

SOSYAL MEDYA ve SOSYAL KAYGI: SOSYAL MEDYA KULLANICILARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Ercan Aktan*

ÖZET

Kaygı kavramı, bireyin içinde bulunduğu endişe hali olarak tanımlanmakta ve bir baskılayıcı olarak kişilerin üzerinde negatif etkiler doğurmaktadır. Bundan dolayı kişi iletişim ve etkileşim konusunda normalin dışında sorunlarla karşılaşabilmektedir. Bu sürecin neticesi olarak, iletişim kaygısı ve sosyal kaygı adı verilen yeni durumlar ortaya çıkabilir. Bu araştırmada, sosyal medya kullanıcısı olan katılımcıların sosyal kaygı durumları ölçülmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda araştırma Aksaray Üniversitesi'nde öğrenim gören farklı bölümlerdeki öğrenciler üzerinde yüz yüze anket tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda katılımcıların sosyal medyada paylaşılan içerik, gizlilik endişesi ve öz değerlendirme kaygılarının yüksek; buna karşın etkileşim kaygılarının ise düşük olduğu ortaya konulmuştur. Aynı zamanda sosyal medya kullanıcıları için sosyal kaygı ölçeğinin alt faktörleri arasında pozitif yönde, anlamlı ilişki bir saptanmıştır. Araştırmada kadınların erkeklere göre sosyal medyada daha fazla sosyal kaygı düzeyine sahip oldukları sonucuna da ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kaygı, iletişim kaygısı, sosyal kaygı, sosyal medya.

SOCIAL MEDIA AND SOCIAL ANXIETY: A RESEARCH ON SOCIAL MEDIA USERS

ABSTRACT

The concept of anxiety is defined as an individual's nervousness state and causes negative effects on individuals in a repressive way. The individual may experience abnormal problems in the communication and interaction due to these negative effects. As a result of this process, new situations called communication anxiety and social anxiety may occur. It is aimed to measure the anxiety of the participants who are social media users in this study. Accordingly, the study has been carried out on the students of different departments of Aksaray University by using the face-to-face survey technique. The result of this study shows that while the concern about the shared content, privacy and self-evaluation is high, the concern about the interaction is low. Moreover, a significant relationship has been positively determined among the sub-factors of social anxiety scale for the social media users. In the study, it has been found that the women are more anxious in the social media than men.

Keywords: Anxiety, communication apprehension, social anxiety, social media.

GİRİŞ

Kaygı, bireyin içinde bulunduğu ve net biçimde tarif edemediği duyumsamalardan oluşmaktadır. Tarif edilemeyen bu duyumsamalar, bireylerde ruhsal ya da

* Dr. Öğr. Üyesi, Aksaray Üniversitesi İletişim Fakültesi

fiziksel belirtilerle kendini ortaya çıkarabilmektedir. Ruhsal ya da fiziksel olsun kaygı, bireyin içinde bulunduğu durumdan hoşnut olamama, diğerleri ile iletişime geçememe, bulunduğu ortamdan ayrılma isteği gibi çeşitli şekillerde baskılayıcı bir rol oynar. Bu baskılayıcı rol de bu tür problemleri yaşayan kişilerde olağan yaşam davranışlarının aksamasına neden olmaktadır. Böylelikle birey, sosyal ortamlarda ya da kuracağı iletişimlerde huzursuzluk yaşamakta ve sosyal anlamda endişe gütmektedir.

Çok çeşitli sebeplere dayanan kaygı, gelecekte kötü bir olay olacakmış gibi algılama ve anlamlandırmaya bağlı olarak tedirginlik oluşturur. Bu tedirginlik paniğe kadar giden endişeyi üretir (Çakmak 2018: 42). Oluşan bu durum hayata dair pek çok alana etki ederek olumsuz süreçlerin yaşanmasına zemin hazırlar.

Sosyal medya ortamlarında yüz yüze ilişkilerde yaşanan çeşitli kaygı unsurlarının devre dışı kalabileceği gerçeği söz konusu olduğundan, bu ortamlarda daha rahat iletişim kurulması, iletişimler esnasında daha az kaygıya sahip olunması beklenir. Bir başka ifadeyle ortak bir mekân paylaşımı olmaması, bireylerin birbirlerini daha önceden tanımıyor olması gibi birtakım sebepler sosyal medya ortamlarındaki iletişimlerde duyulan kaygı seviyesini düşürerek iletişimde bulunan kişilerin daha rahat olmalarını sağlayabilir.

Buna karşın sosyal medya ortamlarında kurulacak iletişimlerin yüz yüze iletişimlere göre başka bazı olumsuzluklar oluşturarak kaygı seviyelerinde ve iletişimlerde çeşitli aksaklıklara yol açacağı yönünde görüşler de mevcuttur. Söz gelimi, gelişen teknoloji ile bilgisayar oyunları ve sosyal paylaşım sitelerinin, özellikle çocukları ve gençleri psikolojik ve sosyal gelişim açısından olumsuz etkilediği bilinmektedir. Gerçek yaşamda akranlarla oynanan oyunların ve gerçekleştirilen iletişimlerin yüz yüze olması, duyguların doğrudan paylaşılması, paylaşımında bulunanların hem kendi kültürlerini öğrenmelerine hem de yaratıcılıklarının gelişmesine olanak sağlamaktadır. Aynı zamanda günümüzde hızla büyüyen ve kullanım alanını genişleten sosyal medya sitelerinin, ailelerin yapısına ve sosyal dokuya zarar verdiği çeşitli araştırmalarla tespit edilmiştir. Yüz yüze gelip de konuşamayacak birçok insan, kaygı duymadan internette rahat rahat konuşabilmekte ancak bu insanların ilişkinin sınırını belirlemede zorluk çektiği görülmektedir (Yıldız 2012: 534-535). Dolayısıyla sosyal medya ortamlarında kurulan iletişimlerin, kaygı seviyeleri ve kurulacak iletişimlerin kalitesi üzerinde olumlu ve olumsuz bazı etkilerinin olduğu söylenebilir.

“Birçok araştırmacı sosyal kaygının ergenlik döneminde ortaya çıktığı konusunda birleşmektedir. Ergenlik dönemi, arkadaş gruplarınca kabulün en çok önem kazandığı ve bireylerin başkaları üzerinde bıraktıkları izlenimlerin ne kadar önemli olduğunun gerçek anlamda farkına varıldığı bir dönemdir. Bu önem üniversite gençliğinde de sürebilir. Üniversitede kendilerini yeni roller ve yeni ortamlarda bulan gençler, bu yeni rol ve ortamlara uyum sağlamaya çalışırken di-

ğerleri üzerinde istedikleri izlenimleri bırakma isteği önemini yitirmeyecektir. Yeni bireylerle tanışmaktan utanan, tanıştığı kişilerle anlamlı ilişkiler geliştiremeyen gençlerin sorunları giderek artacaktır" (Sübaşı 2007: 5).

Benzer gerekçelerle bu araştırma, sosyal medya kullanıcısı olan üniversite öğrencilerinin kaygı düzeylerini tespit edebilmek amacıyla Aksaray Üniversitesi öğrencileri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda 411 öğrenci ile yüz yüze gerçekleştirilen anket uygulamasının verileri elektronik ortamda işlenmiştir. Elde edilen verilerin analizinde değişkenler arası farklılıkları ortaya koymak amacıyla ANOVA ve T testleri, faktörler arası ilişkiyi tespit etmek amacıyla korelasyon analizi, katılımcıların yargılara ne ölçüde katıldıklarını belirlemek amacıyla merkezi eğilim istatistikleri ve kullanılan ölçeğin yapısal geçerliğini test etmek amacıyla faktör analizi uygulanmıştır. Analizler neticesinde elde edilen sonuçlar, yorumlanarak irdelenmiştir.

