

SOSYAL MEDYA KULLANIMININ İLETİŞİM KAYGISI BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

Zekiye Tamer Gencer*

ÖZET

Bu çalışmanın temel amacı, son yıllarda epeyce yoğun bir kullanıcı kitlesine ulaşmış olan sosyal medya araçlarını kullanan bireylerin, kendilerini ifade etme ve diğer bireylerle kurulan iletişimdeki kaygıları açısından incelemektir. Dünyada olduğu gibi Türkiye’de de yoğun bir kitle tarafından kullanılan sosyal araçların yüz yüze iletişimin kısmen önüne geçmiş olması, bu araçlar üzerinden kaygı incelenmesine neden olmuştur. Çalışmada sosyal medyanın tarihi gelişim sürecine yer verilmiş ve kavramsal olarak kaygı ve iletişim kaygısı tanımlanmıştır. Araştırmada, yaşları 18 ile 25 arasında değişen, üniversite öğrencilerinden oluşan gruba yönelik anket yöntemi kullanılmıştır. McCroskey (1982) tarafından geliştirilen ve Dünya’da birçok araştırmacı tarafından da kullanılan “İletişim Kaygısı Ölçeği” ilgili öğrenci grubuna uygulanmıştır. Anket içeriğinde katılımcıların sosyal ağları kullanma biçim, neden ve sıklıkları ile bu ağlardaki etkileşimlerinde duydukları iletişim kaygı düzeylerine dair sorular yer almıştır. Bireylerin yüz yüze iletişim yerine tercih ettikleri sosyal medya iletişiminin kaygı düzeyleri ile ilişkisinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Tüm katılımcılardan onay alınmış ve onayları doğrultusunda demografik bilgilerine de ulaşılmıştır. Araştırma bulguları SPSS programı ile analiz edilerek gerekli sonuçlara ulaşılmıştır. Bu çalışma sonuçlarına göre, cep telefonu ve akıllı cihaz sahipliği son derece yüksek bir orandadır (98,1). Ayrıca sosyal medya ortamlarına erişebilmek için gerekli olan internete bağlanma da çoğunlukla bu cihazlar üzerinden sağlanmaktadır (%39,1). Bir çok amaç için kullanılan sosyal medya ortamlarında geçirilen sürenin de çoğunlukla iki saat ve daha fazla olduğu göz önüne alındığında bireylerin bu özgür ve rahat iletişim ortamlarına daha çok ilgi gösterdikleri aşikardır. Demografik özellikler açısından öğrencilerin sosyal medya üzerinden kurdukları iletişimde kaygı düzeyleri arasında anlamlı farklılıklar olmaması sosyal medyadaki eylemleri daha sık ve aktif hale getirmektedir. İletişim kaygısı ölçeğinde (51-120 puan aralığı) ortalama puanın 72,21 olması sosyal medya iletişiminin kaygı düzeyini yükseltmediğini göz önüne sermektedir. Bu durum da sosyal medya üzerinden her konuda bilgi ve fikir paylaşımının artmasını sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: İletişim, kaygı, sosyal medya, iletişim kaygısı ölçeği

* Doç. Dr., Cumhuriyet Üniversitesi İletişim Fakültesi

AN EVALUATION IN THE CONTEXT OF COMMUNICATION APPREHENSION OF USING SOCIAL MEDIA

ABSTRACT

The main purpose of this study is to examine the people who use the social media tools which have reached a heavy user group in recent years about expressing themselves and communication with other people and their apprehensions in communication. Social media tools which are used by a great population also in Turkey as in the world get partially ahead of face to face communication and it caused that the apprehension is examined over these tools. This study includes the process of historical development of social media and apprehension and communication apprehension was defined conceptually in this study. A group which composed of university students ranging in age from 18 to 25 and survey method were used in the research. The scale of communication apprehension which was developed by McCroskey (1982) and is used by a lot of researchers in the world was practiced on the related student group. There are the questions about the way of using social media, reason and frequencies and the levels of communication apprehension in the interaction in these networks of the participants in the survey. It was aimed that the levels of apprehension of social media communication which individuals prefer instead of face to face communication and the relation are surveyed. Approval was obtained from all participants and their demographic information was reached in accordance with their approvals. The essential conclusions were reached by analyzing the research findings through SPSS program. The ownership of mobile phone and smart device has a very high rate according to the conclusions of this study (98,1). Besides, connection to internet which is necessary for access to social media platforms is provided mostly over these devies. (39,1%) When considering that the time which is spent in social media platforms which are used for a lot of reasons is mostly two hours and more, it is obvious that the individuals show more interest in these free and comfortable communication platforms. Since there are no significant differences in levels of communication apprehension on social media of the students in terms of demographic features, the actions on social media make more frequent and active. The average score in the scale of communication apprehension (range between 51-120) is 72,1 and it shows that social media communication doesn't raise the level of communication apprehension. This case provides that sharing information and ideas in every respect over social media increase.

