TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI

ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA KULLANIMI İLE SOSYAL KAYGI DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Muhammed Mustafa GÜZEL

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ADANA / 2019

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI

ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA KULLANIMI İLE SOSYAL KAYGI DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Muhammed Mustafa GÜZEL

Danışman : Doç. Dr. Mehmet BİLGİN
Jüri Üyesi : Prof. Dr. Kamuran ELBEYOĞLU
Jüri Üyesi : Dr. Öğr. Üyesi Metehan ÇELİK

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ADANA / 2019

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne;

Bu çalışma, jürimiz tarafından Eğitim Bilimleri Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Başkan: Doç. Dr. Mehmet BİLGİN
(Danışman)

Üye: Dr. Öğr. Üyesi Metehan ÇELİK

Üye: Prof. Dr. Kamuran ELBEYOĞLU

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim elemanlarına ait olduklarını onaylarım.
……/……/2019

Prof. Dr. Serap ÇABUK
Enstitü Müdürü

NOT: Bu tezde kullanılan ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'ndaki hükümlere tabidir.

ETİK BEYANI

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu,

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim. …./…./2019

Muhammed Mustafa GÜZEL

ÖZET

ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA KULLANIMI İLE SOSYAL KAYGI DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Muhammed Mustafa GÜZEL

Yüksek Lisans Tezi, Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı
Danışman: Doç. Dr. Mehmet BİLGİN
Temmuz 2019, 90 sayfa

Bu araştırmanın amacı, ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ile sosyal kaygı düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemektir.

Araştırmanın örneklemi Adana ilinin Çukurova, Seyhan, Yüreğir ve Sarıçam ilçe sınırları içerisindeki Milli Eğitim Bakanlığı' na bağlı devlet okullarının ortaokul kademesinden tabakalı ve seçkisiz örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Araştırmaya 9 – 16 yaş aralığında, 226 kız 223 erkek olmak üzere toplam 449 öğrenci katılmıştır. Öğrencilere Demir (1997) tarafından geliştirilen "Çapa Çocuk ve Ergenler İçin Sosyal Fobi Ölçeği" ile araştırmacı tarafından hazırlanan "Kişisel Bilgi Formu" kullanılarak veriler elde edilmiştir. Verilerin analizinde sosyal medya kullanım saatleri, sosyal medya kullanım amaçları ve sahip olunan sosyal medya hesaplarının sosyal kaygı düzeylerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını anlamak için tek yönlü varyans analizi ANOVA kullanılmıştır.

Yapılan araştırmada sosyal ağ kullanım sürelerine ile sosyal kaygı düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Araştırmada 7 saat ve üzeri sosyal ağ kullanan ile sosyal ağ kullanmayan grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Söz konusu farklılık 7 saat ve üzeri sosyal ağ kullananların lehine olduğu saptanmıştır.

Sosyal ağ kullanım amaçları ile sosyal kaygı düzeyi arasındaki ilişkide "Fotoğraf paylaşmak", "Video paylaşmak", "Boş zamanlarını geçirmek" amaçları ile sosyal fobi düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. "Yeni arkadaşlar edinmek", "Çevrimiçi sohbet etmek", "Yorum yapmak", "Bilgi edinmek", "Haber paylaşmak", "Oyun oynamak", "Tanıdıklarıyla iletişim kurmak", "Arkadaşlarının ne yaptığını kontrol etmek" amaçları ile sosyal fobi düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Kullanılan sosyal medya hesaplarının sosyal kaygı ile ilişkisinde “Youtube”, “Tumblr”, “Pinterest” hesapları için sosyal kaygı ile anlamlı farklılıkların olduğu bulunmuştur. Ancak “Facebook", “Twitter”, “Google +”, “Instagram”, “Foursquare”, "Vine”, “Blogspot”, “Skype”, “Whatsapp” kullanımı ile sosyal kaygı düzeyleri arasında anlamlı farklılık bulunamamıştır.

Keywords: Sosyal Fobi, Sosyal Kaygı, sosyal medya, sosyal ağlar, ortaokul,

ABSTRACT

THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL MEDIA USAGE AND THE LEVELS OF SOCIAL ANXIETY OF SECONDARY SCHOOL STUDENTS

Muhammed Mustafa GÜZEL

Master Thesis, Department of Educational Sciences
Advisor: Assoc. Prof. Dr. Mehmet BİLGİN
July 2019, 90 pages

The aim of this research is to examine the relationship between Social Media usage and the levels of Social Anxiety of secondary school students.