1. KAYGI KAVRAMI

İşık tarafından (1996) tehdit edici bir durum karşısında bireyin hissettiği huzursuzluk ve endişe durumu olarak tanımlanan kaygı, kişi üzerinde baskı oluşturan ve onu olması gerekenden farklı davranışlara yönlendiren, bir rahat olamama durumu olarak tanımlanabilir.

Bununla birlikte kaygı (anksiyete), geniş anlamı ile sezilen bir tehlikeye hazırlanma sırasında algılanan güçsüzlük duygusunun yaşandığı duygusal bir durum olarak tanımlanmakta ve kişilik, durum ve olay kaynaklı üç tür kaygıdan söz edilmektedir. İnsan kişiliğinin bir parçası olan ve bazı kişilerde sürekli bir durum olarak karşılaşılan kaygı, kişilik kaynaklı kaygı olarak adlandırılmaktadır. Buna karşın, belirli bir durumla ilgili belirli durumlarda karşılaşılan kaygı ise durum kaynaklı kaygı olarak adlandırılmakta ve var olan duruma tepki niteliği taşımaktadır. Belirli olaylar karşısında baş gösteren kaygı türü ise olay kaynaklı kaygı olarak adlandırılmaktadır (Ellis 1994'ten aktaran Aydın ve Zengin 2008: 84).

Kaygı, bireylerde risk alma ve yaşama cesaretini sömürür. Kişiyi hata yapma korkusu sarar. Bu nedenle potansiyelini kullanarak anlamlı gelişmeler üretmek yerine, insanda durmaya ve/veya gerilemeye yol açar. Aynı zamanda kaygı, insan yaşamını olumsuz yönde engelleyebilir. Bununla birlikte kaygı bireyi şimdiki varoluşunda değil; yaşanıp bitmiş geçmişte veya yaşanmamış gelecekte tutabilmektedir (Çakmak 2018: 40).

Kaygı, tanımlanması zor bir durum olmakla birlikte, bir korku ve endişe kaynağıdır. Bu duyguya vücutta bir takım duyuların eşlik ettiğini söylemek yerinde olur. Bu duyulara göğüste sıkışma hissi, kalp çarpıntısı, terleme, baş ağrısı, midede boşluk duygusu ve hemen tuvalete gitme gereksinimi hissetme gibi du-

yumlar örnek verilebilir. Kaygının, ortada somut bir tehlike olmaksızın yaşanması, sık ve şiddetli bir biçimde ortaya çıkması ve kişinin olağan yaşamını etkilemeye başlaması bireyde bir kaygı bozukluğu olduğunu düşündürür (Türkçapar 2004: 13).

Bu bakımdan kaygı, oldukça önemli bir sorun teşkil edebilmektedir. Kaygı bozukluklarına atfedilen yükün büyüklüğü göz önüne alındığında, özellikle genç yetişkinlerde kaygı ile ilgili faktörlere ilişkin gelişimsel risk modellerini güçlendirmek ve yeni müdahaleler ortaya koymak çok önemlidir (Vannucci ve ark. 2017: 163).

Kaygı kavramı, her ne kadar olumsuz özelliklere sahip olsa da zaman zaman bireyin bazı eylemleri üzerinde pozitif etkilere yol açan olumlu kaygıdan da söz etmek yerinde olacaktır. Bu açıdan değerlendirildiğinde olumlu kaygı, bireyi toplum içinde önemli konumlara gelmeye motive etmekte ve öğrenmeye karşı istekli kılmaktadır. Bu tür kaygı, birey tarafından iyi yönetilmediğinde ise ne kadar çaba gösterirse göstereceği başarısız olacağını hissederek, kaygının esiri haline gelecek ve başarabileceğinin daha azını ortaya koyacaktır (Akgün ve ark. 2007: 284).

Dolayısıyla kaygı hem olumlu hem de olumsuz etkilere sahip olabilecek, bireyin içinde bulunduğu olağan sürece etki eden bir endişe hali olarak tanımlanabilir. Bu bakımdan kaygının yönetilmesi gereken bir süreç olduğu da ortaya çıkmaktadır.

2. İLETİŞİM KAYGISI, SOSYAL KAYGI ve SOSYAL MEDYA KULLANIMI

İletişim kaygısı, bireyin diğer kişi veya kişilerle iletişim sürecinde iken hissettiği endişe, korku ve gerginlik hali olarak tanımlanabilir. Kişi, genellikle iletişimden kaygı duyuyorsa, o anda sıkıntı çekmektedir. İletişim sürecinde mesajlardan emin olamamaktadır (Çakmak 2018: 36). Bu durum da iletişim kaygısını ortaya çıkarmaktadır. Diğer bir deyişle, iletişim sürecinde çeşitli nedenlerle baş gösteren endişe hali, iletişim kaygısına yol açmaktadır.

Bu bakımdan bir tür iletişim engeli olan iletişim kaygısı, kişinin kurduğu ya da kurmayı planladığı iletişim sürecinde duyduğu endişe, korku, gerginlik hali, olarak tanımlanabilmektedir. Bu durum, bireyin o anda sıkıntı yaşamasına, gönderdiği ya da aldığı mesajdan emin olamamasına neden olur ve böylece iletişim başarısızlığa uğrar. Bu sebeple iletişim kaygısı, ortadan kaldırılması gereken olumsuz bir durumu ifade eder (Çakmak ve Aktan 2016: 20).

Kaygının sağlıklı bireyler arasında gerçekleşen iletişim üzerindeki etkisi hakkında çok az şey bilinmesine rağmen, sosyal kaygı üzerine çok fazla nörolojik bulgu toplanmıştır (Jeong ve ark. 2016: 4). Bu bulgulara göre iletişim kaygısına benzer

özellikler taşıyan ve iletişim kaygısının artmasına yol açan sosyal kaygı, bireyin var olan durumda ortaya çıkan gerçek ilişkilerde ya da gelecekteki eylemleri sonucu oluşabilecek veya özgül bir edim sırasında dâhil olabileceğini düşündüğü ilişkilere yanıt olarak var olan bir durumdur (Sübaşı 2003: 37). Schlenker ve Leary'ye göre sosyal kaygı, bireylerin konuştuğu kişiye özel bir izlenim verme konusunda motive olduklarında, gerçek veya hayali sosyal ortamlarda kişilerarası değerlendirilmenin olasılığından kaynaklanan kaygı olarak tanımlanmaktadır (Green ve ark. 2016: 206). Bireyin sahip olduğu kapasitesini yansıtmamasını ve kendini ortaya koymasını engelleyen bir kavram olarak sosyal kaygı, sosyal ilişkileri ve etkileşimleri bozan bir yapıya sahiptir (Çankaya 2007: 2).