Keywords: Communication, apprehension, social media, scale of communication apprehension

GİRİŞ

Var olduğu günden beri sürekli artan ve sonu olmayan bir biçimde iletişime ihtiyaç duyan insan sosyal bir varlıktır. Gelişim tarihi boyunca iletişim ihtiyacını

karşılama amacıyla çok çeşitli buluşlara imza atmıştır. İnsanoğlunun bu anlamda yaptığı en önemli buluşlardan sonuncusu ise internet tabanlı sosyal ağlardır. Yüz yüze iletişimin yerini önemli ölçüde alan sosyal medya iletişimi bireyler üzerinde hem kişisel hem de toplumsal bazı dönüşümlere neden olmuştur. Kişisel anlamda benlik ve sosyal ortama girme kaygısı dönüşerek sosyal görünüş kaygısı haline gelmiş ve toplumsal olarak da haber alma, bilgi oluşturma ve yayma gibi birçok konuda dönüşümler yaşanmıştır. Öncelikle sosyal medyanın kısa bir tarihine değinerek tanımlamalar yapmak daha sonra kaygı ve sosyal görünüş kavramlarını izah etmek doğru olacaktır.

İnternetin sosyal hayata dahil olmasından bir süre sonra bugünkü sosyal ağ (medya) kavramına en yakın ilk oluşum "blog" sayfaları olmuştur. Konuyla ilgili Kaplan ve Haenlein'in çalışmasında belirttiği üzere, bugünkü anladığımız haliyle sosyal medya çağı yaklaşık 20 yıl önce, Bruce ve Susan Abelson'un oluşturduğu ve beraberinde online günlük yazarlarından oluşan topluluğu da getiren en eski sosyal paylaşım sitesi olan "Açık Günlük" kurmasıyla başlamıştır. Kurgulanan açık günlük yapı itibarıyla ve içerik yönünden sosyal ağları çağrıştırmakta ve aynı zamanda "weblog" terimi ilk kez o zamanlar kullanılmış ve yıllar sonra esasında "we blog" olan ifade şaka söylemiyle gelişen bir kesintiye uğrayarak "blog" haline gelmiştir. Blog sayfaların popüler olması ile birlikte spesifik sayfalar çoğalmış ve bireyler ilgi alanlarına hitap eden alanları seçerek ilgi göstermeye başlamıştır. Bu durum da son derece geniş bir dünya olan internette filtre rolü üstlenmiş ve özgün içeriklere fırsat sunmuştur. İlerleyen yıllarda peş peşe Facebook ve diğer tüm araçlar popülerlik kazanmaya başlamıştır ve böylelikle de sosyal ağ sitelerinde, kişisel bilgi profilleri oluşturularak bu profillere erişmek için arkadaş/meslektaşlarının davet, e-posta ve birbirlerine anlık ileti göndererek online olmaya olanak sağlayan birçok uygulama ortaya çıkmıştır. Bu kişisel profiller fotoğraf, video, ses dosyaları ve bloglar da dahil olmak üzere her tür bilgiyi içerebilmektedir (Kaplan ve Haenlein 2010).

1. SOSYAL MEDYA VE KAYGI

Sosyal medya araştırmalarının temel amaçları bu ortamların hızla büyümesini izlemek ve yeni iletişim teknolojilerini sağlık başta olmak üzere bir çok alanda bilgilendirmenin teşviki ve geliştirilmesi amacıyla kullanmak çabaları olduğu göz önüne alındığında, sosyal medya kullanımı ve davranışla ilgili faktörler arasındaki ilişkiyi araştırmak önemli bir hale gelmektedir. Sosyal medya ve davranış arasındaki ilişki üzerine yapılan güncel araştırmalarda bunu ispatlayan çarpıcı sonuçlar göze çarpmaktadır (Chou ve ark. 2009). Son dönemde yapılan bu araştırmalar sosyal medya araçları üzerinde Tablo 1'de görüldüğü gibi bir sınıflandırmayı da ortaya çıkarmıştır. Mevcut sayısız ağlardan her biri farklı ve spesifik alanlar için kullanılmaktadır ve bireyler ilgi alanlarına göre bu ağlara giriş yapmaktadır.

Tablo 1. Medya ve Sosyal İçerik Zenginliği İle Kişisel Sunum/Kendini Açıklama Açısından Sosyal Medyanın Sınıflandırılması

		Medya ve sosyal içerik zenginliği		
		Düşük	Orta	Yüksek
Kişisel sunum/ Kendini açıklama	Yüksek	Bloglar	Sosyal ağlar (Facebook, Instagram gibi)	Sanal sosyal dünya (Second Life gibi)
	Düşük	İşbirlikçi projeler (Wikipedia gibi)	İçerik üreten topluluklar (Youtube gibi)	Sanal oyun dünyası (World of Warcraft gibi)