The sample of the research was determined by stratified and random sampling method from the middle school level of the state schools of the Ministry of National Education in the districts of Çukurova, Seyhan, Yüreğir and Sarıçam. 226 girls, 223 boys totally 449 students aged between 9-16 have participated in the research. The data was obtained by using the " Çapa Social Phobia Scale for Children and Adolescents" developed by Demir(1997) and the " Personal Information Form" prepared by the researcher. In the analysis of the data, one-way analysis of variance ANOVA was used to understand whether or not Social Media hours used, Social Media purposes and the number of Social Media accounts owned differ according to Social Anxiety levels.

According to the research, it has been found out that there is a significant relationship between Social Network using time and Social Anxiety level. In the research, it has been detected that the students who use the social network for 7 hours or more have a higher level of social anxiety than the ones who never use it or use the social network for 1-3 hours, 3-5 hours or 5-7 hours a day.

In the relationship between Social Network usage purposes and the Social Anxiety level, it has been found out that there is a significant relationship between " Sharing photos", " Sharing videos" and "Spending free time" purposes and their Social Phobia levels. On the other hand, no meaningful relationship has been found between '' Making new friends'', ''Chatting online'', '' Commenting'', '' Getting information'', ''Sharing

news'', ''Playing games'','' Keeping in touch with acquaintances'' and '' Checking what friends are doing'' purposes and Social Phobia levels.

In the relationship between Social Media accounts used and Social Anxiety, ''Youtube'', '' Tumblr'' and '' Pinterest'' accounts have been found to have significant differences with social anxiety. However, no meaningful differences have been found between ''Facebook'', '' Twitter'', '' Google+'','' Instagram'', '' Foursquare'', '' Vine'', '' Blogspot'', '' Skype'' and '' Whatsapp'' usage and Social Anxiety levels.

Keywords: Social phobia, Social anxiety, Social media, social network, secondary school, middle school

ÖNSÖZ

Bu çalışmanın amacı ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ile sosyal kaygı düzeyleri arasındaki ilişkisini incelemektir. Araştırmada ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanım süreleri, sosyal medyayı kullanım amaçları ve sahip oldukları sosyal medya hesaplarına göre sosyal fobi (kaygı) düzeyleri arasında anlamlı fark olup olmadığı araştırılmıştır.

Çalışmamda bana bilgi ve tecrübeleriyle yol gösteren, sabır ve anlayışlarından dolayı başta değerli tez danışmanım Doç. Dr. Mehmet BİLGİN' e sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Tezimi okuyup, önerileri ve geri bildirimleriyle katkı sağlayan değerli jüri üyeleri Prof. Dr. Kamuran ELBEYOĞLU' na ve Dr. Öğr. Üyesi Metehan ÇELİK' e çok teşekkür ederim.

Çalışmalarımın her aşamasında yanımda olan, bana güvenen, her zaman beni destekleyen sevgili eşim ve meslektaşım Huriye GÜZEL' e ve neşe kaynağımız, benim biricik oğlum Ahmet Aden GÜZEL' e sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

Son olarak benden desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen ve beni bugünlere getiren değerli annem Ayşe GÜZEL' e, rahmetli babam Ahmet GÜZEL'e, ablam Filiz TÜRKMEN' e, ağabeylerim İhsan ve Atilla GÜZEL'e, yeğenlerime, tüm aile bireylerine ve tüm değerli arkadaşlarıma teşekkür ederim.

M. Mustafa GÜZEL

ADANA, 2019

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET ..... **iv**
ABSTRACT ..... **vi**
ÖNSÖZ ..... **viii**
TABLOLAR LİSTESİ ..... **xii**
ŞEKİLLER LİSTESİ ..... **xiii**
EKLER LİSTESİ ..... **xiv**

BÖLÜM I

GİRİŞ

1.1.Problem Durumu 1
1.2. Araştırmanın Amacı 6
1.2.1 Alt Amaçlar 6
1.3. Araştırmanın Önemi 6
1.4. Sayıltılar 9
1.5. Sınırlılıklar 9
1.6. Tanımlar 9