Erkan'a göre (2002: 121) sosyal kaygı, "toplum içinde konuşma, yemek yeme, birileriyle tanıştırılma gibi bir ya da genel olarak hemen tüm sosyal ortamlardan kaçınma şeklinde ortaya çıkmaktadır. Kişi böyle durumlarda, başkaları tarafından dikkatle izlendiği ve incelenip değerlendirildiği duygusu içindedir". Bu duygu, bireyin normal iletişim kalıplarının dışında hareket etmesine yol açabilir. Diğer bir deyişle, sürekli izlendiği, davranışlarının takip edildiği yönünde bir sosyal kaygıya sahip olan birey, iletişimlerinde doğal davranamayacak böylelikle iletişimde kopmalar yaşanacak ve başarısız iletişimlere ortaya çıkabilecektir.

Sosyal kaygı sosyal fobi olarak da adlandırılmakta ve insan hayatının akışını, duygu durumunu kökten etkileyen, gündelik yaşamı kâbus haline getiren, sosyal ortamlarda açığa çıkan bir kaygı türü olarak da dikkat çekmektedir. Bununla birlikte sosyal kaygı, bireyin başkaları tarafından incelenmesi durumunda karşılaşılan, diğer kişiler tarafından eleştirilme, alay edilme endişesi, küçük düşme korkusudur (Yeniçiftçi 2010: 25). Bu yönüyle de sosyal kaygıya sahip bireylerin iletişimde rahat olamayacağı ve bu nedenle iletişim kaygısına sahip olacakları düşünülebilir. Yaşanan bu olumsuzluğun bir iletişim engeli olarak iletişime olumsuz yönde etki etmesi olasıdır.

Bireylerde "Ben Aptalım" duygusu uyanmasına yol açan (Shalom ve ark. 2015: 202) sosyal kaygı, yalnız gündelik, sıradan yaşantılar ve toplumsal yaşama odaklanmakla kalmaz, aynı zamanda birçok soruna, hatta depresyon, intihar gibi normal dışı durumlara neden olur (Sübaşı 2007: 5).

Bir iletişim alanı olan sosyal medya ortamlarında aşırı zaman harcama ve problemlerli internet kullanımı ile sosyal kaygı ve dolayısıyla iletişim kaygısı arasında bir ilişki söz konusudur. Sosyal alanda kurulacak gerçek iletişim, sosyal kaygıya sahip olan bireyler tarafından pek tercih edilmeyebilmektedir. Bunun neticesi olarak iletişim açısından diğer bireylerle mekân kullanımının olmadığı sosyal medya ortamlarını daha fazla kullanma durumu ortaya çıkabilmektedir.

Diğer bir deyişle, sosyal kaygısı bulunan bireylerin internet ortamında kendilerini sosyal açıdan daha yeterli algıladıkları ileri sürülebilir. Sosyal kaygılı bireyler

için internet ortamı yüz yüze iletişime göre daha az kaygı sebebi olmakta ve ödüllendirici içeriğe sahip olabilmektedir. Bu sebeple sosyal kaygısı yüksek olan bireyler internette daha yoğun vakit geçirebilmekte, bu durum bireylerin yaşamlarında olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir (Zorbaz 2013: 27).

Buna rağmen çevrimiçi ortamlarda, özellikle de sosyal medya kullanıcıları arasında kaygı, huzursuzluk, endişe veya endişe duygusunun yaygınlaştığı da gözlenmektedir (Wakefield ve Wakefield 2018: 45). Çeşitli araştırmalarda sosyal bağ kurma için etkili bir araç olan çevrimiçi sosyal medyanın, sosyal dışlanmaya verilen tepkilerle yakından ilişkili olduğu bulunmuştur (Lin ve ark. 2017: 539). Bu durum da bireylerde kaygıya yol açabilecek bir unsur oluşturabilmektedir.

Yapılan açıklamalar, bireylerin yaşadıkları sosyal kaygının, mekân kullanımının olmadığı, kullanıcıların birbirlerini tanımadıkları, karşılaşma ihtimallerinin düşük olduğu sosyal medya iletişimine ittiğini göstermektedir. Diğer bir ifadeyle, sosyal kaygı yaşayan bireylerin bu kaygılarını, sosyal medyanın sahip olduğu özellikler dolayısıyla daha az yaşamlarından dolayı, sosyal medya iletişimini tercih ettikleri sonucu ortaya çıkmaktadır. Ancak yine literatürde yer alan bazı bulgular sosyal medyanın aşırı kullanımının da bireylerde problemlerine yol açtığı ve bu nedenle sosyal kaygılara sebep olduğunu vurgulamaktadır. Bu sonucun, sosyal medya gibi çevrimiçi ortamların bireylerin sosyal kaygıları üzerinde olumlu ve olumsuz birtakım etkilere sahip olduğunu gösterdiği söylenebilir.

3. LİTERATÜRDE YER ALAN İLGİLİ ARAŞTIRMA BULGULARI

Sosyal medya ve sosyal kaygı ilişkisi üzerine literatürde bazı çalışmalar yer almaktadır. Bu çalışmalardan biri Vanucci ve ark. (2017) tarafından ABD’de 18-22 yaş aralığındaki 563 kişi üzerinde anket tekniği ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada günlük sosyal medya kullanım süresi ile sosyal kaygı arasında anlamlı bir ilişki olduğu ortaya konulmuş, sosyal medya kullanım süresinin artmasının bireyin sosyal kaygılarını artırdığı vurgulanmıştır. Elhai ve ark. (2018) tarafından 359 öğrenci üzerinde online anket yöntemiyle gerçekleştirilen bir diğer çalışmada yaş, cinsiyet gibi değişkenler ile sosyal medya kullanımı, kaybetme durumu, oluşan kaygı ve duygu durum düzenleme arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna erişilmiştir.

ABD’de 14-17 yaş arası 226 genç üzerinde gerçekleştirilen bir diğer araştırmada konu hem ergenlerin hem de onların ailelerinin bakış açısıyla ele alınmıştır. Çalışmada, sosyal medyada çok sayıda hesaba sahip olan gençlerin; aileleri tarafından daha çok “depresif ve kaygılı” olarak belirtildiği ifade edilmiştir (Barry ve ark. 2017). Primack ve ark. (2017) tarafından, 19-32 yaş arası genç yetişkinler arasında ABD’de gerçekleştirilen bir diğer çalışmada 0-2 arasında farklı sosyal medya platformu kullananlara kıyasla, 7-11 arası farklı sosyal medya platformu kul-

lanan katılımcılarda, depresyon ve anksiyete belirtilerinin daha yüksek olduğu sonucuna erişilmiştir. Çalışmada birden fazla sosyal medya aracı kullanımının genel olarak kaygı ve depresyonu artırdığı da vurgulanmıştır.

Woods ve Scott'un (2016) 467 İskoç genci üzerindeki araştırmalarında ise sosyal medyayı hem genelde hem de geceleri kullanan ve sosyal medyaya duygusal açıdan daha fazla zaman harcayan gençlerin, daha düşük uyku kalitesi, daha düşük benlik saygısı ve daha yüksek düzeyde kaygı ve depresyon yaşadıkları ifade edilmiştir.

Zorbaz ve Dost tarafından (2014) Ankara'da 682 lise öğrencisi üzerinde gerçekleştirilen problemlili internet kullanımı ve sosyal kaygı araştırmasında erkek lise öğrencilerinin problemlili internet kullanımı düzeylerinin kadın lise öğrencilerinden daha yüksek olduğu, lise öğrencilerinin problemlili internet kullanımında sosyal kaygı değişkeninin alt boyutlarından "Olumsuz Değerlendirilme Korkusu" ve "Genel Durumlarda Sosyal Kaçınma" ve "Genel Durumlarda Huzursuzluk Duyma" boyutlarının önemli oranda etkili olduğu bulunmuştur.