Kaynak: Kaplan ve Haenlein 2010

Ayrıca bazı şeyleri sorgulamayı içeren bir mesajı ileten iletişim kanalı olma fonksiyonuna sahip (Moorhead ve ark. 2013) olan bu paylaşım ortamları yenilikçi fikirlerin doğması ve yayılmasına da olanak sunmaktadır. Yüz yüze kurulan birbir iletişim modelinin geride bırakarak, bir blog içeriği, tweet ya da bir Facebook duvar gönderisi aracılığı ile kurulan iletişime olanak sağlayan (Hawn 2009) sosyal medya aynı zamanda tarihsel bir dijital günlüktür. İletişim zenginleşmesine yönelik olarak bu ortamlara düşülen notlar kalıcı olmakta ve kişisel deneyimlere başkaları tarafından ulaşılabilir. Örneğin bireyler hissettikleri kaygı düzeyleri, yaşadıkları bir hastalık ve uyguladıkları bir diyet programıyla ilgili tüm detayları paylaşmakta ve olumlu/olumsuz çıktılar aracılığı ile tavsiyeler sunmaktadır. Ayrıca son zamanlarda, sosyal medya sitelerinin online sağlık bilgilerinin potansiyel bir kaynağı olmaya başlamış (Thackeray ve ark. 2013) olması da insan davranışının sosyal medya üzerinde değiştiğinin önemli bir göstergesidir. Sosyal medyanın iletişim sürecinde yüklendiği bu roller benlik ve kaygı davranışlarını da etkilemektedir. Sosyal kaygı ve benlik arasındaki ilişkide, başkalarının kişinin kendisi hakkındaki izlenimlerinin ne olduğu kaygı düzeyini belirleyici rol oynamaktadır. Özellikle, insanların kitleler üzerinde bir izlenim veya etki yaratmaya motive olduğu zamanlara sosyal kaygı ister istemez oluşmaktadır. Düşük veya yüksek sosyal kaygı, insanların iletişim kurma sürecinde davranışlarını nitel ve nicel olarak etkilemektedir.

Bilgilerin, fikirlerin, duyguların ve becerilerin değiş tokuşu olarak tanımlanan (Trenholm ve Jensen 1996) iletişim sosyal bir süreçtir. Bu bağlamda Tezcan'a göre (2009) sosyal kaygı ile benlik saygısı arasında doğrusal bir ilişki vardır. Benlik saygısının duygusal, zihinsel, toplumsal ve dolaylı olarak da bedensel öğeleri vardır. Kendini değerli hissetme, yeteneklerini ortaya koyabilme, başarma, toplum içinde beğenilir olma, kabul görme, sevilme, kendi bedensel özelliklerini kabul ve benimseme, benlik saygısının oluşması ve gelişmesinde önde gelen etkenlerdir. Bunların tamamı bir araya gelerek insanların sosyal görünüşlerini oluşturmaktadır. Sabiston ve ark. (2014), sosyal görünüş kaygısını etkileyen fak-

törleri, (1) kişilik özellikleri (yaş, cinsiyet, kilo, kültürel durum gibi), (2) fiziksel faaliyet tipleri, (3) fiziksel faaliyet çevresinin özellikleri, (4) çevresel tetikleyiciler, (5) sosyal tetikleyiciler ve (6) fiziksel olarak kendini algılama olarak altı grupta incelemiştir (Akt: Çınar ve Keskin 2015). Çevresel tetikleyiciler içerisinde yaşadığımız fiziki dünyada oluşturduğumuz toplumsal çerçeve ve diğer bireylerle kurduğumuz etkileşimlerin tamamıdır. Bu etkileşimlerin son yıllarda aktif bir biçimde gerçekleştirildiği sosyal ağlar da sosyal görünüş kaygısının önemli bileşeni haline gelmiştir. Bu sebeple Goffman'ın sosyal performans teorisi bireyin kendini sık sık online bir şekilde sunumunu anlamak için kullanılmaktadır. Goffman (1959) tarafından geliştirilen bu teoriye göre, performans olarak kimlik; bireylerin ortamlarına uygun bir şekilde kimliklerini inşa ettikleri için sosyal etkileşim akışının bir parçası olarak görülmektedir (Pearson 2009).

İletişim kaygısı, başka insanlar ile olan bir takım iletişim çabalarında ortaya çıkan korku veya endişe ile karakterize edilen bir insani niteliktir (McCroskey 1978). McCroskey tarafından 1984' de öncelikle sözel iletişim kaygısı üzerine yapılan çalışmaya göre, yüksek derecede iletişim kaygısı gösteren bireylerin herhangi bir iletişim çabasına girme olasılığının daha düşük olduğu öne sürülmektedir. Psikolojide insanın yaşadığı bir ruh durumu olarak betimlenen ve insanın kişiliğini oluşturmasında yol gösterici bir kavram olarak tanımlanan kaygı kavramı, birçok alanda kendisine yer bulmuştur. Daha çok insanın varlığının değer kazandığı dönemde etraflıca işlenen kaygı, insanın yaşadığı bir bunalımı, iç daralmasını içermesinin yanı sıra, benlik, özgürlük, varoluş gibi kavramlarla da ilişkilendirilerek sosyal ve ontolojik anlam kazanmıştır (Manav 2011: 205). Bir internet kullanıcısı bir web sayfası görüntüleme, mail gönderme veya alma, sohbet (chat) programlarında yazışma, bir yerden bir yere bilgi transferi yapma, video konferansa katılma ve sesli görsel materyalleri dinleme gibi çeşitli etkinlikler ile meşgul olmaktadır. Bu tarz işlemler kişilerarası iletişim çabaları içermektedir ve dolayısıyla bir takım iletişim kaygısı ile ilişkilendirilebilmektedir. Scott ve Rockwell (1997) iletişim kaygısı ile herhangi bir çevrimiçi hizmet kullanımı arasında önemli bir negatif ilişki bulmuştur. Bu da, iletişim kaygısının, yüz yüze sözel iletişimin özellikle internet ve daha anlık internet iletişimi türleri olan internet aracılı sosyal medya ve çoklu kullanıcı alanları gibi internet ötesinde kişilerarası iletişim türlerini kullanmayı etkileyebildiğini göstermektedir (Rockwell ve Singleton 2002). İletişim kaygısı, sosyal iletişime katılma veya kabul edilme konularından korkan ve kaçınan bireyler arasındaki farkı araştıran iletişimden kaçınma araştırmasındaki kavramlardan birisidir (Sakamoto ve ark. 1998: 495). Başka insanlar ile iletişim kurmaktan örneğin konuşma, yazma, şarkı söyleme vb. gerçek anlamda korku veya endişe duymanın bir aşaması olarak tanımlanmaktadır. İletişim kaygısı, genel anlamda aşağıdaki 4 gruba ayrılmaktadır (Nomura ve Kanda 2003: 373):

