ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL FOBİSİ İLE SOSYAL MEDYA KULLANIMININ OLUMSUZ DEĞERLENDİRİLME KORKUSU BAKIMINDAN İNCELENMESİ

Melis Öztürkçe
1811180137

YÜKSEK LİSANS TEZİ
Psikoloji Anabilim Dalı
Klinik Psikoloji Tezli Yüksek Lisans
Danışman: Dr. Öğretim Üyesi Yasemin Meral Öğütçü

İstanbul
T.C. Maltepe Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Kasım, 2021

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL FOBİSİ İLE SOSYAL MEDYA KULLANIMININ OLUMSUZ DEĞERLENDİRİLME KORKUSU BAKIMINDAN İNCELENMESİ

Melis Öztürkçe
1811180137
Orcid: 0000-0003-0505-5193

YÜKSEK LİSANS TEZİ
Psikoloji Anabilim Dalı
Klinik Psikoloji Tezli Yüksek Lisans
Danışman: Dr. Öğretim Üyesi Yasemin MERAL ÖĞÜTÇÜ

İstanbul
T.C. Maltepe Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Kasım, 2021



JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Bu belge, Yükseköğretim Kurulu tarafından 19.01.2021 tarihli *"Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge"* ile bildirilen 6689 Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu kapsamında gizlenmiştir.

ETİK İLKE VE KURALLARA UYUM BEYANI

Bu belge, Yükseköğretim Kurulu tarafından 19.01.2021 tarihli *"Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge"* ile bildirilen 6689 Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu kapsamında gizlenmiştir.

TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın yazım aşamasında yaşadığım zorlukları değerlendirirken verdiğim emeğin ne kadar büyük olduğunu fark ettim. Ancak bu emek, bana verilen emeklere kıyaslanamayacak kadar azdır. Bu vesileyle bende emeği geçmiş, bana yol göstermiş insanlara teşekkür etmek isterim.

İlk olarak tez çalışmamın yürütülmesinde benden desteğini esirgemeyen danışmanım Dr. Öğretim Üyesi Yasemin Meral Öğütçü'ye teşekkürlerimi sunarım.

Daha sonra beni bu günlere getiren, yetiştiren, maddi manevi her türlü desteğini sunan, beni her zaman sakinleştiren, başarısızlıklarımla sınamayacaklarına inandığım, her kararımın arkasında duran, bana yol gösteren ve bu çalışmamda göstermiş oldukları sabır ve anlayıştan dolayı canım annem Meliha Öztürkçe'ye ve canım babam Müslüm Öztürkçe'ye çok teşekkür ederim.

Beni her zaman destekleyen ve bana inanan sevgili kardeşim Doğu Öztürkçe'ye çok teşekkür ederim.

Bu eğitim döneminde bana sağladıkları güzellikler için, hayatımı bu dönemde daha kolay bir hale getirdikleri için ve bir aile gibi her zaman yanımda oldukları için canım amcam Bülent Öztürk ve canım ablam Cahide Öztürk'e çok teşekkür ederim.

Son olarak bu çalışmayı kendimi sürekli motive ederek, vazgeçmeden bu günlere getirdiğim için kendime teşekkür ederim.

Melis Öztürkçe

Kasım, 2021

ÖZ

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL FOBİSİ İLE SOSYAL MEDYA KULLANIMININ OLUMSUZ DEĞERLENDİRİLME KORKUSU BAKIMINDAN İNCELENMESİ

Melis Öztürkçe
Yüksek Lisans Tezi
Psikoloji Anabilim Dalı
Klinik Psikoloji Tezli Yüksek Lisans
Dr. Öğretim Üyesi Yasemin Meral Öğütçü
Maltepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, 2021

Bu araştırma, üniversite öğrencilerinin sosyal fobileri ile sosyal medya kullanımının olumsuz değerlendirilme korkusu bakımından incelenmesi üzerine oluşturulmuştur. Araştırma, farklı demografik özelliklere sahip, rastlantısal olarak seçilen, 18- 30 yaş arasındaki 131 öğrencinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma boyunca üniversite öğrencilerinin sosyal kaygı, olumsuz değerlendirilme korkusu ve sosyal görünüm kaygılarının sosyal medya kullanımı ile ilişkisi araştırılmıştır. Bu süreç boyunca sosyal kaygıları düşük veya yüksek olan bireylerin sosyal medya kullanım düzeyleri arasındaki temel farklılıklar incelenmiştir.

Araştırma yürütülürken Kişisel Bilgi Formu, Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği (LSKÖ), Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Ölçeği (ODKÖ) ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ)'nden faydalanılmıştır. Ölçek toplam ve alt boyut puanları arasındaki ilişkiyi belirlemek için Pearson Korelasyon Analizinden faydalanılmıştır. Parametrik testlerden olan Independent Samples Test ve One-Way ANOVA testi uygulanarak ölçek toplam ve alt boyut puanları ile bağımsız değişkenler arasında anlamlı düzeyde bir farkın varlığı belirlenmeye çalışılmıştır. Gruplar arasında anlamlı bir fark olması durumunda, anlamlılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Post-Hoc testi yapılmıştır. Sidak Post- Hoc testi, varyansın homojen dağılımı ve örneklem sayısının eşit olmaması nedeni ile uygulanmıştır. Kategorik değişkenlerin karşılaştırması için Chi-Square testi kullanılmıştır. Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Toplam puanlarını sosyal medya kullanımını yordayan değişkenleri belirlemek için çok değişkenli doğrusal regresyon analizi yapılmıştır.

Araştırmada katılımcıların demografik değişkenlerinin sosyal kaygı, olumsuz değerlendirilme korkusu ve sosyal görünüş kaygısı bakımından test edildiğinde sayıların eşit olmamasından dolayı cinsiyet ve yaş durumu hakkında farklılık yaratıp yaratmadığına bakılamamıştır. Aynı zamanda sosyal kaygı puanları yüksek olan katılımcıların olumsuz değerlendirilme korkusu ve sosyal görünüm kaygısı yüksek çıkmıştır. Bununla birlikte katılımcıların sosyal kaygı ölçeği alt puanlarından ''kaygı'' ve

‘’kaçınma’’ puanları arttıkça olumsuz değerlendirilme korkusu ve sosyal görünüm kaygısının da arttığı gözlenmiştir. Ancak sosyal kaygı ve sosyal medyada takip edilen ve takip eden kişi sayısı arasında bir ilişki bulunamamıştır. Aynı zamanda katılımcıların sosyal görünüş kaygısı ve sosyal medyada takip ettiği kişi sayısı arasında da anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Ek olarak günlük sosyal medya kullanımı ile ilgili olarak sadece olumsuz değerlendirilme korkusu bakımından anlamlı bir sonuç elde edilmiştir. Sosyal kaygı ölçeği alt puanlarından ‘’kaygı’’ ve ‘’kaçınma’’, sosyal görünüş kaygısı ve sosyal kaygı arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır.

Anahtar Sözcükler: Sosyal Kaygı, Olumsuz Değerlendirilme Korkusu, Sosyal Görünüş Kaygısı, Sosyal Medya Kullanımı, İletişim.

ABSTRACT

INVESTIGATION OF UNIVERSITY STUDENTS' SOCIAL PHOBIA AND SOCIAL MEDIA USAGE IN TERMS OF FEAR OF NEGATIVE EVALUATION

Melis Öztürkçe
Master Thesis
Master of Science Clinical Psychology
Advisor: Dr. Öğr. Üyesi Yasemin Meral Öğütçü
Maltepe University Institute of Graduate School, 2021

The present research aimed to examine the usage of social media, and the fear of negative evaluation among socially anxious university students. The research was conducted with 131 participants chosen randomly aging between 18-and 30, who have different demographic features. During the research, the association between university students' social anxiety, their fear of being negatively evaluated and their social appearance anxiety, and social media usage was examined. Within this process, the main differences in social media usage degree between people who have high and low social anxiety were investigated.

While conducting the research, the personal information form, Liebowitz Social Anxiety Scale (LSAC), The Fear of Negative Evaluation Scale (FNE), and The Social Appearance Anxiety Scale (SAAS) was used. Pearson Correlation Analysis was used to determine the relationship between scale total score and sub-dimension scores. The Independent Samples Test and One-Way ANOVA test which are parametric tests, were applied to determine the existence of a significant difference between the independent variables and the scale total and sub-dimension scores.

In case of a meaningful difference between the groups, a Post-Hoc test was performed to determine between which groups. Sidak Post-Hoc test was applied because the variance was homogeneously distributed and the number of samples was not equal. The Chi-Square test was applied to compare categorical variables. Multivariate linear regression analysis was used to determine the variables that predicted the total scores of the Liebowitz Social Anxiety Scale and social media usage.

In the research, when the demographic features of the participants were tested in terms of social anxiety, fear of being negatively evaluated, and social appearance anxiety since the numbers are not equal, the age and sex are not taken into consideration. In the meantime, the participants who have high scores on social anxiety have also high scores on the fear of being negatively evaluated and social appearance anxiety. In addition, it was observed that as the participants' social anxiety scale sub-scores "anxiety" and

"avoidance" increased, the fear of negative evaluation and social appearance anxiety also increased. However, there was no link found between social anxiety and the number of followers and following people on social media. In the meantime, there was no meaningful relationship between social appearance anxiety and the number of people following on social media. Additionally, a meaningful link was observed between daily social media usage and the fear of being negatively evaluated merely. No significant difference was found between the sub-scores of the social anxiety scale "anxiety" and "avoidance", social appearance anxiety, and social anxiety.

Key Words: Social Anxiety, Fear of Negative Judgment, Social Appearance Anxiety, Social Media Usage, Communication.

İÇİNDEKİLER

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI ii
ETİK İLKE VE KURALLARA UYUM BEYANI iii
TEŞEKKÜR iv
ÖZ v
ABSTRACT vii
TABLOLAR LİSTESİ xi
ŞEKİLLER LİSTESİ xiii
KISALTMALAR xiv
ÖZGEÇMİŞ xv
BÖLÜM 1. GİRİŞ 1
Problem 1
Amaç 2
Önem 2
Varsayımlar 3
Sınırlılıklar 4
Tanımlar 4
Alanyazın 5
1.1. Sosyal Kaygısı Olan Bireylerin Tanı Özellikleri 7
1.1.2.Sosyal Kaygısı Olan Bireylerde En Yaygın Görülen Semptomlar 9
1.1.3.Sosyal Kaygı Epidemiyolojisi 9
1.1.4.Sosyal Kaygı ile İlgili Literatür 14
1.1.4.1. Bilişsel Davranışçı Yaklaşım 14
1.2. Olumsuz Değerlendirilme Korkusu 17
1.3. Sosyal Kaygı ve Sosyal Görünüş Kaygısı 19
1.4. Sosyal Medya 21
1.4.1.1. Bloglar 26
1.4.1.1.2. Twitter 28
1.4.1.2. Facebook 28
1.4.1.3. Instagram 29
1.5. Sosyal Kaygı ve Sosyal Medya İlişkisi 30
1.5.1. Sosyal Görünüş Kaygısı ve Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Sosyal Medya ile İlişkisi 33
Araştırmanın Amacı ve Hipotezleri 36
BÖLÜM 2. YÖNTEM 38
Araştırma Modeli 38
Evren ve Örneklem 40
Verilerin Toplanması ve Çözümlenmesi 40
2.1. Kişisel Bilgi Formu 40
2.2. Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği 41
2.3. Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Ölçeği (ODKÖ) Kısa Formu'nun Türkçe Uyarlaması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması 42
2.4. Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nin (SGKÖ) Türkçe Uyarlaması Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması 44
BÖLÜM 3. BULGULAR VE YORUMLAR 46
Bulgular 46

İstatistiksel Analiz 46
1.Araştırma Verilerinin Normallik Dağılımı 47
2. Araştırma Değişkenlerinin Güvenilirlik Değerlendirmesi 48
3. Araştırmanın Demografik Sonuçları 48
4. Değişkenler Arası Korelasyon Analizi Sonuçları 50
6. Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Toplam Puanının Yordanmasına İlişkin Çok Değişkenli Lineer Regresyon Analizi Sonuçları 56
Yorumlar 63
BÖLÜM 4. SONUÇ 71
Öneriler 72
EKLER 74
KAYNAKÇA 83

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1 Sosyal Kaygının DSM-V'e Göre Tanı Ölçütleri

Tablo 2 Normallik Testi Sonuçları

Tablo 3 Araştırma Değişkenlerinin Güvenilirlik Değerleri

Tablo 4 Katılımcılar ile İlgili Demografik Veriler

Tablo 5 Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımı il İlgili Verileri

Tablo 6 Katılımcıların Ölçek Toplam ve Alt Boyutlarından Alınan Puanlara İlişkin Betimsel Veriler

Tablo 7 Ölçek Toplam ve Alt Boyut Puanları ile Çeşitli Değişkenlerin İlişkilerine Ait Korelasyon Sonuçları

Tablo 8 Katılımcıların Ölçek Toplam Puanlarının Sosyal Kaygı Düzeyi Açısından Karşılaştırılması

Tablo 9 Katılımcıların Ölçek Toplam ve Alt Boyut Puanlarının Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi Açısından Karşılaştırılması

Tablo 10 Katılımcıların Sosyal Kaygı Düzeyleri ile Günlük Sosyal Medya Kullanım Sürelerinin Karşılaştırılması

Tablo 11 Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Toplam Puanının Yordanmasına İlişkin Çok Değişkenli Lineer Regresyon Analizi Sonuçları

Tablo 12 Sosyal Medya Araçlarından Facebook Kullanımının Yordanmasına İlişkin Çok Değişkenli Lineer Regresyon Analizi Sonuçları

Tablo 13 Sosyal Medya Araçlarından Twitter Kullanımının Yordanmasına İlişkin Çok Değişkenli Regresyon Analizi Sonuçları

Tablo 14 Dört Saatten Fazla Günlük Sosyal Medya Kullanımının Yordanmasına İlişkin Çok Değişkenli Lineer Regresyon Analizi Sonuçları

Tablo 15 Üç ile Dört Saat Arası Günlük Sosyal Medya Kullanımının Yordanmasına İlişkin Çok Değişkenli Lineer Regresyon Analizi Sonuçları

Tablo 16 Kendimle İlgili Fotoğraf/Video Paylaşımı Yapmanın Yordanmasına İlişkin Çok Değişkenli Lineer Regresyon Analizi Sonuçları

Tablo 17 Arkadaşlarımın Gönderilerine Yorum Yapmanın Yordanmasına İlişkin Çok Değişkenli Lineer Regresyon Analizi Sonuçları

Tablo 18 Ortalama Takip Edilen Kişi Sayısının Yordanmasına İlişkin Çok Değişkenli Lineer Regresyon Analizi Sonuçları

Tablo 19 Ortalama Takipçi Sayısının Yordanmasına İlişkin Çok Değişkenli Lineer Regresyon Analizi Sonuçları

Tablo 20 Alınan Beğeni Sayısının Öneminin Yordanmasına İlişkin Çok Değişkenli Lineer Regresyon Analizi Sonuçları

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1 Clark ve Wells (1995) Bilişsel Davranışçı Yaklaşım Modellemesi

Şekil 2 Ülkemizde Sosyal Medya ve İnternet Kullanım İstatistiği

Şekil 3 Türkiye' de Popüler Sosyal Medya Platformları

KISALTMALAR

AKT : Aktaran

APA : American Psychological Association

ÇEV : Çeviren

DSM : The Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders

ODKÖ : Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Ölçeği

SGKÖ : Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği

SPSS : Statistical Package for Social Sciences

ÖZGEÇMİŞ

Melis Öztürkçe
Psikoloji Anabilim Dalı

Eğitim

Derece	*Yıl*	*Üniversite, Enstitü, Anabilim/Anasanat Dalı*
Ls.	2012	İzmir Ekonomi Üniversitesi Psikoloji Anabilim Dalı
Lise	2007	Salih Dede Lisesi

İş/İstihdam

Yıl	*Görev*
2017-2018	Birim Disleksi Kurum Psikoloğu

BÖLÜM 1. GİRİŞ

Araştırmanın ilk bölümünde; araştırmanın problemi, amacı, önemi, varsayımları, sınırlılıkları ve kullanılan temel terim ve kavramların tanımlamalarına yer verilmiştir.

Problem

Sosyal fobi, kişinin başkalarınca değerlendirileceği durumda yaşadığı korku ya da kaygı durumu olan psikolojik bir bozukluk olarak düşünüldüğünde, sosyal medya kullanımının bu kişiler üzerinde yarattığı kaygı durumu ilişkisini araştırmak önemli olmaktadır. Bu araştırmanın temel amacı, sosyal fobi, olumsuz değerlendirilme korkusu ve sosyal görünüş kaygısı arasında nasıl bir ilişki olduğunu üniversite öğrencilerinin oluşturduğu bir örneklem üzerinden açıklamaktır. Bu çalışma klinik örneklem üzerinde gerçekleştirilmediği için sosyal fobi kavramı yerine literatürde de sosyal kaygı kavramı olarak geçen kavram kullanılacaktır. Bundan hareketle sosyal kaygısı düşük veya yüksek olan bireylerin sosyal medya kullanım düzeyi ölçülmeye çalışılmıştır. Söz konusu olumsuz değerlendirme korkusu ve sosyal görünüş kaygısı düşük veya yüksek olan bireylerin sosyal medya kullanımı araştırılmıştır. Çalışmaya kaynaklık edecek temel hipotezler şu şekildedir:

1. Sosyal kaygı düzeyi, olumsuz değerlendirilme korkusu ve sosyal görünüş kaygısı birbiriyle pozitif bir ilişki gösterecektir.

2. Sosyal kaygısı yüksek olan kişinin sosyal kaygısı düşük olan kişilere kıyasla olumsuz değerlendirilme korkusu yüksek olacaktır.

3. Sosyal kaygısı yüksek olan kişinin sosyal kaygısı düşük olan kişilere kıyasla sosyal görünüş kaygısı yüksek olacaktır.

4. Sosyal kaygısı yüksek olan kişinin sosyal kaygısı düşük olan kişilere kıyasla sosyal medya kullanımı yüksek olacaktır.

5. Sosyal medya kullanımında takipçi sayısı ve paylaşımlarının beğenilme oranı sosyal kaygı düzeyi ile bir ilişki gösterecektir.

6. Sosyal görünüş kaygısının düzeyi sosyal medya kullanımında beğeni ve takipçi sayısı ile bir ilişki gösterecektir.

Amaç

Literatürde yer alan çalışmaların genelde ergenler ve lise öğrencileri üzerine yapıldığı görülmektedir. Sosyal kaygı, sosyal medya kullanımı ve bunun sonucunda oluşan olumsuz değerlendirilme korkusu ve sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişkinin incelenmesinde üniversite öğrencilerine yönelik kapsamlı bir çalışmanın olmadığı görülmektedir. Daha önceki literatür çalışmalarında sosyal kaygı ve internet kullanımı, lise öğrencileri ve onların internet kullanımı düzeyinde gerçekleştirilmiştir. Literatürde sosyal kaygı konusu oldukça çalışılan konulardan birini oluşturmaktadır. Ancak alanyazın incelendiğinde olumsuz değerlendirilme korkusu son on yıldır üzerine düşünülen konulardan birini oluşturmuş ve ergenlik dönemi- lise düzeyinde çalışmalar yoğunlaşmıştır. Bununla birlikte üniversite hayatı, kişinin önemli kararlar aldığı ve geleceğini şekillendirdiği aşamalardan birini oluşturmaktadır. Bu yüzden kişinin bu dönemde yaşadığı kaygı ve kaçınma düzeyi hem bulunduğu anı hem de ileriki yaşlarını olumsuz etkileyecektir. Sosyal medya ise günümüzde en sık kullandığımız uygulamaların başında gelmektedir. Haber takip etmek, sosyalleşmek, eğlenmek gibi pek çok içeriğin ve bilginin paylaşılmasına olanak sunmakla birlikte neredeyse her anımıza ortak olmaktadır. Bu sebepten dolayı, üniversite öğrencilerinin sosyal kaygı, sosyal görünüm kaygısı ve olumsuz değerlendirilme korkusunun sosyal medya ile ilişkisini içeren komplike bir çalışmanın olmayışı bakımından yenilik ve alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ek olarak değişkenler arasında bir ilişki saptanırsa bu ilişkinin yönünün belirlenmesi klinik olarak müdahale yöntemleri geliştirmekte yararlı olacağı düşünülmektedir.

Önem

Sosyal kaygı tanısı alan kişilerin tanı almamış kişilere oranla daha az evlendiği, daha düşük eğitim ve sosyo-ekonomik seviyelerde olduğu, meslek ve akademik performanslarının da daha düşük olduğu görülmüştür (Dilbaz, 1997). Sosyal kaygı, majör depresyon (%35-80) ve madde kötüye kullanımı (%8-56) ile birlikte görülme oranı olan önemli bir psikolojik bozukluktur (Dilbaz, 1997). Kişilerin ciddi yeti kaybına uğraması, sosyal hayatlarına daha az devam etmesi nedeniyle önemli bir rahatsızlıktır. Dolayısıyla

sosyal kaygının etkilerini anlamak ve nelerden etkilendiğine bakmak açısından daha detaylı araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır.

Sosyal medya günlük hayatta bu kadar etkin olduğu için sosyal kaygısı olan kişilerin bu durumdan olumlu veya olumsuz bir yönde etkilendiğini öğrenmek anlamlı olmaktadır. Çünkü sosyal kaygı bozukluğu olan kişinin temel arzusu diğerleri üzerinde olumlu bir etki bırakmak olarak değerlendirildiğinde bu kişilerin sosyal medya kullanımının söz konusu bozuklukla bir ilişkisi olup olmadığının anlaşılması önem taşımaktadır. Dolayısıyla, sosyal kaygı ile sosyal medya kullanım seviyesi arasında pozitif yönde bir korelasyon beklemek şaşırtıcı olmayacaktır. Sosyal medya kullanımında takipçi sayısını veya paylaşımlarının aldığı beğeni sayısını artırmak isteyen kişilerin yaptıkları paylaşımlarda kendilerini çekici, popüler, vb. şeklinde lanse etme çabaları dikkate alındığında, bu kişilerin olumsuz değerlendirilme korkularının, sosyal görünüş kaygılarının ve dolayısıyla sosyal kaygılarının yüksek olacağı çalışmanın temel savını oluşturmaktadır.

Varsayımlar

1. Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği, kaygı ve kaçınma durumlarını ölçmekte uygun bir ölçek olarak varsayılmaktadır.

2. Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Kısa Formu'nun katılımcıların olumsuz değerlendirilme tehditliyle karşı karşıya kaldıklarında kaygı derecelerinin hangi seviyede olduğunu öğrenmeye uygun bir ölçek olduğu varsayılmaktadır.

3. Kişisel Bilgi Formu'nda sosyal medya kullanımı ve önemi hakkındaki soruların araştırmada öğrenilmek istenilen sosyal medya kullanımına dair cevap olacak nitelikte olduğu varsayılmaktadır.

4. Katılımcıların kişisel bilgi formu ve anketleri doğru cevaplandıracakları varsayılmaktadır.

5. Araştırmada kullanılacak olan ölçme araçlarının değişkenler arasındaki korelasyonel ilişkiyi ölçeceği varsayılmaktadır.

Sınırlılıklar

Bu çalışma, 18-30 yaş aralığında olan farklı demografik özelliklere sahip, üniversitelerin çeşitli bölümlerinde okuyan 131 öğrencinin katılımıyla oluşturulmuştur.

Tanımlar

Sosyal Kaygı: Bireyin toplumsal birçok alanda başkalarınca olumsuz değerlendirilebileceğine dair belirgin korku ve kaygı duymasıdır. Birey, başkaları tarafından olumsuz olarak görülecek bir şekilde davranmaktan ya da kaygılı olduğuna yönelik belirtileri göstermekten korkar (DSM 5, 2014).

Sosyal Medya: Mekân ve zaman sınırlaması olmadan, tartışma ve paylaşıma dayalı bir iletişim şeklidir (Vural, 2010).

Sosyal platform, kişilerarası iletişimi sağlayan sosyal ağları ve toplu grupları içerir. Bu gruplar ve ağlar aracılığı ile insanlar kurumlarını tanıtırlar, arkadaş ilişkilerini geliştirirler, ürün servis, fikir ve nesne içeriğine bağlılık gösterirler. (Solis, 2010: 6).

Olumsuz Değerlendirilme Korkusu: Kişilerin diğerleri ile ilişkilerinde veya performans gösterdiği durumlarda diğerleri tarafından aşağılanacağı, değersizleştirileceği ve küçük düşürüleceği bir biçimde değerlendirileceklerine dair yaşadıkları kaygı ve korku durumudur (Doğan, 2009).

Sosyal Görünüş Kaygısı: Sosyal alanda fiziksel kaygının bir sonucu niteliğinde oluşan ancak beden ve görünümünün olumsuz değerlendirileceği korkusunun neticesi şeklinde düşünülmektedir (Hart vd., 2008). Doğan'a (2009) göre sosyal görünüş kaygısı, kişinin beden ve görünümünü olumsuz algılamasının bir sonucu olarak değerlendirilmektedir.

Web 2.0 Teknolojisi: İnternetin alt yapısı ile ilgili gelişmelerin üç döneminden ikincisidir. Web 2.0 teknolojisinde kullanıcılar bu ortamı etkin bir şekilde kullanmaktadır.

Kullanıcılar, bu teknolojide internet sitelerine fotoğraf, video ve metin gibi türlü belgeler yükleyebilmektedir. Bu sitelere kullanıcılar, görüşlerini yazabilir ve aynı site aracılığı ile yeni web sayfaları oluşturabilmektedir (Çakmak, 2015: 16).

İletişim: İletişim, kişinin, kendi yaşam durumunu sözlü, sözsüz ve yazılı olacak şekilde diğer kişilere bilgi vermesidir (Çakmak, 2015: 15).

Alanyazın

Sosyal bir varlık olarak insan, süregelen tarih boyunca belli gruplar veya topluluklar içerisinde yaşaması zorunlu hale gelmiştir. Aristoteles, insanı toplumsal bir varlık olarak adlandırarak, ‘’Nikomakhos’ a Etik’’ kitabında, insan, yaşantısını sürdürebilmek adına ve doğası gerektirdiği için belli gruplar içerisinde aidiyet oluşturma isteğini, fiziksel ve psikolojik anlamda birtakım ihtiyaçlarının karşılanmasını kolaylaştırdığını vurgulamaktadır (akt. Babür, 1997). Aynı zamanda bu tutum bireyin, kimliğini oluşturabilmesinde önemli rol oynamaktadır. Tarihsel bağlamda toplumsal hayatın inşa edilmesinde öncü olan insan, zamanla bu akışı etkileyerek, bu süreçten de etkilenmiştir. Bireyler doğdukları an itibari ile biyolojik olarak büyüme ve gelişimini tamamlarken ait olduğu çevre ile uyumlu şekilde toplumsallaşma sürecine dahil olmakta ve kişiliğini bu doğrultuda geliştirmektedir (Arslantürk, 2000).

Bireyler yer aldıkları sosyal gruplar içerisinde kurmakta oldukları etkileşim, duygusal bağlılıklarını sürdürmeye yönelik şekillenmektedir. Ancak bireylerin bulundukları sosyal çevrede hangi rolleri gerçekleştirdiği ve hangi davranışta bulunacağı pek bilinmemektedir. Ait olduğu sosyal yaşantı içerisinde kimliğini oluşturmaya çalışan insan, bulunduğu sosyal grubun diğer üyeleri tarafından beğenilme, sevilme hatta onaylanma ihtiyacı duymaktadır (Karaşar ve Öğülmüş, 2016). Bu ihtiyaç, kimi zaman bireylerin günlük hayatını sekteye uğratacak biçimde kişide çeşitli huzursuzluklara ve kaygı bozukluklarına yol açmaktadır. Sosyal kaygı, bireylerin girmiş veya girecek olduğu ortamda başkaları tarafından olumsuz değerlendirileceğini düşündüğü zaman hissetmiş olduğu kaygı düzeyini anlatmak için kullanılan terimdir (Kulaksızoğlu, 2009).

Gümüş (2006) sosyal kaygısı olan kişilerin, farklı sosyal durum veya sosyal ortamlarda bulunması durumunda, komik veya kötü duruma düşeceğini bu yüzden de diğer kişilerin onları yetersiz ya da beceriksiz olarak değerlendireceği, kötü bir izlenime neden olacağı endişesi duyduklarını belirtmiştir.

Sosyal kaygıyı, Dilbaz (1997), başkaları tarafından olumsuz değerlendirileceği durumlardan sürekli olarak korkma; korkma olarak tanımlanmıştır. Bu korkma durumu, aşağılanma, mahcup olma ya da gülünç bulunacak şekilde davranıp, başkaları tarafından yargılanma ya da rezil olma durumu şeklinde tanımlanmıştır.

Sosyal kaygısı olan bireyler, yaşadıkları kaygı sebebiyle kendine olan güvenini ve inancını yitirerek, kendini değersiz ve yetersiz görme eğilimi içerisine girerler. Bu yüzden olumsuz durumlarla karşılaşma ihtimalinin olması dahi kişinin kaygı düzeyinin daha çok artmasına ve olumsuz değerlendirilme düşüncesinin tetiklenmesine neden olmaktadır.

Sosyal kaygı bozukluğu yaşayan bireylerin en temelde, duydukları kaygının başkaları tarafından fark edileceği endişesi ve korkusu içerisinde oldukları görülmektedir. Bu durumda kişinin hali hazırda yaşamakta olduğu kaygı düzeyinin artmasına, hata yapmasına veya diğerleri tarafından olumsuz değerlendirileceği endişesine kapılmasına yol açmaktadır. Durak ve arkadaşlarının (2015) ‘’Case Formulation in Cognitive Behaviour Therapy’’ adlı kitaptan çevirmiş oldukları ‘’Bilişsel Davranışçı Terapide Vaka Formülasyonu- Zorlayıcı ve Karmaşık Vakaların Tedavisi’’ kitabında sosyal kaygı tanımı, kişinin izlenmeye maruz kaldığı sosyal durumlara ya da performans durumlarına karşı duydukları sürekli korku halidir. Sosyal kaygısı olan kişilerin temel korkusu, utandırıcı ya da aşağılayıcı bir şekilde davranmaktır, bu durum anksiyete veya titreme, kızarma, saçmalama ya da tuhaf görünme gibi anksiyeteyle ilişkili işaretlerini gösterme korkusunu içermektedir (Durak, 2015). Bunun yanı sıra Noyan ve Berk’in 2007’ de yapmış oldukları çalışmaya göre, kişilerin kaygı düzeyinin artmasının temelinde yalnızca olumsuz değerlendirilme korkusunun olmadığını, bazı durumlarda olumlu değerlendirilme düşüncesinin de kişilerde sosyal kaygı düzeyini arttırabileceğini göstermektedir. Bu noktada sosyal kaygısı olan bireyler, başkaları tarafından övüldüğünde veya takdir gördüğünde de fizyolojik reaksiyonlar göstererek, çeşitli korku ve kaygıya kapılabilmektedir.