Ceyhan'ın yaptığı bir diğer çalışmada (2011) Anadolu Üniversitesi öğrencisi 411 katılımcı üzerinde yapılan anket uygulaması sonucunda interneti kullanma temel nedeni bakımından "eğlenmek için interneti kullanan" ve "tanımadığı kişiler ile sosyal ilişkiler kurmak için interneti kullanan" üniversite öğrencilerinin problemlili internet kullanım düzeylerinin "bilgi elde etmek için interneti kullanan" öğrencilerden önemli derecede daha yüksek olduğu bulunmuştur. Bu sonucun, problemlili internet kullanımı belirtilerinin gelişiminde internetin eğlenme ve sosyal etkileşim içerikli kullanımının önemli bir risk faktörü olabileceğine işaret etmektedir.

Baltacı ve arkadaşları tarafından (2012) Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nde 280 öğrenci üzerinde gerçekleştirilen bir diğer araştırma sonucunda sosyal paylaşım ağlarını arkadaşlarıyla görüşmek için kullanan öğrencilerin, bu amaçla kullanmayan öğrencilere göre etkileşim kaygılarının ve algılanan sosyal desteklerinin daha yüksek olduğu, romantik ilişkisi olan öğrencilerin algılanan sosyal destek düzeylerinin yüksek, etkileşim kaygılarının düşük olduğu görülmüştür. Bu ağlara aktif üyelik sürelerine göre ise 1-2 yıldır bu ağlara üye olan öğrencilerin etkileşim kaygılarının, 3 yıl ve üzeri bir süredir üye olan öğrencilerden anlamlı olarak daha yüksek olduğu bulunmuştur.

4. YÖNTEM

Bu çalışmada sosyal medya kullanıcılarının sosyal kaygı durumlarının çeşitli değişkenler açısından ele alınarak ortaya konulmasını amaçlanmıştır.

4.1.Araştırmanın Modeli

Bu araştırma genel tarama modelinde gerçekleştirilmekle birlikte çalışmanın bağımlı ve bağımsız değişkenleri arasında karşılaştırmalı ilişkisel tarama yapılmıştır.

tır. Katılımcıların sosyo-demografik özellikleri ile sosyal kaygıları arasında ilişki ve farklılıkları ortaya koymak amacıyla veriler toplanmış ve uygun analiz teknikleri ile analizler gerçekleştirilerek sonuçlar yorumlanmıştır.

4.2.Araştırmanın Örneklem Seçimi, Veri Toplama Aracı ve Kullanılan Testler

Araştırma evrenini, Aksaray Üniversitesi'nde öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Örneklem yöntemi olarak da zaman, maliyet ve örneklem ulaşım kolaylığı gibi nedenlerle tesadüfi olmayan örneklem yöntemlerinden kolayda örneklem metodu kullanılmıştır (İslamoğlu ve Alnaçık 2016: 201-202). Bu doğrultuda, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Özel Güvenlik ve Koruma, Yönetim Bilişim Sistemleri, Turizm İşletmeciliği ve Gazetecilik bölümlerinde bulunan öğrenciler ile yüz yüze anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya 411 öğrenci katılmış ancak 8 adet soru formu, değerlendirme yapmaya uygun bulunmadığından analiz dışı tutularak 403 soru formu analize dâhil edilmiştir.

Araştırmada kullanılan ölçek, Alkış ve ark.'nın (2017) "Development and Validation of Social Anxiety Scale for Social Media Users (Sosyal Medya Kullanıcıları İçin Sosyal Kaygı Ölçeği'nin Geliştirilmesi ve Geçerliliği)" isimli çalışmalarında yer alan ölçekten faydalanılarak oluşturulmuştur. Ölçekte toplamda 21 madde yer almakta ve bu 21 madde 4 alt faktöre ayrılmaktadır. Bu faktörlerden paylaşılan içerik kaygısı faktörü altında 7 madde, gizlilik endişesi faktörü altında 5 madde, etkileşim kaygısı faktörü altında 6 madde ve öz değerlendirme faktörü altında ise 3 madde yer almaktadır. Ölçekteki ifadeler katılımcılara "1=Hiçbir zaman, 2=Nadiren, 3=Bazen, 4=Sıksık, 5=Her zaman" biçiminde yöneltilmiştir.

Araştırmada katılımcıların yargılara ne ölçüde katıldıklarını tespit etmek amacıyla merkezi eğilim istatistikleri, ölçeğin yapısal geçerliğini ortaya koyabilmek amacıyla faktör analizi, değişkenler arasındaki farkları ortaya koyabilmek amacıyla ise ANOVA ve T Testleri, faktörler arasındaki ilişkiyi ortaya koyabilmek için de korelasyon analizleri uygulanmıştır.

4.3.Araştırma Soruları

Bu araştırma, sosyal medya kullanıcılarının sosyal kaygı durumlarını tespit etmeyi amaçlamaktadır. Bu bakımdan sosyal medya kullanıcılarının sosyal kaygı durumları çeşitli değişkenler açısından ele alınmıştır. Araştırmada yanıtı aranan araştırma soruları ise aşağıdaki gibidir:

- Katılımcıların sosyal kaygı yargılarına karşı tutumu nasıldır?
- Katılımcıların demografik değişkenlerine göre sosyal medyada yaşanan sosyal kaygıları arasında nasıl bir bağlantı vardır?
- Sosyal Medya Kullanıcıları İçin Sosyal Kaygı Ölçeği'nin alt faktörleri arasında nasıl bir ilişki söz konusudur?

- Katılımcıların demografik faktörleri ile ölçeğe ait alt faktörlere göre yaşadıkları kaygı durumları arasındaki bağlantı nasıldır?

4.4. Bulgular ve Yorum

Araştırma 06-15 Kasım 2017 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırmadan elde edilen veriler, elektronik veri işlemci programına işlenerek uygun analiz teknikleri ile analiz edilmiştir. Araştırmada kullanılan Sosyal Medya Kullanıcıları İçin Sosyal Kaygı Ölçeği'nin geçerlilik katsayısı Cronbach's $\alpha = .885$ 'tir.

Araştırmaya katılanların 176'sı erkek (% 43.7), 227'si kadındır (% 56.3). Bununla birlikte katılımcıların 199'u (% 49.4) Halkla İlişkiler ve Tanıtım, 66'sı (% 16.4) Özel Güvenlik ve Koruma, 98'i (% 24.3) Yönetim Bilişim Sistemleri, 13'ü (% 3.2) Turizm İşletmeciliği ve 27'si (% 6.7) Gazetecilik bölümü öğrencisidir. Aynı zamanda katılımcıların 113'ü (% 28) birinci sınıf, 109'u (% 27) ikinci sınıf, 73'ü (% 18.1) üçüncü sınıf ve 103'ü (% 25.6) ise dördüncü sınıf öğrencisidir.