Nitelikvari: Çeşitli anlamlar arasında bir iletişim yöntemi için sabit bir kişilik türüdür.

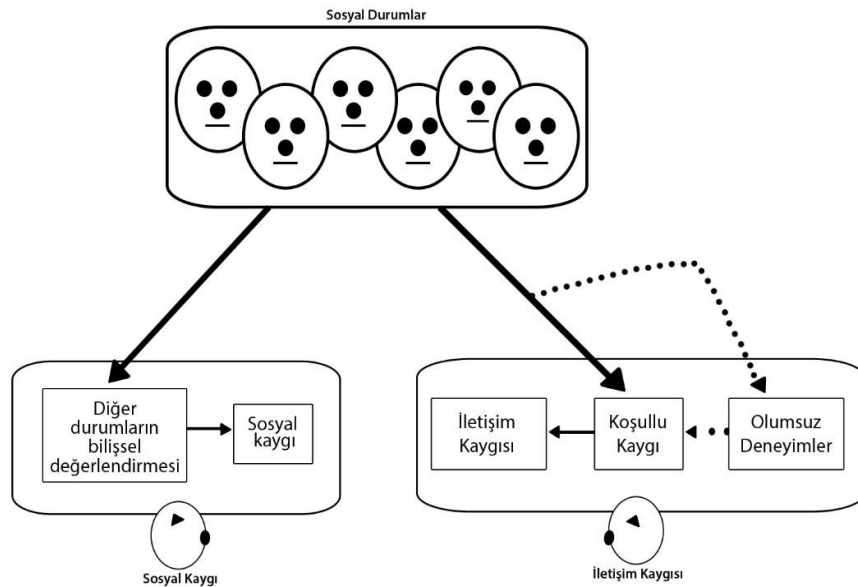
İçerik-temelli: Belirli bir bağlam içerisinde iletişim amaçlı sabit bir kişilik türüdür.

İzleyici-temelli: Belirli bir kişi veya kişiler ile yürütülen iletişim amaçlı sabit bir tepki eğilimidir.

Durumsal: Belirli bir kişi veya kişilerle yürütülen iletişim amaçlı geçici tepki eğilimidir.

Zorbaz'ın tez çalışmasında aktardığı üzere, Beck'e (2005) göre sosyal kaygı, kişinin dikkat odağı olmaya ve diğer bir kişi veya kişiler tarafından olumsuz değerlendirilmeye, değersiz sayılmaya karşı olan korkusudur. Sosyal kaygının oluşmasında kişinin başkaları tarafından algılanma ve değerlendirilme biçiminin yanı sıra değerlendirilme olasılığının varlığı da etkili olmaktadır. Diğer bir ifadeyle sosyal kaygıyı, diğer kaygılardan farklı yapan özellik, hayali veya gerçek ortamlarda, kişiler arası değerlendirmenin olması ya da bunun olma olasılığının bulunmasıdır. Bu nedenle sosyal kaygı "değerlendirilme kaygısı" olarak da isimlendirilebilir (Beck ve Emery 2006).

Psikolojik alanda birkaç kişilik kuramcısının kişiliğin belirleyicisi olarak gördüğü kaygı genel olarak duygusal bir durum olarak işlenmiştir (Manav 2011: 210). İletişim kaygısı diğer insanlar ve durumlardan etkilenmesine rağmen, diğerlerinin değerlendirmesi aracılığıyla değil, iletişim tekrarı ve olumsuz pekiştirici, olumsuz düşünme ve beceri eksikliği yüzünden oluşan durumsal kaygı tarafından aracılanmaktadır (Nomura ve Kanda 2003: 373). Aşağıdaki şekilde (Nomura ve Kanda 2003: 375) sosyal kaygı ile iletişim kaygısı arasındaki fark gösterilmektedir.