Günümüzde sosyal kaygı bozukluğu üzerine yapılan araştırmaların çoğalması, bu durumu yaşayan bireylerin günlük hayatta maruz kaldıkları kaygı düzeyinin daha net anlaşılmasını sağlamaktadır (Gültekin ve Dereboy, 2011).

Toplumsal kaygı bozukluğunun diğer adı olan sosyal kaygı DSM- V'te ''kişinin, diğerleri tarafından değerlendirilebileceği bir veya birden fazla toplumsal durumda belirgin şekilde korku ve kaygı duyması'' olarak tanımlanır (DSM- V, 2014). Bu durum ise kişinin toplumsal etkileşimler sırasında gerçekleştirdiği roller sayılmaktadır. Örneğin, karşılıklı konuşma, gözlenme, yemek yerken veyahut başkalarının önünde bir eylemi gerçekleştirirken duymuş olduğu kaygı bozukluğunu anlatmak için kullanılmaktadır (DSM- V, 2014). Ayrıca DSM-V Tanı Ölçütleri (2014) kitabında sosyal kaygı, bireyin olumsuz değerlendirileceği şekilde davranmaktan ya da kaygılı olduğuna ilişkin belirtiler göstermekten korkması biçiminde de tanımlanmıştır. Kişi için korku veya kaygı bozukluğu süreklilik arz eden bir durumdur. Kişide sosyal kaygı tanısının konulabilmesi için kaygı veya kaçınma durumunun 6 ay veya daha uzun süreli gerçekleşmiş olması gerekmektedir (APA, 2016).

1.1 Sosyal Kaygısı Olan Bireylerin Tanı Özellikleri

Sosyal kaygı bozukluğu yaşayan bireylerin tanı özellikleri, DSM-V' te yer alan en güncel haliyle Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1

Sosyal Kaygının DSM-V'e Göre Tanı Ölçütleri

A.Kişinin, başkalarınca değerlendirilebilecek olduğu bir ya da birden çok toplumsal durumda belirgin bir korku ya da kaygı duyması. Örnekleri arasında toplumsal etkileşimler (örn. Karşılıklı konuşma, tanımadık insanlarla karşılaşma), gözlenme (örn. Yemek yerken ya da içerken) ve başkalarının önünde bir eylemi gerçekleştirme (örn. Bir konuşma yapma) vardır.

Not: Çocuklarda kaygı, yaşıtlarının olduğu ortamlarda ortaya çıkmalı ve yalnızca erişkinlerle olan etkileşmeler sırasında ortaya çıkmamalıdır.

B. Kişi, olumsuz olarak değerlendirilecek bir biçimde davranmaktan ya da kaygı duyduğuna ilişkin belirtiler göstermekten korkar (küçük düşeceği ya da utanç duyacağı bir biçimde; başkalarınca dışlanacağı ya da başkalarının kırılmasına yol açacak bir biçimde).

C. Söz konusu toplumsal durumlar, neredeyse her zaman, korku ya da kaygı doğurur.

Not: Çocuklarda, korku ya da kaygı, ağlama, bağırıp çağırarak tepinme, donakalma, sıkıca sarılma, sinme ya da toplumsal durumlarda konuşamama ile kendini gösterebilir.

D. Söz konusu toplumsal durumlardan kaçınılır ya da yoğun bir korku ya da kaygı ile bunlara katlanılır.

E. Duyulan korku ya da kaygı, söz konusu toplumsal ortamda çekinilecek duruma göre ve toplumsal-kültürel bağlamda orantısızdır.

F. Korku, kaygı ya da kaçınma sürekli bir durumdur, altı ay ya da daha uzun sürer.

G. Korku, kaygı ya da kaçınma, klinik açıdan belirgin bir sıkıntıya ya da toplumsal, işle ilgili alanlarda ya da önemli diğer işlevsellik alanlarında işlevsellikte düşmeye neden olur.

H. Korku, kaygı ya da kaçınma, bir maddenin (örn. Kötüye kullanılabilen bir madde, bir ilaç) ya da başka bir sağlık durumunun fizyolojiyle ilgili etkilerine bağlanamaz.

İ. Korku, kaygı ya da kaçınma, panik bozukluğu, beden algısı bozukluğu ya da otizm açılımı kapsamında bozukluk gibi başka bir ruhsal bozuklukla daha iyi açıklanamaz.

J. Sağlığı ilgilendiren başka bir durum varsa (örn. Parkinson hastalığı, şişmanlık, yanık ya da yaralanmadan kaynaklanan biçimsel bozukluk), korku, kaygı ya da kaçınma bu durumla açıkça ilişkisizdir ya da aşırı bir düzeydedir.

Varsa belirtiniz:

Yalnızca bir eylemi gerçekleştirme sırasında: Duyulan korku, toplum önünde konuşma ya da başka bir eylemi gerçekleştirme ile sınırlı ise

Not. (DSM- V, 2014).

1.1.2. Sosyal Kaygısı Olan Bireylerde En Yaygın Görülen Semptomlar

Sosyal kaygı duyan bireylerde yaygın olarak fizyolojik ve psikolojik birtakım sendromlar görülmektedir. Kişinin korku ve kaygı düzeyine göre değişen semptomlar kişinin hangi aşamada olduğuna dair birtakım bilgiler sunmaktadır. Sosyal kaygı ile ilgili ilk çalışmaları ortaya koyan Hartenberg (1901), sosyal kaygı ile ilgi semptomları 4'lü şemada kategorize etmiştir. Bu 4'lü şema şu şekildedir:

• **Fiziksel semptomlar**: Nefes darlığı, boğulma hissi, kalp çarpıntısı veya çarpıntı, sıcak basması veya titreme,

• **Motor semptomlar**: Titreme, kas gerginliği, kas güçsüzlüğü, yetersiz koordinasyon ve konuşma zorluğu, zihinsel karışıklık, ses telleri spazmları,

• **Vasküler, viseral ve sekresyon semptomlar**: Kızarma, solma, bulantı, kusma, inkontinans, ishal, terleme ve ağız kuruluğu,

• **Son olarak, Psikolojik semptomlar**: Duyusal farkındalığın azalması (kötü görme, duyma vb.) dikkat güçlüğü, (dikkat odaklama / konsantre olma), mantıklı düşünememe, yargı / muhakeme sorunları (bozulmuş muhakeme ve muhakeme), harekete geçememe (donuk olma hali, istediğini söyleyememe veya yapamama) ve amnezi (kişinin içsel durumuyla meşgul olma / müdahale eden düşünceleriyle meşgul olma gibi belirtiler görülmektedir (akt. Fairbrother, 2001).

1.1.3. Sosyal Kaygı Epidemiyolojisi

Sosyal kaygının DSM-III' te kaygının yeni bir alt biçimi olarak değerlendirilmiştir. Sosyal kaygı üzerine yapılan çalışmalar, son 20 yılda ciddi bir yükselme yaşadığını göstermiştir. Çalışmalarda gözlenen bu artış, sosyal kaygının anlaşılmasını, tanı ve tedavi yöntemleri hakkında yeni bulgular edinilmesi kolaylaştırmıştır.

Yapılan araştırmalara göre, sosyal kaygı son zamanlarda hızlı bir artış göstererek, insanların hayatlarını olumsuz bir yönde etkilemektedir (Memik, vd., 2011). Araştırmaların sonucuna göre, sosyal kaygı bozukluğu, bireylerin günlük hayatını sekteye

uğratarak, onları iş yaşamında ve sosyal yaşantısında birtakım olumsuz durumlarla karşı karşıya bırakarak etkilemektedir.

Yaşam boyu yaygınlık oranı incelendiğinde, bu oranın birtakım değişkenlere bağlı olarak farklılık gösterdiği bilinmektedir. Sosyal kaygının yaygınlık oranı, demografik ve toplumsal şartlar nedeni ile her coğrafyada ve kültürde değişiklik arz etmektedir. Wittchen ve Fehm (2003), sosyal kaygının epidemiyolojisini tanımlarken kişilerin, birtakım sosyodemografik faktörlerden etkilenebileceğini ifade etmektedir. Bu sosyodemografik faktörler kişinin, sosyoekonomik düzeyinin düşük olmasını, işsiz olmasını, iyi bir eğitim almamış olmasını ve evlenmemiş olmasını içermektedir. Ayrıca kişinin bu süreçte erken tedavi görmemesi ve genetik yatkınlık gibi durumların olması risk grubunda olmasına neden olur (akt. Uzun, 2016).

Toplumsal normların bireylerin davranışını şekillendirmesine bağlı olarak, sosyal kaygı bozukluğu kültürlerarası çeşitlilik göstermektedir. Batı toplumları bireysel odaklı bir yaklaşım sergilerken, Doğu toplumları, cemaat ilişkilerini sürdürerek biz odaklı anlayış benimsemektedir. Bu da bireylerin bağımsızlık duygusunu kazanmasını engelleyerek daha pasif, utangaç ve çekingen yapıda kişilik oluşturmalarına neden olmaktadır. Doğu toplumlarında sosyal kaygının görülme yaygınlığının daha çok olmakla birlikte, bu bozukluk bireyde kişilik özelliği olarak görülüp, tedavi edilmesinin önüne geçilmesine sebep olmaktadır. Örneğin Japonya'da utangaç yapıya sahip insanlara olumlu imajlar yüklenmektedir (Uzun, 2016). Oysa bu durum bireyleri, daha edilgen ve pasif bir konuma iterek sosyal kaygılı olmasını tetiklemektedir.

Dünyada bu problemle ilgili epidemiyolojisine yönelik çalışmalara bakıldığında; ABD toplam nüfusunun %13'ünün bu problemle uğraştığı görülmektedir. Bununla birlikte, majör depresif bozukluk ve alkol bağımlılığından sonra en sık görülen psikiyatrik bozukluğun sosyal kaygı bozukluğu olduğuna dikkat çekilmektedir (Last vd., 1992; Kessler vd., 1994,). Aynı zamanda sosyal kaygı yaşam boyu yaygınlık oranını kıtalar arası görülme oranının, Uzun (2016), Avrupa'da %1,6 ile %17; ABD'de %5 ile %12,1; Asya'da %0,4 ile %0,82; Güney Amerika'da %10,2 ile %11,7 arasında olduğu, Avustralya'da ise bir yıllık yaygınlığın %1,3 ile %2,7 arasında olduğunu belirtmektedir.

Memik ve arkadaşlarının 2011' de sosyal kaygı ile ilgili, 22 araştırma yazısını inceledikleri çalışmada, ülkeler arasında ciddi farkların olmasının yanı sıra "yaşam boyu yaygınlık oranının" %0,4 ile %13,7 arasında, on iki aylık bir zaman diliminde %1,3 ile %7,9 arasında değiştiğini" belirtmektedir. Ayrıca sosyal kaygı yaygınlık oranının çok fazla, hastalığın tedavi edilme sürecinin ise düşük çıkmasının sebebini, sosyal kaygısı olan bireylerin bu durumun tedavi edilmesi konusunda çok az yardım talebinde bulunduğunu ve pratikte sosyal kaygı tanısının yetersiz düzeyde konulmuş olabileceği vurgusu yapmışlardır (Basco, Bostic, Davies, 2000, Zimmerman, Mattia, 1999, akt. Memik vd, 2011). Ek olarak, sosyal kaygısı olan bireylerin, tedavi sürecine geç başlamalarının sebepleri arasında sosyal kaygı bozukluğu hakkında bilgi sahibi olmamalarıyla birlikte, bunu sorun olarak algılamamaları ve kişilik özelliklerinden biri olarak görmeleri gösterilebilir (Schneier ve ark. 1992, Davidson vd., 1993, akt. Dilbaz, 2000).

Epidemiyolojik çalışmalar incelendiğinde, sosyal kaygı vakaları genellikle, 25 yaş altı gençlerde ve neredeyse buluğ çağındaki gençlerin %50-80' inde görülmektedir. Bununla birlikte sosyal kaygının başladığı ortalama yaş 13 ile 18 arasında değişirken ve 25 yaşından sonra görülüş oranının daha düşük olduğu belirtilmektedir (Liebowitz, 1985; Judd, 1994). Günümüzde yapılan çalışmalar, yeni sosyal durumlar ya da mesleki ihtiyaçlar söz konusu olmadıkça örneğin, yeni insanlarla tanışma veya toplum önünde konuşma gibi durumlar yaşanmadıkça bu bozukluğun 25 yaşından sonra başlama oranın düşük olduğunu göstermektedir (Topçu, 2004). Türkiye Psikiyatri Derneğine göre, sosyal kaygı alt gruplarına bağlı olarak bozukluğun görülmeye başladığı dönemler değişmektedir. Aynı zamanda bu bozukluğun 10-17 yaş aralığında başladığı ve kişinin erken veya geç dönem ergenlik çağı yıllarında rastlandığı belirtilmiştir (TPD, https://www.psikiyatri.org.tr/halka-yonelik/26/sosyal-fobi adresinden erişildi).

Köknel (1999) yapmış olduğu çalışmada, sosyal kaygının başlangıç yaşının genellikle gençlik çağına denk geldiğini belirtmekte ve gençlerin sosyal kaygıyı mantıksız ve gerçekçi kaygı ve korku hali şeklinde gördüklerini dile getirmektedir. Kişilerin benlik saygısını yitirecekleri düşüncesi, kendilerini daha değersiz görmelerine sebep olmaktadır. Bu yüzden sosyal kaygı tanısı almış olan bireyler, eleştirileceklerini düşündükleri sosyal ortamlardan kaçınma davranışı sergilemektedirler.

Epidemiyolojik çalışmalar incelendiğinde, birçok araştırmacı, cinsiyet dağılımına göre kadınlarda sosyal kaygı bozukluğu oranının erkeklere göre daha yüksek olduğunu belirtmiştir. İzgiç ve arkadaşlarının (2000), üniversite öğrencilerinde sosyal kaygının görülme yaygınlığını inceledikleri çalışmada, sosyal kaygının kadınlarda daha çok görüldüğünü ortaya koymaktadır. Yaşam boyu yaygınlık kadınlarda %9,8, erkeklerde %9,4'tür (İzgiç vd., 2000). Cinsiyet dağılımı içerisindeki oranı incelendiğinde sosyal kaygı bozukluğunun kadınlarda görülme oranı oldukça yüksek çıkmaktadır. Sosyal kaygı vakalarının %60'ının kadın olduğu bilinmektedir (Şahin, 2019; Memik vd., 2011; İzgiç, 2000). Bu psikolojik bozukluk kadınlarda erkekle göre daha fazla görülmesine rağmen, tedaviye başvuranların ise kadınlardan çok erkekler olduğu belirlenmiştir. Buna sebep kadın ve erkeklerin belli durumlara göstermiş olduğu davranış ve strateji eğiliminin birbirinden farklı olması gösterilmektedir (İzgiç, 2000). Aynı zamanda kadınlarda sosyal kaygı oranının erkeklere göre daha yüksek olmasının nedeninin, kadınların toplumsal cinsiyet rolleri içerisindeki beklenen davranışlarına daha uygun olduğu düşünülmektedir.

Sosyal kaygı bozukluğunun sosyoekonomik düzeye göre farklılaştığını açığa çıkaran birçok çalışma yapılmıştır. Aimes ve arkadaşları, (1993); Heimberg ve arkadaşları, (1993) yapmış oldukları çalışmalarda sosyoekonomik düzey arttıkça, sosyal kaygının görülme sıklığı da arttığını ortaya koymuşlardır. Schneier ve ark, (1992), Lepine, (1993), Wittchen ve Fehm, (2001), Gültekin ve Dereboy, (2011) ise yapmış oldukları çalışmalarda bunun tam tersini ortaya koymuşlardır. Buna göre, sosyal kaygı bozukluğunun düşük sosyoekonomik gelire sahip, toplumun alt kesimindeki bireylerde daha sık görüldüğü vurgulanmaktadır. İzgiç ve arkadaşları (2000) ise, sosyal kaygının epidemiyolojisine dair, ekonomik düzeyi düşük olan kişilerde, köyde doğan ve son 15 yılını köyde yaşayarak geçirmiş kişilerde daha sık görülür. Ayrıca, aile bireylerinde psikiyatrik bozukluk geçmişi olan grupta sosyal kaygı görülme yaygınlığı daha sıktır.

Sosyal kaygıya eşlik eden bozukluklara bakıldığında ikincil tanı özellikleri arasında yaygın olarak majör depresyon, bağımlılık veya madde kullanımı görülmektedir (Noyan ve Berk, 2007). Klinik araştırmalar, komorbid tanılar arasında başta majör depresyon olduğunu ve sosyal kaygının depresyonla birlikte yaşam boyu görülme oranının %17 ile %80 arasında değişiklik gösterdiğini ortaya koymaktadır. Diğer komorbid tanılar arasında obsesif-kompulsif bozukluk, panik bozukluk, distimik

bozukluk, çekingen kişilik bozukluğu ve alkol bağımlılığı yer almaktadır (Alicia vd., 1998; akt. Uzun 2016; Akdemir ve Cinemre 1996; Liebowitz 1994; Barlow 1994).

Yapılan araştırmalar ışığında sosyal kaygı ile ilgili diğer bulgular arasında siyahların, boşanmış veya dul kadınların, işsiz olanların, sosyal kaygı risk grubunda olduğu gözlenmiştir (Schneier ve ark., 1992; Davidson vd., 1993; Wittchen ve Fehm, 2001).

Klinik ve epidemiyolojik çalışmalarda bir diğer yaygın bulgu ise, sosyal kaygının en sık üniversite öğrencilerinde görülmesidir. Hudson ve Rapee (2000), bu bozukluğun temelinde 4 sebebin olabileceğini öne sürmektedir. Bu sebeplerin başında, kalıtımsal faktörler yer almakta diğer etkilerin ise, kişinin aile ve gelişim faktörüyle birlikte çevre faktöründen etkilenebileceğini ortaya koymaktadır. Bu sebepler göz önünde bulundurulduğunda, kişinin konfor alanından çıkarak akademik alanda gelişim gösterdiği üniversite yıllarında sosyal kaygının daha yaygın olarak görülmesi kaçınılmaz olmakla birlikte bu oran %9,8 ile %22 arasındadır (Gültekin ve Dereboy, 2011).

Üniversite döneminde birey, kendini bağımsız olarak addederek, kendisine ve çevresine bunu kanıtlamaya çalışmaktadır. Akademik alanda da hayata hazırlanan ve geleceğini bu dönemde şekillendiren bireyin, yeni bir sosyal çevreye girerek kendi kimliğini bu doğrultuda oluşturma gayreti, sosyal kaygının bu dönemde daha fazla görülmesine sebep olan başlıca etmendir. Yeni ilişkiler geliştirerek daha geniş bir sosyal çevre edinme potansiyelinin yüksek olduğu bu dönem, bireyin sosyal ortamda iyi bir izlenim uyandırma ve çevresi tarafından beğenilme arzusu oluşturarak kişiyi beklentiye sokmaktadır. Oluşan bu beklentiler sonucunda aradığını bulamayan bireyde özgüven sarsılmakta ve sosyal kaygı düzeyi artmaktadır. Bunun sonucunda sosyal kaygı bozukluğunun tetiklenmesi kişide anksiyete bozukluğuna sebep olmaktadır (Dereboy, 1993).

Gültekin ve Dereboy'un (2011) yalnızca üniversite öğrencilerinin sosyal kaygı düzeyini belirleyebilmek adına yaptıkları çalışmada, sosyal kaygının bir yıl içerisinde görülme yaygınlığı %20,9, yaşam boyu yaygınlık düzeyinin ise %21,7 olduğunu tespit etmişlerdir. Sosyal kaygı bozukluğu kişinin akademik başarısını düşürerek yaşam kalitesini de oldukça etkilemektedir (Gültekin ve Dereboy, 2011).

1.1.4. Sosyal Kaygı ile İlgili Literatür

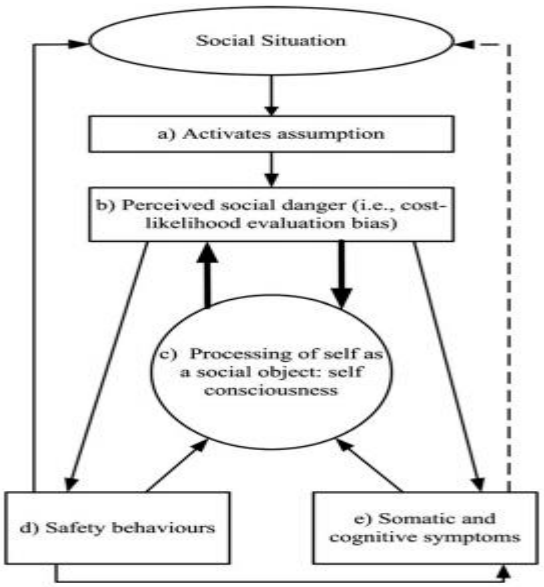
Özgüven ve Sungur (1998)'un sosyal kaygı tanımına göre, sosyal kaygı teşhisi almış kişiler başka kişilerce olumsuz değerlendirilebileceği biçiminde bir tehlike algıladığı zaman kendini gözlemlemeye başlamaktadır. Bu durum kişinin kendi düşüncelerine odaklanarak, bu düşünceler üzerinde bir kontrolün olmayışına ve bu düşüncelere takılı kalmasına yol açmaktadır (Özgüven ve Sungur, 1998). Bilişsel davranışçı yaklaşım açısından sosyal kaygı incelendiğinde, olumsuz değerlendirilme korkusu sosyal kaygının ana belirtisi olarak ortaya konmaktadır (Weeks vd, 2008).

1.1.4.1. Bilişsel Davranışçı Yaklaşım

Bilişsel davranışçı ekole göre değerlendirildiğinde, sosyal kaygının temelinde yatan sebeplerin başkaları tarafından yetersiz ve değersiz görülme, belirlemiş olduğu yüksek standartlara ulaşamama ve diğerleri tarafından bu düşüncelerin doğru kabul edildiği inancı olduğu düşünülmektedir. Bilişsel yaklaşımda bu bozukluğa sahip bireylerin, sosyal çevresindeki bireylerde olumlu bir izlenim uyandırmak istediği ancak bireyin kendi tutumunu olumsuz bir şekilde çarpıttığı görülmektedir (Karahan ve Sardoğan, 2004). Bu sebeple kişinin kendisinin sergilediğini düşündüğü olumsuz tutum ve davranışlarına karşı seçici yaklaşım sergilemekte ve yer aldığı ortamda davranış ve tepkilerini kısıtlama gayretine girmektedir. Kişi, başarılarından veya olumlu durumlardan ziyade başkalarının kendiyle ilgili ne düşündüğüne kafa yorarak olumsuz koşullara odaklanmaktadır. Clark ve Wells (1995), bilişsel açıdan değerlendirdikleri sosyal kaygıyı, bunun altında yatan en temel korkuyu ‘’dikkat odağında olmak’’ olarak tanımlamışlardır. Sosyal kaygısı olan bireylerin başka kişilerce olumsuz değerlendirileceklerini düşünmeleri sonucunda dikkatlerini kendilerine yöneltmeleri, korkulan kaygının yanıtlarına dair bir farkındalık yaratmakta ve diğer insanların davranışlarını işlemeye neden olur (Clark ve Wells, 1995).

Şekil 1

Clark ve Wells (1995) Bilişsel Davranışçı Yaklaşım Modellemesi



Kaynak: Clark ve Wells (1995) Sosyal Anksiyetenin Bilişsel Modeli

Sosyal kaygısı olan kişilerin dikkatlerinin kendileri üzerinde olması ve bu gözleme sürekli olarak çaba sarf etmelerinin temelinde başkaları tarafından olumsuz değerlendirilme ihtimali ve başkalarının onun hakkındaki düşüncelerini öğrenme amacı yatmaktadır. Ancak kendilerine yönelttikleri bu yoğun dikkat, daha taraflı veriler toplamalarına neden olmaktadır. Öz değerini kaybetme düşüncesi olduğu için sosyal ortamlarda yanlış veya yetersiz bir davranış sergileyeceğini düşünür (Clark ve Wells, 1995). Sürekli olarak içinde bulundukları bu kaygılı durum, etraflarında gerçekleşen olayları olduğundan farklı algılamalarına neden olur. Aynı zamanda kendilerine yönelik olan tutumlarının başkaları tarafından da olumsuz algılandığı düşüncesine varmaktadırlar. Özetle bireyin kaygıyı yaşadığı durumlarda bilişsel bir çarpıtma sürecine girmesi kaçınılmazdır. Bu sebeple sosyal kaygı tanısı almış olan kişiler, kaygılı olma ve kaygılı hissetme hali arasındaki farkı ayırt etmekte zorlanırlar (Türkçapar, 1999).

Davranışçı ekolde, sosyal kaygı bozukluğu üç şekilde ortaya çıkabilmektedir; doğrudan koşullanma, bilgi aktarımı ve gözlemsel öğrenmedir.

Doğrudan koşullanma, sosyal kaygı tanısı almış bireyler bulunmuş olduğu sosyal ortamda olumsuz veya travmatik bir olayı deneyimlemesiyle ortaya çıkmaktadır. Yapılan birçok çalışma bize göstermektedir ki, sosyal kaygı olan hastaların çoğunun geçmişinde

yaşamış oldukları travmatik bir olay vardır. Sosyal kaygının bilgi aktarımıyla oluşumunda kişinin sosyal ortamı ya da çevreyi tehlikeli olarak algılaması etkili olmaktadır. Kişide var olan kaygılar bu bilgiyle tetiklenmektedir. Gözlemsel öğrenmede ise, birey sosyal çevresinde veya sosyal ortamında herhangi bir travmatik veya olumsuz bir tecrübe yaşamamış olmasına rağmen, çevresinden birinin yaşamış olduğu olumsuz bir ana veya tecrübeye tanıklık etmesiyle birlikte kişide kaygı gelişmeye başlamaktadır (Beidel, 1998).

İnsanların önünde nasıl davranacağını bilmediğini düşünen sosyal kaygısı olan kişi, bu düşünce sebebiyle kendine olan güvenini kaybetmektedir. Bu davranışlarının diğerleri tarafından da fark edileceğini düşünerek, onlar tarafından dışlanacağı, reddedileceği veya başarısızlığa uğrayacağı inancına neden olmaktadır (Clark, 1999).

İnsanın bilişsel yapılanması ana ve ara inançlardan beslenen çeşitli düşünce ve şemalar ile oluşur. Böylece bilişsel davranışçı yapılanmaya göre sosyal kaygısı olan bireyler, sahip olduğu önyargılarla bilgiyi çarpıtmaktadır.

Sosyal performans sergilerken yüksek standartlara sahip olmak isteği bu bozukluğa sahip bireylerde sık görülmektedir. Bu istekle birlikte herkes tarafından "beğenilmek", "kusursuz olarak görülmek", "çok iyi bir retoriğe sahip olmak" veya "zeki görünmek" gibi talepler beraberinde gelmektedir. Ancak bireyin yüksek standartlara sahip olma isteği sosyal çevreye dahil olduğunda önyargıların devreye girmesiyle "benden sıkıldılar", "beni beğenmediler", "söylediklerimi aptalca buldular" gibi inançların ortaya çıkmasına sebep olur.

Diğerleri üzerinde olumlu bir intiba bırakmak isteyen kişinin önceden deneyimlemiş olduğu olumsuz deneyimler ve kendine yönelik özgüvensiz tutumu, kişinin algılayış biçimini etkilemektedir. Bu yüzden sürekli olarak negatif değerlendirileceğini düşünen kişi kendine yönelik olumsuz durumlara odaklanmaktadır. Bu durum kişide yaygın olarak;

• Kendi hakkında yanlış veya olumsuz inanç geliştirme,

• Sosyal ilişkilerde olumsuz yönlerine odaklanılması,

• Sosyal performans açısından yetersiz hissetme,

• Devamlı başkalarının kendiyle ilgili ne düşüneceğini anlamaya veya odaklanmaya çalışma,

• Sürekli çevresindekiler tarafından izlendiğini düşünerek davranışlarını kontrol altında tutma isteği görülmektedir (Rapee ve Heimberg, 1997).

Günümüzde sosyal kaygı bozukluğunun tedavisinde yaygın olarak bilişsel davranışsal yönteme başvurulur (Türkçapar, 2012). Bilişsel ve davranışsal modellemede kullanılan alıştırma metodu ile kişinin bilişsel ve davranış düzeyini etkileyen, olumsuz ve yanlış inanışların giderilerek, gerçekçi bir bakış açısıyla önceki kabullerin değişebileceğini göstermek amaçlanmaktadır. Örneğin birey, girdiği sosyal ortamda hiç kimsenin kendisi ile iletişim kurmak istemeyeceğini düşünmesine rağmen, bu ortamda çevresine selam verip onlardan karşılık bulduğunu görmesi ve sohbetlerine katılması ile zamanla olumsuz inanışlarını kıracaktır (Sungur ve Dilsiz, 1995). Bu sayede kişi kendisi hakkındaki olumsuz inanışları değiştirerek yerini yeni olumlu düşüncelerle yapılandırmaktadır. Davranış ve bilişsel yöntemler bir araya getirilerek bireyin çarpıtmış olduğu düşüncelerle yüzleşmesi sağlanır ve böylece kişinin davranış ve düşünce yapısı yeniden şekillendirilir (Dağaşan, 2017).

1.2. Olumsuz Değerlendirilme Korkusu

Literatürdeki araştırmalar, bireyde görülen sosyal kaygının temelinde, kişinin çevresi tarafından olumsuz değerlendirileceği korkusunun yer aldığını belirtmiştir.