4.4.1. Sosyal Medya Kullanıcıları İçin Sosyal Kaygı Ölçeği ve Sosyal Medya Kullanıcılarının Sosyal Kaygılarına Dair Bulgular

Araştırmada, katılımcıların sosyal medyada yaşadıkları sosyal kaygı düzeylerini ölçmek amacıyla 21 sorudan oluşan bir ölçek ile sorular yöneltilmiştir. Ölçeğe, yapısal geçerliliğin test edilmesi için, faktör analizi uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Faktör Öz Değerleri, Açıklanan Varyansları ve Güvenilirliği

FAKTÖRLER	Özdeğer	Açıklanan Varyans (%)	Güvenilirlik (α)
Etkileşim Kaygısı	6.39	30.44	.860
Paylaşılan İçerik	2.37	11.28	.819
Gizlilik Endişesi	2.29	10.91	.826
Öz Değerlendirme	1.32	6.33	.819
Toplam		58.97	.885

KMO Measure of Sampling Adequacy: .859;
Barlett's Test of Sphericity: $X^2 = 3702.729$, $df = 210$, $p = .000$

Faktör gruplarının sınıflandırılma ve değerlendirilmesinde Varimax rotasyonlu tablo dikkate alınmıştır. Faktör analizine tabi tutulan maddelerin özdeğeri 1'den daha büyük ve minimum yükleme büyüklüğü olarak 0.50 kriteri kullanılmıştır. Analiz sonucunda ortaya konan dört sosyal kaygı faktörü, toplam varyansın % 58.97'sini açıklamaktadır. Katılımcıların verdikleri yanıtlara göre etkileşim kaygısı faktörü toplam varyansın yüzde 30.44'ünü, paylaşılan içerik faktörü yüzde 11.28'ini, gizlilik endişesi faktörü yüzde 10.91'ini, öz değerlendirme faktörü ise 6.33'ünü oluşturmaktadır (Tablo 1).

Tablo 2. Sosyal Medya Kullanıcıları İçin Sosyal Kaygı Ölçeğine İlişkin İfadeler ve Tanımlayıcı İstatistikleri

Sosyal Medya Kullanıcıları İçin Sosyal Kaygı Ölçeği		A.O.	S.S.	Faktör Yükleri
Aşağıdaki yargıların başında "SOSYAL MEDYADA..." ifadesi yer almaktadır.				
Etkileşim Kaygısı Faktörü				
1	...yeni arkadaşlıklar kurarken tedirginlik duyarım.	2.76	1.27	.832
2	...çok iyi tanımadığım insanlarla konuşurken gergin hissederim.	2.87	1.32	.819
3	...başkalarıyla ilk kez tanıştığımda gerilirim.	2.62	1.28	.790
4	...yeni tanıştığım kişilerle konuşurken endişelenirim.	2.84	1.33	.749
5	...insanlarla etkileşime girmekten korkarım.	2.19	1.14	.690
6	...başkalarıyla kendimle ilgili konuşmak zorunda kalırsam kendimi gergin hissederim.	2.58	1.27	.536
Paylaşılan İçerik Faktörü				
7	...davranışlarımın başkaları tarafından onaylanmamasından endişe duyarım.	2.44	1.23	.720
8	...paylaştıklarımın dolayı insanlara karşı gülünç duruma düşeceğimden endişelenirim.	2.37	1.28	.711
9	...yakın arkadaşlarımın davranışlarımı onaylamamalarından korkarım.	2.46	1.24	.686
10	...paylaştıklarımın başkaları tarafından beğenilmemesinden endişe duyarım.	2.24	1.16	.656
11	...paylaştığım içeriği arkadaşlarımın başkalarının önünde yargılamasından endişe duyarım.	2.94	1.33	.654
12	...paylaştığım içerikten hoşlanmadıklarını arkadaşlarım herkesin önünde açıkça gösterirlerse bundan rahatsızlık duyarım.	3.06	1.43	.588
13	...insanların davranışlarımı tuhaf bulmalarından kaygılanırım	2.51	1.35	.584
Gizlilik Endişesi Faktörü				
14	...kişisel bilgilerimin paylaşılma ihtimali beni kaygılandırır.	3.83	1.18	.839
15	...kişisel bilgilerimin başkaları tarafından ele geçirilebileceği ihtimali beni kaygılandırır.	3.80	1.20	.800
16	...arkadaşlarımın benim kişisel bilgilerimi tanımadığım kişilerle paylaşmaları beni tedirgin eder.	3.88	1.18	.795
17	...benim iznim olmadan kişisel alanıma erişim sağlanması durumu beni endişelendirir.	4.03	1.08	.732
18	...sosyal medya şirketlerinin/yöneticilerinin özel yaşantıma yönelik gizlilik ilkelerini nasıl ele alacağı konusunda kaygılanırım.	3.44	1.20	.549
Öz Değerlendirme Faktörü				
19	...insanların benimle ilgili olumsuz düşüncelerinden endişe duyarım.	3.05	1.31	.859
20	...insanlara olumsuz izlenim bırakmaktan kaygı duyarım.	3.14	1.30	.790
21	...insanların beklentilerini karşılayamamaktan endişelenirim.	2.73	1.30	.730

Elde edilen bulgulara göre; paylaşılan içerik faktörü altında yer alan "...paylaştığım içerikten hoşlanmadıklarımı arkadaşlarım herkesin önünde açıkça gösterirlerse bundan rahatsızlık duyarım." (A.O.=3.06) yargısına; gizlilik endişesi faktörü altında yer alan "...benim iznim olmadan kişisel alanıma erişim sağlanması durumu beni endişelendirir." (A.O.= 4.03), "...arkadaşlarımın benim kişisel bilgilerimi tanımadığım kişilerle paylaşımları beni tedirgin eder." (A.O.=3.88) ve "...kişisel bilgilerimin paylaşılma ihtimali beni kaygılandırır." (A.O.=3.83) yargılarına; öz değerlendirme faktörü altında yer alan "...insanlara olumsuz izlenim bırakmaktan kaygı duyarım." (A.O.=3.15) ve "...insanların benimle ilgili olumsuz düşüncelerinden endişe duyarım." (A.O.=3.05) yargılarına yüksek oranda katıldıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bunun aksine katılımcıların etkileşim kaygısı faktörü altında yer alan maddelerle ilgili görüşlerinin düşük aritmetik ortalamalara sahip olduğu da gözlenmektedir (Tablo 2). Bu sonuçlar, katılımcıların sosyal medyada paylaştıkları içerik, gizli bilgilerinin açığa çıkacağı ya da kişisel bilgilerinin istenmeyen çevrelerce edinilebileceği ve sosyal medyadaki diğer insanlar üzerinde olumsuz imajlara sahip olunabileceğini düşünme yönünde kaygılara sahip olduklarını göstermektedir. Buna karşın, katılımcıların diğer kişilerle kuracakları iletişimde daha az iletişim kaygısı yaşadıkları sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 3. Katılımcıların Sosyal Kaygı Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre Dağılımı

Sosyal Kaygı Ölçeği	Betimleyici İstatistikler			Analiz
	N	\bar{X}	SS	
Cinsiyet				T Testi t=-2.74 df=401 p=.006
Erkek	176	2.72	0.73	
Kadın	227	2.92	0.71	
Öğrenim Görülen Bölüm				ANOVA F=1.94 df=4 p=.102
Halkla İlişkiler ve Tanıtım	199	2.85	0.74	
Özel Güvenlik ve Koruma	66	2.74	0.76	
Yönetim Bilişim Sistemleri	98	2.91	0.71	
Turizm İşletmeciliği	13	2.97	0.62	
Gazetecilik	27	2.51	0.58	
Öğrenim Görülen Sınıf				ANOVA F=0.70 df=4 p=.591
Birinci Sınıf	113	2.76	0.75	
İkinci Sınıf	109	2.90	0.66	
Üçüncü Sınıf	73	2.85	0.72	
Dördüncü Sınıf	103	2.79	0.76	