Şekil 1. Sosyal Kaygı İle İletişim Kaygısı Arasındaki Farklar

Kaynak: Nomura ve Kanda 2003: 375

William Gudykunst (2005)'un kaygı belirsizlik yönetimi teorisi kültürel gruplar ve yabancılar arasındaki yüzleşmeler üzerinde odaklanmaktadır. Minnesota Üniversitesinde Gudykunst'un danışmanlarından bir tanesi olan William Howell iletişim becerisinin 4 aşaması olduğunu ileri sürmektedir (Griffin 2014: 432):

1. Bilinçdışı Yetersizlik: Biz başkalarının davranışlarını yanlış yorumlamaktayız hatta bunu yaptığımızın farkında bile olmamaktayız.
2. Bilinçli Yetersizlik: Başkalarının davranışlarını yanlış yorumladığımızı biliriz fakat bu konuda hiçbir şey yapmayız.
3. Bilinçli Yeterlik: İletişimimiz hakkında düşünürüz ve sürekli olarak daha etkili olabilmek için yaptıklarımızı değiştirmeye çalışırız.
4. Bilinçdışı Yeterlilik: Nasıl konuştuğumuz veya dinlediğimiz hakkında artık daha fazla düşünmek zorunda olmadığımız noktaya kadar iletişim becerilerimizi geliştirmekteyiz.

Manav'ın çalışmasında aktardığı gibi kaygı geleceğe yönelik olarak an'da ortaya çıkar. Gelecek ise özgürlük için bir imkandır ve gelecek zaman içinde mümkün olandır. Geleceğin belirsizliği ise insanı kaygı içinde bırakır çünkü kaygı ve gelecek birdir. Çünkü kaygı belirsizlik durumudur, gelecek de belirsizlik içerdiğinden gelecek insanı kaygılandırır (Kierkegaard 2004: 163). Tanımlamadan da anlaşıldığı gibi aslında kaygı kavramı, insanın kendisini gerçekleştirme yolu olarak, var olmak adına bir adım niteliğinde düşünüldüğünde, aslında olumlu bir kavramdır. Bireyin kendini gerçekleştirme ve diğer bireyler üzerinde farkındalık oluşturma için bir güçtür. Eğer iletişim kaygısı ile internetin kişilerarası iletişim becerilerini kullanma durumu ilişkilendirilirse, o zaman yüksek derecede iletişim kaygısı gösteren bireylerin bu tür etkinliklerden kaçınma davranışı göstermesi daha olasıdır, dahası, internetin ev içinde başta gelen kullanımı kişilerarası iletişim amaçlıdır (Kraut ve ark. 1998, Survey 1999). İletişim kaygısı çevrimiçiye daha az zaman kaybına neden olmaktadır bu sebeple sosyal medya kullanımı daha önce yapılan araştırmalara göre iletişim kaygısı duyan bireylerde daha düşüktür. Bu bağlamda, iletişim kaygısı sosyal medya kullanımı açısından değerlendirildiğinde, bireylerde bilgisayar (internet) kullandıklarında, bilgisayarda bir şey yaptıklarında veya internet kullanmanın anlamını düşündüklerinde ortaya çıkan bir kaygı veya endişe olarak düşünülmektedir (Nomura ve Kanda 2003: 373).

2. YÖNTEM

Bu araştırma genel bir tarama modeli olarak Cumhuriyet Üniversitesi'nde okuyan öğrenciler ile yüz yüze anket tekniği uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Anket formunda demografik bilgiler ve sosyal medya kullanım profilinin yanı sıra;

McCroskey (1982) tarafından geliştirilen ve Dünya’da birçok araştırmacı tarafından kullanılan “İletişim Kaygısı Ölçeği”nin, Çakmak (2014) tarafından yapılan geçerlik ve güvenilirlik çalışması sonucunda Türkçe’ye uyarlanmış hali kullanılmıştır. Yapılan araştırma ile sosyal medya kullanan İletişim Fakültesi öğrencilerinin kaygı seviyelerinin ne olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Ayrıca, öğrenciler tarafından sıklıkla kullanılan sosyal medya araçlarının hangileri olduğu ve kaygı düzeyine göre bu araçları kullanma durumu hakkında bir takım sonuçlara ulaşılmıştır. Araştırmanın hipotezleri şu şekildedir;

1: Artan iletişim kaygısı sosyal medyada harcanan zamanda azalmaya neden olmaktadır.

2: Artan iletişim kaygısı daha sınırlı sosyal medya aracı kullanımına neden olmaktadır.

3: Sosyal medya deneyimi fazla olan bireyler kaygı düzeyi ne olursa olsun, sosyal medya deneyimi az olan bireylere göre daha fazla sosyal medya kullanmaktadır.

4: Öğrencilerin iletişim kaygısı düzeyleri ile cinsiyet arasında farklılık vardır.

Bu bağlamda elde edilen veriler SPSS programına kodlanarak ilgili istatistiksel analizler yapılmıştır.