Sosyal kaygıya kaynaklık eden en temel kaygı bozukluğu olarak olumsuz değerlendirilme korkusu, kişilerin diğerleri tarafından olumsuz değerlendirileceği kaygısı duymasıyla sosyal ortamlardan kaçınma davranışı sergilemesi şeklinde açıklanmaktadır (Weeks, vd., 2008). Carleton ve arkadaşları (2006), olumsuz değerlendirilme korkusunu, ‘’kişinin diğerleri tarafından düşmanca ve kötü bir şekilde eleştirileceğine dair aşırı ve sürekli endişe duyma durumu’’olarak açıklanmıştır (Alkan ve Bökeoğlu, 2020).

Olumsuz değerlendirilme korkusu literatüre ilk kez Watsons ve Friend tarafından 1969’da dahil edilmiştir. Watsons ve Friend’e göre (1969) olumsuz değerlendirilme

korkusu, bireylerin başkalarının düşüncelerine fazlaca önem vermesiyle onlar tarafından olumsuz değerlendirileceğine dair endişe taşıması ve eleştirilmekten korkması şeklinde tanımlanmıştır. Ayrıca olumsuz değerlendirilmekten korkan bireylerin, çevrelerindeki kişiler tarafından devamlı onaylanma ihtiyacı duyduğunu belirtmişlerdir (Watsons ve Friend, 1969).

Kişiler, çevresindeki insanlarla iletişim kurmaya başladığı esnada onlar hakkında bilgi edinmeye başlar ve edindiği bilgileri uzun süre belleklerinde saklarlar. Bu bilgiler kişiyi, etkileşimde olduğu insanlara karşı nasıl bir performansta bulunması gerektiği ve onlar üzerinde nasıl bir izlenim bırakması gerektiğine dair şekillendirmektedir (Rapee ve Heimberg, 1997). Çevresi tarafından dışlanacağı, beğenilmeyeceği veyahut reddedileceği korkusu duyan birey, diğerleri tarafından olumsuz değerlendirileceği kaygısı taşımaktadır. Bununla birlikte olumsuz değerlendirme korkusu yaşayan bireylerin diğerleriyle doğrudan bir iletişim halinde bulunmasına gerek yoktur. Kalabalık ortamlardan kaçınma veya sosyal ortamlarda kişiliğini gizleme ve bu ortamlardan uzak durma gibi davranışlar, bireylerin olumsuz değerlendirme korkusuna işaret etmektedir (Rapee ve Heimberg, 1997). Sosyal performans sergilemesi gerektiğini düşündüğü ortamlara girince birey, güvenli alan arayışına girerek bu ortamlarda kendi davranışlarına odaklanmaya başlamaktadır (Rapee ve Heimberg, 1997). Öz odaklı dikkat geliştiren birey, olumsuz değerlendirileceğine dair korkuya kapıldığı esnada, çevresinde bu inancı pekiştirecek bilgi arayışına girmektedir. Bu da kişinin korku ve kaygı düzeyini oldukça arttırmaktadır (Dilbaz, 1997).

Olumsuz değerlendirilme korkusunu Clark ve McManus (2002), kişinin bilgi işleme süresindeki peşin hükümlü olma durumundan kaynaklandığı şeklinde açıklamışlardır (Alkan ve Bökeoğlu, 2020). Buna göre ön yargılar kişinin bilişsel aktivitesini olumsuz etkiler ve kişinin olumsuz değerlendirilmekten korkma davranışının artmasına sebep olur.

Olumsuz değerlendirilme korkusu öğrenciler üzerinde başarısızlık korkusu yaratarak, performanstan kaçınma eğiliminin artması sebebiyle sınıf içi tartışmalara katılmakta gönülsüz, yanlış bir şey söyleme korkusuyla fikirlerini belirtmekten kaçınma ve sınıf arkadaşlarının gözünde küçük düşme korkusu yaşamaktadırlar (McKinney, 2003; akt. Alkan ve Bökeoğlu, 2020).

Üniversite öğrencileri ile yapılan çalışmada olumsuz değerlendirilme korkusu ile benlik saygısı düzeyi arasında istatistiksel yönden negatif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Çelik ve Atilla (2019), yaptıkları çalışmada benlik saygısı düşük kişilerin, olumsuz değerlendirilmekten korktuklarını, kendilerine güvenmeyen ve başarısız olma eğiliminde olduklarını gözlemlemişlerdir. Bu çalışmaya göre olumsuz değerlendirilme korkusu yükseldikçe benlik saygısı düşmektedir.

Ayan ve Ünsar (2015), 315 üniversite öğrencisinin olumsuz değerlendirilmekten korkma düzeylerini demografik özelliklerine göre inceledikleri çalışmaya göre erkekler kız öğrencilere nazaran daha az sosyal kaygı eğilimi olduğunu ve olumsuz değerlendirilme korkusu yaşadıklarını bulmuştur. Kız öğrencilerin daha çok başkaları tarafından incelenme korkusu taşıdıklarını ve daha fazla hata yapma korkusu düzeyleri ile diğer kişilerin etkisi altında kalma durumlarının olduğunu belirtmişlerdir.

Sosyal kaygı üzerine yapılan birçok araştırma, sosyal performans sergileyeceği ortamda sosyal kaygılı bireyin kişiler arası etkileşim sergileyeceği durumlarda, kendi ile ilgili kuşkuya düşmesi ve sosyal onay alma ihtiyacı içerisinde olduğunu ortaya koymaktadır. Bundan hareketle sosyal kaygılı birey kaygı düzeyinin artacağı ortamlardan devamlı kaçınma eğiliminde olarak kendini bu kısır döngüye hapsetmektedir (Bögels, vd., 1996; Mulkens, vd., (1999).

1.3. Sosyal Kaygı ve Sosyal Görünüş Kaygısı

Toplumda kişilerarası ilişkileri ile var olan insan, bu ilişkiler vasıtası ile yaşamını devam ettirebilmekte ve ihtiyaçlarını karşılayabilmektedir. Kişilerin çevresindekilerle sağlam bir iletişim ve etkileşimde bulunması, kendi benliğini etkili bir şekilde ortaya koyması ve karşıdakinin benliğini de doğru bir biçimde algılamasıyla gerçekleşmektedir.

Bireyin kendi davranışlarını, tutumlarını, bedenine ve kendine göstermiş olduğu bütün değerlerin toplamı benlik olarak adlandırılmaktadır. Bireylerin doğdukları andan itibaren sahip olduğu benlik bilinci özellikle bulunduğu sosyal ortamla birlikte şekillenmeye başlamaktadır. Bilişsel ve duygusal açıdan yaşam boyu gelişim gösteren benlik, bireyin çevresindekilerle etkileşime girmesiyle devamlı ilerleme kaydetmektedir (Taşgit, 2012).

Bireylerin kendini algılayış biçimi kendini keşfetmesiyle başlar. Kendi hakkında bilişsel yeteneklerini ve özelliklerini sorgulayan birey, zamanla kendi hakkında bilgi edinip kendini değerlendirmeye koyulur. Bununla birlikte kendine dair görüler geliştiren birey, nelere sahip olduğu hakkında fikirler elde ederken ne olmak istediğini de sorgulamaya başlar. Bu noktada kişinin ulaşmak istediği benlik arzusu ideal benlik kavramına karşılık gelmektedir (Yiğiter, 2012).

Bununla birlikte kişiler, kendilik algılamasının yanı sıra, başkalarının kendi hakkında ne düşündüğü ve diğerleri tarafından nasıl algılandığı üzerine sıklıkla kafa yormaktadır. İnsanlar çevresiyle iletişim halindeyken onlar üzerinde olumlu bir izlenim yaratmak istemektedir. Bu istek kişilerde diğerleri tarafından beğenilen, hoş, çekici ve etkili biri gibi görünme arzusu doğurmaktadır. Bu yüzden bireyin benliğini sunmasına olanak tanıyan ilk nokta benliğidir. William James'e göre (1950), bireyin diğerleri tarafından nasıl algılandığı bireyler için önemlidir. Bu sebeple, birey sosyal ortamlarda bulunduğu esnada çevresi tarafından davranışlarının nasıl algılandığını sosyal benlik kavramı ile açıklamıştır (James, 1950).

Kişilerin benliklerinin algılanmasında ve görsel algının şekillenmesini sağlayan en belli başlı öge kişinin kendi bedenidir. Kişinin benlik algılayışında olumlu ya da olumsuz birtakım izlenimlerin ve tutumların geliştirilmesi kişilerin benlik saygısını etkilemektedir. Kendi beden algısını olumlayan bir bireyin kendine olan tutumu ve kendilik algısı da yüksek olacaktır. Ancak aksine kendi bedeninden ve görümünden hoşnut olmayan bir bireyin benlik saygısı ve sosyal gelişimi de o kadar zayıf olacaktır (Cevher, 2007). Bu noktada bireyin sosyal görünüşünden dolayı duymuş olduğu kaygı, sosyal görünüm kaygısı olarak adlandırılmaktadır.

Sosyal görünüm kaygısı, sosyal ortamda fiziksel görünümü ile ilgili kaygı sonucunda ortaya çıkan ve bireyin bedeninin olumsuz göründüğünü düşünmesi sonucu olarak ifade edilen bir durumdur (Hart vd., 2008). Doğan'a (2009) göre sosyal görünüş kaygısı, bireyin beden ve görünüşü ile alakalı olumsuz beden algısının neticesi şeklinde değerlendirilmektedir. Sosyal görünüş kaygısı, bireyin benlik saygısını ve içsel tutumlarını etkilediği için sosyal görünüşünden kaygı duyan bir birey, sosyal ortamlardan kaçınma ve kendini bu ortamlardan izole etme eğiliminde olmaktadır. Kişinin sosyal çevresinden destekleyici bir tutum görerek sosyal görünüş kaygısı duymadan kurmuş

olduğu iletişim, kişinin benlik saygısının yüksek olacağına işaret etmektedir (Gümüş, 2010). Aksine sosyal görünüş kaygısı duyan bireylerin ise, bu durum kendilerini daha değersiz görmesine ve kendi hakkında olumsuz inançlar geliştirmesine neden olmaktadır. Bu olumsuz inançlar, kişinin sosyal hayatını etkileyerek bireyde kaygı düzeyinin artmasına ve sosyal kaygı bozukluğuna yol açmaktadır (Leary vd.,1988; Cevher ve Buluş, 2007; Güloğlu ve Karaırmak, 2010; Taşgit, 2012).

Sosyal görünüş kaygısı, kişinin beden imajı ile doğrudan ilişkili olduğu için, bireyin benlik saygısı, sosyal kaygı düzeyi, sosyal ilişkileri ve psikolojik durumunu etkilemektedir. Bundan dolayı kişinin beden algısı, bireyin negatif ya da pozitif tutum geliştirmesini etkileyen en önemli içsel değerlendirme sürecini tetiklemektedir.

1.4. Sosyal Medya

Teknolojinin hızlı gelişimine bağlı olarak iletişimde gerçekleşecek olan reformlar da kaçınılmaz olmuştur. Geleneksel iletişim yöntemleri yerini yeni ve daha interaktif bir yapıya bırakmıştır. Bu yapı insanlara duygu ve düşüncelerini çeşitli medya araçları ile paylaşma imkânı sağlamaktadır. Farklı platformlar ile bireyin kendisini gösterme fırsatı bulduğu bu yeni olgu sosyal medya olarak nitelendirilmektedir ve bireyin kullanıcı tabanlı içerik üretmesini sağlayarak, iletişim sürecini daha etkili ve eş zamanlı bir forma dönüştürmüştür. Sosyal medya uygulamalarının son yıllarda hızlı bir şekilde popülerleşmesinde etkili olan sebepler internet teknolojilerinin yaygınlaşması, mobil cihazların sosyal medya aplikasyonlarıyla uyumlu çalışması ve bu uygulamaların her an her yerden ücretsiz şekilde kullanılabiliyor olmasıdır.

İçinde bulunduğumuz çağda teknoloji dijital olarak gelişim göstermektedir. Cep telefonlarının ayrılmaz bir parçamız olduğu gerçeği, ‘’We Are Social’’ adlı şirketin ülkemizdeki internet ve sosyal medya kullanımı istatistikleri ile doğrulanmaktadır. Bu şirketin 2020 internet ve sosyal medya kullanım istatistiği, Türkiye nüfusunun %74’ünün internet kullanıcısı, %64’ünün sosyal medyada aktif olarak kullanıcı olduğunu göstermektedir (We Are Social Şirketinin Yayınlamış Olduğu E- Ticaret İstatistiklerinden, https://dijilopedi.com/2020-turkiye-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/ adresinden edinilmiştir).

Ülkemizde nüfusun yarısından çoğu sosyal medya kullanıcısıdır. Bu sebeple sosyal medya konusunun araştırılması ve üzerinde durulması gereken önemli bir durum olmaktadır. Literatürde sosyal medya olgusu üzerine araştırmacıların sosyal medya kavramı üzerine yaptıkları bazı tanımlamalara göre;

İnsanların öykülerini ve tecrübelerini çeşitli görsel, video, metin veya diğer teknolojik unsurlar aracılığıyla paylaşmasını sağlayan sosyal medya, sosyalleşmeden fazlası olarak sanal paylaşım ve tartışmaya olanak sağlayan bir ortamdır (Karadoğan ve Akbıçak, 2017). Sosyal medya, sanal ağlar aracılığıyla kişilerin bilgi, fikir ve diğer beğeni düzeylerine göre içerik ve ifadelerin oluşturulmasını ve paylaşılmasının kolaylaştırılmasın sağlayan teknolojilerdir (Kietzmann vd., 2011).

Toprak ve arkadaşlarına (2009) göre, sosyal paylaşım ağları, kişilerin kendilerine oluşturmuş oldukları profil aracılığıyla statü ve ününü arttırmaya yarayan aynı zamanda diğer kullanıcıların içeriklerini ve bağlantılarını gözlemleyebildikleri, kişiler arası ileti gönderimi özelliği bulunan bir araçtır. Weinberg (2009) ise sosyal medyayı, ‘’farklı olarak tanımlanabilecek fikirlerin ve yaşanmış olayların kamu tabanlı web hizmetleri tarafında paylaşmaya olanak tanıyan ve internetin hayatımıza hızlı bir şekilde giriş yapmasını sağlayan bir uygulama’’ olarak tanımlamaktadır (akt. Yeğen, 2013).

Sosyal medya kavramı, yeni medyanın katmanlarını oluşturan medya uygulamalarından biridir. İlk ortaya çıkışı 1980’lere uzanmaktadır. Jim Ellis ve Tom Truscott’ un “Usenet’i oluşturmaları sosyal medyanın tohumlarını atmıştır. Bu site, dünya üzerindeki internet kullanıcılarının sosyal mesaj verme olanağı tanıması ile başlatılmıştır. Sosyal medyanın şu anki halini alması ise, Usenet’in kuruluşundan yaklaşık on yıl sonrasına dayanmaktadır. Bugünkü sosyal ağların temelini oluşturan ‘’Open Diary’’ adlı site,1989 yılında Bruce ve Susan Abelson tarafından oluşturmuştur (Kaplan ve Haenlein, 2010).

Web 2.0’la birlikte tek yönlü iletişim olmaktan çıkan sosyal medya, iki yönlü bir sürece evrilmesini sağlayan, zamandan ve mekândan bağımsız olarak kullanılan yeni medya halidir. İnsanlar sosyal platformlar üzerinden iletişim kurarak, kendi duygu ve düşüncelerini paylaşabilmenin yanı sıra diğer kullanıcıların sunmuş oldukları içeriklere

ortak olabilme imkânı bulmaktadırlar. Yeni medya uygulamalarından biri olan sosyal medyanın sahip olduğu özellikler üzerinde Vural ve Bat (2010) şöyle durmaktadır:

1. **Katılımcılar:** Sosyal medya platformları herkesin kolay bir şekilde katılım sağlayabilmesi için bütüncül bir uygulama sunar. Ayrıca, bu uygulamalar tüm katılımcılardan geri bildirim almaya çalışarak, katılımcıları uygulamada aktif olarak yer almaları için cesaretlendirir.

2. **Açıklık:** Herkesin katılım gösterebileceği ve katılım koşullarının en açık ve kolay olduğu uygulamalardan olması açıklık özelliğinden kaynaklanmaktadır.

3. **Konuşma:** Geleneksel medya uygulamalarının aksine sosyal medya uygulamalarının çift yönlü işlevi, katılımlı ve etkileşimli bir alan sunmaktadır.

4. **Topluluk:** Sosyal medya katılımcıları ilgi ve beğeni alanlarına uygun çeşitli platformlarda topluluklar oluşturarak buralarda daha hızlı bir ortam yaratabilmektedir.

5. **Bağlantılılık:** Hangi platforma üye olursanız olun diğer uygulamalar arası bağlantılar oluşturabilirsiniz. Beğendiğiniz veya paylaşmak istediğiniz içeriklere yönelik link bırakabilirsiniz. Sosyal medya uygulamaları kişilere çeşitli konular hakkında bilgi ve araştırma yapmalarını, ilgi, beğeni veya uzmanlık alanları doğrultusunda içerik paylaşmalarını sağlar. Ülkemizde ve dünyada bu uygulamalara kaydolan kişi sayısının fazlalığı bu uygulamaları daha da popüler kılmaktadır.

Binark ve diğerleri, (2009), sosyal medyanın kullanıcısına sağlamış olduğu avantajları aşağıdaki gibi sıralamaktadır:

1. Sınırsız bilgiye ulaşma,

2. Eğitim belgelerine erişebilme,

3. Etkileşimli bir biçimde tanıdıkları ile görüşebilme,

4. Bilgiye dayalı birtakım bilgiler üreterek bunları paylaşma,

5. Belli gruplara üye olabilme ve aktivitelerde bulunabilme,

6. Sempati duyulan kişileri beğenip takip edebilme,

7. Eğlenme, boş zaman değerlendirme ve oyun oynayabilme gibi faaliyetlerin yürütülmesi adına sosyal medyanın işlevsel olduğunu vurgulamaktadır.

Sosyal medya kullanımının dezavantajlı yönlerine de vurgu yapan Binark ve diğerleri (2009);

1. Sosyal medya üzerinden birtakım yasal olmayan davranışların sergilenmesi (dosyaları izinsiz indirip paylaşabilme, hackleme),

2. Kişileri intihara yönlendirmesi,

3. Kişide depresyon, üzüntü, stres gibi olumsuz duygulara sebep olarak, agresif davranışa itebileceği,

4. Yasadışı kumar veya bahis oynama,

5. Siber mağduriyete sebep olma,

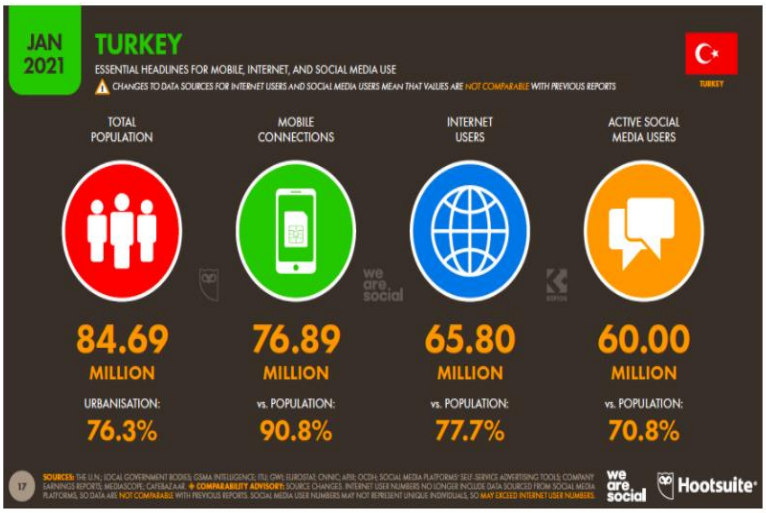
6. Nefret suçuna ve ötekileştirmeye açık olması,

7. Zararlı veya yanlış bilgilerin iletilmesi, yayılması ve paylaşılması gibi yönlerden sosyal medyanın dezavantajlı yönleri bulunmaktadır.

Ülkemizde, sosyal medya ve internet kullanım istatistikleri incelendiğinde Şekil 2'deki verilere ulaşılmaktadır.

Şekil 2

Ülkemizde Sosyal Medya ve İnternet Kullanım İstatistiği



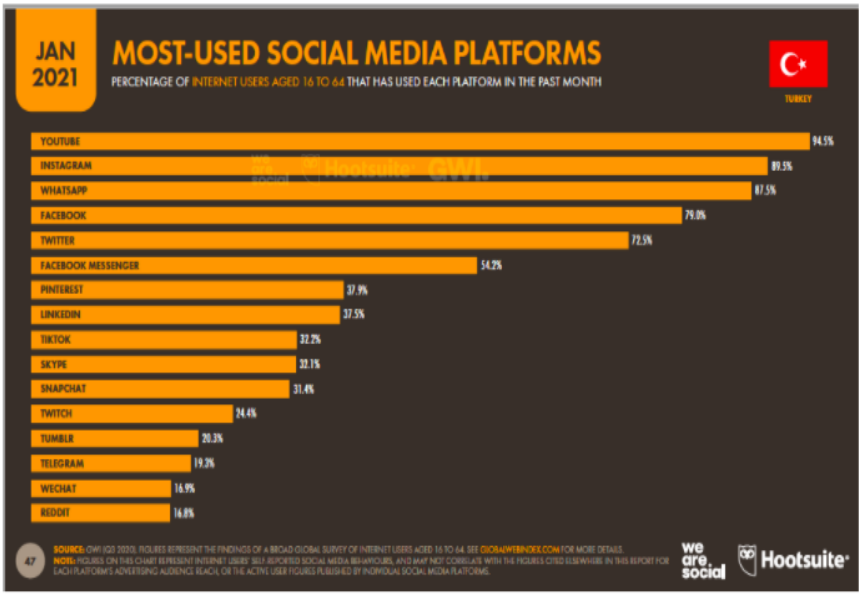
Kaynak: We Are Social Şirketinin 2021 Yılı E- Ticaret İstatistiklerinden erişildi.

Yukarıdaki rapor incelendiğinde Türkiye nüfusunun bugün 84 milyon olduğu görülmektedir. Türkiye'de aktif internet kullanıcısı nüfusun %76'sını kapsamaktadır. Nüfusun %90,8'i (76 milyon) mobil kullanıcı iken, 60 milyon insanın sosyal medyada kullanıcı olarak yer aldığı görülmektedir. Aynı raporda var olan diğer bilgilere göre, geçen yıl aynı dönem içerisinde yer alan rapora göre, internet kullanıcı sayısı 3 milyon (%3'lük bir artış), sosyal medya kullanıcısı 6 milyon azalış (%6'lık bir azalış), mobil kullanıcı sayısı ise %0,5'lik bir azalış yaşanmıştır.

Ülkemizde 60 milyon kişinin aktif sosyal medyada aktif kullanıcı olduğu göz önünde bulundurulduğunda bu kullanıcıların ağırlıklı olarak hangi sosyal medya uygulamalarını kullandıklarına Şekil 3'te yer verilmiştir.

Şekil 3

Türkiye' de Popüler Sosyal Medya Platformları



Kaynak: We Are Social Şirketinin 2021 Yılı E- Ticaret İstatistiklerinden erişildi.

1.4.1. Sosyal Ağlar

Sosyal medya uygulamaları arasında en popüler olan Facebook ve Instagram, bu sebep ile aklımıza ilk gelenler arasında yer alırlar. Ancak, ülkemizde ve dünyada birçok sosyal medya uygulaması aktif bir şekilde kullanılmaktadır. Bunlardan biri olan Youtube,video izleme ve müzik dinleme amacı ile kullanılmakta ve Youtube'u blog ve forum uygulamaları en çok kullanılan uygulamalar olarak takip etmektedir. Bunlarla sınırlı olmadığı gibi sosyal medya platformları arasına her gün yenileri eklenmektedir (Dijck, 2013).

1.4.1.1. Bloglar

Yeni nesil uygulamalar arasında yaygın kullanıma sahip sosyal ağlardan biri "blog" lardır. Bloglar, kullanım biçimi ve içerik açısından internet günlükleri olarak da adlandırılmaktadır. Bunun en temel sebebi ise, çoğunlukla kişisel içeriklerin sunulması ve kronolojik sıralanmayı mümkün kılmasından kaynaklanmaktadır. Herhangi bir blog sayfası açıldığında bunu geniş bir kitleye de sunma imkanına erişilebilmektedir. Ancak blog oluşturmanın da belli başlı kriterleri bulunmaktadır.

İnternet aracılığıyla çeşitli yazılar oluşturup, bunları paylaşmayı veya okumayı olanaklı kılan blog sayfaları, internet üzerinden yazı yazmanın veya okumanın günümüzde en popüler halinden biridir. Blood (2002), blog kelimesinin "Web log" kelimelerinden türeyerek blog kelimesi haline geldiğini belirtmiştir (Çınar, 2019). Bununla birlikte en genel tanımıyla bloglar, "çoğunlukla haber (mesaj) içeren, sıklıkla güncellenen, günlük biçiminde olan ve genellikle bir kişi veya bir grup (bazen anonim) tarafından hazırlanan ve sürdürülen bir tür kişisel web sayfalar" olarak tanımlanmıştır (Bayraktutan, 2010).

Blogların ortaya çıkışının kesin bir tarihinin olmayışıyla birlikte, internetin ticarileşmesinden sonra kişisel bilgisayarların artış gösterdiği 90'lı yıllarda blog sayfaları da kullanılmaya başlanmıştır. Bugün pek çok türde blog sayfalarında içerik üretilebilmektedir. Blog sayfaları yalnızca metin türünde içerik üretilmesine değil, çeşitli fotoğraf, video, animasyon gibi türlerde içerik üretilmesine imkân tanımaktadır. Günümüzde en popüler blog sayfalarından bazıları WordPress, Blogger.com, Blogcu.com olarak sıralanabilir.

- Kişisel Bloglar
- Tematik Bloglar
- Yayıncı Sponsorlu Bloglar
- Kurumsal Bloglar olmak üzere pek çok türü bulunmaktadır (Taşan, 2018).

1.4.1.1.1. MikroBloglar

Mikrobloglar adından da anlaşılacağı üzere blog türlerinden biridir. Klasik blog anlayışının dışında mikrobloglar, içerik ve dosya ölçütü bakımından diğer bloglardan farklıdır. Anlık fotoğraf veya video paylaşma, kişisel an ve düşüncelerin paylaşılması için kullanılmaktadır. Gündelik hayatın bir parçası olarak anlık kesitlerin paylaşıldığı bir platformdur. İlk mikroblog, tumblelogs olarak bilinse de içlerinden bugün popüler olarak kullanılanı Twitter ve Tumblr'dır.

1.4.1.1.2. Twitter

2006 yılında Jack Dorsey'in keşfettiği Twitter, mikrobloglar içerisinde en çok kullanılan uygulamalar arasında bulunmaktadır (Tumenjargal, 2019). Bu platformu aktif olarak kullanan katılımcıların günlük hayatlarından çeşitli enstanteneleri, düşüncelerini ağ üzerinden paylaşması Twitter'ın temel kullanım çerçevesinde yer alır. İlk kullanılmaya başlandığı zaman diliminde, 50'ye yakın kullanıcısı bulunmaktayken, kamuya açık hale geldiğinde 300'bin kullanıcıya ulaşmıştır. Bununla birlikte ilk dönemlerinde kullanıcıların, 140 karaktere kadar kendini ifade etmesine izin verirken; 2017 yılında karakter sayısını iki katına çıkartarak 280 karaktere kadar düşünce ve içerik paylaşma olanağı sunmaktadır.

Bugün pek çok dünya gündemi, anlık gelişmelerin paylaşılması ve bu gelişmelerin geniş bir kitleye ulaşması, bunun yanı sıra anındalık özelliği ile Twitter oldukça popüler bir uygulamadır. İçerik üretme ve paylaşım yapma imkânı sunan Twitter uygulaması, paylaşımlara beğeni ve yorum yapma, bu paylaşımları kendi sayfasında yeniden paylaşma (Retweet), ilgi ve beğeni alanlarına göre sayfa veya kişileri takip etme (Follow), takip ettiği kişileri veya sayfaları bırakma (Unfollow), herhangi bir görüş, başlık etrafında, insanları birleştirme veya etiketleme (Hashtag) özelliği bulunmaktadır. Bugün dünyada popüler sosyal medya uygulamalarının kullanımı arasında Twitter kullanımı 14. sırada, ülkemizde ise, 5. sırada yer almaktadır.

1.4.1.2. Facebook

2004 yılında Harvard Üniversitesi öğrencisi Mark Zuckerberg tarafından kurulmuştur. Kuruluş adı ‘’Fasemash’’ olmakla birlikte kısa bir süre sonra ‘’The Facebook.com’’ olarak değiştirilmiştir. Bu uygulamanın ilk kuruluş aması aynı okulda okumakta olan öğrencilerin birbirleri ile iletişimde kalmalarını sağlamaktır. İlk zamanlarda sadece o okulun öğrencilerine katılım izni verilen uygulama, daha sonra çevre okulların katılımı ile kullanım alanı genişlemiştir.

Kullanıcıları ile ilgili geniş çaplı bilgilere erişimi sağlayan Facebook, kişilere sanal ortamda mümkün olabilecek en gerçek iletişimi sunmayı amaçlamaktadır. Kişiler platforma üye olarak kendi profillerini oluştururlar. Üye olma aşamasında katılımcılardan birtakım demografik bilgilerin girmesi istenir. Doldurulması gereken bu bilgiler arasında

yaş, şehir, eğitim, meslek, cinsiyet, hobiler ve ilişki durumu yer almaktadır. Kullanıcıların izin verdiği ölçüde kendi profillerinde bu bilgiler görünüm duruma getirilebilir. Hesap ayarlarından gizlilik durumunu belirlemek kullanıcının kendi inisiyatifindedir. Ayrıca bilgilerini kimlerin görüp kimlerin göremeyeceğini belirleme imkânı da bulunmaktadır. Bu bilgilere ek olarak katılımcılar paylaştıkları içerikleri zenginleştirmek adına fotoğraf ve video albümleri de oluşturabilmektedirler. Kişilerarası etkileşimi artırmak amacıyla beğen, yorum yap, paylaş gibi özellikler Facebook'u Dünya'da en popüler sosyal medya platformu başına getirmiştir. Facebook'un Türkiye'de kullanımı sosyal medya platformları arasında 4. sırada yer almaktadır.