Katılımcıların sosyal medyadaki sosyal kaygılarının çeşitli değişkenlere göre incelendiği Tablo 3'e göre cinsiyet ile sosyal kaygı arasında anlamlı bir farklılığın ortaya çıktığı görülmektedir (t=2.74; df=401; p=006). Buna göre kadın katılımcılar (A.O.=2.92) erkek katılımcılara göre (A.O.=2.72) daha fazla sosyal kaygıya sahiptirler. Öğrenim görülen bölüm (F= 1.94; df= 4; p=.102) ve öğrenim görülen sınıf

($F= 0.70$; $df= 4$; $p=.591$) açısından konuya yaklaşıldığında katılımcıların öğrenim gördükleri bölüm ve öğrenim gördükleri sınıf ile sosyal kaygıları arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı anlaşılmaktadır.

4.4.2. Katılımcıların Etkileşim Kaygılarına Dair Bulgular

“Sosyal Medya Kullanıcıları İçin Sosyal Kaygı Ölçeği”ne dair yapılan faktör analizi neticesinde elde edilen en önemli faktör etkileşim kaygısı faktörüdür. Araştırmada, etkileşim kaygısı faktörü ile katılımcılara ait çeşitli değişkenler arasındaki farklılıklar ortaya konulmuştur.

Tablo 4. Katılımcıların Etkileşim Kaygısı Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Çeşitli Değişkenlere Göre Dağılımı

Etkileşim Kaygısı Faktörü	Betimleyici İstatistikler			Analiz
	N	\bar{X}	SS	
Cinsiyet				T Testi $t=-4.75$ $df=401$ $p=.000$
Erkek	176	2.39	.90	
Kadın	227	2.84	.98	
Öğrenim Görülen Bölüm				ANOVA $F=1.92$ $df=4$ $p=.105$
Halkla İlişkiler ve Tanıtım	199	2.74	.97	
Özel Güvenlik ve Koruma	66	2.61	1.04	
Yönetim Bilişim Sistemleri	98	2.59	.97	
Turizm İşletmeciliği	13	2.41	.72	
Gazetecilik	27	2.25	.85	
Öğrenim Görülen Sınıf				ANOVA $F=1.04$ $df=4$ $p=.383$
Birinci Sınıf	113	2.60	.96	
İkinci Sınıf	109	2.76	.94	
Üçüncü Sınıf	73	2.69	.98	
Dördüncü Sınıf	103	2.51	1.01	

Tablo 4 incelendiğinde araştırmaya katılanların cinsiyetleri ile etkileşim kaygıları arasında anlamlı bir farklılığın ortaya çıktığı görülmektedir ($t=4.75$; $df=401$; $p=.000$). Kadın katılımcılar ($A.O.=2.84$) erkek katılımcılara göre ($A.O.=2.39$) sosyal medya ortamlarında daha yüksek etkileşim kaygısına sahiptir. Elde edilen sonuçlardan, öğrenim görülen bölüm ($F= 1.92$; $df= 4$; $p=.105$) ve öğrenim görülen sınıf ($F=1.04$; $df= 4$; $p=.383$) açısından katılımcıların sosyal kaygıları arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı anlaşılmaktadır.

4.4.3. Katılımcıların Paylaşılan İçerik Kaygılarına Dair Bulgular

Faktör analizi neticesinde elde edilen ikinci faktör paylaşılan içerik kaygısı faktörüdür. Araştırmada katılımcıların paylaşılan içerik kaygılarının çeşitli değişkenlere göre incelenmesinden elde edilen sonuçlar Tablo 5’te yer almaktadır.

Tablo 5. Katılımcıların Paylaşılan İçerik Kaygısı Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Çeşitli Değişkenlere Göre Dağılımı

Paylaşılan İçerik Kaygısı Faktörü	Betimleyici İstatistikler			Analiz
	N	\bar{X}	SS	
Cinsiyet				T Testi t=-1.43 df=401 p=.153
Erkek	176	2.50	.89	
Kadın	227	2.63	.89	
Öğrenim Görülen Bölüm				ANOVA F=1.92 df=4 p=.105
Halkla İlişkiler ve Tanıtım	199	2.74	.97	
Özel Güvenlik ve Koruma	66	2.61	1.04	
Yönetim Bilişim Sistemleri	98	2.59	.97	
Turizm İşletmeciliği	13	2.41	.72	
Gazetecilik	27	2.25	.85	
Öğrenim Görülen Sınıf				ANOVA F=1.01 df=4 p=.383
Birinci Sınıf	113	2.60	.96	
İkinci Sınıf	109	2.76	.94	
Üçüncü Sınıf	73	2.69	.98	
Dördüncü Sınıf	103	2.51	1.01	

Tablo 5'ten elde edilen sonuçlara göre araştırmaya katılanların cinsiyetleri (t=1.43; df=401; p=.153), öğrenim gördükleri bölüm (F=1.92; df=4; p=.105) ve öğrenim gördükleri sınıf (F=1.01; df=4; p=.383) ile paylaşılan içerik kaygıları arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Diğer bir ifadeyle katılımcıların sosyal medya ortamlarında yaşadıkları paylaşılan içerik kaygıları onların cinsiyetlerine, bölümlerine ya da öğrenim gördükleri sınıfa göre farklılaşmamaktadır.

4.4.4. Katılımcıların Yaşadıkları Gizlilik Kaygılarına Dair Bulgular

Araştırmada ortaya konan üçüncü faktör gizlilik endişesi faktörüdür. Diğer faktörlerde olduğu gibi gizlilik endişesi faktörü ile katılımcılara ait çeşitli değişkenler arasında farklılığı ortaya koyabilmek amacıyla testler uygulanmıştır.

Tablo 6. Katılımcıların Gizlilik Endişesi Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Çeşitli Değişkenlere Göre Dağılımı

Gizlilik Endişesi Faktörü	Betimleyici İstatistikler			Analiz
	N	\bar{X}	SS	
Cinsiyet				T Testi t=-3.79 df=401 p=.000
Erkek	176	3.61	.98	
Kadın	227	3.95	.80	
Öğrenim Görülen Bölüm				ANOVA F=.248 df=4 p=.911
Halkla İlişkiler ve Tanıtım	199	3.80	.92	
Özel Güvenlik ve Koruma	66	3.73	.98	
Yönetim Bilişim Sistemleri	98	3.85	.79	
Turizm İşletmeciliği	13	3.70	.79	
Gazetecilik	27	3.85	.99	
Öğrenim Görülen Sınıf				ANOVA F=1.27 df=4 p=.279
Birinci Sınıf	113	3.68	1.03	
İkinci Sınıf	109	3.89	.82	
Üçüncü Sınıf	73	3.71	.91	
Dördüncü Sınıf	103	3.89	.80	

Tablo 6'da yer alan bulgulara göre araştırmaya dâhil olan öğrencilerin cinsiyetleri ile gizlilik endişeleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu anlaşılmaktadır (t=3.79; df=401; p=.000). Elde edilen veriler, kadın öğrencilerin (A.O.=3.95) erkek öğrencilere göre (A.O.=3.61) sosyal medya ortamlarında daha çok gizlilik endişesi yaşadıklarını göstermektedir. Buna karşın, öğrencilerin öğrenim gördükleri bölüm (F=.248; df=4; p=.911) ve öğrenim gördükleri sınıf (F=1.27; df=4; p=.279) arasında anlamlı bir farklılık ortaya konulamamaktadır.