3. BULGULAR

Çalışmanın araştırma kısmı, Cumhuriyet Üniversitesi öğrencilerinden basit tesadüfi yöntemle seçilen 367 kişilik örneklem grubuna yüz yüze anket şeklinde uygulanmıştır. Katılımcıların %53,7 si kadın ve %46,3 ü erkektir. Cinsiyet noktasında eşit bir dağılım sağlanmaya çalışılmıştır. Katılımcıların %37,9 u çoğunlukla şehir ve %32,7 si büyükşehirde yaşadığını belirtmiş, %29,4 ü çoğunlukla ilçe ve köyde yaşamıştır. Öğrencilerin şu anda yaşadıkları yer dağılımı ise, %46,0 yurt, %34,1 aile ile birlikte ve %12,5 i arkadaşları ile evde yaşamaktadır.

Tablo 2. İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Dağılımı

İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı		Frekans	Yüzde %
AKILLI TELEFON SAHİPLİĞİ	Evet	360	%98,1
	Hayır	7	%1,9
	Toplam	367	%100,0
İNTERNETE BAĞLANILAN YER	Okuldan	6	%1,6
	Evden	88	%24,0
	Yurttan	103	%28,1
	İnternet kafeden	17	%4,6
	İş yerinden	6	%1,6
	Cepten	145	%39,5
	Diğer	2	%0,5
	Toplam	367	%100,0

İNTERNETE GİRME SIKLIĞI	Aklıma gelince	101	%27,5
	Bir saatten az	14	%3,8
	İki-5 saat	133	%36,2
	Altı saatten fazla	119	%32,4
	Toplam	367	%100,0
SOSYAL MEDYA KULLANIM SIKLIĞI	Aklıma gelince	111	%30,2
	Bir saatten az	34	%9,3
	1-3 saat	131	%35,7
	3 saatten fazla	91	%24,8
	Toplam	367	%100,0
SOSYAL MEDYA KULLANIM SÜRESİ	Bir yıldan az	16	%4,4
	Bir-2 yıldır	26	%7,1
	Üç-4 yıldır	85	%23,2
	Beş yıl ve üzeri	240	%65,4
	Toplam	367	%100,0
EN SIK KULLANILAN SOSYAL MEDYA ORTAMI	Facebook	49	%13,4
	Instagram	253	%68,9
	Twitter	29	%7,9
	Whatsapp	20	%5,4
	Youtube	14	%3,8
	Kullanmıyorum	1	%0,3
	Periscope	1	%0,3
	Toplam	367	%100,0

Anket uygulanan öğrencilerin %98,1 düzeyinde yüksek oranda akıllı telefon sahipliği ve internete %39,5 düzeyinde cep telefonundan internete bağlanıyor olmaları dikkat çekmektedir. İnternete girme sıklığı %36,2 düzeyinde iki-beş saat ve %32,4 düzeyinde altı saatten fazladır. Sosyal medya kullanım süresi ise %65,4 düzeyinde beş yıl ve üzeridir. Katılımcıların en sık kullandığı sosyal medya ortamları ise, %68,9 Instagram, %13,4 Facebook ve %7,9 Twitter şeklindedir.

Tablo 3. Öğrencilerin Cinsiyeti ile Kaygı ölçeği Arasındaki İlişki (Independent T test)

	Cinsiyet	N	Ortalama	Std. Sapma	F	t	df	p
	Kadın	197	71,4721	5,97405	1,842	2,238	365	0,026
	Erkek	170	73,0765	7,73986				

Ho: Cinsiyet ile kaygı ölçeği skor puanı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Cinsiyet ile kaygı ölçeği skor puanı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Bu iki hipotez için T test yapılarak sonuçlara ulaşılmıştır. Cinsiyet ile kaygı ölçeği skor puanı ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki vardır ($p=0,026<0,05$). Erkek öğrencilerin kaygı ölçeği puan ortalamaları ($73,07 \pm 7,73$)

kadın öğrencilerin puan ortalamalarına (71,47 ±5,97) göre daha yüksektir. Bu iki değişken arasında anlamlı bir fark bulunmaktadır.

Tablo 4. Öğrencilerin Akıllı Telefon sahipliği ile Kaygı ölçeği Arasındaki İlişki (Independent T test)

	Akıllı Telefon Sahipliği	N	Ortalama	Std. Sapma	F	t	df	p
	Evet	360	72,1611	6,91868	0,378	1,081	365	0,281
	Hayır	7	75,0000	4,35890				

Ho: Akıllı Telefon sahipliği ile kaygı ölçeği skor puanı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Akıllı Telefon sahipliği ile kaygı ölçeği skor puanı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Bu iki hipotez için T test yapılarak sonuçlara ulaşılmıştır. Akıllı Telefon sahipliği ile kaygı ölçeği skor puanı ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki yoktur ($p=0,28>0,05$). Akıllı telefon sahibi olan öğrencilerin kaygı ölçeği puanları (72,16 ± 6,91) olmayan öğrencilerin puanlarına (75,0 ±4,35) göre daha düşüktür. Ancak anlamlı bir farklılık yoktur.