BÖLÜM II

KURAMSAL AÇIKLAMALAR VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. Kuramsal Açıklamalar 10
2.1.1. Sosyal Fobi Tarihsel Gelişimi ve Sosyal Fobi Kavramı……..10
2.1.2. Sosyal Fobi ile ilişkili Kuramsal Yaklaşımlar…….……...…….12
2.1.2.1 Psikanalitik Yaklaşım……..……...…..12
2.1.2.2. Davranışçı Yaklaşım…….13
2.1.2.3. Bilişsel Yaklaşım……..13
2.1.2.4. Kendilik Sunumu (Self Presentation) Modeli……..……..……14
2.1.2.5. Akılcı- Duygusal Davranış Modeli……...…15
2.1.2.6. Biyolojik Faktörler……..……16
2.1.3. Sosyal Medya 16
2.1.3.1. Sosyal Medya Kavramı 16
2.1.3.2. Sosyal Medyanın Tarihsel Gelişimi 17
2.1.3.3. Sosyal Medyanın Özellikleri 20
2.1.3.4. Sosyal Medya Araç ve Uygulamaları 20

2.1.3.5. Sosyal Ağlar.....21
2.1.3.5.1. Facebook.....22
2.1.3.5.2. Twitter.....24
2.1.3.5.3. Youtube.....25
2.1.3.5.4. Google +.....25
2.1.3.5.5. Vine.....26
2.1.3.5.6. Instagram.....27
2.1.3.5.7. Blogspot.....27
2.1.3.5.8. Tumblr.....28
2.1.3.5.9. Pinterest.....29
2.1.3.5.10. Foursquare.....30
2.1.3.5.11. Skype.....31
2.1.3.5.12. Whatsapp.....31
2.1.4. İlgili Araştırmalar.....32

BÖLÜM III

YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Modeli.....44
3.2. Evren ve Örneklem.....44
3.3. Veri Toplama Araçları.....47
3.3.1. Kişisel Bilgi Formu.....48
3.3.2. Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği.....48
3.4. Verilerin Toplanması.....48
3.5. Verilerin Analizi.....49

BÖLÜM IV

BULGULAR

4.1. Sosyal ağ kullanım sürelerine göre Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği puanı ortalamaları arasında anlamlı fark var mıdır?.....50
4.2. Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarına Göre Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği Puanı Ortalamaları Arasında Anlamlı Fark Var Mıdır?.....51
4.3. Kullanılan Sosyal Medya Hesaplarına Göre Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği Puanı Ortalamaları Arasında Anlamlı Fark Var Mıdır?.....57

BÖLÜM V

TARTIŞMA VE YORUM

5.1. Sosyal Ağ Kullanım Sürelerine Göre Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği Puanları Ortalamaları Arasında Anlamlı Bir Fark Olup Olmadığına İlişkin Tartışma Ve Yorum 62
5.2. Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarına Göre Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği Puanları Ortalamaları Arasında Anlamlı Bir Fark Olup Olmadığına İlişkin Tartışma Ve Yorum 64
5.3. Kullanılan Sosyal Medya Hesaplarına Göre Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği Puanları Ortalamaları Arasında Anlamlı Bir Fark Var Olup Olmadığına İlişkin Tartışma Ve Yorum 67

BÖLÜM VI

SONUÇ VE ÖNERİLER

6.1. Sonuçlar 70
6.2. Öneriler 71
6.2.1. Uygulamaya Yönelik Öneriler 71
6.2.2. İleride Yapılacak Araştırmalara Yönelik Öneriler 72

KAYNAKÇA 73
EKLER 87
ÖZGEÇMİŞ 90

TABLOLAR LİSTESİ

Sayfa

Tablo 1. Katılımcıların Cinsiyete ve Yaşlarına Ait Betimsel Değerler 45
Tablo 2. Katılımcıların Sosyal Ağları Kullanım Saatlerine İlişkin Betimsel Değerler 45
Tablo 3. Katılımcıların Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarına İlişkin Betimsel Değerler 46
Tablo 4. Katılımcıların Kullandıkları Sosyal Medya Hesaplarına İlişkin Betimsel Değerler 47
Tablo 5. Ergenlerin Sosyal Ağları Kullanım Sürelerinin Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği Puanlarına Göre Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri 50
Tablo 6. Öğrencilerin Sosyal Ağları Kullanım Sürelerinin Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeğine Göre ANOVA Sonuçları 51
Tablo 7. Öğrencilerin Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarının Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği Puanlarına Göre Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri 54
Tablo 8. Öğrencilerin Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarının Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeğine Göre ANOVA Sonuçları 56
Tablo 9. Öğrencilerin Sosyal Medya Hesaplarının Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği Puanlarına Göre Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri 58
Tablo 10. Öğrencilerin sahip oldukları Sosyal Medya Hesaplarının Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeğine Göre ANOVA Sonuçları 60

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa

Şekil 1. Bazı önemli sosyal ağ sitelerinin başlangıç çizelgeleri ile sosyal ağ siteleri özellikleriyle topluluk sitelerinin yeniden başlama çizelgeleri…….……..19