1.4.1.3. Instagram

2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından kurulan Instragtam, sosyal medya uygulamaları arasında popülerliğini korumaktadır. Instagram aracılığı ile kişiler fotoğraf ve vide paylaşabilmektedir. Sitenin ilk oluşturulduğu zamanlarda yalnızca Apple IOS tabanlı alt yapısı ile kullanılırken bugün diğer alt yapı hizmetleri ile de uyumlu olarak çalışmaktadır. 2011 yılında Instagram uygulaması, dünyaca ünlü yayıncı şirketi TechCrunch tarafından "En İyi Sosyal Medya" ödülünü kazanmıştır. 2017 yılından bu yana Facebook bünyesinde hizmet vermektedir. Kullanımın oldukça basit ve anlaşılır olması, uygulamanın sahip olduğu etkili efektleri siteyi oldukça popüler hale getirmiştir. Diğer uygulamalarda olduğu gibi kullanıcıların kendine ait profilleri ve sayfaları bulunmaktadır. Bu sitede kullanıcılar, ilgi alanları veya oluşturmak istedikleri alanlar hakkında çeşitli görsel veya video içerikleri oluşturabilmektedir. Takipçi özelliği ile gizliliğini düzenleyerek onun paylaşımlarını kimlerin görebileceğini belirleyebilir, takip etme özelliği ile de ister kendi çevresinden isterse dünya üzerindeki diğer Instagram kullanıcılarını takip edebilmektedir. Bunun dışında sohbet özelliği, paylaşımlara beğeni ve yorum yapma özellikleri diğer uygulamalar ile ortaktır. Aynı zamanda kişilerin anlık hikayelerini paylaşabileceği kısa video paylaşma seçeneği bulunmaktadır. 2016 Aralık ayında Canlı Yayın özelliği getirilerek kişilerin anında birbiri ile yayın yapma veya kendi yayını oluşturma özelliği dahil edilmiştir.

Ülkemizde Youtube' dan sonra en çok kullanılan 2. sosyal medya olması hem içerik üretenler hem de sponsor veya firmalar açısından önemli bir pazar ağı ve potansiyel sunması, bu alanı oldukça popüler hale getirmiştir.

1.5. Sosyal Kaygı ve Sosyal Medya İlişkisi

Türkiye İstatistik Kurumunun (TÜİK) Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2021 verilerine göre, internet kullanım oranın 16-74 yaş arası bireylerde %82,6 olarak bulunmuştur. 2021 yılı verilerine bakıldığında cinsiyete göre internet kullanım oranı erkeklerde %87,7, kadınlarda ise 77,5 olduğu görülmüştür. 2020 verilerine göre, 2019 yılında internet kullanım oranı %75,3 iken; 2020 yılında %79,0 olarak; internet kullanım oranının cinsiyet dağılımı içerisinde bu oranın erkeklerde %84,7, kadınlarda ise %73,3 olduğu görülmüştür. Bununla birlikte ülke nüfusunun yarıdan fazlasının sosyal medya kullanıcısı olduğu göz önüne alındığında, ülkemizde TÜİK 2018 verilerine göre, 15-24 yaş aralığında 13 milyona yakın genç nüfus bulunmaktadır.

2013-2016 yılları TÜİK verileri incelendiğinde, yaş grubuna göre internet kullanım oranlarına göre, tüm yaş grupları içerisinde interneti en çok kullanan yaş grubu 16-24 iken ikinci sırada en sık kullanan yaş gurubu 25-34'tür.

İnternet kullanımı ile sosyal kaygı bozukluğunun görülme yaşı, yaygın olarak 16-24 yaş aralığı olarak gösterilmektedir. Bu bağlamdan yola çıkarak kişilere kendisini filtreler aracılığıyla en iyi hali ile sunma imkânı tanıyan sosyal medya platformlarının üniversite öğrencilerinin sosyal kaygı düzeyi ile bu yaş aralığındaki sosyal medya kullanımı ve olumsuz değerlendirilme korkusu arasındaki ilişkinin incelenmesi önem kazanmaktadır.

Genç yetişkinlerle yapılan çalışmalar akıllı telefon kullanımı ve sosyal kaygı arasında bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Pera (2020), yaptığı derlemede akıllı telefon kullanımının yabancılaştırmayı önemli derecede arttırdığını belirtmiştir. Akıllı telefonun aşırı kullanımı bağımlılık ve kaygıyı düzenleme yetersizliğine sebep olabilmektedir. Beden imajı memnuniyetsizliği de aşırı akıllı telefon kullanımının önemli bir belirleyicisidir. Sosyal kaygı ise bu ikisi arasında arabulucudur. Depresyon ve kaygı

düzeyi, aşırı telefon kullanımının korelasyonlarındandır. Psikopatolojik belirtiler ve kişilerarası farklılıklar kaygının şiddetini etkilediğini belirtmiştir. Aynı zamanda duygu düzensizliği, psikolojik sıkıntı, uyku ve akademik performansta da düşüşe neden olduğunu gözlemlemiştir.

Fiziksel görünüş açısından iyi görünüme sahip olan kişilerle etkileşim haline girmek isteyen bireyler, diğerleri üzerinde olumlu bir izlenim bırakmaya ve daha çekici olmaya çalışırlar (Doğan, 2010, akt. Çakmak, 2018). Onay alma ve beğenilme ihtiyacı duyan kişiler, sosyal medya aracılığı ile kendileri hakkında daha çok bilgi paylaşarak bunu sağlamaya çalışmaktadır. Bundan dolayı insanlar fiziksel görüntüleri ile ilgili kaygı duyarak kendilerine olan güvenin olumsuz etkilenmesine sebep olmaktadır (Çakmak, 2018).

Literatürdeki araştırmalarda sosyal kaygının akran ilişkilerini engelleyerek sosyal medya kullanımını arttırdığını göstermiştir. Sosyal kaygılı kişi sosyal ortamlardan kaçınma eğilimi gösterdiği için diğer kişilerle iletişime geçmekte zorlanmaktadır. Sosyal medyada değerlendirilme kaygısı daha az olduğu için bu kişilere göre daha güvenlidir. Bu sebepten dolayı sosyal kaygısı olan kişilerin sosyal medya kullanım sıklığı artış gösterdiği gözlenmiştir (Savcı, 2017, akt. Kılıç)

Yapılan çalışmalar, insanların yakın ilişkilerde bulunma ve onay alma gibi temel sosyal ihtiyaçlarını internet üzerinden sağladıklarını ileri sürmüştür (Amichai-Hamburger, 2007, akt. Aslan, 2020). Bu ihtiyaçlarını sosyal medya üzerinden karşılamaya çalışan kişilerin sosyal iletişim ortamlarını tercih etme sebebi olarak yüz yüze iletişimin bu kişilere göre daha çok tehdit edici bulunduğunu göstermiştir (Caplan, 2002, akt. Aslan, 2020). Caplan (2007), bu tercihin sebebi olarak kişinin kendini internette gizleyebilmesi özelliğini göstermiştir. Bu özelliğinden dolayı çevrimiçi ortamlarda yapılan sosyal iletişimin gizlilik sağlaması internet kullanıcıları için sosyal anlamda daha az risk durumu sağlamaktadır. Bu yüzden, sosyal kaygı düzeyi yüksek olan kişiler sosyal ağları daha yoğun kullanabilmektedir (Aslan, 2020). Sosyal kaygı düzeyi yüksek olan kişilerle yapılan çalışmalarda kişilerin internette kendilerini daha kolay ifade ettikleri belirtilerle desteklenmiştir (Caplan, 2002, 2005, 2007, 2010; Morahan ve Martin Schumacher, 2003; Liu ve Kuo, 2007; Yen Yen, Chen, Wang, Chang ve Ko, 2012, akt. Aslan, 2020)

Literatürdeki çalışmaların çoğunun ergenler/lise öğrencileri üzerine yapıldığı, üniversite öğrencileri üzerine sosyal kaygı-sosyal medya kullanımı ve bunun olumsuz değerlendirilme korkusu açısından incelenmesine dair kapsamlı bir çalışmanın yapılmadığı görülmektedir. Üniversite öğrencilerini kapsayan çalışmaların ise üniversitede okuyan öğrencilerin yalnızca sosyal kaygı düzeyini belirlemeye yönelik olduğu görülmektedir. Sosyal medya kısmını içeren üniversite öğrencilerini kapsayan çalışmaların, üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanma düzeylerini ve kullanım motivasyonlarını araştırmaya yönelik olduğu görülmüştür.

Lise öğrencilerinin sosyal kaygı ile internet kullanımı arasındaki ilişkinin incelenmesinde sosyal kaygı ve sosyal medya ilişkisine yönelik çalışmalar yetersiz kalmıştır. Sosyal platform kullanımının sosyal kaygı ve beden imajı için basit bir riskten çok daha fazlası olduğunu bilinmektedir. Kullanım gençlik yıllarında istikrarlı bir şekilde yükseldiği gözlemlenmiştir. Sosyal medya kullanımı kişilerarası etkileşimde önemli bir yer almaktadır. Özellikle paylaşılan video ve fotoğraf içeriğindeki kişiler gençlerin kendileri ile kıyasladıkları kişileri temsil etmektedir. Bu bağlamda Hawes ve arkadaşlarının (2020), sosyal medya kullanımı ve çevrimiçi görünüm kaygısı ile depresyon, kaygı ve dış görünüşün reddedilme duyarlılığı arasındaki benzersiz ilişkiler adlı çalışma 763 ergen ve genç yetişkin bireylerin katılımı ile yapılmıştır. Çalışmada sosyal medya kullanımının, sosyal kaygı ve görünüm ile ilgili hassasiyetler arasındaki ilişkiye bakılmıştır. Sosyal medya kullanımı, anksiyete semptomları ve görünüm ile ilgili hassasiyet erkek ve kadınlar için önemli bulunmuştur. Hem sosyal medya ve sosyal kaygı arasındaki hem de sosyal kaygı ve görünüm arasındaki ilişki genç kadınlarda genç erkeklere göre daha fazla bulunmuştur. Genç kadınlar fazla anksiyete semptomları, depresif belirtiler, görünüm ile ilgili hassasiyet ve sosyal medya kullanımı göstermişlerdir.

Carruthers ve arkadaşları (2019), 61 üniversite öğrencisi ile sosyal medya kullanımı ve düşük ve yüksek sosyal kaygı bozukluğu seviyelerine sahip bireyleri ölçmek amacıyla yaptıkları çalışmada Facebook üzerinden bu kişilerin bilişsel ve davranışsal süreçlerinin oluşumunu laboratuvar ortamında bir dizi çevrimiçi ve çevrimdışı görevler aracılığı ile araştırmışlardır. Facebook ve sosyal kaygı ile ilgili yapılan ilk çalışmada, sosyal kaygıya sebep olan yüz yüze etkileşimi karakterize eden bilişsel (olumsuz

düşüncelere sahip olma ve belirsiz senaryoları olumsuz yorumlama) ve davranışsal (güvenlik davranışları) süreçlerin çevrimiçi ortamda da ortaya çıktığı bulunmuştur.

Sosyal kaygı ve sosyal medya ilişkisi üzerine çalışmalar, lise düzeyindeki öğrencilerin sosyal kaygı ve internet kullanımı arasındaki ilişkinin incelenmesi üzerine sınırlı kalmış, sosyal kaygı, sosyal medya kullanımı ve olumsuz değerlendirilme korkusu açısından bir literatür çalışmasına rastlanılmamıştır. Bu bağlamda bu araştırma, üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ve sosyal kaygı düzeyinin olumsuz değerlendirilme korkusu ve sosyal görünüş kaygısı açısından incelenmesi literatüre bu açıdan katkı sağlayacak öneme sahiptir.

1.5.1. Sosyal Görünüş Kaygısı ve Olumsuz Değerlendirilme Korkusunun Sosyal Medya ile İlişkisi

İnternetin gelişimi sonucu sosyal ağların ve sosyal platformların kullanımı yaygınlaşmıştır. Bu yaygın kullanım sosyal medya kullanım oranını arttırmış, internet geçirilen zaman dilimi artmıştır. Literatürde yapılan pek çok araştırma bulgusu, en yaygın internet kullanımının olduğu yaş grubunu genç yetişkinler ve ergenlik dönemindeki gençler olduğunu ortaya çıkarmıştır. Bu bağlamdan hareketle yapılan bu çalışma, geç ergenlik dönemindeki bireyler ve genç yetişkin yaş grubundaki bireylere odaklanmaktadır.

Ergenlik üzerine yapılan çalışmalar, geç ergenlik döneminin saptanması üzerine farklı yaş aralıkları sunsa da 18- 24 yaş aralığını bu grup arasına dahil edebiliriz. Derman (2008)'a göre geç ergenlik dönemi bireylerde 18 yaşında başlayarak kişilerin kimlik kazanımı ile sona ermektedir. Bu dönemde bireyler, akademik birtakım uğraşlar vererek, belli bir topluluk tarafından sosyal ilişkiler geliştirdiği ve sosyal onay ihtiyacı duyduğu evredir. Kişi bu aşamaya gelene kadar kazanmış olduğu beceriler ve yetenekleri değerlendirme aşamasındadır ve bu aşamadan sonra kimlik kazanımı elde etmektedir (Derman, 2008).

Koç (2004) ise, geç ergenlik dönemini 16- 20 yaş arası olarak gruplandırmaktadır. Bu aşamada birey, gelecek ve kariyerle ilgili planlama hazırlığı içerisindedir. Birey, bu dönemde bağımsızlık duygusunu içselleştirmeye başlayarak, bireyselleşme eğilimi göstermektedir.

Kulaksızoğlu (2004), geç ergenlik dönemini 18- 21 yaş aralığı saptamaktadır. Bireylerin kendi ilgi ve beğeni düzeyini şekillendirdiği, kendi yeteneklerinin farkında olduğu ve kendi karar mekanizmalarını geliştirdikleri dönem olarak adlandırmaktadır. Arıkan ve arkadaşlarına göre (2013), bu dönemde kişiler, bakış açılarında idealist tutumlar sergileyerek deneyimlerini içselleştirme eğilimi göstermektedir.

Derman ve Başal (2013), geç ergenliği 18-24 yaş olarak sınırlandırdığı bu dönemde bireysel mekanizma içselleştirilerek kişiler, arkadaş çevresiyle daha gerçekçi ve uzun soluklu ilişkiler kurma eğiliminde olmaktadır. Meslek seçimi, evlilik, kariyer planlaması gibi geleceğe yönelik adımlar atılması bu dönemde gerçekleşmektedir. Bireyler kimlik duygusunu kazanarak kendilik algısını bu yaşlarda şekillendirmektedir (Derman ve Başal, 2013). Bireylerin bu yaşlarda benlik algısı, benlik saygısını etkileyerek kendileri ile ilgili olumlu ya da olumsuz inançlar geliştirmesine neden olmaktadır (Karadağlı, 1991).

Geç ergenlik döneminde bireyin önceden yaşamış olduğu iç sıkıntılar veya ruhsal bunalımlar yerini dinginliğe ve sakinliğe bırakmaya başlamaktadır. Bu dönemlerde kendi kimliğini bulan, güven duygusu gelişen ve bağımsızlık bilinci ile hareket eden bir bireyin benlik saygısı da gelişmiş olacaktır. Bu noktada çevresiyle sağlıklı ilişkiler geliştiren birey, çevresindekilerle sosyal ortamları paylaşmaktan kaçınmayacaktır.

Son olarak Levinson'un (1986) bireyin yaşam döngüsündeki dörtlü sınıflaması bu aşamada faydalı olacaktır. Levinson, bireyin yaşam safhasını ön yetişkinlik (bireyin doğduğu andan itibaren 22 yaşına kadar süreci), ilk yetişkinlik dönemini (17-40), orta yetişkinlik dönemini (41- 65), geç yetişkinlik dönemini ise, (65 ve üzeri) olarak sınıflandırmaktadır (Levinson, 1986).

Ön yetişkinlik çağında birey, doğduğu andan itibaren büyümeye başlar ve bu süreç kendi bağımsızlığını kazandığı zamana kadar sürer. Bu dönemde birey, yetişkinliğe geçmek için çeşitli sosyal değişim, biyolojik ve psikolojik gelişimden geçer. Benlik algısı gelişen birey, bu dönemde yetişkin olma hazırlık evresini tamamlayarak bir sonraki aşamaya geçmektedir. İlk yetişkinlik evresi olarak adlandırılan bu aşama ise, 17- 40 yaş aralığını içermektedir. Bu noktada birey, ideallerini gerçekleştirme ve toplumsal rolleri

yerine getirebilmek için bireysel çaba sarf ettiği ve kararlar aldığı evreyi tamamlamaktadır (Levinson, 1986).

Özellikle ergenlik çağındaki bireylerin kendini keşfetmeye başlaması psikolojik ve fiziki açıdan değişim evreleri bu dönemde bireyleri oldukça etkilemektedir. Birey bu dönemde görünüşü ve çevresi tarafından nasıl algılandığıyla ilgili sıkça kendini değerlendirmeye tabi tutmaktadır. Bu bağlamdan hareketle özellikle akademiye yeni başlayan genç nesil için üniversite, yeni bir sosyal deneyim yaşayacağı alanlardan biridir. Bu hususta birey, yeni kişilerle tanışıp, arkadaşlık kurma ihtiyacı içinde olacaktır. Çevresinin kendi hakkında sahip olduğu izlenimleri merak eden birey bu aşamada sıklıkla onaylanma ihtiyacı duymaktadır.

Sosyal medya platformlarının sayısının ve çeşitliliğinin artması, bu uygulamalara üye olan kişi sayısının çoğalmasına ve bireylerin gerçek kimliklerini dijital platformlara taşıyarak benliklerini bu mecralarda sunmasına imkân tanımıştır. Sosyal medya uygulamalarının kullanıcısına sunmuş olduğu fırsatlar, bireylere yeni deneyimler sunmakla birlikte, ideal kimliklerini bu platformlarda sergileyebileceği alana kavuşmuştur. Bu uygulamalarla birlikte bireyler 7/24 içerik üretebilir ve bu platformlarda paylaşabilir hale gelmiştir. Ancak bu platformlarda uzun zaman geçiren bireylerin gerçeklik algısını yitirdiği ve psikolojik anlamda bireylerde çeşitli rahatsızlıklar görülmeye başlandığı saptanıştır. Özellikle depresyon, yalnızlık, anksiyete gibi sorunlar belirtiler arasında en sık karşılaşılanlardandır. Özellikle bu mecraları en sık kullanan yaş grubunun geç ergenlik dönemindeki bireyler ve genç yetişkinlikler olduğu düşünülünce sosyal görünüş kaygısı duyanlar da bu gruba dahil edilmektedir.

Aktan' ın 2018 yılında genç ergenlik döneminde bireylerin sosyal medya kullanımı ve beden algısı üzerine yaptığı çalışmada, geç ergenlik dönemindeki bireylerin sosyal medyayı kullanım sıklığının artmasıyla, bireylerin beden algısının şekillendiği ve bu algının bireylerde sosyal görünüş kaygısını arttırdığını ortaya koymuştur.

Sosyal görünüş kaygısı, bireylerin yalnızca boy, kilo endeksi ve kişinin sahip olduğu dış görünümünün yanı sıra kişinin beden imajının, ten ve göz rengi, vücut yapısı gibi bütünsel bir beden algısını içeren bir kaygı duyma hali olduğunu ortaya

koymuşlardır. Bununla birlikte, yapılan çalışmalar sonucunda sosyal görünüş kaygısı ile olumsuz beden algısı arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstermiştir (Hart vd., 2008).

Sosyal görünüş kaygısı, kişinin çevresi tarafından dış görünüşünün değerlendirilmesinden dolayı kaygılanma biçimidir. Çevresi tarafından beğenilen, sevilen ve olumlu izlenime sahip olma isteği bireyler için önem taşımaktadır. Diğerleri üzerinde olumlu etki yaratmak isteyen birey, çevresi tarafından pozitif bir algıyla karşılaştığında özgüveni artarken; negatif ya da olumsuz bir tutum kişinin özgüveninin kırılmasına ve kendini değersiz görmesine neden olarak kişide sosyal kaygı bozukluğuna yol açabilmektedir (Çınar ve Keskin, 2015).

Sosyal medya uygulamaları, kişilere kendilerini belli filtreler dahilinde sunmasına olanak tanımaktadır. Özellikle bu mecraları kullanan bireyler kendilerinin en iyi hallerini yansıtmaya çalışmak için çaba sarf etmektedir. Bununla birlikte kişilerin paylaşımlarına yapılan beğeni ve yorum sayıları, kişilerin sosyal medyadaki takipçi sayıları bireylerin bu platformlarda beğeni algısını şekillendirmektedir. Az beğeni alan içerikler kişide memnuniyetsizliğe yol açmakta tam tersi fazla beğeni alan ve yorumlanan içerikler daha değerli kabul edilerek, kişinin güven duygusunu pekiştirmektedir.

Araştırmanın Amacı ve Hipotezleri

Bu literatür ışığında bu çalışmanın amacı, önemi ve bu doğrultuda hipotezler açıklanacaktır.

Çalışmada, üniversite öğrencilerinin sosyal kaygı düzeyi ile olumsuz değerlendirilme korkusu ve sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişkiyi inceleyerek, sosyal kaygı düzeylerinin olumsuz değerlendirilme korkusu, sosyal görünüş kaygısını ve sosyal medya kullanımını ne derecede etkilediğini incelemeyi amaçlamıştır. Ayrıca sosyal medya kullanımı ile sosyal kaygı düzeyi arasındaki ilişkinin düzeyini belirlenerek sosyal medya kullanımında beğeni ve takipçi sayısı durumunun sosyal kaygı ve sosyal görünüş kaygısı ile ilişkisinin tespit edilmesi amaçlanmıştır.

Sosyal medyanın günümüzde bu kadar aktif kullanılması ve sosyal kaygı bozukluğunun temelinde kişinin diğerleri üzerinde olumlu etki bırakmak olması sebebiyle sosyal medya kullanım seviyesi ve sosyal kaygı bozukluğu arasında bir

korelasyon çalışması yapmak önemli olmaktadır. Sosyal medya kullanımı sırasında kişinin takipçi sayısı ve beğenileri ne derece önemsediği ve bu durumun olumsuz değerlendirilme korkusu ve sosyal görünüş kaygısı ve sosyal kaygı düzeyini ne derece yordadığını incelemek açısından da önem taşımaktadır.

Bu amaçla çalışmadaki şu hipotezler oluşturulmuş ve araştırılmıştır:

1. Sosyal kaygı düzeyi, olumsuz değerlendirilme korkusu ve sosyal görünüş kaygısı birbiriyle pozitif bir ilişki gösterecektir.

2. Sosyal kaygısı yüksek olan kişinin sosyal kaygısı düşük olan kişilere kıyasla olumsuz değerlendirilme korkusu yüksek olacaktır.

3. Sosyal kaygısı yüksek olan kişinin sosyal kaygısı düşük olan kişilere kıyasla sosyal görünüş kaygısı yüksek olacaktır.

4. Sosyal kaygısı yüksek olan kişinin sosyal kaygısı düşük olan kişilere kıyasla sosyal medya kullanımı yüksek olacaktır.

5. Sosyal medya kullanımında takipçi sayısı ve paylaşımlarının beğenilme oranı sosyal kaygı düzeyi ile bir ilişki gösterecektir.

6. Sosyal görünüş kaygısının düzeyi sosyal medya kullanımında beğeni ve takipçi sayısı ile bir ilişki gösterecektir.

BÖLÜM 2. YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde çalışmada kullanılan bütün yöntem ve teknikler hakkında bilgi sunulmuştur. Bu süreçte, veri toplama aşamasından analiz edilmesi sürecine kadar kullanılan ölçüm teknikleri ve araştırma evreni ile ilgili bilgileri içermektedir.

Araştırma Modeli

Araştırmada, üniversite öğrencilerinin sosyal kaygı düzeyi ve sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkinin olumsuz değerlendirilme korkusu ve sosyal görünüş kaygısı bakımından incelenmesini amaçlamıştır.

Bu bağlamda araştırma modeli üniversite öğrencilerinin olumsuz değerlendirilme korkusu ve sosyal görünüş kaygısı bakımından yordanmasını içererek sosyal kaygı düzeyinin tespit edilmesi ve bu kaygının sosyal medyayla olan ilişkisi çeşitli ölçekler kullanılarak ortaya çıkarılmıştır. Daha önceki çalışmalarda üniversite öğrencilerini sosyal kaygı, sosyal medya ve olumsuz değerlendirilme korkusu bakımından inceleyen bir çalışma ile karşılaşılmadığı için bu çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmüştür. Ayrıca sosyal medya ve sosyal kaygı çalışmalarında genelde katılımcılar sosyal medya kullanım süreleri üzerinden yordanmıştır. Sosyal medya kullanım süreleri, takipçi sayıları ve sosyal medya hesaplarındaki beğeni durumu yordanan katılımcıların bu durumun sosyal kaygı ve sosyal görünüş kaygılarına nasıl etki ettiği konusunda incelenmesi bakımından anlamlı olacağı düşünülmüştür.

Bu süreçte sosyal kaygısı düşük ve yüksek çıkan bireyler arasındaki farklılıklar tespit edilmeye çalışılmış, bu farklılıkların sosyal medyada kendini hangi düzeyde var ettiği ortaya konulmuştur. Araştırma deseni içerisinde sosyal görünüm kaygısı ve olumsuz değerlendirilme korkusu düşük ve yüksek olan bireylerin sosyal medyayı kullanım şekli arasındaki farklar incelenmiştir.

Çalışma kapsamında ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Bu araştırma modeli iki veya daha fazla değişkenin birlikte değişiminin varlığını ya da bu değişimin kademesini belirlemek için kullanılmaktadır. İlişkisel tarama modeli yaklaşımın iki alt türü korelasyon ve karşılaştırma modeli olarak karşımıza çıkmaktadır (Karasar, 2013).

Korelasyon araştırma modelinde, değişkenlerin birbirini etkileme düzeyi ve herhangi bir değişikliğin var olup olmadığını ve varsa bu değişikliğin ne düzeyde olduğunu herhangi bir müdahale olmadan ortaya çıkarmaya çalışmaktadır. Bu noktada değişkenler arasındaki ilişkileri açıklaması ve sonuçların öngörülebilir olması bakımından işlevseldir (Tekbıyık, 2015).

‘’Merkezi Limit Teoremi’’ne göre normal dağılım gösteren bir popülasyondan ve bağımsız gözlemlerden oluşan her bir yansız örnek, örneklem büyüklüğü 30 ve üzeri olmak koşulu ile normal dağılım gösterir (Demir ve ark., 2016). Örneklem büyüklüğünün 35’ten büyük olması koşulu ile Kolmogorov-Smirnov testi kullanılabilmektedir (McKillup, 2012; akt. Demir vd.; 2016). Karşılaştırılacak 2’den fazla gurup olduğunda ve normal dağılıma uyduğunda, gruplar arası farka bakmak için ANOVA kullanılır (Chan, 2003). T-test parametrik testler arasında yer alır. Parametrik testler varsayımında ise bağımsız değişkenler, normallik ve varyansların homojenliği şartlarının sağlanması için T-test gereklidir (Liang, Fu ve Wang, 2019).

Sosyal yapı içerisinde kendini kuran insanın karmaşık yapısı, onun davranış biçimlerini anlamaya çalışırken, bu süreci daha basit ve anlaşılır bir düzeyde tutmaya çalışmaktadır. Bu ilişkilerin niteliğini ve düzeyini ortaya koymaya yarayan ve daha anlaşılır kılan korelasyon araştırmaları bu noktada devreye girmektedir (Cohen ve Manion, 1997; akt. Büyüköztürk vd., 2013). Değişkenler arasındaki ilişkileri anlamlı kılan ve insan gruplarını içeren yapıların anlaşılmasını ve daha etkili bir forma dönüşmesini sağlayan oldukça önemli ve işlevsel araştırmalardır (Büyüköztürk vd.,2013). Keşfedici ve yordayıcı olarak iki türü bulunan korelasyon araştırmalarında, keşfedici korelasyon araştırmaları, değişkenler arası ilişkilerin çözümlenmesi sağlayarak önemli olayların anlaşılmasını sağlamaktadır. Yordayıcı korelasyon araştırmaları ise, uzak hedef, neden- sonuç ilişkisinin açığa çıkarılmasında önemli ipuçları sunmaktadır (Fraenkel ve Wallen, 2006; akt. Büyüköztürk vd., 2013).

Korelasyonel araştırmalarında yer alan süreçler, araştırma probleminin tespit edilmesinden başlayarak, örneklem seçilmesi, verilerin toplanması ve elde edilen bulguların analiz edilmesi ve yorumlanmasına kadar olan süreci kapsamaktadır. Araştırmada yer alacak olan değişkenlerin ölçülebilir olması önem taşımaktadır. Araştırmada elde edilen verilere özgü korelasyon hesaplamaları yapılmaktadır. Veri

kaybı minimumda tutularak, değişkenler arası ilişkilerin tespit edilmesi bakımından korelasyon araştırmaları, araştırmacıya oldukça fayda sunmaktadır (Büyüköztürk vd., 2013).

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni İzmir Ekonomi Üniversitesinde okuyan öğrencileri kapsaması planlanırken içinde bulunduğumuz pandemi koşulları sebebiyle araştırma evreni daha geniş bir açı ile ele alınmıştır. Bundan dolayı araştırma evren ve örneklemi diğer üniversite öğrencilerini kapsayacak biçimde oluşturulmuştur. Bu hususta 18-30 yaş aralığında olan ve farklı demografik özelliklere sahip, üniversitelerin çeşitli bölümlerinde okuyan 131 öğrencinin katılımıyla oluşturulmuştur. Katılımcılar, araştırmaya konu olan anket çalışmasını online olarak tamamlamışlardır. Bu noktada araştırma için uygunluk taşıyan, tesadüfi/rastgele örneklemle çalışma derlenmiştir.

Verilerin Toplanması ve Çözümlenmesi

Araştırmaya konu alan veri toplama yöntemi anket formudur. Katılımcıların online olarak yanıtladıkları bu çalışmada araştırmanın amaç ve problemlerine uygun olarak kişisel bilgi formu yer almıştır. Bununla birlikte çalışmada kullanılan ölçekler şunlardır: Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği, Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Ölçeği Kısa Formu (ODKÖ) ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ).