4.4.5. Katılımcıların Öz Değerlendirme Kaygılarına Dair Bulgular

Araştırmada kullanılan ölçeğe ait son faktör öz değerlendirme faktörüdür. Öz değerlendirme faktörüne ilişkin elde edilen bulgular ile katılımcıların cinsiyetleri, öğrenim gördükleri bölüm ve sınıflar arasındaki farklılığı ortaya koymak amacıyla uygun analizler gerçekleştirilmiştir.

Tablo 7. Katılımcıların Öz Değerlendirme Faktörüne İlişkin Görüşlerinin Çeşitli Değişkenlere Göre Dağılımı

Öz Değerlendirme Faktörü	Betimleyici İstatistikler			Analiz
	N	\bar{X}	SS	
Cinsiyet				T Testi t=.382 df=401 p=.703
Erkek	176	3.00	1.15	
Kadın	227	2.95	1.09	
Öğrenim Görülen Bölüm				ANOVA F=2.39 df=4 p=.050
Halkla İlişkiler ve Tanıtım	199	2.91	1.16	
Özel Güvenlik ve Koruma	66	2.74	1.14	
Yönetim Bilişim Sistemleri	98	3.20	0.97	
Turizm İşletmeciliği	13	3.41	1.17	
Gazetecilik	27	2.93	1.11	
Öğrenim Görülen Sınıf				ANOVA F=.572 df=4 p=.683
Birinci Sınıf	113	2.90	1.14	
İkinci Sınıf	109	3.04	1.12	
Üçüncü Sınıf	73	3.09	1.06	
Dördüncü Sınıf	103	2.92	1.11	

Araştırmaya katılanların öz değerlendirme kaygılarına ilişkin yapılan T testi ve ANOVA testi analizleri sonucunda anlamlı bir farklılık ortaya konulamamıştır. Bir diğer ifadeyle katılımcıların cinsiyetleri (t=.382; df=401; p=.703), öğrenim gördükleri bölüm (F=2.39; df=4; p=.050) ve öğrenim gördükleri sınıf (F=.572; df=4; p=.683) ile öz değerlendirme kaygıları arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır.

4.4.6. Faktörler Arası İlişkiye Dair Bulgular

Araştırmada kullanılan ölçeğe ilişkin gerçekleştirilen faktör analizi sonucu ortaya çıkan etkileşim kaygısı, paylaşılan içerik kaygısı, gizlilik endişesi kaygısı ve öz değerlendirme kaygısı faktörleri arasındaki ilişki korelasyon analizi ile incelenmiştir.

Tablo 8. Sosyal Medya Kullanıcıları İçin Sosyal Kaygı Ölçeği Alt Faktörleri Arasındaki Korelasyon Analizi

FAKTÖRLER ARASI KORELASYON ANALİZİ	Etkileşim Kaygısı	Paylaşılan İçerik Kaygısı	Gizlilik Endişesi Kaygısı	Öz Değerlendirme Kaygısı
Etkileşim Kaygısı	1	.400**	.308**	.350**
Paylaşılan İçerik Kaygısı	.400**	1	.322**	.502**
Gizlilik Endişesi Kaygısı	.308**	.322**	1	.264**
Öz Değerlendirme Kaygısı	.350**	.502**	.264**	1

Not: ** p<0.01

Tablo 8'e göre sosyal medya kullanıcıları için sosyal kaygı ölçeğini oluşturan "etkileşim kaygısı, paylaşılan içerik, gizlilik endişesi ve öz değerlendirme" alt faktörleri arasındaki ilişki incelendiğinde en güçlü ilişkinin öz değerlendirme kaygısı ile paylaşılan içerik kaygısı arasında olduğu görülmektedir ($r=.502$; $p<.01$). Bu sonuç katılımcıların öz değerlendirme kaygılarının artması ile paylaşılan içerikle ilgili kaygılarının arttığı anlamına da gelmektedir. Bir diğer deyişle katılımcıların öz değerlendirme kaygılarındaki artış, paylaştıkları içerikle ilgili sosyal kaygılarının artmasına da yol açacaktır. Aynı zamanda, katılımcıların etkileşim kaygısı ile paylaşılan içerik kaygıları arasında da pozitif yönde orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki söz konusudur ($r=.400$; $p<.01$). Bu durum yine katılımcıların öz değerlendirme kaygılarının artmasının etkileşim kaygısına da yol açacağı sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Katılımcıların öz değerlendirme kaygıları ve etkileşim kaygıları arasında da orta düzeyde, pozitif ve anlamlı bir ilişki görülmektedir ($r=.350$, $p<.01$). Bu sonuç da katılımcıların kendilerine dönük öz değerlendirme yönündeki kaygının bireylerin diğerleri ile kuracakları etkileşimlere de negatif yönde etki edeceğini göstermektedir. Diğer bir deyişle, sosyal medya kullanıcılarının öz değerlendirme kaygıları arttıkça etkileşim kaygıları da artacak ve diğer bireylerle kurulacak iletişimleri olumsuz yönde etkileyecektir.

SONUÇ

Kaygı, bireyin tavır, davranış, duygu ve düşünceleri üzerinde baskı oluşturan ve oluşturduğu baskı ile normalin dışında davranmaya sevk eden endişe durumudur. Bu endişeli olma hali, kişiyi bir iletişime geçme ya da geçtiği iletişimi başarılı ve etkili biçimde sürdürme konusunda zora sokmaktadır. Toplumsal ortamlarda ortaya çıkan bu kaygı türüne sosyal kaygı adı verilmektedir. Sosyal kaygı bireyin, fiziksel ve ruhsal pek çok yönüne etki etmesi sebebiyle oldukça önemli bir engel olarak da değerlendirilebilir. Önceleri, fiziksel alanlarda ortaya çıkan sosyal kaygı, yaşanan teknolojik gelişmeler sonrası çevrimiçi alanlara da kaymıştır. Özellikle sosyal medya adı verilen yeni iletişim mecraları ve bu mecraların kapı araladığı yeni iletişim biçimleriyle ilgili sosyal kaygılar yaşandığı da gözlenmektedir.

Sosyal medya kullanıcılarının sosyal kaygı durumlarını ölçmeye çalışan bu araştırma üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma neticesinde katılımcıların paylaşılan içerik kaygısı, gizlilik endişesi kaygısı ve öz değerlendirme kaygıları açısından endişe duydukları sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca katılımcıların etkileşim kaygısı açısından çok yoğun bir endişelerinin olmadığı da elde edilmiştir. Bu sonuç, Barry ve arkadaşları (2017) tarafından ABD'de 14-17 yaş arası 226 genç üzerinde yapılan; Primack ve arkadaşları (2017) tarafından 19-32 yaş arası genç yetişkinler arasında ABD'de gerçekleştirilen; Woods ve Scott tarafından (2016) 467 İskoç genci üzerinde yapılan araştırma bulguları ile benzerlikler taşımaktadır. Buna karşın araştırmada elde edilen bulgular Baltacı

ve arkadaşları tarafından (2012) Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nde 280 öğrenci üzerinde gerçekleştirilen araştırma bulgularında ortaya konan katılımcıların etkileşim kaygılarının yüksek olduğu sonucu ile farklılık taşımaktadır.