Tablo 5. Öğrencilerin internete girme sıklığı ile Kaygı ölçeği Arasındaki İlişki (Independent T test)

	İnternete Girme Sıklığı	N	Ortalama	Std. Sapma	F	t	df	p
	Bir saatten az	14	70,6429	6,30759	0,253	1,292	131	0,199
	Altı saatten fazla	119	73,5882	8,24047				

Ho: İnternete girme sıklığı ile kaygı ölçeği skor puanı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: İnternete girme sıklığı ile kaygı ölçeği skor puanı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Bu iki hipotez için T test yapılarak sonuçlara ulaşılmıştır. İnternete girme sıklığı ile kaygı ölçeği skor puanı ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki yoktur ($p=0,199>0,05$). İnternete girme sıklığı bir saatten az olan öğrencilerin kaygı ölçeği puanları (70,64 ± 6,30) sıklığı 6 saatten fazla olanların puanlarına (73,58 ±8,24) göre daha düşüktür.

Tablo 6. Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Sıklığı ile Kaygı Ölçeği Arasındaki İlişki (Independent T test)

Sosyal Medya Kullanım Sıklığı	N	Ortalama	Std. Sapma	F	t	df	p
Bir saatten az	34	72,9412	6,16412	0,890	1,1132	123	0,910
Altı saatten fazla	91	73,1209	8,48507				

Ho: Sosyal medya kullanım sıklığı ile kaygı ölçeği skor puanı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Sosyal medya kullanım sıklığı ile kaygı ölçeği skor puanı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Bu iki hipotez için T test yapılarak sonuçlara ulaşılmıştır. Sosyal medya kullanım sıklığı ile kaygı ölçeği skor puanı ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki yoktur ($p=0,910>0,05$). Sosyal medya kullanım sıklığı bir saatten az olan öğrencilerin kaygı ölçeği puanları ($72,94 \pm 6,16$) sıklığı 6 saatten fazla olanların puanlarına ($73,12 \pm 8,48$) göre daha düşüktür.

Tablo 7. Öğrencilerin Kullandığı Sosyal Medya Ortamı ile Kaygı Ölçeği Arasındaki İlişki (Independent T test)

Kullanılan Sosyal Medya Ortamı	N	Ortalama	Std. Sapma	F	t	df	p
Facebook	49	71,9796	8,64458	5,037	0,007	300	0,995
Instagram	253	71,9723	6,67761				

Ho: Kullanılan sosyal medya ortamı ile kaygı ölçeği skor puanı arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H1: Kullanılan sosyal medya ortamı ile kaygı ölçeği skor puanı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Bu iki hipotez için T test yapılarak sonuçlara ulaşılmıştır. Kullanılan sosyal medya ortamı ile kaygı ölçeği skor puanı ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki yoktur ($p=0,995>0,05$). Kullanılan sosyal medya ortamı Facebook olan öğrencilerin kaygı ölçeği puanları ($71,97 \pm 8,64$) Instagram olan öğrencilerin puanlarına ($71,97 \pm 6,67$) ile eşittir.

SONUÇ

Her türlü iletişim aracı ile gündelik hayatını idame ettiren bireylerin son yıllarda aktif kullandığı sosyal medya ortamları sınırsız bir hareket alanı sunmaktadır.

Kullanıcıların içerik paylaşımına olanak veren ve iletişimin olmazsa olmaz ögesi geri bildirim de sağlayan bu platformlar bireylerin kaygı düzeyi üzerinde bir takım etkilere sahiptir. Yüz yüze ve kişiler arası iletişimden farklı olarak daha özgür, rahat ve sınırsız bir ortam sağlaması paylaşılan içeriklere de yansımaktadır. Bireysel olarak bir fikri, duyguyu ve düşüncüyü fiziki ortamda paylaşmak ile çevrim içi bir ortamda paylaşmak arasındaki fark kaygı düzeyini etkileyen temel gerektir.

Bu çalışma sonucundan da görüldüğü gibi cep telefonu ve akıllı cihaz sahipliği son derece yüksek bir orandadır (%98,1). Ayrıca sosyal medya ortamlarına erişebilmek için gerekli olan internete bağlanma da çoğunlukla bu cihazlar üzerinden sağlanmaktadır (%39,5). Bir çok amaç için kullanılan sosyal medya ortamlarında geçirilen sürenin de çoğunlukla iki saat ve daha fazla olduğu göz önüne alındığında bireylerin bu özgür ve rahat iletişim ortamlarına daha çok ilgi gösterdikleri aşikardır. Demografik özellikler açısından öğrencilerin sosyal medya üzerinden kurdukları iletişimde kaygı düzeyleri arasında anlamlı farklılıklar olmaması sosyal medyadaki eylemleri daha sık ve aktif hale getirmektedir.

İletişim kaygısı ölçeğinde (51-120 puan aralığı) ortalama puanın 72,21 olması sosyal medya iletişimin kaygı düzeyini yükseltmediğini göz önüne sermektedir. Bu durum da sosyal medya üzerinden her konuda bilgi ve fikir paylaşımının artmasını sağlamaktadır.

Sonuç olarak, eğer iletişim kaygısı ile internetin kişilerarası iletişim becerilerini kullanma durumu ilişkilendirilirse, o zaman yüksek derecede iletişim kaygısı gösteren bireylerin bu tür etkinliklerden kaçınma davranışı göstermesinin daha mümkün olduğu söylenebilmektedir. Ayrıca, internetin ve sosyal medyanın cep telefonu üzerinden kullanıma olanak sağlayan bir özelliği olması hayatın her alanında kullanıma müsait bir kişilerarası iletişim ortamı yarattığını söylemek de mümkündür.