2.1. Kişisel Bilgi Formu

Katılımcıların gönüllü olarak katılmayı beyan etmelerini onayladıktan sonra kişiler hakkında temel bilgi akışını sağlayan kişisel bilgi formunda yer alan sorular şunlardır: Yaş, cinsiyet, eğitim durumu, okudukları bölüm ve sınıf, ilişki durumu ve gelir düzeyi, kronik veya herhangi bir psikolojik rahatsızlık veya ilaç kullanma durumu (Bakınız- Ek- 1).

Bu bölümde öğrencilerden, sosyal medya kullanım durumlarını ölçmek için hangi sosyal medya aracını kullandıkları, süresi, sosyal medya kullanımın önemi, hangi amaçla kullandıkları, neleri paylaştıkları, takipçi ve takip ettiklerinin sayısı, beğenilme sayısı ve buna verilen önem ile ilgili soruları cevaplamaları istenmiştir.

2.2. Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği

Liebowitz Social Anxiety Scale (Liebowitz, 1987) ölçeğinin Türkçeye uyarlanması Soykan, Özgüven ve Gençöz (2003) tarafından yapılmış ve geçerlik ve güvenirlik bakımından incelenmiştir. Toplam 24 maddeden 4'lü Likert tipinden oluşan ölçek kaygı ve kaçınma alt başlığında değerlendirilir (Soykan, 2003). Kaygı ve kaçınma puanları 0 ile 3 arasında hiç ve şiddetli şeklinde puanlanmaktadır. Sosyal performans ve etkileşim gerektiren durumlarda kişilerin korku ve/veya kaçınma seviyelerini saptamak için hazırlanmış bir ölçektir (Soykan, 2003).

Liebowitz bu ölçeği uygularken hastaların yaşadıkları sosyal kaygı düzeyini 0 ile 3 arasında puanlamısını istemiştir. Kaçınma alt ölçeğini ise 0 ile 3 arasında hiç ve genellikle olmak üzere kodlamıştır. Bununla birlikte Liebowitz korku ve kaçınma ölçeğinde karşılaştırılabilir veriler elde edebilmek için alt ölçeklerde kesme puanını 25, tüm ölçek için 50 kesme puanı kullanmıştır (Liebowitz, 1987, akt. Gençöz, 2003).

Soykan ve arkadaşları tarafından Türkçe'ye uyarlanan bu ölçeğin geçerlik güvenirlik çalışması için Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi Psikiyatri Kliniği'ne başvuru yapan kişilerden oluşan örneklem kullanılmıştır (Soykan, 2003). 168 kişiden oluşan örneklemde, 128 hasta ve 40 kişilik kontrol grubu vardır (Soykan, 2003). Soykan ve arkadaşları tarafından Liebowitz ölçeği referans alınarak hazırlanan sosyal kaygı ve kaçınma ölçeğinde Türkçe versiyonunda sosyal kaygı düzeyi 1: yok ya da çok hafif, 2: hafif, 3: orta derecede, 4: şiddetli şeklinde uyarlanmıştır. Kaçınma alt ölçeği ise, 1: kaçınma yok ya da çok ender, 2: zaman zaman kaçınma davranışı gösterme, 3: çoğunlukla kaçınma davranışı gösterme, 4: hemen her zaman kaçınma davranışı gösterme şeklinde uyarlanmıştır. Çalışmanın Türkçe versiyonunda kesme puanı hesaplanmamıştır.

Ölçeğin iç tutarlılığı için Cronbach Alfa değeri .81 ile .92 arasındadır (Heimberg vd., 1999). Güvenirliğini ölçmek için üç farklı faktör yapısına bakılmıştır (Soykan, 2003). Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği'nin korku ve kaçınma alt ölçekleri ve toplam ölçekler arası güvenirlik için test-tekrar test güvenirliği ve iç tutarlılık katsayıları hesaplanmıştır (Soykan, 2003). Test-tekrar test güvenirliği için bir hafta arayla iki kez uygulanmış ve değeri .97 bulunmuştur (Soykan, 2003). İç tutarlılık katsayısı, kaygı maddeleri için

Cronbach Alfa sayısı .96, kaçınma maddeleri için .95, toplam ölçek puanı içinse .98'dir (Soykan, 2003).

Soykan ve arkadaşları (2003) ölçeğin uyum geçerliği kapsamında Beck Depresyon Envanteri ile uyumuna bakmış ve ölçeğin kaygı ve kaçınma alt ölçeklerinden ve tüm ölçekten alınan puanla Beck Depresyon Envanteri'nden alınan puanlar anlamlı şekilde ilişkili çıkmıştır. Ölçeğin ayırt edici geçerliği incelendiğinde, korelasyon katsayıları anlamlı bulunmamıştır (Soykan, 2003).

Soykan ve arkadaşları (2003), araştırmasında ölçüt bağıntılı geçerlik kapsamında sosyal kaygıyı diğer anksiyete bozukluğu türlerinden ve normal işleyişi olanlardan ayırt edilmesinde Liebowitz Sosyal Anksiyete Ölçeğinin gücünü incelemek için kovaryansın çok değişkenli analizini, yaş ve cinsiyet gibi değişkenler üzerinden yapmıştır. Liebowitz Sosyal Anksiyete Ölçeği'nin, sosyal kaygılı bireyleri, diğer anksiyete bozukluklarına sahip olsalar bile, sosyal kaygı tanısı olmayan bireylerden başarıyla ayırdığı bulunmuştur (Soykan, 2003).

2.3. Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Ölçeği (ODKÖ) Kısa Formu'nun Türkçe Uyarlaması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması

Doğan, Çetin ve Sapmaz (2010) tarafından Türkçeye uyarlanmış olan ölçek, geçerlik ve güvenirlik bakımından incelenmiştir. Toplam 12 maddeden oluşan bu ölçek (1) Hiç Uygun Değil, (2) Uygun Değil, (3) Biraz Uygun, (4) Uygun, (5) Tamamen Uygun biçiminde 5li Likert tipi derecelendirmeye sahiptir (Doğan, 2010). Ölçeğin 8 maddesi olumsuz değerlendirilmeye ilişkin korku ve endişe ifadelerinden, diğer 4 maddesi ise olumsuz değerlendirilmeyle ilişkin korku ve endişe duymama ifadelerinden oluşmakta ve tersten puanlanmaktadır (Doğan, 2010).

Ölçek maddeleri Watson ve Friend (1969) tarafından geliştirilmiş olan 30 maddelik Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Ölçeği'nden (Fear of Negative Evaluation-FNE) alınmıştır.

Olumsuz Değerlendirilme Ölçeği'nin psikometrik özelliklerinin ilk incelenmesi Leary (1983) tarafından yapılmıştır. Üniversite öğrencileri ile yapılmış olan çalışmada, ODKÖ ile 30 maddelik orijinal FNE (Fear of Negative Evaluation) arasında .96

korelasyon bulunmuştur (Doğan vd., 2010). Bu çalışmada elde edilen iç tutarlılık katsayısı .96 iken dört hafta arayla uygulanan test-tekrar test güvenirlik katsayısı ise .75 bulunmuştur. Ölçek maddelerinin faktör yüklerini ise .43 ile .75 arasında değiştiğini bulmuşlardır (Doğan vd., 2010).

Doğan ve arkadaşlarının (2010) yapmış olduğu çalışmada, düzeltilmiş madde toplam korelasyonu -.03 bulunması sonucu ölçeğin dördüncü maddesi-Bir kişinin üzerinde nasıl bir izlenim bıraktığımla ilgili olarak nadiren endişelenirim- çıkarılarak analizler tekrar yapılmıştır. Bundan dolayı ölçek, Leary (1983) tarafından geliştirilmiş olan orijinal 12 maddelik formdan farklı olarak 11 maddelik bir ölçme aracı haline gelmiştir (Doğan vd., 2010).

Türk üniversite öğrencilerinden oluşan çalışma grubunda orijinal ODKÖ formunun faktör yapısının doğrulanıp doğrulanmayacağını belirlemek amacıyla yapılan çalışmada hem tek faktörlü model için hem de iki faktörlü ayrı ayrı doğrulayıcı faktör analizi yapılmış ve bu çalışma sonucunda her iki model yeterli uyum düzeyine sahip olduğu ortaya çıkmıştır (Doğan, 2010). 2., 7. ve 10. maddelerden oluşan ikinci faktör, daha önceki çalışmalarda farklı bir isimle adlandırılmamış ve ‘’tersten kodlanan maddeler’’ olarak belirlenmiştir.

İkinci faktörü oluşturan maddelerde anlam ve ifade açısından bakıldığında, birinci faktörü oluşturan maddelerden-ters kodlanan maddeler hariç- farklı olmadığı kanaatine varılmıştır. Bunun sonucunda ise ikinci faktörün farklı bir yapı ifade etmediği sonucuna varılmıştır (Doğan, 2010). Bu değerlendirmeler sonucunda madde analizi ve yapı geçerliği sonuçları, ODKÖ’nün tek faktörlü yapı olarak kullanılmasının daha uygun olacağını ortaya çıkarmıştır (Doğan, 2010). Doğan ve arkadaşları (2010), çalışmalarında güvenirlik ve ölçüt geçerlik çalışmasını tek faktörlü yapı üzerinden gerçekleştirmiştir. ODKÖ’nün ölçüt bağıntılı geçerliğini belirlemek için Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği ile arasındaki korelasyona bakılmış ve bu ölçekler arasında istatistiksel anlamda anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Doğan ve arkadaşları 'nın (2010), Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Ölçeği (ODKÖ) Kısa Formu’nun Türkçe uyarlaması çalışması için Mark R. Leary ile iletişime geçmiş ve gerekli izinleri almışlardır. Bu uyarlama İngilizceden Türkçeye iki aşamada

çevrilmiştir (Doğan,2010). Birinci aşamada ölçeğin maddeleri birbirinden bağımsız olarak Türkçe ve İngilizceye bilen iki akademisyen ve bir çeviri uzmanı tarafından çevrilmiştir, ikinci aşamada ise çeviri uzmanı tarafından kontrol edilmiş ve maddeler için en iyi çevrilen ifadeler kullanılmıştır (Doğan, 2010). Sonrasında ise iki akademisyen ölçeğin Türkçe formunun son haline karar vermiş, daha sonra ise Türkçe form 16 üniversite öğrencisine uygulanılarak dilin anlaşılırlığı test edilmiştir (Doğan, 2010). Doğan ve arkadaşları (2010) bu çalışmalarında, alınan geri bildirimler sonucu gerekli değişiklikleri yapmış ve ölçeğe son halini vermiştir.

2.4. Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nin (SGKÖ) Türkçe Uyarlaması Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması

Araştırmada Tayfun Doğan (2010) tarafından Türkçeye uyarlanarak geçerlik ve güvenirlik çalışması yapılmış olan Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği kullanılmıştır. Toplam 16 maddeden oluşan bu ölçekte 5'li Likert tipli ölçek kullanılmıştır (Doğan, 2010). 5'li likert tipinde oluşturulan bu örneğe göre, bireylerin kaygı durumuna göre, 1: hiç uygun değil, 2: uygun değil, 3: biraz uygun, 4: uygun, 5: tamamen uygun olmak üzere soruları yanıtlaması beklenmektedir.

Hart ve arkadaşları (2008)'nın geliştirilmiş olduğu ve orijinal adı Social Appearance Anxiety Scale olan ölçeğin amacı, bireyin görünümü ile alakalı yaşadığı duygusal, bilişsel ve davranışsal kaygıları ölçmektir. Ölçeğin özgün formunda üniversite öğrencilerinden oluşan üç farklı örneklem ile geçerlik güvenirlik çalışmaları yapılmıştır. 515 kişiden oluşan ilk örneklemden elde edilen verilerle açımlayıcı faktör analizi (AFA), 853 kişilik ikinci bir örneklem ile doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmış ve 541 kişilik üçüncü örneklemden elde edilen verilerle de uyum geçerliği ve test-tekrar test güvenirliği hesaplanmıştır (Doğan, 2010). 16 maddelik ölçek sırasıyla .94 .95 ve .94 olmak üzere üç ölçeğin hepsinde iç tutarlılık göstermiştir. Üçüncü örneklemden alınan 100 katılımcı ile bir aylık test-tekrar test güvenirlik katsayısı ise .84 olarak bulunmuştur (Hart vd., 2008).

Doğan (2010), ölçeğin Türkçe uyarlama çalışmasında güvenirliği iç tutarlılık, test tekrar test ve test yarılama yöntemleri ile hesaplamıştır. Çalışmanın iç tutarlılığı .93'tür. İki hafta ara ile hesaplanan test tekrar test güvenirliği ise .85 ve test yarılama yöntemi ile hesaplanan güvenirlik katsayısı da ..88 olarak bulunmuştur (Doğan, 2010).

Doğan (2010), ölçeğin yapı geçerliğini ortaya çıkarmak için yaptığı açımlayıcı faktör analizi (AFA) sonucunda tek faktörlü bir yapı elde etmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda ölçeğin tek boyutlu yapısının uyum indekslerine bakılmış, ikinci ve üçüncü örneklem için anlamlı olduğu bulunmuştur. Doğan (2010), araştırmasında ölçüt bağıntılı geçerliliğini Olumsuz Değerlendirilme Ölçeği için .82 ve Beck Depresyon Envanteri için .52'lik bir korelasyon bulmuştur.

BÖLÜM 3. BULGULAR VE YORUMLAR

Bulgular

İstatistiksel Analiz

Tüm istatistiksel analizler IBM SPSS sürüm 25.0 (SPSS Inc., Chicago, Illinois,

ABD) kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Sürekli değişkenler tablolarda Ort±SS olarak sunulmuştur. Kategorik değişkenleri sayı (N) ve yüzde (%) olarak sunulmuştur. Katılımcıların ölçek ve alt boyutlarının minimum, maximum ve ortalama puanlarının sonuçları verilerek, Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayıları hesaplanmıştır. Araştırmada parametrik testler kullanılmıştır (Tablo 2).

Üniversite öğrencilerine uygulanan çalışma, lisans ve lisansüstü gruba uygulandığı için yaş grubu 18-30 olarak alınmıştır. Bu noktada sosyal bilimlerde yaygın kullanılan ilişkisel tarama modeli yaklaşımının alt başlığı olan korelasyon araştırma modeli kullanılmıştır. Verilerin analizinde ikiden fazla grubu karşılaştırmak için tek yönlü varyans analizi ANOVA, gruplar arası farkı analizinde ise gruplar için T-Test kullanılmıştır.

Ölçek toplam ve alt boyut puanları arasındaki ilişkiyi belirlemek için Pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Parametrik testlerden Independent Samples Test ve One-Way ANOVA testi uygulanarak ölçek toplam ve alt boyut puanları ile bağımsız değişkenler arasında anlamlı düzeyde bir farkın varlığı belirlenmeye çalışılmıştır. Gruplar arasında anlamlı bir fark olması durumunda, bu anlamlılığın hangi gruplar arasında olduğunu saptamak için Post-Hoc testi uygulanmıştır. Sidak Post-Hoc testi, varyansın homojen dağılımı ve örneklem sayısının eşit olmaması nedeni ile seçilmiştir (Miller, 1969). Kategorik değişkenleri karşılaştırmak için chi-square test kullanılmıştır. Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Toplam puanlarını sosyal medya kullanımını yordayan değişkenleri belirlemek için çok değişkenli doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. $p<.05$ istatistikçe anlamlı kabul edilmiştir.

1.Araştırma Verilerinin Normallik Dağılımı

Analiz aşamasında normallik varsayımının ihlal edilmemesi oldukça önemli olduğu için normallik testleri yapılmıştır. Gözlem sayısı 29 ve üstü olduğu durumlarda normallik durumunu saptamak için Kolmogorov-Smirnov Testi kullanılır (Kalaycı, 2014: 10). Bundan dolayı verilerin normal dağılımını saptamak adına Kolmogorov-Smirnov Testi kullanılmış ve analiz sonucuna göre verilerin çoklu normal dağılmadığı belirlenmiştir. Bu özelliklere sahip çalışmalarda normal dağılmayan verilerin gözlemlenmesi yaygındır.

Büyük örneklem verilerinde, n>100 veya n>400 olduğu durumlarda, test sonuçları normallik şartının karşılanmadığını gösterse bile bu, pratikte çok az bir öneme sahiptir. Bu gibi bir durumlarda histogram kutu grafiği ve normal olasılık grafikleri incelenir. Normale yakın dağlılım gösterdiğinde, p değerindeki normallik şartının karşılanmaması göz ardı edilir (Şencan, 2005: 196). Analize dahil edilen denek sayısı fazla olduğundan Merkezi Limit Teoremi'ne göre değişkenlerin normallik varsayımını sağladığı kabul edilmiştir (Smidt ve ark., 2001).

Normal dağılım analizi sonucunda çarpıklık ve basıklık (skewness/ kurtosis) değerleri -1.5 ile +1.5 arasında olduğunda veriler normal dağılım gösteriyor olarak kabul edilir (Tbachnick ve Fidel, 2013). Tablo 2'de verilerin Kolmogorov-Smirnov ve çarpıklık ve basıklık değerleri yer almaktadır.

Tablo 2. *Normallik Testi Sonuçları*

Faktörler	**Kolmogorov-Smirnov (Sig.)**	**Çarpıklık Değerleri (Skewness)**	**Basıklık Değerleri (Kurtosis)**
Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Toplam	0,200	0,002	-,404
Kaygı alt boyutu	,200	,489	,133
Kaçınma alt boyutu	,019	,540	,052
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği	,000	1,205	,743
Olumsuz Değerlendirme Korkusu Ölçeği	,068	,094	-,088

Tablo 2 incelendiğinde, literatürde belirtildiği gibi Kolmogorov-Smirnov değerlerine ait anlamlılık (Sig.) düzeyleri 0,05'ten büyük olanlar normal dağılıma sahip olduğu söylenmektedir. Ayrıca ilgili testte normal dağılmıyor gibi gözüken sosyal görünüm kaygısı ve kaçınma değişkenlerinin basıklık ve çarpıklık değerleri literatürde kabul edilen sınırlar içerisinde olduğu için normal dağılım varsayımı kabul edilmiştir. Sosyal bilimlerde parametrik testler için normal ya da normale yakın dağılım yeterli kabul edilir. Bu doğrultuda değişkenlerin normal dağıldığı kabul edilerek analize parametrik testlerle devam edilmiştir.

2. Araştırma Değişkenlerinin Güvenilirlik Değerlendirmesi

Araştırma değişkenlerinin geçerlik ve güvenirlik değerleri daha önceki çalışmalarda yapılmıştır. Bu çalışmada ise, güvenirlik değerleri incelenmiş ve 0,70 ve üzeri alfa değerlerinin iç tutarlılığı yüksek olduğu ve güvenilir olduğu değerlendirilmiştir. Her bir değişkene ait değerler 1'e yaklaştıkça güvenirlik değerlerinin arttığı söylenmektedir. Ayrıca ortalama puanlar üzerinden analizler yapıldığı için bu değerler de aşağıdaki tabloda verilmektedir.

Tablo 3. *Araştırma Değişkenlerinin Güvenirlik Değerleri (N:131)*

Faktörler	Madde Sayısı	Güvenirlik (α)
Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Toplam	48	,938
Kaygı alt boyutu	24	,889
Kaçınma alt boyutu	24	,889
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği	16	,927
Olumsuz Değerlendirme Korkusu Ölçeği	11	,786

3. Araştırmanın Demografik Sonuçları

Araştırma bulgularına ait demografik sonuçlar sırasıyla gösterildiği gibidir. Araştırma değişkenlerine ait veriler Tablo 4 'teki gibidir.

Tablo 4. *Katılımcılar ile İlgili Demografik Veriler (n=131)*

Demografik değişkenler		***n veya Medyan (min-max)***	***% veya Ort. ±SS***
Yaş		23,0 (18,0-30,0)	23,49±3,20
Cinsiyet	Kadın	103	78,6
	Erkek	28	21,4
Eğitim Durumu	Üniversite	75	57,3
	Yüksek lisans	51	38,9
	Doktora	5	3,8
Aylık gelir düzeyi	0-2000Tl	61	46,6
	2000-4000Tl	33	25,2
	4000-6000TL	15	11,5
	6000-8000TL	15	11,5
	>8000TL	7	5,3
İlişki durumu	İlişkisi var	58	44,3
	İlişkisi yok	73	55,7
Herhangi bir kronik rahatsızlığınız var mı?	Hayır	119	90,8
	Evet	12	9,2
Tanı aldığınız psikolojik rahatsızlığınız var mı?	Hayır	116	88,5
	Evet	15	11,5
Psikolojik rahatsızlığınız için ilaç kullanıyor musunuz?	Hayır	122	93,1
	Evet	9	6,9

N=Sayı, %=Frekans

Tablo 4'te Katılımcılara ait demografik değişkenlerin dağılımı verilmiştir.

Tablo 5. *Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımı ile İlgili Verileri (n=131)*

Değişkenler	***n veya Medyan (min-max)***	***% veya Ort. ±SS***
En sık kullandığınız sosyal medya aracı hangisidir?		
Twitter	21	16,0
Instagram	100	76,3
Facebook	8	6,1
Diğer (Youtube)	2	1,5
Günlük sosyal medya kullanım süreniz ne kadardır?		
0-1 saat	20	15,3
1-2 saat	28	21,4
2-3 saat	32	24,4
3-4 saat	27	20,6
>4 saat	24	18,3
Sosyal medya hesaplarınızı hangi amaçla kullanıyorsunuz? * (n=264)		
Kendimle ilgili fotoğraf/video paylaşımı yapmak	61	23,1
Arkadaşlarımın gönderilerine yorum yapmak	27	10,2
Beğendiğim hesapları takip etmek	118	44,7
Beğendiğim hesapların fotoğraflarına/videolarına yorum yapmak	14	5,3
Sohbet etmek	44	16,7
Sosyal medya hesaplarınızda sizi takip edenlerin sayısı sizin için ne kadar önemli?		

Önemli değil	58	44,3
Az önemli	22	16,8
Ne önemli ne önemsiz	40	30,5
Önemli	11	8,4
Sosyal medya hesaplarınızda aldığınız beğeni sayısı sizin için ne kadar önemli?		
Önemli değil	44	33,6
Az önemli	27	20,6
Ne önemli ne önemsiz	37	28,2
Önemli	22	16,8
Çok önemli	1	0,8
Kullanmakta olduğunuz sosyal medya hesabınızda ünlüleri (moda sayfaları dahil) takip ediyor musunuz?		
Hayır	41	31,3
Evet	90	68,7
Kullanmakta olduğunuz sosyal medya hesabınızda spor sayfalarını takip ediyor musunuz?		
Hayır	73	55,7
Evet	58	44,3
Kullanmakta olduğunuz sosyal medya hesabınıza beslenme (diyet) sayfalarını takip ediyor musunuz?		
Hayır	75	57,3
Evet	56	42,7
Kullanmakta olduğunuz sosyal medya hesabınızda ortalama kaç kişi takip etmektesiniz?	364,0 (10,0-2000,0)	438,53±298,55
Kullanmakta olduğunuz sosyal medya hesabınızda ortalama kaç kişi sizi takip etmektedir?	350,0 (0,0-8825,0)	482,71±792,84

N=Sayı, %=Frekans, * Çoklu yanıt olduğundan n sayısı örneklem hacmini geçmiştir.

Tablo 5'te katılımcıların sosyal medya kullanımına ilişkin değişkenlerin frekans dağılımı verilmiştir.

Tablo 6. *Katılımcıların Ölçek Toplam ve Alt Boyutlarından Alınan Puanlara İlişkin Betimsel Veriler*

Değişkenler	***N***	***Min.***	***Max.***	***Ort.***	***SS***
Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Toplam	131	4,00	91,00	40,71	19,72
Kaygı alt boyutu	131	3,00	58,00	24,17	10,75
Kaçınma alt boyutu	131	,00	46,00	16,54	9,96
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği	131	11,00	55,00	31,32	9,72
Olumsuz Değerlendirme Korkusu Ölçeği	131	16,00	78,00	33,04	14,17

n=Sayı, Min=Minimum, Max=Maximum, Ort=Ortalama, SS=Standart sapma

Tablo 6'da katılımcıların ölçek ve alt boyutlarından aldıkları puanlara ilişkin betimsel istatistik sonuçları verilmiştir.

4. Değişkenler Arası Korelasyon Analizi Sonuçları

Araştırmada kullanılan Liebowitz Sosyal Kaygı ölçeği toplam ve alt boyut puanları, Olumsuz Değerlendirme Korkusu Ölçeği, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği, Sosyal medya hesabınızda ortalama kaç kişi takip etmektesiniz, Sosyal medya

hesabınızda ortalama kaç kişi sizi takip etmektedir değişkenlerinin birbirleri ile arasındaki ilişkinin incelenmesin için Pearson korelasyon analizi yapılmıştır.

Tablo 7. *Ölçek Toplam ve Alt Boyut Puanları ile Çeşitli Değişkenlerin İlişkilerine Ait Korelasyon Sonuçları*

		1	2	3	4	5	6	7
1-Liebowitz Sosyal Kaygı ölçeği toplam	*r*	1						
2-Kaygı toplam	*r*	,956**	1					
3-Kaçınma Toplam	*r*	,948**	,812**	1				
4-Olumsuz değerlendirme korkusu ölçeği	*r*	,395**	,419**	,330**	1			
5-Sosyal görünüş kaygısı ölçeği	*r*	,353**	,403**	,263**	,526**	1		
6- Sosyal medya hesabınızda ortalama kaç kişi takip etmektesiniz	*r*	-0,040	0,018	-0,097	0,156	0,065	1	
7-Sosyal medya hesabınızda ortalama kaç kişi sizi takip etmektedir	*r*	-0,074	-0,088	-0,051	-0,102	0,009	,418**	1

***Korelasyon 0,05 düzeyinde anlamlıdır (Pearson korelasyon testi), ** Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır (Pearson korelasyon testi)**

Tablo 7'de katılımcılara uygulanan ölçek ve alt boyutlarından elde edilen puanlar ve çeşitli değişkenler arasındaki ilişkiler pearson korelasyon analizi ile gösterilmiştir. Bu analize göre Liebowitz Sosyal Kaygı ölçeği toplam puanları ile Olumsuz Değerlendirme Korkusu ölçeği toplam puanları arasında pozitif yönlü istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki saptanmıştır (r=.395 p<.001). Bireylerin sosyal kaygısı arttıkça olumsuz değerlendirme korkusu da artmaktadır.

Liebowitz sosyal kaygı ölçeği toplam puanları ile sosyal görünüş kaygısı ölçeği toplam puanları arasında pozitif yönlü istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki saptanmıştır (r=.353 p<.001). Bireylerin sosyal kaygısı arttıkça sosyal görünüş kaygısı da artmaktadır.

Liebowitz Sosyal Kaygı ölçeği toplam puanları ile Sosyal medya takip ettiği kişi sayısı arasında negatif yönlü bir ilişki olmasına rağmen bu ilişki düzeyi istatistiksel olarak anlamlı değildir (r=-.040 p=.654).

Liebowitz Sosyal Kaygı ölçeği toplam puanları ile Sosyal medya kendisini takip eden kişi sayısı arasında negatif yönlü bir ilişki olmasına rağmen bu ilişki düzeyi istatistiksel olarak anlamlı değildir (r=-.074 p=.401).

Liebowitz Sosyal Kaygı ölçeği alt boyutlarından "Kaygı" puanları ile Olumsuz Değerlendirme Korkusu ölçeği toplam puanları arasında pozitif yönlü istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki saptanmıştır (r=.419 p<.001). Bireylerin kaygısı arttıkça Olumsuz Değerlendirme Korkusu da artmaktadır.

Liebowitz Sosyal Kaygı ölçeği alt boyutlarından "Kaygı" puanları ile Sosyal Görünüş Kaygısı ölçeği toplam puanları arasında pozitif yönlü istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki saptanmıştır (r=.403 p<.001). Bireylerin kaygısı arttıkça sosyal görünüş kaygısı da artmaktadır.

Liebowitz Sosyal Kaygı ölçeği alt boyutlarından "Kaçınma" puanları ile Olumsuz Değerlendirme Korkusu ölçeği toplam puanları arasında pozitif yönlü istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki saptanmıştır (r=.330 p<.001). Bireylerin kaçınması arttıkça olumsuz değerlendirme korkusu da artmaktadır.

Liebowitz Sosyal Kaygı ölçeği alt boyutlarından "Kaçınma" puanları ile Sosyal Görünüş Kaygısı ölçeği toplam puanları arasında pozitif yönlü istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki saptanmıştır (r=.263 p=.002). Bireylerin kaçınması arttıkça olumsuz değerlendirme kaygısı da artmaktadır.

Olumsuz Değerlendirme Korkusu ölçeği toplam puanları ile Sosyal Görünüş Kaygısı ölçeği toplam puanları arasında pozitif yönlü istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki saptanmıştır (r=.526 p<.001). Bireylerin olumsuz değerlendirme korkusu arttıkça sosyal görünüş kaygısı da artmaktadır.

Sosyal Görünüş Kaygısı ölçeği toplam puanları ile sosyal medya takip ettiği kişi sayısı arasında pozitif yönlü bir ilişki olmasına rağmen bu ilişki düzeyi istatistiksel olarak anlamlı değildir (r=.065 p=.460).

Liebowitz Sosyal Kaygı ölçeği toplam puanları ile Sosyal medya kendisini takip eden kişi sayısı arasında pozitif yönlü bir ilişki olmasına rağmen bu ilişki düzeyi istatistiksel olarak anlamlı değildir (r=.009 p=.923).

5. Ölçek ve Alt Ölçekler ile Sosyodemografik Değişkenlerin Gruplar Arası Farklılıkları

Araştırmaya katılan bireylerin Liebowitz Sosyal Kaygı ölçeği ve alt boyutları, Olumsuz değerlendirme korkusu ölçeği, Sosyal görünüş kaygısı ölçeği puanlarının bireylerin sosyal kaygı düzeyleri, sosyal medya kullanım sürelerine göre farklılıklarını değerlendirmek için Independent t test ve ANOVA tek yönlü varyans analizleri yapılmıştır.

