward appearance impact on orthorexia test in fitness participants [Fitness katılımcılarının sosyal görünüş kaygısı ve sosyokültürel tutumlarına yönelik ortoreksiya testi]. *Scandinavian Journal of Medicine and Science in Sports*, 18(3), 389–394.

- Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı. (t.y.). Erişim: 28 Şubat 2017, <http://oidb.ogu.edu.tr/Sayfa/Index/37/eskisehir-osmangazi-universitesi-onlisans-lisans-ogretim-ve-sinav-yonetmeligi>
- Gaffney, D. ve Puschmann, C. (2012). Game or measurement? Algorithmic transparency and the Klout score [Oyun mu ölçüm mü? Algoritmik saydamlık ve Klout skoru]. *Symposium & Workshop on Measuring Influence on Social Media*.
- Griffith, E. (2011). *Getting Your Klout Out: The Site's Social Media Influence Score Is Showing Up on Resumes*. Erişim: 26 Aralık 2017, Adweek: <http://www.adweek.com/digital/getting-your-klout-out-131629/>
- Hart, T. A., Flora, D. B., Palyo, S. A., Fresco, D. M., Holle, C. ve Heimberg, R. G. (2008). Development and Examination of the Social Appearance Anxiety Scale [Sosyal Görünüş Kaygı Ölçeğinin Geliştirilmesi ve İncelenmesi]. *Assessment* 2008, 15(1), 48–59.
- Keleş, E. (2017). Ankara'daki Üniversite Kütüphanelerinin Twitter Hesap Analizi. *Türk Kütüphaneciliği*, 31(3), 374-393.
- Khatri, C., Chapman, S. J., Glasbey, J., Kelly, M., Nepogodiev, D., Bhangu, A. ve Fitzgerald, J. E. (2015). Social media and internet driven study recruitment: Evaluating a new model for promoting collaborator engagement and participation [Sosyal medya ve internet odaklı çalışma işe alım: İşbirliği katılımını ve katılımını teşvik etmek için yeni bir model değerlendirilmesi]. *PLoS ONE*, 10(3), 1–11.
- Koskina, A., Van Den Eynde, F., Meisel, S., Campbell, I. C. ve Schmidt, U. (2011). Social appearance anxiety and bulimia nervosa [Sosyal görünüm kaygısı ve bulimiya nervoza]. *Eating and Weight Disorders*, 16(2), 142–145.
- Levinson, C. A., Rodebaugh, T. L., White, E. K., Menatti, A. R., Weeks, J. W., Iacovino, J. M. ve Warren, C. S. (2013). Social appearance anxiety, perfectionism, and fear of negative evaluation: Distinct or shared risk factors for social anxiety and eating disorders? [Sosyal görünüş kaygısı, mükemmeliyetçilik ve olumsuz değerlendirilme korkusu: Sosyal anksiyete ve yeme bozuklukları için farklı veya ortak risk faktörleri?]. *Appetite*, 67(2013), 125–133.
- Mitrou, L., Kandias, M., Stavrou, V. ve Gritzalis, D. (2014). Social media profiling: A Panopticon or Omnipticon tool? [Sosyal medya profillemesi: Bir Panoptikon aracı mı veya Omniptikon aracı mı?]. *Proc. of the 6th Conference of the Surveillance Studies Network*, 1-15.
- Özcan, H., Subaşı, B., Budak, B., Çelik, M., Gürel, Ş. C. ve Yıldız, M. (2013). Relationship between self-esteem, social appearance anxiety, depression and anxiety in adolescent and young adult women [Ergen ve Genç Erişkin Kadınlarda Benlik Saygısı, Sosyal Görünüm Kaygısı, Depresyon ve Kaygı Arasındaki İlişki]. *Journal of Mood Disorders*, 3(3), 107–113.
- Rao, A., Spasojevic, N., Li, Z. ve Dsouza, T. (2015). Klout score: Measuring influence across multiple social networks [Klout skoru: Birden Çok Sosyal Ağdaki Etkiyi Ölçme]. *IEEE International Conference on Big Data*, 2282–2289.
- Schaefer, M. W. (2012), *Return on Influence*, New York: McGraw-Hill.

- Schaefer, M. W. (2013). Return on Influence: The Revolutionary Power of Klout, Social Scoring, and Influence Marketing [Etki Dönüşü: Klout'un Devrimci Gücü, Sosyal Puanlama ve Pazarlama Etkisi]. *Psychology & Marketing*, 30(7), 632–633.
- Silah, M. (2003). Üniversite Öğrencilerinin Akademik Başarılarını Etkileyen Çeşitli Nedenler Arasında Süreksiz Durumluk Kaygının Yeri ve Önemi. *Eğitim Araştırmaları Dergisi*, (10), 102–115.
- Stevenson, S. (2012). *What Your Klout Score Really Means*. Erişim: 26 Aralık 2017, Wired, http://www.wired.com/business/2012/04/ff_klout/
- Şahin, E., Barut, Y., Ersanlı, E. ve Kumcağız, H. (2014). Self-esteem and Social Appearance Anxiety: An Investigation of Secondary School Students [Benlik Saygısı ve Sosyal Görünüş Kaygısı: Ortaokul Öğrencilerinin İncelenmesi]. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 4(3), 152–159.
- Tekeli, Ş. C. (2017). *Beden Eğitimi ve Spor Öğretmeni Adayları ile Diğer Öğretmen Adaylarının Sosyal Görünüş Kaygısı ve Akademik Öz - Yeterlik Düzeylerinin Karşılaştırılması*. Yüksek Lisans Tezi, Bartın Üniversitesi, Bartın.
- Vurgun, L. (2008). *Bilgi Toplumu Açısından Türkiye'deki Meslek Yüksekokullarının Örgütlenme Problemleri ve Çözüm Önerileri*, Doktora Tezi, Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli.
- Weeks, J. W., Heimberg, R. G. ve Rodebaugh, T. L. (2008). The Fear of Positive Evaluation Scale: Assessing a proposed cognitive component of social anxiety [Korku için Olumlu bir Değerlendirme Ölçeği: Önerilen sosyal kaygı bilişsel bileşeninin değerlendirilmesi]. *Journal of Anxiety Disorders*, 22(2008), 44–55.