EKLER LİSTESİ

Sayfa

EK 1. Kişisel Bilgi Formu.....87
EK 2. Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği.....89

BÖLÜM I

GİRİŞ

1.1. Problem Durumu

Tüm dünyayı etkilemiş olan internet temelde Amerika Birleşik Devletleri ile Sovyet Rusya arasındaki soğuk savaşın bir ürünüdür. Sovyetlerin yapay uydusu Sputnik' i uzaya fırlatmasının ardından ABD teknolojinin orduda iyi bir şekilde oluşturulabilmesi için ARPA' yı (Advenced Research Projects Agency) hayata geçirmiştir. Yaşanılan bir takım sorunların ardından daha sonra oluşturulan bilgisayar sistemiyle ARPANET adını almıştır (Çakmak, 2018).

1975 yılında daha işlevsel hale gelen Arpanet birçok organizasyon katılımının ardından, uzaktaki veriye erişim, dosya alma ve gönderme, özellikle de elektronik posta amaçları kapsamında kullanılmıştır (Yılmazsoy, 2018).

İlerleyen zamanda 2' ye ayrılan Arpanet, sivil kullanım için NSFNET, askeri amaç içinse Military Net oluşturulmuştur. 1995 yılında ise NFS projeden tamamen ayrılmış ve özel girişimler desteklenmiştir (İnternet'in Tarihçesi, 2018).

Ülkemizde ise 1986 yılında TÜVEKA (Türkiye Üniversiteler ve Araştırma Kurumları Ağı) projesi ortaya çıkmış, 1991' de TÜVEKA' nın birçok alanda yetersiz kalması sonucu ODTÜ ve TÜBİTAK ile yeni bir ağ tesis edilmiş proje sonunda ise yeni ağ ve bağlantılar meydana getirilmiştir. Böylece birçok kamu kuruluşu ve Üniversite ODTÜ üzerinden internet erişimi sağlamıştır (Çetinkaya ve Denizci, 2015).

Günümüzde artık internet, çok eski bir geçmişe sahip olmamasına rağmen kullanım amaç ve alanları doğrultusunda dünya ve ülkemizde önemli bir konumdadır. Eğitim, ticaret, iletişim kurma ve eğlence gibi alanlarda internet günümüzün vazgeçilmezleri arasına girmiştir. TÜİK verilerine göre 2014 – 2018 yılları arası düzenli internet kullanan bireylerin oranı sürekli olarak artış göstermektedir. Ülkemizde düzenli internet kullanan birey oranı 2018 yılında yüzde 69,1' dir. Bireylerin internetin bir ürünü olan sosyal medyayı son üç ay içinde kişisel kullanım amaçları doğrultusunda bakıldığında, profil oluşturma, mesaj gönderme veya fotoğraf vb. konularda içerik paylaşma oranı 84,1' dir. Bu araştırmaların bulgularına bakıldığında, son zamanlarda kişiler internet üzerinde sosyal medyayı oldukça fazla kullanmaktadır. Bilgisayar ve

internet kullanım oranı son üç aya bakıldığında 16-24 yaş arası bireylerde diğer yaş gruplarından daha fazla olarak % 90,7' dir (Tüik İstatistik Verileri, 2018).

Sosyal medya, internete bağlı olarak kısa zamanda ortaya çıkıp, hızla yaygınlaşarak insanların hayatında önemli bir yer almıştır. Bilgi paylaşımına dayalı bu sanal ortam daha gelişmekte ve önemini arttırmaktadır. Günümüzde de 2.5 milyar kişinin bu dijital platformu kullanıyor olması sosyal medyanın öneminin ne düzeyde olduğunu göstermektedir (Aktaş, 2017).

Sosyal medya özellikle son zamanlarda insanlar tarafından tanınmış olmasına karşın tarih olarak 70'li yıllara dayanmaktadır. Ward Christensen ve Randy Suess, 1978 yılında arkadaşları ile bilgi paylaşımı içerisinde bulunmak, onlarla irtibatta kalmak için BBS isimli bir yazılımı hayata geçirerek o zamanlar farkında olmasalar da ilk sosyal ağ örneğini ortaya koymuşlardır (Saitoğlu, 2018).