Tablo 8. *Katılımcıların Ölçek Toplam Puanlarının Sosyal Kaygı Düzeyi Açısından Karşılaştırılması*

Değişkenler	Sosyal Kaygı Düzeyi	*N*	*Ort±SS*	*t*	*p*
Olumsuz Değerlendirme Korkusu Ölçeği Toplam	Düşük kaygı	91	29,25±9,01	-3,864	**0.000**
	Yüksek Kaygı	40	36,02±9,73		
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Toplam	Düşük kaygı	91	31,14±12,76	-2,145	**0.036**
	Yüksek Kaygı	40	37,37±16,31		

Independent Samples t test, p<0.05

Tablo 8'de yer aldığı gibi katılımcıların Olumsuz Değerlendirme Korkusu ölçeği toplam puanı ve Sosyal Görünüş ölçeği toplam puanlarının sosyal kaygı açısından karşılaştırılmasına ilişkin Independent Samples T-testi sonuçları verilmiştir. Bu analize göre Olumsuz Değerlendirme Korkusu ölçeği toplam puanı ile sosyal kaygı düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Sosyal kaygı düzeyi yüksek kaygı olan katılımcıların Olumsuz Değerlendirme Korkusu ölçeği toplam puanları daha yüksek bulunmuştur (t=-3.864 p<.001). Bu bulgudan hareketle araştırmanın ikinci hipotezi desteklenmiştir.

Sosyal Görünüş Kaygısı ölçeği toplam puanı ile sosyal kaygı düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Sosyal kaygı düzeyi yüksek kaygı olan Sosyal Görünüş Kaygısı ölçeği toplam puanları daha yüksek bulunmuştur (t=-2.145 p=.036).

Tablo 9. *Katılımcıların Ölçek Toplam ve Alt Boyut Puanlarının Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi Açısından Karşılaştırılması*

Değişkenler	Sosyal Medya Kullanım süresi	*n*	*Ort±SS*	*F*	*p*	*Post -Hoc*
Liebowitz Sosyal Kaygı ölçeği toplam	(1)0-1 saat	20	33,50±16,23	1,769	0.139	-
	(2)1-2 saat	28	37,79±18,38			
	(3)2-3 saat	32	39,84±17,60			
	(4)3-4 saat	27	47,11±19,69			
	(5)>4 saat	24	44,13±24,73			
Kaygı toplam	(1)0-1 saat	20	19,65±9,46	2,127	0.081	-
	(2)1-2 saat	28	23,11±10,00			
	(3)2-3 saat	32	23,44±9,64			
	(4)3-4 saat	27	28,22±10,54			
	(5)>4 saat	24	25,63±13,06			
Kaçınma toplam	(1)0-1 saat	20	13,85±7,40	1,226	0.303	-
	(2)1-2 saat	28	14,68±9,35			
	(3)2-3 saat	32	16,41±8,90			
	(4)3-4 saat	27	18,89±10,04			
	(5)>4 saat	24	18,50±13,09			
Olumsuz Değerlendirme Korkusu Ölçeği	(1)0-1 saat	20	25,05±7,71	5,054	**0.001**	1<4
	(2)1-2 saat	28	29,68±8,25			
	(3)2-3 saat	32	30,97±10,51			
	(4)3-4 saat	27	36,67±10,16			
	(5)>4 saat	24	32,92±8,11			
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği	(1)0-1 saat	20	30,85±14,4	1,397	0.239	-
	(2)1-2 saat	28	3,001±11,03			
	(3)2-3 saat	32	30,44±12,02			
	(4)3-4 saat	27	36,26±17,14			
	(5)>4 saat	24	37,13±15,70			

One-Way ANOVA, Post-Hoc=Sidak, p<0.05

Tablo 9'da yer aldığı gibi katılımcıların ölçek toplam ve alt boyut puanları katılımcıların günlük sosyal medya kullanım süreleri açısından karşılaştırılmıştır. Bu analize göre Liebowitz Sosyal Kaygı ölçeği toplam puanı (p=.139), Liebowitz Sosyal Kaygı ölçeği alt boyutlarından "Kaygı" puanı (p=.081), "Kaçınma" puanı (p=0.303) ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği toplam puanı (p=.239) ile günlük sosyal medya kullanım süresi arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık saptanmamıştır.

Olumsuz Değerlendirme Korkusu Ölçeği toplam puanı ile günlük sosyal medya kullanım süresi arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Günlük sosyal medya kullanım süresi 3-4 saat aralığında olan katılımcıların Olumsuz Değerlendirme Korkusu Ölçeği toplam puanı daha yüksek bulunmuştur ($F_{(4;136)}$= 5.054, p=.001). Yapılan Post-Hoc analizi sonucunda sosyal medya kullanım süresi 0-1 saat aralığında olanlar ile 3-4 saat aralığından olanlar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır (p<.001).

Tablo 10. *Katılımcıların Sosyal Kaygı Düzeyleri ile Günlük Sosyal Medya kullanım sürelerinin Karşılaştırılması*

Değişkenler		Sosyal Kaygı Düzeyi		
	Grup	Düşük kaygı (n=91)	Yüksek kaygı (n=40)	*p*
Günlük sosyal medya kullanım süresi	0-1 saat	16 (80,0)	4 (20,0)	0.071
	1-2 saat	22 (78,6)	6 (21,4)	
	2-3 saat	25 (78,1)	7 (21,9)	
	3-4 saat	14 (51,9)	13 (48,1)	
	>4 saat	14 (58,3)	10 (41,7)	

Pearson Chi-Square Test, p<0.05

Tablo 10'da katılımcıların sosyal kaygı düzeyleri ile günlük sosyal medya kullanım sürelerinin karşılaştırılmasına ilişkin Chi-Square test sonuçları verilmiştir. Bu analiz sonuçlarına göre sosyal kaygı düzeyleri ile günlük sosyal medya kullanım süreleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmamıştır (p=.071). Bu bulgudan hareketle çalışmanın dördüncü hipotezi desteklenmemiştir.

6. Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Toplam Puanının Yordanmasına İlişkin Çok Değişkenli Lineer Regresyon Analizi Sonuçları

Olumsuz Değerlendirme korkusu Ölçeği Toplam, Sosyal görünüş kaygısı ölçeği toplam Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Toplam Puanının, "En sık kullandığınız sosyal medya aracı hangisidir?", "Günlük sosyal medya kullanım süreniz ne kadardır?", Sosyal medya hesaplarınızı hangi amaçla kullanıyorsunuz?", "Sosyal medya hesabınızda sizi takip edenlerin sayısı sizin için ne kadar önemli?", Sosyal medya hesaplarınızda aldığınız beğeni sayısı sizin için ne kadar önemli", "Kullanmakta olduğunuz sosyal medya hesabınızda ortalama kaç kişiyi takip etmektesiniz?", "Kullanmakta olduğunuz sosyal medya hesabınızda ortalama kaç kişi sizi takip etmektedir?" değişkenlerini yordayan değişkenleri belirlenmesine ilişkin çok değişkenli lineer regresyon analizi yapılmıştır.

Tablo 11. *Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Toplam Puanının Yordanmasına İlişkin Çok Değişkenli Lineer Regresyon Analizi Sonuçları*

	Liebowitz Sosyal Kaygı ölçeği toplam Puanı							
	B	***SH***	***Beta***	***t***	***p***	***%95CI***	***Tolerance***	***VIF***
Sabit	13,08	5,43	-	2,40	**0.018**	[2.32,23.84]	-	-
Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Toplam								
Olumsuz Değerlendirme Korkusu Ölçeği Toplam	0,58	0,19	0,29	3,09	**0.002**	[0.21,0.96]	0,724	1,382
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Toplam	0,27	0,13	0,20	2,13	**0.035**	[0.02,0.53]	0,724	1,382
$R = .43$, $R^2 = .18$, $F = 14.550$, $p < .001$								

Tablo 11'de Liebowitz Sosyal Kaygı ölçeği toplam puanınını yordayan değişkenlerin belirlenmesi için yapılan çok değişkenli lineer regresyon analizi sonuçları verilmiştir. Kurulan model sonuçları istatistiksel açıdan anlamlıdır [$F_{(2;128)} = 14.550$, $p < .001$]. Düzeltilmemiş R^2 değeri 0.18'dir. Bu sonuç Liebowitz Sosyal Kaygı ölçeği toplam puanında %18 oranındaki varyansın Olumsuz değerlendirme Korkusu Ölçeği Toplam puanı ve Sosyal görünüş kaygısı ölçeği toplam puanı tarafından açıklandığını göstermektedir. Beta katsayıları incelendiğinde, Olumsuz değerlendirme Korkusu Ölçeği ($\beta=0.58$, $p=0.002$) ve Sosyal görünüş kaygısı ölçeği ($\beta=0.27$, $p=0.035$) toplam

puanlarının Liebowitz Sosyal Kaygı ölçeği toplam puanlarını arttırarak etkilediği belirlenmiştir.

Tablo 12. *Sosyal Medya Araçlarından Facebook Kullanımının Yordanmasına İlişkin Çok Değişkenli Lineer Regresyon Analizi Sonuçları*

	Facebook kullanımı								
	B	***SH***	***Beta***	***t***	***p***	***%95CI***		***Tolerance***	***VIF***
Sabit	,123	,074		1,662	,099	-,023	,270		
Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Toplam	,002	,001	,149	1,545	,125	-,001	,004	,815	1,227
Olumsuz Değerlendirme Korkusu Ölçeği Toplam	-,004	,003	-,177	-1,661	,099	-,010	,001	,673	1,485
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Toplam	1,695	,002	,001	,010	,992	-,003	,004	,699	1,431
$R = .18$, $R^2 = .01$, $F = 1.428$, p. 238									

Tablo 12'de sosyal medya araçlarından Facebook kullanımını yordayan değişkenlerin belirlenmesi için yapılan çok değişkenli lineer regresyon analizi sonuçları verilmiştir. Kurulan model sonuçları istatistiksel açıdan anlamlı değildir [$F_{(3;127)} = 1.428$, *p*. 238].

Tablo 13. *Sosyal Medya Araçlarından Twitter Kullanımının Yordanmasına İlişkin Çok Değişkenli Lineer Regresyon Analizi Sonuçları*

	Twiter kullanımı								
	B	***SH***	***Beta***	***t***	***p***	***%95CI***		***Tolerance***	***VIF***
Sabit	,220	,114		1,923	,057	-,006	,446		
Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Toplam	-,001	,002	-,074	-,761	,448	-,005	,002	,815	1,227
Olumsuz Değerlendirme Korkusu Ölçeği Toplam	-,004	,004	-,095	-,889	,375	-,012	,004	,673	1,485
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Toplam	,003	,003	,128	1,215	,226	-,002	,009	,699	1,431
$R = .13$, $R^2 = .02$, $F = 0.734$, p. 534									

Tablo 13'de sosyal medya araçlarından Twitter kullanımını yordayan değişkenlerin belirlenmesi için yapılan çok değişkenli lineer regresyon analizi sonuçları verilmiştir. Kurulan model sonuçları istatistiksel açıdan anlamlı değildir [$F_{(3;127)} = 0.734$, p. 534].

Tablo 14. *Dört Saatten Fazla Günlük Sosyal Medya Kullanımının Yordanmasına İlişkin Çok Değişkenli Lineer Regresyon Analizi Sonuçları*

	4 Saatten fazla günlük sosyal medya kullanımı								
	B	***SH***	***Beta***	***t***	***p***	***%95CI***		***Tolerance***	***VIF***
Sabit	,043	,120		,354	,724	-,196	,281		
Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Toplam	,001	,002	,039	,405	,686	-,003	,005	,815	1,227
Olumsuz değerlendirme Korkusu Ölçeği Toplam	,000	,004	-,003	-,028	,978	-,009	,008	,673	1,485
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Toplam	,003	,003	,124	1,184	,238	-,002	,009	,699	1,431
R = .14, R^2 = .02, F = 0.865, p. 461									

Tablo 14'de dört saatten fazla sosyal medya kullanımını yordayan değişkenlerin belirlenmesi için yapılan çok değişkenli lineer regresyon analizi sonuçları verilmiştir. Kurulan model sonuçları istatistiksel açıdan anlamlı değildir [$F_{(3;127)} = 0.865$, p. 461].

Tablo 15. *Üç ile Dört Saat Arası Günlük Sosyal Medya Kullanımının Yordanmasına İlişkin Çok Değişkenli Lineer Regresyon Analizi Sonuçları*

	3-4 Saat arası günlük sosyal medya kullanımı								
	B	***SH***	***Beta***	***t***	***p***	***%95CI***		***Tolerance***	***VIF***
Sabit	-,171	,122		-1,402	,163	-,411	,070		
Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Toplam	,002	,002	,075	,796	,427	-,002	,005	,815	1,227
Olumsuz Değerlendirme Korkusu Ölçeği Toplam	,012	,004	,283	2,733	**,007**	,003	,020	,673	1,485
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Toplam	-,002	,003	-,059	-,582	,561	-,007	,004	,699	1,431
R = .29, R^2 = .08, F = 3.937, p. 010									

Tablo 15'de 3-4 saat arası günlük sosyal medya kullanım süresini yordayan değişkenlerin belirlenmesi için yapılan çok değişkenli lineer regresyon analizi sonuçları verilmiştir. Kurulan model sonuçları istatistiksel açıdan anlamlıdır [$F_{(3;127)} = 3.937$, $p < .05$]. Düzeltilmemiş R^2 değeri 0.08'dir. Bu sonuç 3-4 saat arası günlük sosyal medya kullanım süresinde %8 oranındaki varyansın Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Ölçeği Toplam Puanı tarafından açıklandığını göstermektedir. Beta katsayıları incelendiğinde, Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Ölçeği (β=0.012, p=0.007) puanlarının 3-4 saat arası günlük sosyal medya kullanım süresini arttırarak etkilediği belirlenmiştir.

Tablo 16. *Kendimle İlgili Fotoğraf/Video Paylaşımı Yapmanın Yordanmasına İlişkin Çok Değişkenli Lineer Regresyon Analizi Sonuçları*

	Kendimle ilgili fotoğraf/video paylaşımı yapmak								
	B	***SH***	***Beta***	***t***	***p***	***%95CI***		***Tolerance***	***VIF***
Sabit	,525	,157		3,349	,001	,215	,835		
Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Toplam	,001	,002	,028	,280	,780	-,004	,006	,815	1,227
Olumsuz Değerlendirme Korkusu Ölçeği Toplam	-,003	,006	-,066	-,615	,540	-,014	,008	,673	1,485
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Toplam	,001	,004	,017	,158	,875	-,007	,008	,699	1,431
R = .05, R^2 = .00, F = 0.134, p. 940									

Tablo 16'da kendimle ilgili fotoğraf/video paylaşımı yapmayı yordayan değişkenlerin belirlenmesi için yapılan çok değişkenli lineer regresyon analizi sonuçları verilmiştir. Kurulan model sonuçları istatistiksel açıdan anlamlı değildir [$F_{(3;127)} = 0.134$, p. 940].

Tablo 17. *Arkadaşlarımın Gönderilerine Yorum Yapmanın Yordanmasına İlişkin Çok Değişkenli Lineer Regresyon Analizi Sonuçları*

	Arkadaşlarımın gönderilerine yorum yapmak								
	B	***SH***	***Beta***	***t***	***P***	***%95CI***		***Tolerance***	***VIF***
Sabit	-,059	,052		1,143	,255	-,162	,043		
Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Toplam	8,269	,001	-,009	-,100	,921	-,002	,002	,815	1,227
Olumsuz Değerlendirme Korkusu Ölçeği Toplam	-,001	,002	-,052	-,497	,620	-,005	,003	,673	1,485
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Toplam	,004	,001	,303	2,973	**,004**	,001	,006	,699	1,431
R = .27, R^2 = .07, F = 3.512, p. 017									

Tablo 17'de arkadaşlarımın gönderilerine yorum yapmayı yordayan değişkenlerin belirlenmesi için yapılan çok değişkenli lineer regresyon analizi sonuçları verilmiştir. Kurulan model sonuçları istatistiksel açıdan anlamlıdır [$F_{(3;127)}$ = 3.512, p <.05]. Düzeltilmemiş R^2 değeri 0.07'dir. Bu sonuç, arkadaşlarımın gönderilerine yorum yapmada %7 oranındaki varyansın Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Toplam puanı tarafından açıklandığını göstermektedir. Beta sayıları incelendiğinde, Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (β=0.004, p=0.004) puanlarının, arkadaşlarımın gönderilerine yorum yapma durumunu artırarak etkilediği belirlenmiştir.

Tablo 18. *Ortalama Takip Edilen Kişi Sayısının Yordanmasına İlişkin Çok Değişkenli Lineer Regresyon Analizi Sonuçları*

	Ortalama takip edilen kişi sayısı								
	B	***SH***	***Beta***	***t***	***P***	***%95CI***		***Tolerance***	***VIF***
Sabit	316,75	91,842		3,449	,001	135,0	498,49		
Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Toplam	1,818	1,461	-,120	1,244	,216	-4,70	1,07	,815	1,227
Olumsuz Değerlendirme Korkusu Ölçeği Toplam	6,236	3,260	,203	1,913	,058	-,215	12,68	,673	1,485
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Toplam	,014	2,195	,001	,007	,995	4,328	4,35	,699	1,431
$R = .19$, $R^2 = .03$, $F = 1.602$, p. 192									

Tablo 18'de ortalama takip edilen kişi sayısını yordayan değişkenlerin belirlenmesi için yapılan çok değişkenli lineer regresyon analizi sonuçları verilmiştir. Kurulan model sonuçları istatistiksel açıdan anlamlı değildir [$F_{(3;127)} = 1.602$, p. 192].

Tablo 19. *Ortalama Takipçi Sayısının Yordanmasına İlişkin Çok Değişkenli Lineer Regresyon Analizi Sonuçları*

	Ortalama takipçi sayısı								
	B	***SH***	***Beta***	***t***	***p***	***%95CI***		***Tolerance***	***VIF***
Sabit	728,76	246,19		2,960	,004	241,5	1215,93		
Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Toplam	-2,281	3,915	-,057	-,583	,561	-10,02	5,467	,815	1,227
Olumsuz Değerlendirme Korkusu Ölçeği Toplam	-10,61	8,739	-,130	-1,214	,227	-27,90	6,682	,673	1,485
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Toplam	5,422	5,883	,097	,922	,358	-6,218	17,063	,699	1,431
$R = .13$, $R^2 = .02$, $F = 0.787$, p. 504									

Tablo 19'da ortalama takipçi sayısını yordayan değişkenlerin belirlenmesi için yapılan çok değişkenli lineer regresyon analizi sonuçları verilmiştir. Kurulan model sonuçları istatistiksel açıdan anlamlı değildir [$F_{(3;127)} = 0.787$, p. 504].

Tablo 20. *Alınan Beğeni Sayısının Öneminin Yordanmasına İlişkin Çok Değişkenli Lineer Regresyon Analizi Sonuçları*

	Beğeni sayısı önemi								
	B	***SH***	***Beta***	***t***	***p***	***%95CI***		***Tolerance***	***VIF***
Sabit	,028	,115		,247	,805	-,200	,257		
Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Toplam	-,001	,002	-,034	-,355	,723	-,004	,003	,815	1,227
Olumsuz Değerlendirme Korkusu Ölçeği Toplam	,009	,004	,240	2,261	**,025**	,001	,017	,673	1,485
Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği Toplam	-,004	,003	-,141	-1,359	,177	-,009	,002	,699	1,431
R = .20, R^2 = .04, F = 1.758, p. 159									

Tablo 20'de sosyal medya hesaplarında alınan beğeni sayısını yordayan değişkenlerin belirlenmesi için yapılan çok değişkenli lineer regresyon analizi sonuçları verilmiştir. Kurulan model sonuçları istatistiksel açıdan anlamlı değildir [$F_{(3;127)} = 1.758$, p. 159].

Yorumlar

Yapılan bu çalışma, üniversite öğrencilerinin sosyal kaygısı ile sosyal medya kullanımın olumsuz değerlendirilme korkusu bakımından incelenmesini oluşturmaktadır. Araştırmada geçerli olan 131 üniversite öğrencisinin katılımıyla şekillenen bu çalışmada anket yanıtları, çalışmanın hipotezleri ışığında aydınlatılmaya çalışılmış, önceki çalışmalarla benzer ve farklı yönleri ortaya koyulmuştur.

Araştırmada ilk olarak katılımcıların demografik bilgileri sunulmuştur. Çalışmanın diğer önemli bulgusu olan sosyal medyada geçirilen süre tartışılmış, daha sonra çalışmanın hipotezleri ele alınıp yorumlanmıştır.

Bu noktada 18 ile 30 yaş aralığındaki 131 öğrencinin katıldığı çalışmada katılımcıların 103'ü kadın (%78,6); 28'si erkek (%21,4)'tir. Araştırma kapsamında kadın erkek sayısının eşit olmaması sebebiyle cinsiyet değişkeninin sosyal kaygı, olumsuz değerlendirilme korkusu, sosyal görünüş kaygısı ve sosyal medya kullanımı ile ilgili herhangi bir farklılık yaratıp yaratmadığına bakılamamıştır.

Literatüre bakıldığında, sosyal kaygının cinsiyet değişkeni üzerinde değişik sonuçlar yarattığı görülmektedir. Bu bağlamdan hareketle, bazı çalışmalarda kadınların erkeklere göre daha yüksek kaygılı olduğu sonucuna varılırken bazı araştırmalar da erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre daha yüksek kaygılı olduğu sonucuna varılmıştır (Sübaşı, 2007). Önder'in 2018'de yapmış olduğu çalışmada Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeğinin istatistiksel anlamda kaygı ölçeğinin daha yüksek çıktığı ancak genel LSKÖ ve kaçınma boyutları arasında cinsiyet değişkenli bir bulguya rastlanılmamıştır. Bu noktada Heimberg ve Juster (1999), sosyal kaygı ortalamalarının cinsiyet üzerinde bir fark yaratmadığını vurgulamaktadır. Bunun dışında sosyal kaygının kadınlarda daha yaygın görülen bir problem olduğunu dile getiren çalışmalar arasında Memik ve arkadaşlarının 2011'de sosyal kaygı yaygınlığı üzerine gerçekleştirdikleri araştırmada, kadınlarda sosyal kaygının daha sık görüldüğünü bulgular arasındadır. Gültekin ve Dereboy (2011) yaptığı çalışmada, kadınlarda sosyal kaygı görülme sıklığının erkeklere göre 1,7 kat daha fazla olduğunu vurgularken bu bulguları desteklemektedir. Ayan ve Ünsar'ın 2015'te yapmış oldukları çalışmaya göre, olumsuz değerlendirme korkusu cinsiyet değişkenine göre farklılaştığını tespit etmiştir. Bu çalışma sonucunda, kız öğrencilerin olumsuz

değerlendirilme korkusu veya sosyal kaygıya erkek öğrencilerden daha yatkın oldukları görülmüştür (Ayan ve Ünsar, 2015). Diğer yandan sosyal kaygının erkeklerde daha çok görüldüğü üzerine yapılan çalışmalarda ise, Turan ve arkadaşlarının (2000), sosyal kaygının diğer psikiyatrik hastalıklarla birlikteliği adlı çalışmasında erkeklerde kadınlara oranla bu problemin görülme sıklığının erkeklerde %54,7 iken kadınlarda %32,4 olarak bulunduğunu dile getirmiştir. Aynı zamanda Doğan (2009)'ın 781 kişi ile yaptığı çalışmasında erkeklerin kadınlara oranla daha yüksek sosyal kaygı problemiyle karşı karşıya olduğunu tespit etmiştir. Bu noktada literatürde sosyal kaygının hangi cinsiyet üzerinde daha yaygın ve sık görüldüğü üzerine hem yerli hem yabancı literatürde fikir birliği yoktur.

Alanyazın incelendiğinde sosyal kaygı üzerine yapılan çalışmalar, ergen gruplar ve genç yetişkinler üzerine odaklanmaktadır. Sosyal kaygının bu gruplarda belirti düzeyleri ve internet kullanımı ilişkisi üzerinde bir yoğunlaşma olduğu görülmektedir. Sosyal görünüş kaygısı, olumsuz değerlendirilme korkusuna nazaran alanyazında daha çok çalışılan bir konu olmakla birlikte, lise, üniversite ve genç yetişkinler üzerine yapılan çalışmalar çerçevesinde toplanmıştır. Bu değişkenlere baktığımızda alanyazında konuların kendi içinde ayrı ayrı ikişerli gruplandığını görmekle beraber, üniversite öğrencilerinin sosyal kaygı düzeyinin sosyal görünüş kaygısı ve olumsuz değerlendirilme korkusunu sosyal medya üzerinden yordayan bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu nedenle üniversite öğrencilerinin sosyal kaygı düzeyinin sosyal medyada hangi hallerde açığa çıktığının tespit edilmesi ve sosyal kaygıya kaynaklık eden problemlerden biri olumsuz değerlendirilme korkusunun bu mecrada kendini nasıl gösterdiğinin analiz edilmesi bu bakımdan önem kazanmaktadır. Sosyal görünüş kaygısı duyan bir bireyin sosyal medyada kendini ne ölçüde sunduğu ve sosyal kaygısını giderebilmek adına bu mecraların kullanımını arttırmak üzere bir baskı yaratıp yaratmadığı sorusunun yanıtı aranmaya çalışılmıştır.

Araştırmada bir diğer önemli bulgu, katılımcıların sosyal medyada geçirmiş olduğu süre olarak karşımıza çıkmaktadır. Katılımcıların sosyal medyada geçirmiş olduğu en uzun süre 2-3 saat şeklindedir. Ancak süre bakımından ele aldığımızda 1-2 ve 3- 4 saat aralığında sosyal medyada zaman geçiren katılımcı sayısı birbirine yakınlık göstermektedir. Katılımcıların sosyal kaygı alt boyutları olan ‘’kaygı’’, ‘’kaçınma’’ ve

sosyal görünüş kaygısı durumunun günlük sosyal medya kullanım süresi açısından anlamlı bir fark bulunamamıştır. Ancak olumsuz değerlendirilme korkusu ile kıyaslandığında anlamlı bir fark bulunmuştur. Buna göre günlük sosyal medya kullanım süresi 3-4 saat aralığında olan katılımcıların olumsuz değerlendirilme korkusu da yüksek çıkmıştır. Ayrıca 0-1 saat arası sosyal medya kullananlar ile 3-4 saat arası kullananlar arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Bununla birlikte katılımcıların en sık kullanmış olduğu sosyal medya ortamları, %76,3 Instagram, %16 Twitter, %6,1 Facebook ve %1,5 Youtube şeklindedir.

Tütar'ın 2018'de yapmış olduğu çalışmada, sosyal medyada geçirilen süreninin benzer olduğu belirlenmiştir. Olumsuz değerlendirilme korkusu ve sübjektif iyi olma düzeyleri arasındaki ilişkiyi saptamaya çalışan Avcı (2019), kişinin internette geçirmiş olduğu sürenin artmasıyla birlikte olumsuz değerlendirilme korkusunun da artacağı bulgusuna varmıştır. Ciba (2018) ise çalışmasında, katılımcıların sosyal görünüş kaygısı ölçeğinden aldıkları puanlarla, internette geçirdikleri vakit arasında pozitif bir ilişki olmadığını ortaya koymuştur.

Bu bağlamda katılımcıların sosyal medyada geçirdikleri süreye dikkat etmesi gerektiğinin altını çizebiliriz. İnternet kullanımının artması ile birlikte kullanıcı sayısı da artan sosyal mecraların bireyler üzerinde oldukça mühim bir etkisi olduğu doğrudur. Sosyal medya uygulamalarının artması ve çeşitlenmesi, her geçen bu uygulamalara çeşitli yeniliklerin gelmesiyle, kullanıcılarını daha da cezbeder niteliktedir. Etkileşimli yapısı, anındalığı, beğeni ve yorum yapma, izlenme sayısı gibi özellikleriyle kullanıcısını dinamik tutan bu uygulamalarda, onay ihtiyacı özellikle son dönemlerde popüler hale gelmiştir. Kullanıcıların paylaşımlarına gelen beğeni, retweet, yorum, görülme gibi etkileşim düzeyi, kişilerin bu uygulamadaki kendilik algısını şekillendirmektedir. Sosyal medyada her anlamda sunulan 'idealize' formlar, bu uygulamaları kullanan kişilerin görüşlerini etkileyerek, davranış ve düşünce kalıplarını biçimlendirmektedir.

Araştırmamızda katılımcıların sosyal kaygı, olumsuz değerlendirilme korkusu ve sosyal görünüş kaygı düzeyleri arasında anlamlı farklar olduğu saptanmıştır. Buna göre, bireylerin sosyal kaygısı arttıkça olumsuz değerlendirilme korkusu da artmaktadır. Ayrıca, bireylerin sosyal korkusu arttıkça sosyal görünüş kaygılarının da arttığı bulunmuştur. Bu bilgiden hareketle araştırmanın birinci hipotezi desteklenmiştir.

Analizler sonucunda olumsuz değerlendirilme korkusu ile sosyal kaygı düzeyi arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Sosyal kaygı düzeyi yüksek kaygı olan katılımcıların olumsuz değerlendirilme korkuları da yüksek bulunmuştur. Bu bulgudan hareketle araştırmanın ikinci hipotezi desteklenmiştir.

Doğan (2009), yaptığı çalışmada sosyal kaygı düzeyinin olumsuz değerlendirilme korkusu düzeyine göre değişip değişmediğini incelemiştir. Buna göre sosyal kaygısı yüksek olan katılımcıların olumsuz değerlendirilme korkularının da yüksek olduğunu saptamıştır. Buna göre sosyal kaygı düzeyi yükseldikçe olumsuz değerlendirilme korkusu düzeyinin de yükseldiğini belirtmişlerdir. Üniversite öğrencileri ile yapılan olumsuz değerlendirilme korkusu ile kaygı arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmada olumsuz değerlendirilme korkusu ve sosyal kaygı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulmuştur (Kumar vd., 2015). Ben (2017), üniversite öğrencilerinin sosyal anksiyete düzeyleri ile beden algısı, olumsuz değerlendirilme korkusu, sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmada olumsuz değerlendirilme korku seviyesi yükseldikçe sosyal kaygı düzeyinin de yükseldiğini tespit etmiştir.

Sosyal görünüş kaygısı ile sosyal kaygı düzeyi arasında ise anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Sosyal kaygı düzeyi yüksek kaygı olan kişilerin sosyal görünüş kaygıları da yüksek bulunmuştur. Bu bulgudan hareketle araştırmanın üçüncü hipotezi desteklenmiştir.