Bununla birlikte bu araştırmayla, katılımcıların cinsiyet açısından sosyal kaygılarında bir farklılaşma olduğu sonucu elde edilmiştir. Sonuçlara göre kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre sosyal medya ortamlarında daha çok sosyal kaygıya sahip oldukları anlaşılmaktadır. Öte yandan, katılımcıların öğrenim gördükleri bölüm ve öğrenim gördükleri sınıf açısından her hangi bir farklılaşma olmadığı da araştırmada ortaya konulmuştur. Elde edilen sonuç da bu araştırmanın Elhai ve arkadaşları (2018) tarafından gerçekleştirilen araştırma bulguları ile benzerlikler taşıdığını göstermektedir.

Katılımcıların cinsiyetleri, öğrenim gördükleri sınıf ve öğrenim gördükleri program ile paylaşılan içerik kaygısı, gizlilik endişesi kaygısı, etkileşim kaygısı ve öz değerlendirme kaygısı faktörleri arasındaki farklılıkları tespit edebilmek amacıyla T ve ANOVA testleri yapılmıştır. Yapılan testler neticesinde yalnızca gizlilik endişesi kaygısı ve etkileşim kaygısı faktörlerinde cinsiyete göre anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiş ve kadınların bu faktörlerde erkeklere göre daha yüksek kaygılara sahip olduğu ortaya konulmuştur. Diğer faktörlerde ise cinsiyet, öğrenim görülen bölüm ve öğrenim görülen sınıf değişkenlerine göre anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır.

Sosyal medya kullanıcıları için sosyal kaygı ölçeğinin alt faktörleri olan "paylaşılan içerik, gizlilik endişesi, etkileşim kaygısı ve öz değerlendirme" faktörleri arasında da anlamlı ve pozitif yönde bir ilişkinin bulunduğu araştırma neticesinde ortaya konulmuştur. Bu sonuç, katılımcıların öz değerlendirme kaygılarının artmasıyla paylaşılan içerik ve gizlilik endişesine dönük kaygılarının da arttığını göstermektedir.

KAYNAKÇA

Akgün A, Gönen S ve Aydın M (2007) İlköğretim Fen ve Matematik Öğretmenliği Öğrencilerinin Kaygı Düzeylerinin Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi* , 6(20), 283-299.

Alkis Y, Kadirhan Z ve Sat M (2017) Development and Validation of Social Anxiety Scale for Social Media Users. *Computers in Human Behavior*(72), 296-303.

Aydın S ve Zengin B (2008) Yabancı Dil Öğreniminde Kaygı: Bir Literatür Özeti. *Journal of Language and Linguistic Studies*, 4(1), 81-94.

Baltacı H Ş, İşleyen F ve Özdemir S (2012). Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Romantik İlişki Durumları ve Sosyal Ağ Kullanımlarına göre Etkileşim Kaygısı

ve Sosyal Destek Algılarının İncelenmesi. Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 8(2), 25-36.

Barry C T, Sidot C, Briggs S, Reiter S and Lindsey R (2017) Adolescent social media use and mental health from adolescent and parent perspectives. Journal of Adolescence(61), 1-11.

Ceyhan A A (2011) İnternet Kullanma Temel Nedenlerine Göre Üniversite Öğrencilerinin Problemlı İnternet Kullanımı ve Algıladıkları İletişim Beceri Düzeyleri . Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri , 11(1), 59-77 .

Çakmak V (2018) İletişim Kaygısı ve Sosyal Medya. Konya: Eğitim Yayınevi.

Çakmak V ve Aktan E (2016) Öğrencilerin İletişim Kaygısı, Muziplik/Takılma ile Okul Başarısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi(42), 19-36.

Çankaya B (2007) Lise I. ve II. Sınıf Öğrencilerinin Algılanan Benlik Saygısının Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Elhai J D, Hall B and Erwin M (2018) Emotion regulation's relationships with depression, anxiety and stress due to imagined smartphone and social media loss. Psychiatry Research(261), 28-34.

Erkan Z (2002) Sosyal Kaygı Düzeyi Yüksek ve Düşük Ergenlerin Ana Baba Tutumlarına İlişkin Nitel Bir Çalışma. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10(10), 120-133.

Green T, Wilhelmsen T, Wilmots E, Dodd B and Quinn S (2016) Social anxiety, attributes of online communication and self-disclosure across private and public Facebook communication. Computers in Human Behavior(58), 206-213.

İslamoğlu A H ve Alnaçık Ü (2016) Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. İstanbul: Beta.

Işık E (1996) Nevrozlar, Kent Matbaası, Ankara.

Jeong H, Sugiura M, Suzuki W, Sassa Y, Hashizume H and Kawashima R (2016) Neural correlates of second-language communication and the effect of language anxiety. Neuropsychologia(84), 2-12.

Lin X, Li S and Qu C (2017) Social network sites influence recovery from social exclusion: Individual differences in social anxiety. Computers in Human Behavior(75), 538-546.

Primack B A, Shensa A, Escobar-Viera C, Barrett E, Sidani J, Colditz J and James A (2017) Use of multiple social media platforms and symptoms of depression and anxiety: A nationally-representative study among U.S. young adults. Computers in Human Behavior(69), 1-9.

Shalom J G, Israeli H, Markovitzky O and Lipsitz J (2015) Social anxiety and physiological arousal during computer mediated vs. face to face communication. *Computers in Human Behavior* (44), 202-208.

Sübaşı G (2003) Etkileşim Kaygısı Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenilirlik: Çalışmaları. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 2(19), 35-40.

Sübaşı G (2007) Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Kaygıyı Yordayıcı Bazı Değişkenler. *Eğitim ve Bilim*, 32(144), 3-15.

Türkçapar H (2004) Anksiyete Bozukluğu ve Depresyonun Tanısal İlişkileri. *Klinik Psikiyatri Dergisi*(7), 12-16.

Vannucci A, Flannery K and Ohannessian C (2017) Social media use and anxiety in emerging adults. *Journal of Affective Disorders*(207), 163-166.

Wakefield L T and Wakefield R (2018) Anxiety and Ephemeral Social Media Use in Negative eWOM Creation. *Journal of Interactive Marketing*(41), 44-59.

Woods H C and Scott H (2016) #Sleepyteens: Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem. *Journal of Adolescence*(51), 41-49.

Yeniçıktı N T (2010) Halkla İlişkiler Sürecinde Sosyal Kaygı Düzeylerinin Sosyal Sorumluluk Projeleri İle Giderilmesi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya.

Yıldız A K (2012) Sosyal Paylaşım Sitelerinin Dijital Yerlilerin Bilgi Edinme ve Mahremiyet Anlayışına Etkisi. *Bilgi Dünyası*, 13(2), 529-542.

Zorbaz O (2013) Lise Öğrencilerinin Problemlı İnternet Kullanımının Sosyal Kaygı ve Akran İlişkiler Açısından İncelenmesi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Zorbaz O ve Dost M (2014) Lise Öğrencilerinin Problemlı İnternet Kullanımının Cinsiyet, Sosyal Kaygı ve Akran İlişkileri Açısından İncelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* , 29(1), 298-310.