Sosyal medya geleneksel medyadan farklı bir özellik göstermektedir. Metin, ses, video, resim paylaşıma olanak veren sosyal medya, bu özellikleriyle bireylere kendilerine ait olan bir kitle iletişim aracına sahip olma imkanı vermektedir. Böylece sosyal medya kullanıcıları sadece izleyici veya okuyucu değil, doğrudan bilgiyi yayan aktörlere dönüşmüşlerdir. İnsanlar sosyal medyayı kullanarak kendi düşüncelerini, deneyimlerini, fikirlerini dünya çapında yayma imkanı bulmuşlardır. İletişimin tek yönlü yayma niteliğinden çok, iki yönlü etkili iletişim iletişime olanak vermesi sosyal medyanın gücününden doğmaktadır (Yağmurlu, 2013).

Sosyal medya bireylerin sınırlı bir sistem içinde herkese açık veya yarı açık bir profil oluşturmalarına, ilişkide olduklarının listesini vermesine ve kullanıcının diğer kişilerin bağlantı listelerine ulaşabilmesine olanak sağlayan web tabanlı hizmet olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlantıların niteliği ve adlandırılması siteden siteye değişebilir (Boyd ve Ellison, 2007).

Sosyal ağlar, kullanıcılarına profil oluşturma ve görüntüleme, içerik yükleme, mesajlaşma, diğer insanlarla bağlantılar kurma ve mevcut sosyal bağlantılarını devam ettirme gibi olanakları sunmaktadır (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007).

2010 yılında, sosyal medya araçları popülaritesini arttırmaya devam etmektedir (Kryder, 2010). Sosyal ağ siteleri günlük yaşamda daha köklü hale geldikçe, yakında yaş,

kültür ve sosyo-ekonomik durum açısından daha çeşitli bir kitleye hitap edecektir (Waters, Burnett, Lamm ve Lucas, 2009).

Günümüzde teknolojinin hayatın her alanında olması durumuna ek olarak, teknolojiyi kullanım yaşının da düştüğü görülmektedir. Teknolojik gelişmelerin bir ürünü olan sosyal medyada yaş sınırı olmasına karşın bunun kontrolü çok zor olmaktadır. Bunun sonucunda sosyal medya kullanım yaşının düşmesinin engellenemediği görülmektedir.

Bireylerin sosyal medya kullanımı kişiden kişiye göre değişmektedir. Sosyal medya araçlarından bireylerin beklentileri değişik olmakta, farklı farklı kullanımlar farklı farklı doyumlara neden olabilmektedir. Bireylerarası farklılıklar bazen de bireyin o an içinde bulunduğu yoksunlukla ilgili olabilmektedir. Bu yoksunluk tamamlanınca, bireysel olarak önceliği tanımlanan diğer yoksunluklar devreye girebilmektedir. Sosyal medya bazıları için sosyalleşmeden kaçtığı, kendi kendine yalnız kaldığı, daha çok izleyici olduğu bir ortam iken, başka bazıları için ise sosyalleşmek, topluluklar içinde takdir edilmek, takip edilmek isteğinin bir sonucu olarak ortaya çıkabilmektedir. Ancak bu genellikle sabit kalmamakta, sağlıklı bireyler bazen sosyalleşme bazen de kaçış belirtileri gösterebilmektedir (Hazar, 2011).

Teknolojiyi erken yaşlarda kullanma bağımlı olma konusunda potansiyel oluşturmaktadır. Teknoloji bağımlılığının neden olduğu sorunlar arasında aktivitelerde azalma, internet arkadaşları dışında izolasyon gibi durumlar görülmektedir. Bu bağlamda çocukların ve ergenlerin internet kullanımında geçirmemeleri gereken süreler bulunmaktadır (Teknoloji Bağımlılığı, 2018).

Eni' ye göre (2017) özellikle ergenlik dönemindeki bireyin, ideal benlik arayışı içindeki yalnızlık hissine kapılması, bunun sonucunda kişiliğine yönelik ipuçları yakalaması ve akranlarıyla görüşme şansını yakalaması açısından sosyal medya araçlarını kullanmayı arttırmaktadır.

Bu bulgulara ek olarak bu yaş grubu içerisinde bulunan bireyler, aile ve arkadaşlarından destek alamadıklarında, onlarla yaşadıkları problemleri ve akademik başarısızlıklarını çözmek için kendilerini sanal dünyada ifade etmeye çalışmaktadır. Sosyal ağlar etkileşim kaygısı bulunan bireylerin kullandığı alanlar olmasının yanısıra bireylere sosyal destek sağlayan alanlardır (Şahin Baltacı, İşleyen ve Özdemir, 2012). Bununla beraber sosyal alanda dışlanmış bireyler günlük hayatta sosyal olarak ilişki

kurmada zorlanır. Bu nedenle de sanal ortamda sosyal ilişkilerini kullanma ve sürdürme durumu içerisinde kompülsüf bir kullanım içerisine girebilir (Çap, 2017).