Ürün ve Öztürk (2019)'ün çalışmasında, yüksek sosyal görünüş kaygısı olan kişilerin sosyal kaygılarının da yüksek olduğunu tespit etmiştir. Şakar (2021), yaptığı çalışmada Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği ile Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği arasındaki ilişkiyi ölçmüş ve bunun sonucunda yüksek düzeyde pozitif yönlü bir ilişki bulmuştur. Başka bir çalışmada ise sosyal fobi ve sosyal görünüş kaygısı arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmuştur (Levinson vd., 2013).

Araştırmanın bir diğer bulgusu olarak sosyal kaygı ve günlük sosyal medya kullanım süreleri karşılaştırılmış ve anlamlı bir farklılık saptanmamıştır. Bu bulgu dahilinde araştırmanın dördüncü hipotezi olan sosyal kaygısı yüksek olan kişinin sosyal medya kullanımı yüksek olacaktır hipotezi reddedilmiştir. Durar (2018), sosyal kaygı ile sosyal medya bağımlılığı arasında zayıf anlamlı bir ilişki bulmuştur. Buna göre, sosyal

medya bağımlılığı arttıkça sosyal kaygı seviyesinin arttığını belirtmiştir. Üniversite öğrencilerinde problemli internet kullanımının genel psikolojik belirtileri ve sosyal kaygı ile ilişkisini incelediği bir çalışmada, internette uzun süre geçirmenin sosyal kaygı ve genel psikolojik belirtilerde yükselme gösterdiğini ve problemli internet kullanım oranı arttıkça davranış bozuklukları ve sosyal kaygı ve diğer psikolojik belirtilerin de arttığını gözlemlenmiştir (Kılıç ve Durat, (2017).

Sosyal kaygı ve sosyal medyada takip edilen ve takip eden kişi sayısı arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu bilgiden hareketle araştırmanın beşinci hipotezi reddedilmiştir.

Literatürde sosyal kaygı ve sosyal medyada takipçi durumu ilişkisini inceleyen bir çalışmaya rastlanılmazken, sosyal medya paylaşımlarının kişiler üstündeki etkilerine bakılan bir çalışmada paylaşımlara gelen beğeni ve takipçi sayısının kadınlar üzerinde etkili olduğunu bulmuştur (Kıran ve ark., 2020). Başka bir çalışmada ise sosyal medyada sahip olunan arkadaş ya da takipçi sayıları kişilere sosyal anlamda destek sağladığını ancak duygusal anlamda yalnız bireyler olduğunu saptamıştır (Moody, 2001; Sum vd., 2008; akt. Çolak, 2016).

Katılımcıların sosyal görünüş kaygısı ve sosyal medyada takip ettiği kişi sayısı arasında ise anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu bilgiden hareketle araştırmanın altıncı hipotezi desteklenememiştir.

Genç yetişkinler üzerinde yapılan sosyal medya kullanan kişilerde beden algısı ve sosyal görünüş kaygısının incelendiği çalışmaya göre, kişilerin sosyal medyada takipçi sayısı ile sosyal görünüş kaygısı değişkenleri arasındaki farklılığa bakılmış, bu iki değişken arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir (Yılmaz, 2020).

Harmancı ve meslektaşlarının 302 üniversite öğrencisinin sosyal medya bağımlılığı ile olumlu değerlendirilme ve olumsuz değerlendirilme korkularının; demografik değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığını, sosyal medya bağımlılığının olumlu ve olumsuz değerlendirilme korkularını nasıl yordadığını tespit etmeye çalışmıştır. Bu anlamda, katılımcıların olumsuz değerlendirilme korkusu ile sosyal medya bağımlılığı arasında pozitif bir ilişki söz konusu olurken, olumlu değerlendirilme korkusu

ile sosyal medya bağımlılığı arasında bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Aktan'ın 2018'de sosyal medya ve sosyal kaygı arasındaki ilişki üzerine gerçekleştirdiği çalışmasında, sosyal medya ve sosyal kaygı arasında pozitif bir ilişki olduğu ve bu kaygının içerik, gizlilik endişesi, öz değerlendirme ve insanlar üzerinde olumsuz imajlara sahip olunabileceği yönünde ortaya çıkmıştır.

Yapılan regresyon analizine göre Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Ölçeği toplam puanı ve sosyal görünüş kaygısı ölçeği toplam puanının Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği toplam puanını yordadığını ortaya çıkarmıştır. Bu bölümde Olumsuz Değerlendirilme Korkusu ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçekleri toplam puanı ile Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği toplam puanları arasında pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Sosyal medya araçlarından Facebook ve Twitter kullanımının Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği toplam puanı, Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Öçeği toplam puanı ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği toplam puanını yordanmasına ilişkin regresyon analizi yapılmış. Kurulan model sonuçlarından anlamlı bir sonuç elde edilememiştir.

Doğan ve Tosun (2016), yaptıkları çalışmada sosyal kaygı durumunun sosyal medya platformlarını kullanım durumunu yordadığını bulmuştur. Alanyazın incelendiğinde bu bulguları destekleyen başka bir sonuç ise sosyal kaygı belirtisi yüksek olan kişilerin, online bir platformda sosyalleştiklerinde kendilerini daha rahat hissettiğini bulmuştur (Whang ve ark., 2003). Bir diğer çalışmada ise Facebook fazla zaman geçiren genç kadınların görünüşlerini başkaları ile karşılaştırarak görünümleri ile ilgili daha fazla kaygılı oldukları sonucuna ulaşmışlardır (Fardouly ve Vartanian, 2015). Üniversite öğrencileri üzerinde yapılan bir çalışmada, Facebook kullanımı ile sosyal kaygı durumu arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur (Clayton vd., 2013). Benzer bir çalışmada ise Facebook kullanım yoğunluğu ile sosyal kaygı arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur (Davidson ve Farguar, 2014).

Katılımcıların günlük sosyal medya kullanım sürelerinden dört saatten fazla kullanım durumu ile 3-4 saat arası kullanım süresini yordayan değişkenlerin belirlenmesi için çok değişkenli lineer regresyon analizi yapılmıştır. Kurulan model sonucunda dört saatten fazla kullanım istatistiksel olarak anlamlı bulunmazken, 3-4 saat kullanım anlamlı

bulunmuştur. Buna göre, 3-4 saat arası günlük sosyal medya kullanım süresi olumsuz değerlendirilme korkusu ölçeği toplam puanı tarafından açıklanmıştır.

Ciba (2018), üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ve sosyal kaygı arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmada öğrencilerden alınan bazı demografik bilgilerin Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği ile Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği ve alt boyut puanlarının günlük internet kullanım süresini yordadığını tespit etmiştir. Çalışmasında Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği puanları ile sosyal medyada geçirilen süre arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulmuştur. Bu bulgudan hareketle sosyal medyada geçirilen süre arttıkça sosyal kaygı seviyesinin de arttığını çıkarımı yapılmıştır (Oran, 2020). Başka bir çalışmada ise sosyal kaygı ile günlük sosyal medya kullanım süresi arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (Vannucci vd., 2017).

Sosyal medya kullanım amacının Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği, Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Ölçeği ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeğinin toplam puanlarının yordanmasına dair regresyon analizi yapılmıştır. ‘’Kendimle ilgili fotoğraf/video paylaşımı yapmada’’ istatistiksel olarak anlamlı bir sonuç bulunamamıştır. Ancak ‘’Arkadaşlarımın gönderilerine yorum yapma’’ durumunun sosyal görünüş kaygısı ölçeği tarafından açıklandığını bulmuştur.

Literatürde sosyal medya kullanım amacının bu üç ölçekle yordanmasına dair bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Ancak, Ciba (2018), çalışmasında öğrencilerin interneti kullanma amacına göre Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği genel ve korku ve kaçınma alt boyut puanlarından aldığı puanların istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık yaratmadığını bulmuştur. Yılmaz (2020), sosyal medya kullanan genç yetişkinlerle yaptığı çalışmada, sosyal görünüş kaygısının internetin kullanım amacıyla ilişkisine bakmış, bunun sonucunda istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulamamıştır. Başka bir çalışmada ise problemli internet kullanımının yordayıcısı olarak ‘’tanımadıkları kişilerle sosyal ilişkiler kurma’’ amacı ile internet kullanımına dair bir sonuç bulunmuştur (Ceyhan, 2010; akt. Zorbaz, 2013). Sosyal medya, günümüzde kişilerin kendini ifade etmesine olanak tanıması bakımından aktif olarak kullanıldığı düşünüldüğünde kişilerin bu mecrayı hangi amaçla kullandığı ve bu durumun onlar üzerinde nasıl etkisi olduğunu araştırmaya yönelik çalışmalar yapılmaktadır. Altındiş (2017), sosyal medya ağları ve sosyal görünüm anksiyetesi çalışmasında, kişilerin sosyal medyada fotoğraflarını paylaşmadan önce

düzenlemeler yaptığını ve bu düzenlemeler sonucunda kendilerini beğendiğini tespit etmiştir. Ayrıca uygulanan sosyal görünüş kaygısı ölçeği sonucuna göre, öğrencilerin %47,2'sinin fotoğraf çekilirken kendini gergin hissederken, %32,4'ünün paylaştıkları fotoğrafların aldığı beğeni sayısını önemsediklerini, %20'sinin beğenilme kaygısı taşıdığını tespit etmiştir (Altındiş, 2017). Doğan ve Çolak (2016), sosyal görünüm kaygısının, sosyal medya sitelerini kullanmada önemli bir yordayıcı olduğunu bulmuştur.

Çalışmada ortalama takip edilen ve takipçi sayısının yordanmasına dair çok değişkenli regresyon analizi yapılmıştır. Kurulan model sonucunda Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği, Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Ölçeği ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği toplam puanlarının ortalama takipçi ve takip edilen sayısını yordamadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Literatür çalışmaları sosyal medya kullanımında kullanıcıların, beğenilme ve onaylanma ihtiyaçlarını takipçileri aracılığı ile gidermeye çalışmak için birçok paylaşımda bulundukları tespit edilmiştir. Sosyal kaygısı olan kişilerin sosyal medya üzerinden onaylanma, beğenilme ve kabul görme isteklerinin kaygı durumunu arttırdığını düşünmüşlerdir (Aslan, 2020). Kıran ve arkadaşları (2020), sosyal medya üzerinde yapılan paylaşımların bireyler üzerindeki etkisini ölçtüklerinde takipçi sayısı artmadığı durumlarda kişide kaygıya yol açtığını bulmuşlardır.

BÖLÜM 4. SONUÇ

Sonuç olarak, bu çalışma üniversite öğrencilerinin sosyal kaygısı ile sosyal medya kullanımın olumsuz değerlendirilme korkusu ve sosyal görünüş kaygısı bakımından incelenmesi üzerine oluşturulmuştur. Öğrencilerin sosyal kaygı, olumsuz değerlendirilme korkusu ve sosyal görünüş kaygısının sosyal medya üzerinde anlamlı düzeyde bir ilişkisi olduğu saptanmıştır.

Bu anlamda katılımcıların demografik değişkenlerinin sosyal kaygı, olumsuz değerlendirilme korkusu ve sosyal görünüş kaygısı bakımından test edildiğinde sayıların eşit olmamasından dolayı cinsiyet ve yaş durumu hakkında farklılık yaratıp yaratmadığına bakılamamıştır.

Araştırmada sosyal kaygı puanları yüksek olan katılımcıların olumsuz değerlendirilme korkusu ve sosyal görünüm kaygısı yüksek çıkmıştır. Aynı zamanda katılımcıların sosyal kaygı alt puanlarından ‘’kaygı’’ ve ‘’kaçınma’’ puanları arttıkça olumsuz değerlendirilme korkusu ve sosyal görünüm kaygısının da arttığı gözlenmiştir. Sosyal kaygı ve sosyal medyada takip edilen ve takip eden kişi sayısı arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Aynı zamanda katılımcıların sosyal görünüş kaygısı ve sosyal medyada takip ettiği kişi sayısı arasında da anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Araştırmada katılımcıların sosyal medyada geçirdiği süre incelendiğinde, sosyal kaygı alt boyutlarından ‘’kaygı’’ ve ‘’kaçınma’’ ve sosyal görünüş kaygısı, günlük sosyal medya kullanımı süresi açısından anlamlı bir fark yaratmazken, olumsuz değerlendirilme korkusu bakımından anlamlı bir fark bulunmuştur. Günlük sosyal medya kullanım süresi yüksek olan katılımcıların olumsuz değerlendirilme korkusu da yüksek çıkmıştır.

Bu araştırmanın verileri üniversite öğrencilerinden toplandığı ve klinik anlamda bir örnekleme ulaşılamadığı için sosyal kaygı bozukluğuna dair bir genelleme yapılamamıştır.

Araştırmanın örneklemi İzmir ili içerisindeki İzmir Ekonomi Üniversitesi 18-30 yaş arası üniversite öğrencileri olması planlanmışken pandemi şartları nedeni ile datalar çevrimiçi ortamdan toplanmıştır. Bu sebeple de veri sayısı sınırlı kalmıştır.

ÖNERİLER

Literatürde sosyal kaygı, olumsuz değerlendirilme korkusu ve sosyal görünüş kaygısının bütünlüklü bir yapıda ele alınmayışı bakımından çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmekte ve yapılacak olan diğer çalışmalara referans sağlayacak niteliktedir. Bu anlamda yapılan bu çalışma, yalnızca 18- 30 yaş arasındaki 131 öğrencinin katılımıyla oluşturulmuştur. Ancak çalışmanın kapsamı ve örneklemin büyüklüğü genişletilerek araştırma daha kapsayıcı bir boyuta ulaştırılabilir.

Araştırmanın demografik verilerinden kadın ve erkek sayıları eşit olmadığı için cinsiyet değişkeni üzerinde bir değerlendirme yapılamamıştır. İleriki çalışmalarda cinsiyet sayısı eşit tutularak bir çalışma yürütülmesi daha anlamlı olacaktır.

Yaş aralığının üniversite öğrencisi olan belirli bir yaş grubu olması değişkenler arasındaki ilişkiyi bulmayı güçleştirmiştir. Yaş aralığı daha genel bir popülasyona uygulanarak bu gruplar arasındaki farklılıklar çalışılabilir. Böylece sosyal kaygı ile sosyal medya kullanımının olumsuz değerlendirilme korkusu ve sosyal görünüm kaygısı açısından incelendiğinde bu yaş grubu açısından anlamlı ve anlamsız sonuçları tartışılabilir.

Bununla birlikte üniversite öğrencilerinin sosyal kaygılarını giderebilmek ve bu problemle başa çıkmalarını sağlayabilmek adına çeşitli etkinlikler ve eğitimler düzenlenebilir. Okul içi veya okul dışı öğrencilere yönelik faaliyetler gerçekleştirilmesi sağlanarak öğrencilerin daha kaliteli zaman geçirmesine zemin hazırlanabilir.

Klinik anlamda değerlendirildiğinde, sosyal kaygının temelinde kişinin olumsuz değerlendirileceği düşüncesi olduğu için bir şeyleri çok iyi yapmakla ilgili yüksek beklenti vardır. Klinik müdahalede bu beklentiler düşürülmeye çalışılabilir. Sosyal kaygı, olumsuz değerlendirilme korkusu ve sosyal görünüş kaygısı birlikte değerlendirildiğinde bu durumu yaşayan kişilerin sosyal medya kullanımına yol açan bilişsel ve davranışsal süreçler çalışılabilir. Örneğin, bu kişiler sosyal medyayı güvenlik davranışı olarak mı kullanıyor diye değerlendirme yapılabilir.

Ayrıca araştırma evreni daha geniş bir perspektifle ele alınarak farklı değişkenlerle yeniden uygulanabilir. Örneğin; kardeş sayısı, ailenin kaçıncı çocuğu

olduğu, yerleşim yeri, ailenin gelir durumu, ailenin çalışma durumu ve eğitim düzeyi gibi değişkenler eklenerek bir çalışma yürütülebilir.

EKLER

Ek 1: Bilgilendirilmiş Onam Formu

Bu formun amacı katılmanız rica edilen araştırma ile ilgili olarak sizi bilgilendirmek ve katılmanız ile ilgili izin almaktır.

Bu kapsamda ‘’Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Fobisi ile Sosyal Medya Kullanımının Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Bakımından İncelenmesi’’ başlıklı tez çalışması, T.C. Maltepe Üniversitesi klinik psikoloji yüksek lisans programı öğrencisi Melis Öztürkçe tarafından Öğr. Gör. Yasemin Meral Öğütçü danışmanlığında, T.C. Maltepe Üniversitesi Etik Kurulu’ndan alınan izin doğrultusunda yürütülmektedir.

Bu çalışma yaklaşık 20 dakika sürmektedir. Sizlerden herhangi bir kimlik bilgisi istenmeyecektir. Elde edilen bilgiler toplu bir şekilde analiz edilecek ve değerlendirilecektir. Bu çalışmaya katılmak tamamen gönüllülük esasına dayanmaktadır. Herhangi bir sebep bildirmeksizin çalışmayı sonlandırabilirsiniz.

Lütfen tüm soruları gerçek düşüncelerinizi belirterek yanıtlayınız. Soruların doğru ya da yanlış yanıtı yoktur. Bu çalışmada önemli olan sizin gerçek düşünce ve duygularınızı yansıtan yanıtları seçmenizdir. Sorulara vereceğiniz cevaplar gizli tutulacak ve sadece bu araştırma için kullanılacaktır. Bilgileriniz anonim katılımcı numaraları ile saklanacaktır.

Herhangi bir sorunuz olduğunda anketi uygulayan kişiye danışabilirsiniz. İlginiz ve desteğiniz için teşekkür ederim.

Melis Öztürkçe

melisozturkce@hotmail.com

Bilgilendirme formunu okudum ve katılmam istenen çalışmanın kapsamını ve amacını, gönüllü olarak üzerime düşen sorumlulukları tamamen anladım. Bu çalışmayı istediğim zaman ve herhangi bir neden belirtmek zorunda kalmadan bırakabileceğimi ve bıraktığım taktirde herhangi bir olumsuzluk ile karşılaşmayacağımı anladım. Bu

koşullarda söz konusu araştırmayı kendi isteğimle, hiçbir baskı ve zorlama olmaksızın katılmayı kabul ediyorum.

☐ Kabul ediyorum.

Ek 2: Kişisel Bilgi Formu

Aşağıda kişisel bilgilerinize yönelik sorular yer almaktadır. Lütfen soruları size en uygun olacak şekilde yanıtlayınız.

1. Yaşınız:
2. Cinsiyetiniz:
   ☐Kadın
   ☐Erkek
   ☐Diğer _____
3. Eğitim Durumu:
   ☐Üniversite
   ☐Yüksek Lisans
   ☐Doktora
4. Okuduğunuz Bölüm:
5. Sınıfınız:
6. Aylık Gelir Düzeyi:
   ☐0-2000 TL
   ☐2000- 4000 TL
   ☐4000-6000 TL
   ☐6000-8000 TL
   ☐8000- + TL
7. İlişki Durumu:
   ☐İlişkisi var
   ☐İlişkisi yok

   Genel Bilgiler

8. Herhangi bir kronik rahatsızlığınız var mı?
   ☐ Evet
   ☐ Hayır
9. Herhangi bir ilaç kullanıyor musunuz?
   ☐ Evet
   ☐ Hayır
10. Tanı aldığınız herhangi bir psikolojik rahatsızlığınız var mı?
    ☐ Evet

☐ Hayır

11. Psikolojik rahatsızlığınız için herhangi bir ilaç kullanıyor musunuz?

☐ Evet

☐ Hayır

Sosyal Medya Kullanımı

12. En sık kullandığınız sosyal medya aracı hangisidir?

☐ Twitter

☐ Instagram

☐ Facebook

☐ Diğer _____

13. Günlük sosyal medya kullanım süreniz ne kadardır?

☐ 30 dakikadan az

☐ 30 dakika-1 saat

☐ 1-2 saat

☐ 2-3 saat

☐ 3-4 saat

☐ 4 saatten fazla

14. Sosyal medya hesaplarınızı hangi amaçla kullanıyorsunuz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)

☐ Kendimle ilgili fotoğraf/video paylaşımı yapmak

☐ Arkadaşımın gönderilerine yorum yapmak

☐ Beğendiğim hesapları takip etmek

☐ Beğendiğim hesapların fotoğraflarına/videolarına yorum yapmak

☐ Sohbet etmek

15. Sosyal medya hesaplarınızda sizi takip edenlerin sayısı sizin için ne kadar önemli?

☐ Önemli değil

☐ Az önemli

☐ Ne önemli ne önemsiz

☐ Önemli

☐ Çok önemli

16. Sosyal medya hesaplarınızda aldığınız beğeni sayısı sizin için ne kadar önemli?

☐ Önemli değil

☐ Az önemli

☐ Ne önemli ne önemsiz

☐ Önemli

☐ Çok önemli

17. Kullanmakta olduğunuz sosyal medya hesabınızda ortalama kaç kişiyi takip etmektesiniz?

_____

18. Kullanmakta olduğunuz sosyal medya hesabınızda ortala kaç kişi sizi etmektedir?

_____

19. Kullanmakta olduğunuz sosyal medya hesabınızda ünlüleri (moda sayfaları dahil) takip ediyor musunuz?

☐ Evet

☐ Hayır

20. Kullanmakta olduğunuz sosyal medya hesabınızda spor sayfalarını takip ediyor musunuz?

☐ Evet

☐ Hayır

21. Kullanmakta olduğunuz sosyal medya hesabınızda beslenme (diyet) sayfalarını takip ediyor musunuz?

☐ Evet

☐ Hayır

Ek 3: Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği

Lütfen aşağıdaki formu dikkatle okuyunuz. Sol kolondaki durumlarda duyduğunuz kaygının şiddetine göre, 1 ile 4 arasında puan veriniz. Sağ kolonda aynı durumlar tekrar sıralanmıştır. Bu defa bu durumlardan kaçınıyorsanız, kaçınmanın şiddetine göre yine 1 ile 4 arasında puan veriniz. Puanlamayı aşağıdaki tariflere göre yapınız.

Kaygı	Kaçınma
1: Yok ya da çok hafif	1: Kaçınma yok ya da çok ender
2: Hafif	2: Zaman zaman kaçınırım
3: Orta derecede	3: Çoğunlukla kaçınırım
4: Şiddetli	4: Her zaman kaçınırım

Kaygı	Puan	Kaçınma	Puan
1. Önceden hazırlanmaksızın bir toplantıda kalkıp konuşmak		**1.** Önceden hazırlanmaksızın bir toplantıda kalkıp konuşmak	
2. Seyirci önünde hareket, gösteri ya da konuşma yapmak		**2.** Seyirci önünde hareket, gösteri ya da konuşma yapmak	
3. Dikkatleri üzerinde toplamak		**3.** Dikkatleri üzerinde toplamak	
4. Romantik veya cinsel bir ilişki kurmak amacıyla birisiyle tanışmaya çalışmak		**4.** Romantik veya cinsel bir ilişki kurmak amacıyla birisiyle tanışmaya çalışmak	
5. Bir gruba önceden hazırlanmış sözlü bilgi sunmak		**5.** Bir gruba önceden hazırlanmış sözlü bilgi sunmak	
6. Başkaları içerdeyken bir odaya girmek		**6.** Başkaları içerdeyken bir odaya girmek	
7. Kendisinden daha yetkili biriyle konuşmak		**7.** Kendisinden daha yetkili biriyle konuşmak	
8. Satın aldığı bir malı ödediği parayı geri almak üzere mağazaya iade etmek		**8.** Satın aldığı bir malı ödediği parayı geri almak üzere mağazaya iade etmek	
9. Çok iyi tanımadığı birisine fikir ayrılığı veya hoşnutsuzluğun ifade edilmesi		**9.** Çok iyi tanımadığı birisine fikir ayrılığı veya hoşnutsuzluğun ifade edilmesi	
10. Gözlendiği sırada çalışmak		**10.** Gözlendiği sırada çalışmak	
11. Çok iyi tanımadığı bir kişiyle yüz yüze konuşmak		**11.** Çok iyi tanımadığı bir kişiyle yüz yüze konuşmak	
12. Bir eğlenceye gitmek		**12.** Bir eğlenceye gitmek	
13. Çok iyi tanımadığı birisinin gözlerinin içine doğrudan bakmak		**13.** Çok iyi tanımadığı birisinin gözlerinin içine doğrudan bakmak	
14. Yetenek, beceri ya da bilginin sınanması		**14.** Yetenek, beceri ya da bilginin sınanması	
15. Gözlendiği sırada yazı yazmak		**15.** Gözlendiği sırada yazı yazmak	
16. Çok iyi tanımadığı bir kişiyle telefonla konuşmak		**16.** Çok iyi tanımadığı bir kişiyle telefonla konuşmak	
17. Umumi yerlerde yemek yemek		**17.** Umumi yerlerde yemek yemek	
18. Evde misafir ağırlamak		**18.** Evde misafir ağırlamak	
19. Küçük bir grup faaliyetine katılmak		**19.** Küçük bir grup faaliyetine katılmak	

20. Umumi yerlerde bir şeyler içmek		**20.** Umumi yerlerde bir şeyler içmek	
21. Umumi telefonları kullanmak		**21.** Umumi telefonları kullanmak	
22. Yabancılarla konuşmak		**22.** Yabancılarla konuşmak	
23. Satış elemanının yoğun baskısına karşı koymak		**23.** Satış elemanının yoğun baskısına karşı koymak	

Ek 4: Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Ölçeği Kısa Formu

Yönerge: Aşağıda başka kişilerle iletişim halinde bulunduğunuzda, başkaları tarafından değerlendirilmeyle ilgili birtakım ifadeler bulunmaktadır. Bu ifadelerden her birini size uygun olacak şekilde verilen ölçek üzerinden değerlendiriniz.

	Hiç Uygun Değil	**Uygun Değil**	**Biraz Uygun**	**Uygun**	**Tamamen Uygun**
1. Önemli olmadığını bilsem de başkalarının hakkımda ne düşündüğü beni endişelendirir.	1	2	3	4	5
2. İnsanların benimle ilgili olumsuz izlenimleri olduğunu bilsem bile bunu umursamam.	1	2	3	4	5
3. Çoğu zaman insanların benim kusurlarımı fark edeceklerinden korkarım.	1	2	3	4	5
4.Başkalarının beni onaylamayacağından korkarım.	1	2	3	4	5
5. Diğer insanların bende bir kusur bulacaklarından korkarım.	1	2	3	4	5
6. Diğer insanların hakkımdaki düşünceleri beni rahatsız etmez.	1	2	3	4	5
7. Birileriyle konuşurken benim hakkımda ne düşünecekleri ile ilgili endişelenirim.	1	2	3	4	5
8. Genellikle başkaları üzerinde nasıl bir izlenim bıraktığımla ilgili olarak endişe duyarım.	1	2	3	4	5
9. Eğer birisi benimle ilgili bir değerlendirmede bulunursa, bu beni çok fazla etkilemez.	1	2	3	4	5
10. Bazen diğer insanların hakkımda ne düşündükleri ile ilgili olarak fazla endişelendiğimi düşünüyorum.	1	2	3	4	5
11. Çoğunlukla yanlış bir şey yapacağım ya da söyleyeceğim diye endişelenirim.	1	2	3	4	5

Ek 5: Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği

Yönerge: Aşağıda görünüşünüzle ilgili düşüncelerinizi yansıtabilecek birtakım özellikler verilmiştir. Bu özelliklerin sizi ne derece yansıttığını ya da sizin için ne derece doğru olduğunu, verilen ölçek üzerinden değerlendiriniz.

	Hiç Uygun Değil	**Uygun Değil**	**Biraz Uygun**	**Uygun**	**Tamamen Uygun**
1. Dış görünüşümle ilgili kendimi rahat hissederim.	1	2	3	4	5
2. Fotoğrafım çekilirken kendimi gergin hissederim.	1	2	3	4	5
3. İnsanlar doğrudan bana baktıklarında gerilirim.	1	2	3	4	5
4. İnsanların görünüşümden dolayı benden hoşlanmayacakları konusunda endişelenirim.	1	2	3	4	5
5. Yanlarında olmadığım zamanlarda insanların, görünüşümle ilgili kusurlarımı konuşacaklarından endişelenirim.	1	2	3	4	5
6. Görünüşümden dolayı insanların benimle vakit geçirmek istemeyeceklerinden endişelenirim.	1	2	3	4	5
7. İnsanların beni çekici bulmamalarından korkarım.	1	2	3	4	5
8. Görünüşümün yaşamımı zorlaştıracağından endişe duyarım.	1	2	3	4	5
9. Karşıma çıkan fırsatları görünüşümden dolayı kaybetmekten kaygılanırım.	1	2	3	4	5
10. İnsanlarla konuşurken görünüşümden dolayı gerginlik yaşarım.	1	2	3	4	5
11. Diğer insanlar görünüşümle ilgili bir şey söylediklerinde kaygılanırım.	1	2	3	4	5
12. Dış görünüşümle ilgili başkalarının beklentilerini karşılayamamaktan endişeleniyorum.	1	2	3	4	5
13. İnsanların görünüşümü olumsuz olarak değerlendirecekleri konusunda endişelenirim.	1	2	3	4	5
14. Diğer insanların görünüşümdeki bir kusurun farkına vardıklarını düşündüğümde kendimi rahatsız hissederim.	1	2	3	4	5
15. Sevdiğim kişinin görünüşümden dolayı beni terk edeceğinden endişe duyuyorum.	1	2	3	4	5
16. İnsanların görünüşümün iyi olmadığını düşünmelerinden endişeleniyorum.	1	2	3	4	5

KAYNAKÇA

Amerikan Psikiyatri Birliği, (2014), *Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal Elkitabı*, (Beşinci Baskı), (DSM-V) Tanı Ölçütleri Başvuru Elkitabı'ndan Çev. Köroğlu E., Hekimler Yayın Birliği.

Alicia, D., Nelly, B. (1998). Social Phobia: History, and Risk Factors, *Yayınlanmamış Bitirme Projesi*, Bard College.

Alkan, V. (2015). Akademik Ortamlarda Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Ölçeğinin Geliştirilmesi, *(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)*, Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Alkan, V., Çokluk-Bökeoğlu, Ö. (2020). Akademik Ortamlarda Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Ölçeğinin Geliştirilmesi, *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 7* (5), 302-318.