KAYNAKLAR

Beck A T (2005) Bilişsel Terapi ve Duygusal Bozukluklar, A. Türkcan (çev) Litera Yayıncılık, İstanbul.

Beck A T ve Emery G (2006) Anksiyete Bozuklukları ve Fobiler, Litera Yayıncılık, İstanbul.

Chou W Y S, Hunt Y M, Beckjord E B, Moser R P and Hesse B W (2009) Social Media Use in the United States: Implications for Health Communication, Journal of medical Internet research, 11(4), 1-48.

Çakmak V (2014) İletişim Kaygısının Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Olan Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Örnek Olay İncelemesi, Doktora Tezi, Konya.

Çınar H ve Keskin N (2015) Öğrencilerin Sosyal Görünüş Kaygısının Öğrenim Yeri Tercihlerine Etkisi, *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 14, Bürokon Özel Sayısı.

Hawn C (2009) Take Two Aspirin and Tweet Me in the Morning: How Twitter, Facebook, and Other Social Media are Reshaping Health Care, *Health affairs*, 28(2), 361-368.

Goffman E (1959) *The Presentation of Self in Everyday Life*, Garden City, NY, Doubleday.

Griffin E (2014) Anxiety /Uncertainty Management Theory of William Gudykunst (Chapter 30), *A First Look at Communication Theory* by Em Griffin, McGraw-Hill.

Gudykunst W B (2005) An Anxiety/Uncertainty Management (AUM) Theory of Strangers' Intercultural Adjustment, *Theorizing About Intercultural Communication*, Sage, Thousand Oaks, CA, 419-457.

Kaplan A M and Haenlein M (2010) Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media, *Business Horizons* ,53, 59-68.

Kierkegaard S (2004) *Kaygı Kavramı*, Vefa Taşdelen (çev), Birinci Basım, Hece Yayınları, Ankara.

Kraut R, Patterson M, Lundmark V, Kiesler S, Mukopadhyay T and Scherlis W (1998) Internet Paradox: A Social Technology that Reduces Social Involvement and Psychological Well-being? *American Psychologist*, 53, 1017-1031.

Manav F (2011) Kaygı kavramı, *Toplum Bilimleri Dergisi*, Ocak - Haziran, 5 (9), 201-211.

McCroskey J C (1978) Validity of the PRCA as an Index of Oral Communication Apprehension, *Communication Monographs*, 45, 194-203.

McCroskey W J (1982) Unsteady Airfoils, *Annual Review of Fluid Mechanics*, 14(1), 285-311.

Moorhead S A, Hazlett D E, Harrison L, Carroll J K, Irwin A and Hoving C (2013) A New Dimension of Health Care: Systematic Review of the Uses, Benefits, and Limitations of Social Media for Health Communication, *Journal of Medical Internet Research*, 15(4), e85.

Nomura T and Kanda T (2003) On Proposing the Concept of Robot Anxiety and Considering Measurement of it, In *Robot and Human Interactive Communication Proceedings*, The 12th IEEE International Workshop on, 373-378.

Pearson E (2009) All the World Wide Web's a Stage: The Performance of Identity in Online Social Networks, *First Monday*, 14(3).

Rockwell S C and Singleton L (2002) The Effects Of Computer Anxiety And Communication Apprehension On The Adoption And Utilization Of The Internet, *Electronic Journal of Communication/Revue de Communication Electronique*, 12(1). Retrieved June 12, 2004, from <http://www.cios.org/www/ejc>.

Sabiston C M, Pila E, Pinsonnault-Bilodeau G and Cox A E (2014) Social Physique Anxiety Experiences in Physical Activity: a Comprehensive Synthesis of Research Studies Focused on Measurement, Theory, and Predictors and Outcomes. *International Review of Sport and Exercise Psychology*, 7:1, 158-183.

Sakamoto M, Pribyl C and Keaten J (1998) The History and Current State of Communication Avoidance Research, *The Japanese Journal of Psychology*, 48(6), 491-507.

Scott, C and Rockwell S C (1997) The Effect of Communication, Writing, and Technology Apprehension on Likelihood to Use New Communication Technologies, *Communications Educator*, 46, 44-62.

Tezcan B (2009) Obez Bireylerde Benlik Saygısı, Beden Algısı ve Travmatik Geçmiş Yaşantılar, Bakırköy Prof. Dr. Mazhar Osman Ruh Sağlığı ve Sini Hastalıkları Eğitim ve Araştırma Hastanesi Uzmanlık Tezi, İstanbul.

Thackeray R, Crookston B T and West J H (2013) Correlates of Health-related Social Media Use Among Adults, *Journal of Medical Internet research*, 15(1), 1-21.

Trenholm S and Jensen A (1996) *Interpersonal Communication*, Wadsworth, USA.

Zorbaz O (2013) Lise Öğrencilerinin Problemlı İnternet Kullanımının Sosyal Kaygı Ve Akran İlişkileri Açısından İncelenmesi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Psikolojik Danışma ve Rehberlik Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.