DSM V' teki (Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders) tanımıyla sosyal kaygı, kişinin başkaları tarafından değerlendirilebilecek olduğu bir veya birden çok toplumsal durumda belirgin bir korku veya kaygı yaşaması durumudur. Özellikle kişi karşılıklı konuşma, tanımadığı kişi ile karşılaşma gibi toplumsal etkileşimlerde sorun yaşamaktadır. Bu duruma göre kişi, olumsuz olarak değerlendirilecek biçimde (küçük düşeceği, utanç duyacağı bir biçimde ya da başkalarının kırılmasına yol açacağı, başkaları tarafından dışlanacağı biçimde) davranmaktan ya da kaygılandığına ilişkin belirtilerin farkedileceğinden korku duyar ve bu durumlardan kaçınır ya da yoğun bir kaygı ile buna katlanır (Amerikan Psikiyatri Birliği, 2013).

Psikiyatrik rahatsızlıkların hayat boyu ve bir yıllık yaygınlığı ile ilgili yapılan çalışmada, depresyon ve alkol bağımlılığından sonra en yaygın rahatsızlık olarak sosyal fobi bulunmuştur (Kessler, R. C., McGonagle, K. A., Zhao, S., Nelson, C. B., Hughes, M., Eshlernan, S., Wittchen, H., Kendler, K. S., 1994). Bu bulguya ek olarak Furmark (2002) tarafından 1980'den 2002'e kadar yapılan epidemiyolojik çalışmada, sosyal fobinin batı ülkelerinde yaşam boyu yaygınlığının %7 – 13 arasında olduğu tahmin edilmiştir. Sönmez' in (2016) Adana İli genelinde yaptığı çalışmada 12 – 16 yaş kişilerde sosyal fobi görülme sıklığı %13,6'dır ve sosyal fobi tanısı olan bireylerin akademik başarı yönünden olmayanlara göre daha düşük başarısı olduğu görülmüştür.

Zorbaz ve Tuzgöl Dost' a (2014) göre sosyal kaygının alt boyutu olan olumsuz değerlendirme korkusu yaşayan bireylerin, internet ortamında değerlendirilmeyecek olmaları, kimliklerini gizleyebilmeleri ve özgür olabilmelerinden dolayı interneti daha fazla oranda kullanıyor olabilmektedir. Bu bulgu doğrultusunda sosyal medyayı kullanan sosyal kaygı düzeyi yüksek olan birey daha fazla sanal ortama yöneldiği ve kendisini daha çok toplumsal durumlardan izole ettiği söylenebilir. Bir başka çalışmada interneti yoğun kullananlar kullanmayanlara göre yalnızlık, içe dönüklük ve depresyona daha yatkın oldukları görülmektedir (Chen ve Peng, 2008). İnternet kullanım süresinin artmasıyla kaygı da artmaktadır (Diba, 2017). Bir diğer çalışmada özellikle lise öğrencileri arasında sosyal kaygı düzeyi yüksek olan öğrencilerin problemli internet kullanımına sahip oldukları görülmüştür (Zorbaz, 2013).

Sosyalleşme sürecini yoğun olarak yaşayan ergen, fizyolojisinin de değişimiyle kendine yabancılaşma yaşadığı bu dönemde farklı konularda olduğu gibi duygularıyla da baş etmek durumundadır. Öğretmenlerle, akranları ve ailesiyle etkileşime giren ve kendini ispatlamaya, çevresi üzerinde olumlu bir etki bırakmaya çalışan ergenin üzerinde bu süreç kaygı yaratmaktadır (Bor, 2018). Sosyal kaygı bozukluğu olan öğrenciler sınıf önünde konuşmaktan sıkıntı duyma, okul ve sınıfta gerginlik hissi nedeniyle lise ve üniversite döneminde başarısızlık yaşamakta ya da okulu bırakmaktadırlar. Bu nedenle erken tanınıp tedavi edildiği oranda okuldan zevk almaları, lise ya da üniversiteyi tamamlamaları ve bunun sonucunda topluma katılıp katkı yapmaları sağlanmış olacaktır (Gültekin ve Dereboy, 2011).