Akdemir, A., Cinemre, B. (1996). Sosyal Fobi: Epidemiyoloji, Eşlik Eden Hastalıklar, Klinik Gidiş, Prognoz, *3P Dergisi Sosyal Fobi Ek Sayısı, 4* (1): 11-17.

Aktan, E. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi, *Erciyes İletişim Dergisi, 5* (4), 405-421.

Amichai-Hamburger, Y. (2007). Internet and Well-Being, *Computers in Human Behavior, 23,* 893-897.

Altındiş, A. (2017). Sosyal Medya Ağları ve Sosyal Görünüm Anksiyetesi, *International Journal of Social Science, 64,* 227-235.

Arıkan, D., vd. (2013). Çocukluk Dönemlerinde Büyüme ve Gelişme: Pediatri

Arslantürk, Z., Amman, T. (2000). Sosyoloji, *Kaknüs Yayınları,* İstanbul.

Artvinli, E., Kaya, N. (2010). 1992 Uluslararası Coğrafya Eğitimi Bildirgesi ve Türkiye'deki Yansımaları, *Marmara Coğrafya Dergisi*, 22, 93-127.

Aslan, T. (2020). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kaygılarının Sosyal Medya Bağımlılıklarını Yordayıcı Rolünün İncelenmesi, *Yüksek Lisans Tezi,* Çağ Üniversitesi.

Avcı, M. (2019). Lise Öğrencilerinin Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Düzeyleri Öznel İyi Oluş Düzeyleri ile Sanal Zorbalık Düzeyleri Arasındaki Yordayıcı İlişkiler, *Yüksek Lisans Tezi,* T.C. İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi.

Ayan, A., Ünsar, A., S. (2015). Olumsuz Değerlendirilmekten Korkma Düzeylerinin Belirlenmesi: Bir Devlet Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Araştırma, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 4*(5), 274-276.

Babür, S. (1997). Parmenides Üzerine, *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, 4* (2), 305-320.

Barlow, D.H., Liebowitz, M.D., Zinbarg, R.E., vd. (1994). The DSM-IV Field Trial for Mixed Anxiety-Depression, *Am J Psychiatry*, *151,* 1153- 1162.

Basco, M.R., Bostic, J.Q., Davies, D., vd. (2000). Methods to Improve Diagnostic Accuracy in a Community Mental Health Setting, *Am J Psychiatry, 157*, 1599-1605.

Bayrak, H. (2020). 2020 Türkiye İnternet Kullanımı ve Sosyal Medya İstatistikleri. https://dijilopedi.com/2020-turkiye-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/

Bayraktutan, S.G. (2010). "Blog Ortamı ve Türkiye'de Blogosferdeki Akademik Entelektüeller Örneği", *Doktora Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,* Ankara Üniversitesi.

Bayraktutan, F. (2005). Aile İçi İlişkiler Açısından İnternet Kullanımı, *Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,* İstanbul Üniversitesi.

Beidel, D.C. (1998). Social Anxiety Disorder: Etiology and Early Clinical Presentation, *Journal of Clinical Psychiatry, 59* (17), 27-31.

Ben, S. (2017). İstanbul'da Yaşayan Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Anksiyete Düzeyleri ile Beden Algısı Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Sosyal Görünüş Kaygısı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, *Yüksek Lisans Tezi,* Haliç Üniversitesi.

Binark, M. (2009). Yeni Medya Dolayımlı İletişim Ortamında Olanakların ve Ol(a)mayanların Farkında Olmalı, https://yenimedya.wordpress.com/2010/01/03/yeni-medya-dolayimli-iletisim-ortaminda-olanaklarin-ve-olamayanlarin-farkinda-olmali/

Bögels, S. M., Alberts, M., & De Jong, Peter. J. (1996). Self-consciousness, self-focused attention, blushing propensity and fear of blushing. *Personality and Individual Differences, 21*(4), 575–580. Doi.10.1016/0191-8869(96)00100-6.

Burkovik, Y. (2016). Sosyal Fobi Görünen ve Görünmeyen Yüzleri, *Timaç Yayınları*.

Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E.K., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş., Demirel, F. (2013). Bilimsel Araştırma Yöntemleri, *Pegem Akademi.*

Carleton, R.N., McCreary, D.R., Norton, P.J., Asmudson, G.J.G. (2006). Brief Fear of Negative Evaluation Scale-Revised, *Depression and Anxiety, 23* (5), 297-303.

Caplan, S. E. (2002). Problematic Internet Use and Psychological Well-Being: Development of Theory-Based Cognitive-Behavioral Measurement Instrument, *Computers in Human Behavior, 18* (5), 533-575.

Caplan, S. E. (2005). A Social Skill Account of Problematic Internet Use, *Journal of Communication, 55* (4), 721-736.

Caplan, S. E. (2007). Relations Among Loneliness, Social Anxiety, and Problematic Internet Use, *Cyber Psycohology and Behavior*, *10* (2), 234-242.

Caplan, S. E. (2007). Theory and Measurement of Generalized Problematic Internet Use: A Two-Step Approach, *Computers in Human Behavior, 10* (2), 234-242.

Campbell, A., J. Vd. (2006). Internet Use By The Socially Fearful: Addiction or Therapy?, *Cyberpsychol and Behaviour 9*(1), 69-81.

Carruthers, S.E., Warnock-Parkes, E.L., Clark, D.M. (2019). Accessing Social Media: Help or Hindrance for People with Social Anxiety?, *Journal of Experimental Psychopathology,* 1-11.

Cenk, D., K. (2019). Genç Yetişkinlerde Yeme Tutumu ile Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, *Yüksek Lisans Tezi,* Üsküdar Üniversitesi.

Cevher, F.N., Buluş, M. (2007). Benlik Kavramı ve Benlik Saygısı: Önemi ve Geliştirilmesi, *Akademik Dizayn Dergisi, (2),* 52-64.

Ciba, B. (2018). Üniversite Öğrencileri Arasında Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Kaygı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, *Yüksek Lisans Tezi,* Yakın Doğu Üniversitesi.

Chan, Y.H. (2003). Biostatistics 102: Quantitative Data- Parametric & Non-parametric Tests, *Singapore Med J, 44* (8), 391-396.

Clark, D. M., Wells, A. (1995). Sosyal Fobinin Bilişsel Bir Modeli. RG Heimberg'de, MR Liebowitz, DA Hope ve FR Schneier (Ed.), Sosyal Fobi: Tanı, Değerlendirme ve Tedavi, *Guilford Press.*

Clark, D.M., McManus, F. (2002). Information Processing in Social Phobia, *Biological Psychiatry, 51* (1), 92-100.

Clayton, R.B., Osborne, R.E., Miller, B.K., Oberle, C.D. (2013). Loneliness, Anxiousness, and Substance Use as Predictors of Facebook Use. *Computers in Human Behavior, 29* (3), 687-693.

Cohen, L., Manion, L. (1997). Research Methods in Education, *Routledge,* London.

Çaçan, Ö. (2020). Olumsuz Değerlendirilme Korkusu ile Sosyal Anksiyete Belirtileri Arasındaki İlişkide Bilişsel Duygu Düzenleme Stratejilerinin Aracı Rolünün İncelenmesi, *Yüksek Lisans Tezi,* İstanbul Kent Üniversitesi.

Çakmak, E. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Düzeyleri ile Sosyal Görünüş Kaygısı Arasındaki İlişkinin Farklı Değişkenler Açısından Değerlendirilmesi, *Yüksek Lisans Tezi,* Beykent Üniversitesi.

Çelik, Y., Atilla, G. (2019). Üniversite Öğrencilerinde Kendini Sabotaj, Olumsuz Değerlendirilme Korkusu ve Benlik Saygısı, *Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9* (2), 177-198.

Çetin, B., Doğan, T., Sapmaz, F. (2010). Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Ölçeği Kısa Formu'nun Türkçe Uyarlaması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması, *Eğitim ve Bilim,* Cilt 35, Sayı 156.

Çınar, H., Keskin, N. (2015). Öğrencilerin Sosyal Görünüş Kaygısının Öğrenim Yeri Tercihlerine Etkisi, *Electronic Journal of Vocational Colleges, 14*, 457-464.

Çınar, H. (2019). Türkiye'deki Blogların Bilimsel Metin Türü Açısından İncelenmesi, *Yüksek Lisans Tezi,* Dokuz Eylül Üniversitesi.

Davidson, J.R.T., Hughes, D.L., George, L.K., Blazer, D.G. (1993). The Epidemiology of Social Phobia: Findings from the Duke Epidemiologic Catchment Area Study, *Psychological Medicine, 23* (03), 709.

Davidson, T., Farquhar, L.K. (2014). Correlates of Social Anxiety, Religion, and Facebook, *Journal of Media and Religion, 13* (4), 208-225.

Dedekli, E. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Sıklıkları ile Anksiyete, Anhedoni ve Dürtüsellik Düzeyleri Arasındaki İlişki, *Yüksek Lisans Tezi,* Üsküdar Üniversitesi.

Değirmenci, G., (2020). Sosyal Medya Kullanan Kadınlarda Sosyal Görünüş Kaygısı ile Psikolojik İyi Oluş İlişkisinin İncelenmesi, *Yüksek Lisans Tezi,* İstanbul Okan Üniversitesi.

Demir, E., Saatçioğlu, Ö., İmrol, F. (2016). Uluslararası Dergilerde Yayımlanan Eğitim Araştırmalarının Normallik Varsyımları Açısından İncelemmesi, *Eğitim Bilimleri Fakültesi, Ölçme ve Değerlendirme Bölümü,* Ankara Üniversitesi.

Dereboy, F. (1993). Kimlik Bocalaması: Anlamak, Tanımak, Ele Almak, *Özmert Ofset.*

Derman, O. (2008). Ergenlerde Psikososyal Gelişim, *Adolesan Sağlığı II Sempozyum Dizisi, 63*, 19-21.

Dijck, VJ., (2013). The Culture of Connevtivity: A Critical History of Socail Media, *Oxford University Press*, USA.

Dilbaz, N. (1997). Sosyal Fobi, *Psikiyatri Dünyası.*

Dilbaz, N. (2000). Sosyal Anksiyete Bozukluğu: Tan, Epidemiyoloji, Etiyoloji, Klinik ve Ayırıcı Tanı. *Klinik Psikiyatri, 2*(3).

Dilmen, N., Öğüt, S., (2006). Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşime İletişimsel Bilişim Yaklaşımı*, Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı Bildiri Kitabı,* Marmara Üniversitesi.

Dilsiz, A., Sungur, M, Z. (1995). "Sosyal Fobi", Anksiyete Monografları Serisi 5, *Hekimler Yayın Birliği*.

Durak, E.Ş., Durak, M., Kocatepe, U. (2015). Bilişsel Davranışçı Terapide Vaka Formülasyonu-Zorlayıcı ve Karmaşık Vakaların Tedavisi, *Nobel Yayın.*

Durar, E. (2018). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığının Depresyon ve Sosyal Fobi ile İlişkisi, *Kafkas Üniversitesi.*

Doğan, T. (2009). Bilişsel ve Kendini Değerlendirme Süreçlerinin Sosyal Anksiyete Açısından İncelenmesi, *Doktora Tezi,* Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Doğan, T. (2010). Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği'nin Türkçe Uyarlaması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 39,* 151-159.

Doğan, U., Tosun, N.İ. (2016). Lise Öğrencilerinde Problemli Akıllı Telefon Kullanımının Sosyal Kaygı ve Sosyal Ağların Kullanımına Aracılık Etkisi, *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8*.

Doğan, U., Çolak, T.S. (2016). Self-Concealment, Social Network Sites Usage, Social Appreance Anxiety, Loneliness of High School Students: a Model Testing, *Journal of Education and Training Studies, 4* (6), 176-183.

Engin, F., (2012). Web' in Gelişim Süreci, Dijital Kültür, *Anadolu Üniversitesi.*

Erol, G., Hassan, A. (2014). Gençlerin Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Medya Kullanımının Tatil Tercihlerine Etkisi, *Journal of International Social Research, 7* (31).

Fairbrother, N. (2002). The Treatment of Social Phobia- 100 Years Ago, *Behaviour Research and Therapy, 40* (11), 1291-1304.

Fardouly, J., Vartanian, L.R. (2015). Negative Comparisons About One's Appearance Mediate the Relationship Between Facebook Usage and Body Image, *Body Image, 12*, 82-88.

Ganesh Kumar, J., Athilakshmi, R., Maharishi, R., Maya, R. (2015). Relationship Between Fear of Negative Evaluation and Anxiety, *The International Journal of Indian Psycholog, 3* (1), 74-80.

Gökalp, P.G., Tükel, R., Solmaz, D., Demir, T., Kızıltan, E., Demir, D., Babaoğlu, A.N. (2001). Clinical Features and Co-Morbidity of Social Phobics in Turkey, *European Psychiatry, 16* (2), 115-121.

Gültekin, B., K., Dereboy, F. (2011). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Fobinin Yaygınlığı ve Sosyal Fobinin Yaşam Kalitesi, Akademik Başarı ve Kimlik Oluşumu Üzerine Etkileri, *Türk Psikiyatri Dergisi, 22* (3).

Güloğlu, B., Karaırmak, Ö. (2010). Üniversite Öğrencilerinde Yalnızlığın Yordayıcısı Benlik Saygısı ve Psikolojik Sağlamlık, Ege Eğitim Dergisi, 2 (11), 73-88.

Gümüş, A. E., (2010). Sosyal Kaygı ile Başa Çıkma, *Nobel Yayın Dağıtım.*

Gümüş, A.E., (2006). Sosyal Kaygının Benlik Saygısına ve İşlevsel Olmayan Tutumlara Göre Yordanması, *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi, 3* (26), 63-75.

Gümüş, A. E. (1997). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Kaygı Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü,* Gazi Üniversitesi.

Gürbüz, A., (2019). Sosyal Medyaya ve Sosyal Medyadaki Reklamlara Verilen Değerin Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi: Instagram Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma, *Yüksek Lisans Tezi,* Kilis Yedi Aralık Üniversitesi.

Harmancı, H., Dayıoğlu, H., Kırkpınar, S.N. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığı ile Olumlu Değerlendirilme Korkusu ve Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, *Karatay Sosyal Araştırmalar Dergisi, 3*, 248-251.

Hart, T.A., Flora, D.B., Palyo, S.A., Fresco, D.M., Holle, C., Heimberg, R.G. (2008). Development and Examination of the Social Appearance Anxiet Scale, *Journal of Sport and Exercise Psychology, 11* (1), 94-104.

Hawes, T., Zimmer-Gembeck J.M., Campbell, S.M., (2020). Unique Associations of Social Media Use and Online Appearance Preoccupation with Depression, Anxiety, and Appearance Rejection Sensitivity, *School of Applied Psychology,* Griffith University.

Heimberg, R.G., Horner, K.J., Juster, H.R., Safren, S.A., Brown, E.J., Schneier, F.R., Liebowitz, M.R. (1999). Pyschometric Properties of the Liebowitz Social Anxiety Scale, *Psychological Medicine, 29,* 199-212.

Heimberg, R.G., Liebowitz, M.R., Hope, D.A., Schneier, F.R. (1995). Social Phobia: Diagnosis, Assesment and Treatment, *Gullford Pres.*

Heimberg, R.G., Holt, C.S., Schneier, F.R. Spitzer, R.L., Leibowitz, M.R. (1993). The Issue of Subtypes in the Diagnosis of Social Phobia, *Journal of Anxiety Disorders, 7* (3), 249-269.

Hudson, J.L., Rapee, R.M. (2000). The Origins of Social Phobia, *Behavior Modification, 24* (1), 102-129.

İnan, A., (2000). İnternet El Kitabı, *Sistem Yayıncılık.*

İnce, M., Koçak, M.C., (2017). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi Örneği, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7*(2).

İnce, M., Castells, M. (2006). Manuel Castells'le Söyleşiler. (çev, Kılıç, E.,), *Bilgi Üniversitesi Yayınları.*

İzci, B. (2018). İstanbul Gelişim Üniversitesi Öğrencilerinde Sosyal Fobi Yaygınlığı ile Akademik Başarı Oranları Arasındaki İlişki, *Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,* İstanbul Gelişim Üniversitesi.

İzgiç, F., Akyüz, G., Doğan, O., Kuğu, N. (2000), Üniversitelerde Sosyal Fobi Yaygınlığı, *Anadolu Psikiyatri Dergisi, 1* (4), 207-214.

Judd, L.L. (1994). Social Phobia: A Clinical Overview, *The Journal of Clinical Psyciatry, 55* (6), 5-9.

Karadoğan, E.D., Akbıçak, A. (2017). Dijital Aktivizm Platformu Change.org'da Başarıya Ulaşmış Kampanyalara Yönelik Bir Çalışma, *International e-Journal, 4* (7), 269-288.

Kalaycı, Ş. (2014). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri (6. Baskı), *Asil Yayın Dağıtım*, 75-200.

Karahan, F., Sardoğan, M.E. (2004). Psikolojik Danışma ve Psikoterapide Kuramlar, *Deniz Kültür Yayınları,* İstanbul.

Karasar, N. (2013). Bilimsel Araştırma Yöntemi, *Nobel Yayıncılık,* Ankara.

Karaşar, B., Öğülmüş, S. (2016). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Onay İhtiyacının Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi, *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 29* (2), 469- 495.

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

Kessler, R.C., McGonagle, K.A., Zhao, S. (1994). Lifetime and 12 Month Prevalence of DSM-III-R Psychiatric Disorders in the United Stetes, *Arch of Gen Psychiatry, 51* (1), 8-19.

Kılıç, E. Sosyal Kaygı Bağlamında Sosyal Medya Kullanımı, *Uşak Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Medya Bölümü 4. Sınıf Öğrencisi*.

Kılıç, Z., Durat, G. (2017). Üniversite Öğrencilerinde Problemli İnternet Kullanımının Genel Psikolojik Belirtileri ve Sosyal Fobi ile İlişkisi, *Sakarya Tıp Dergisi 7* (2), 97-104.

Kıran, S., Küçükbostancı, H., Emre, İ. E. (2020). Sosyal Medya Kullanımının Kişiler Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi, *Bilişim Teknolojileri Dergisi, 13* (4), 435-441.

Kietzmann, J.H., Hermkens, K., McCarthy, I.P., Silvestre, B.S. (2011). Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media, *Business Horizons, 54,* 241-251.

Kulaksızoğlu, A. (2009). Ergenlik Psikolojisi, *Remzi Kitabevi,* İstanbul.

Koç, M. (2004). Gelişim Psikolojisi Açısından Ergenlik Dönemi ve Genel Özellikleri, *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1* (7), 231-238.

Köknel, Ö. (1999). Depresyon, *Altın Kitaplar Yayınevi,* İstanbul.

Last, C.G., Perrin, S., Hersen, M., Kadzin, A.E., (1992). DSM-III-R Anxiety Disorders in Children: Sociodemographic and Clinical Characteristics, *Journal of the American Academy of Child & Adolescent Psychiatry*, 31 (6), 1070-1076.

Lee, S.B., Lee, K.K., Paik, K.C., Kim, H.W., Shin, S.K. (2001). Relationship Between Internet Addiction and Anxiety, Depression, and Self Efficacy in Middle and High School Studenst, *Journal of Korean Neuropsyciatric Association, 40* (6), 1174-1184.

Leary, M.R. (1983). A Brief Version of the Fear of Negative Evaluation Scale. *Personality and Social Psychology Bulletin, 9* (3), 371-375.

Leary, M.R., Kowalski, R.M., Campbell, C.D. (1988). Self-presentational Concerns and Social Anxiety: The Role of Generalized Impression Expectancies, *Journal of Research in Personality, 22* (3), 308-321.

Lépine, J.P. (1993). Diagnosis and Epidemiology of Social Phobia, *European Neuropsychopharmacology, 3* (3), 186-187.

Levinson, DJ. (1986). A Conception of Adult Development, *American Psychologist, 41* (1), 3-13.

Levinson, C.A., Rodebaugh, T.L., White, E.K., Menatti, A.R., Weeks, J.W., Iacovino, J.M., Warren, C.S. (2013). Social Appearance Anxiety, Prefectionism, and Fear of Negative Evaluation. Distinct or Shared Risk Factors for Social Anxiety and Eating Disorders?, *Appetite, 67,* 125-133.

Liang, G., Fu, W., Wang, K. (2019). Analysis of T-Test Misuses and SPSS Operations in Medical Research Papers, *Burns & Trauma,* 7:31.

Liebowitz, M.R. (1985). Social Phobia, *Archives of General Psychiatry, 42* (7), 729.

Liebowitz, M.R. (1987). Social Phobia, *Modern Problems of Pharmacopsychiatry, 22*, 141-173.

Liebowtiz, M.R., Barlow, D.H., Brown, T.A. (1994). The Empirical Basis of Generalized Anxiety Disorder, *Am J Psychiatry, 151*, 1272-1280.

McKillup, S. (2012). Statistics Explained: An Introductory Guide for Life Scientists (Second Edition), *United States: Cambridge University Press.*

McKinney, A.P. (2003). Goal Orientation: A Test of Competing Models (Doktore Tezi), *Available from ProQuest Dissertations and Theses Database*, (UMI No. 3157771).

Memik, N.C., Yıldız, Ö., Tural, Ü., Ağaoğlu, B. (2011). Sosyal Fobinin Yaygınlığı: Bir Gözden Geçirme, *Nöropsikiyatri Arşivi, 48* (3), 4-10.

Miller, R.G. (1969). Simultaneous Statistical Inference, *McGraw-Hill*.

Mulkens, S., de Jong, P.T., Dobbelaar, A., Bögels, S.M. (1999). Fear of Blushing: Fearful Preoccupation Irrespective of Facial Coloration, *Behaviour Research and Therapy, 37* (11), 1119-1128.

Noyan, H., Berk, S. (2007). Ergenlerde Sosyal Fobi, İçe ve Dışa Dönük Kişilik Özellikleri ve Okul Başarı Durumu, *Psikoloji Çalışmaları Dergisi, 27*, 31-50.

Oran, N. (2020). Yetişkinlerde Sosyal Medya Kullanımının Sosyal Kaygı Belirtileri ve Kişiler Arası İlişki Kurma ile İlişkisinin Değerlendirilmesi, *Yüksek Lisans Tezi,* İstanbul Gelişim Üniversitesi.

Özgüven, H.D., Sungur, M.Z. (1998). Sosyal Fobi, *Türk Psikiyatri Dergisi, 9* (2), 128-136.

Parlak, A. (2005). İnternet ve Türkiye'de İnternetin Gelişimi, *Bitirme Ödevi,* Fırat Üniversitesi.

Pera, A. (2020). The Psychology of Addictive Smartphone Behavior in Young Adults: Problematic Use, Social Anxiety, and Depressive Stress, *Department of Teacher Training*, University of Craiova.

Rapee, R.M., Heimberg, R.G. (1997). A Cognitive-Behavioral Model of Anxiety in Social Phobia, *Behaviour Research and Therapy, 35* (8), 741-756.

Savcı, M. (2017). Ergenlerin Sosyal Zekâ, Sosyal Kaygı, Akran İlişkileri, İnternet Bağımlılığı ve Sosyal Bağlılık Düzeyleri Arasındaki İlişkiler, *Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü,* Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.

Smidt, R.K., Levine, D.M. and Ramsey, P.P. (2001). *Applied Statistics,* Prentice Hall.

Soykan, Ç., Özgüven, H., Gençöz, T. (2003). Liebowitz Social Anxiety Scale: The Turkish Version, *Pyschological Reports, 93*, 1059-1069.

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

Schneier, F.R., Johnson, J., Hornig, C.D. (1992). Social Phobia, Comorbidity and Morbidity in an Epidemiologic Sample, *Arch Gen Psyciatry, 49* (4), 282-288.

Şakar, Ş.Ş. (2021). Çevrimiçi Oyun Bağımlılığı Düzeyinin Sosyal Fobi ve Sosyal Görünüş Kaygısıyla İlişkisi, *Yüksek Lisans Tezi,* İstanbul Gelişim Üniversitesi.

Şencan, H. (2005). Güvenilirlik ve Geçerlilik, *Seçkin Yayınları.*

Şahin, S., (2019). Sosyal Fobi Belirti Düzeyinin Kendine Yansıtma ve İçgörü ile İlişkisi, *Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,* Üsküdar Üniversitesi.

Tabachnick, B.G. and Fidell, L.S. (2013*).* Using Multivariate Statistics (sixth edition), *Pearson.*

Taşan, R. (2018). Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Perspektifinden Yaşlıların Sosyal Medya Kullanım Motivasyonları: Tazelenme Üniversitesi Örneği, *Yüksek Lisans Tezi,* Akdeniz Üniversitesi.

Taşgit, M. S. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Benlik Saygısı ve Karar Verme Düzeylerinin İncelenmesi, *Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi,* Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi.

Tekbıyık, A. (2015). İlişkisel Tarama Yöntemi, M. Metin. (Editör), *Kuramdan Uygulamaya Eğitimde Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, 99-114.

Tumenjargal, S. (2019). Yeni Medya ve Televizyon Yayıncılığı Etkilişimi, *Yüksek Lisans Tezi,* Akdeniz Üniversitesi.

Turan, M, Çilli, A.S., Aşkın, R., Herken, H., Kaya, N., Kucur, R. (2000). Sosyal Fobinin Diğer Psikiyatrik Hastalıklarla Birlikteliği, *Klinik Psikiyatri, 3* (3), 170-175.

Topçu-Aydın, A. (2004). Sosyal Fobi Olgularında Aile İçi Yaşantıların İncelenmesi, *Basılmamış Doktora Tezi,* İstanbul Üniversitesi.

TÜİK, (2021). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması,* https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437.

TÜİK, (2020). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması,* https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2020-33679.

TÜİK, (2019). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması,* https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2019-30574.

TÜİK, (2018). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması,* https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2018-27819.

TÜİK, (2016). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması,* https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2016-21779.

TÜİK, (2013). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması,* https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2013-13569.

Türkçağar, H.M., Taymur, İ. (2012). Kişilik Tanımı, Sınıflaması ve Değerlendirmesi, *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar, 4* (2), 154-177.

Türkçapar, H.M. (1999). "Sosyal Fobinin Psikolojik Kuramı", *Klinik Psikiyatri Dergisi.*

Tütar R. (2018). Sosyal Medya Kullanıcılarının Sosyal Görünüş Kaygısı ve Mutluluk Açısından İncelenmesi, *Yüksek Lisans Tezi,* Beykent Üniversitesi.

Uzun, Ö. (2016). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Fobi, İçe ve Dışa Dönük Kişilik Özellikleri ve Okul Başarı Durumu, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Üsküdar Üniversitesi.

Uzun, V., Gözükara, E., Bilgin, M. (2019). Bazı Sosyal Medya Değişkenleri Açısından Ergen ve Genç Yetişkinlerin Fomo Düzeylerinin İncelenmesi, *International Journal of Arts & Social Studies Dergisi,* ISSN: 2667-436X, *2* (2), 43-59.

Ürün, Ö.D., Şafak Öztürk, C. (2020). Yetişkin Bireylerde Sosyal Görünüş Kaygısı ile Sosyal Kaygı, Benlik Saygısı ve Yaşam Doyumu Arasındaki İlişkiler, *Adnan Menderes Üniversitesi Sağlık Bilimler Fakültesi Dergisi, 4* (1), 37-45.

Vannucci, A., Flanner, K.M., Ohannessian, C.M. (2017). Social Media Use and Anxiety in Emerging Adults, *Journal of Affective Disorders, 207*, 163-166.

Vural, B.A., Bat, M. (2010). *Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya*: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma, *Journal of Yasar University, 20* (5), 3348-3382.

Watson, D., Friend, R. (1969). Measurement of Social-Evaluative Anxiety, *Journal of Consulting and Clinical Psychology, 33* (4), 448-457.

Weeks, J.W., Heimberg, R.G., Rodebaugh, T.L., Norton, P.J. (2008). Exploring the Relationship Between Fear of Positive Evaluation and Social Anxiety, *Journal of Anxiety Disorders, 22* (3), 386-400.

Weinstein, A., Lejoyeux, M. (2010). Internet Addiction or Excessive Internet Use, The American Journal of Drug and Alcohol Abuse, 36 (5), 277-283.

Wittchen, H.U., Fehm, L. (2001). Epidemiology, Patterns of Comorbidity, and Associated Disabilities of Social Phobia, *Psychiatric Clinics of North America, 24* (4), 617-641.

Wittchen, H.U., Fehm, L. (2003). Epidemiology and Natural Course of Socail Fears and Social Phobia, *Acta Psychiatrica Scandinavica, 108* (s417), 4-18.

Whang, L.S.M., Lee, S., Chang, G. (2003). Internet Over-Users' Psychological Profiles; A Behavior Sampling Analysis on Internet Addiction, *Cyberpsychology & Behavior, 6* (2), 143-150.

Yeğen, C. (2013). Demokratik ve Yeni Bir Kamusal Alan Olarak Sosyal Medya, *Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimleri Dergisi, 1* (2), 119-133.

Yıldırım, T., Çırak, Y., Konan, N. (2011). Social Anxiety Among Candidate Teachers, *Inonu University Journal of the Faculty of Education, 12* (1), 85-100.

Yıldız, A., Demir, M. (2016). Üniversite Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Örneği, *Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırma Dergisi Özel Sayı, 17*(37).

Yılmaz, E., D., (2020). Sosyal Medya Kullanan Gençlerin Yetişkin Bireylerde Beden Algısı ve Sosyal Görünüş Kaygısının İncelenmesi, *Yüksek Lisans Tezi,* Yakın Doğu Üniversitesi.

Yiğiter, K. (2012). Rekreatif Etkinliklerin Üniversite Öğrencilerinde Algılanan Problem Çözme Becerici ve Benlik Saygısı Düzeylerine Etkisi, *Doktora Tezi,* Kocaeli Üniversitesi.

Zimmerman, M., Mattia, J.I. (1999). Psyciatric Diaognosis in Clinical Practice: Is Comorbidty Being Missed?, *Compherensive Psychiatry, 40* (3), 182-191.

Zorbaz, O. (2013). Lise Öğrencilerinin Problemli İnternet Kullanımının Sosyal Kaygı ve Akran İlişkileri Açısından İncelenmesi, *Yüksek Lisans Tezi,* Hacettepe Üniversitesi.