Gelişen teknoloji ile bilgisayar oyunları ve sosyal paylaşım sitelerinin, özellikle çocukları ve gençleri psikolojik ve sosyal gelişim açısından olumsuz etkilediği bilinmektedir. Gerçek yaşamda akranlarla oynanan oyunların ve gerçekleştirilen iletişimlerin yüz yüze olması, duyguların doğrudan paylaşılması, paylaşımda bulunanların hem kendi kültürlerini öğrenmelerine hem de yaratıcılıklarının gelişmesine olanak sağlamasına karşın günümüzde hızla büyüyen ve kullanım alanını genişleyen sosyal medya sitelerinin, ailelerin yapısına ve sosyal dokuya zarar verdiği çeşitli araştırmalarla tespit edilmiştir (Aktan, 2018). Bunun yanı sıra çocuğun bebekliğinden itibaren kişiliğini şekillendiren bağlanma stili ve sosyal fobi, aile bütünlüğünün bozulması ile birlikte çocuğun hayatında kalıcı etkilere neden olmakta ve yaşam doyumunun yanısıra kişilerarası ilişkilerini de olumsuz yönde etkilemektedir (Canatan, 2018).

Literatüre bakıldığında internet kullanımı ile sosyal fobi arasındaki ilişkinin incelenmesine karşın, artık günümüzde internetin genel anlamına karşılık özel olarak sosyal medya ile sosyal fobi arasındaki ilişkinin incelendiği araştırmalar oldukça sınırlıdır. Bu araştırmada sosyal ağ kullanımının sosyal kaygı ile ilişkisi ortaokul öğrenci örneklemi üzerinden incelenmiştir. Bu çalışmada ortaokul öğrencilerinin sosyal ağlarda harcadıkları ortalama zaman, sosyal ağları kullanım amaçları ve kullandıkları sosyal medya hesapları gibi değişkenlerin ergenlerin sosyal kaygı düzeylerine göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı ortaokul öğrencilerinin sosyal ağ kullanımlarının sosyal kaygı düzeyi ile bağlantısını incelemektir. Bu genel amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1.2.1. Araştırmanın Alt Amaçları:

1. Ortaokul öğrencilerinin sosyal ağ kullanım sürelerine göre sosyal kaygı puanları ortalamaları arasında anlamlı fark var mıdır?
2. Ortaokul öğrencilerinin sosyal ağ kullanım amaçlarına göre sosyal kaygı puanları ortalamaları arasında anlamlı fark var mıdır?
3. Ortaokul öğrencilerinin kullandıkları sosyal ağ hesap türlerine göre sosyal kaygı puanları ortalamaları arasında anlamlı fark var mıdır?

1.3. Araştırmanın Önemi

İnternet insan hayatını derinden değiştirmiştir. İnsanlar interneti; bilgiye ulaşmak, bir şeyler satın almak, televizyon programlarını izlemek, arkadaş aramak, eğlenecek bir şeyler bulmak, politik alanlara katılmak gibi birçok alanda kullanmaktadır. Amerikalı yetişkinlerin dörtte üçü ve gençlerin %93' ünden fazlası başkalarıyla iletişim kurmak için interneti kullandığını bildirmişlerdir. Neredeyse tüm internet kullanıcıları birincil kullanım amaçlarının çevrimiçi iletişim kullanmak olduğunu söylemişlerdir. İnternet artık günlük hayatımızın bir parçasıdır (Correa, Hinsley ve Zúñiga, 2010).

Sosyal medya günümüzün en önemli iletişim araçlarından birisi olma yolunda hızla ilerleyen internetin en gözde uygulamaları arasında yer almaktadır. İnternetin kullanılma sıklığı artarken, bu sıklık içinde de sosyal medyaya girilme oranı yükselmektedir. Yakın bir gelecekte neredeyse internet kullanımının çok önemli bir kısmının sosyal medya tarafından sağlanacağı düşünülmektedir. Sosyal medya uygulamaları artık sadece iletişimi sağlamamakta, oyun, bilgi edinme, arama yapma gibi birçok unsuru kullanarak, bireylerin hemen her ihtiyacını sağlama amacı içindedirler. Böylece kişiler aradığı hemen her şeyi sosyal medyada bulabilecek, başka bir araca ihtiyaçları kalmayacaktır (Hazar, 2011).

Ergenlik bireylerin yaşamlarının kendi kimliklerini oluşturma, bağımsız olma ve arkadaşlıklar oluşturma fırsatı arama ihtiyacı hissettikleri bir dönemdir. Sosyal medya da ergen gelişiminin bu görevleri için önemli bir alan haline gelmiştir (Yılmaz, 2016). Hayatı kolaylaştırmasının yanı sıra sosyal medya çocuklar için de bilinçli bir şekilde kullanılması ve zarar görmelerinin engellenmesi gereken bir araçtır. Olumlu veya olumsuz birçok kaynak sosyal medya aracılığıyla erişilebilir hale gelmektedir. Sosyal medya araçlarının olumlu kullanımında eğitim ve gelişim alanlarında katkılar sağlanabilirken, olumsuz içerikler nedeniyle geri dönüşü olmayan zararlar da verebilmektedir (Okumuş, 2018).

Sosyal medyanın en önemli özelliği bireylerin kendilerini başkalarına açık bir şekilde internet kanalıyla ifade edebilmesidir (Hazar, 2011). İnsanlar sosyal medyada günlük düşüncelerini yazmakta, bu düşünceler üzerine tartışabilmekte ve yeni fikirler ortaya koyabilmektedirler. Ayrıca kişisel bilgilerinin yanında çeşitli fotoğraflar, videolar, paylaşabilmekte, iş arayabilmekte ve hatta bulabilmekte ayrıca sıkılmadan gerçek dünyayı sanal ortamda yaşayabilmektedirler. Bu durum gün geçtikçe tüm dikkatlerin bu alana yönelmesine sebep olmakta ve yenilenen sanal dünyaya yeni bir kavramsal çerçeve çizmektedir (Vural ve Bat, 2010).

Pew Internet Projesi ve diğer medya uzmanlarının yaptıkları çalışmalar, reşit olmayan pek çok çocuğun sosyal medyayı kullandığı, birçoğunun yaşları hakkında yalan söylediğini göstermiştir (Madden, Cortesi, Gasser, Lenhart ve Duggan 2012). Çok hızlı gelişen teknolojiye aileler uyum sağlamakta zorlanmakta ve çocuklarını bilmedikleri bir dünyanın içinde yeterince koruyamamaktadırlar. Günümüz çocukları boş vakitlerinin çoğunu internet ortamında geçirmekte sosyallikten uzaklaşmaktadır.

Ailelerin kendileri ve çocukları için gelişen teknoloji anlayıp, iyi takip edip karşılaşabilecekleri olumsuzluklara karşı önlemleri almaları gerekmektedir (Okumuş, 2018). Bu nedenle özellikle sosyal fobinin en yaygın görüldüğü dönemlerden olan ortaokul öğrencilerinin bu sosyal ağları kullanım sürelerini, kullanım amaçlarını ve kullandıkları sosyal medya hesaplarını sosyal fobi düzeyleri ile ilişkilendirerek, bunlar arasında anlamlı fark olup olmadığına bakmak oldukça faydalı olacaktır.

Sosyal fobinin literatürde birçok tanımı bulunmaktadır. Bunlardan yaygın olarak kabul gören ve kullanılan tanım Amerikan Psikiyatri Birliği tarafından yayınlanan Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal El kitabı V (DSM-V)' teki tanımdır. Bu tanıma göre sosyal fobi; kişinin, başkalarınca değerlendirilebilecek olduğu bir ya da birden çok

toplumsal durumda belirgin bir korku ya da kaygı duymasıdır (Amerikan Psikiyatri Birliği, 2013). Sosyal kaygı sosyal fobi olarak da adlandırılmakta ve insan hayatının akışını, duygu durumunu kökten etkileyen, gündelik yaşamı kâbus haline getiren, sosyal ortamlarda açığa çıkan bir kaygı türü olarak da dikkat çekmektedir (Aktan, 2018).

Bir iletişim alanı olan sosyal medya ortamlarında aşırı zaman harcama ve problemli internet kullanımı ile sosyal kaygı ve dolayısıyla iletişim kaygısı arasında bir ilişki söz konusudur. Sosyal alanda kurulacak gerçek iletişimler, sosyal kaygıya sahip olan bireyler tarafından pek tercih edilmeyebilmektedir. Bunun neticesi olarak iletişim açısından diğer bireylerle mekân kullanımının olmadığı sosyal medya ortamlarını daha fazla kullanma durumu ortaya çıkabilmektedir (Aktan, 2018). Sosyal medyanın kullanılmasının en önemli nedenlerinden biri kişilerin kimliklerini gizleyebilmeleri veya kendilerini başkalarına sosyal medya üzerinde açıklıkla daha rahat ifade edebilme olanaklarının olmasıdır (Seviniş, 2017). Bu bulgulara ek olarak Kuss ve Griffiths' e (2011) göre içe dönük kişiler gerçek hayattaki sosyal ilişki eksikliklerini sosyal ağlar aracılığıyla telafi yoluna gidebilmektedirler.

Sosyal fobi, insanların hayatının pek çok alanında olumsuz sonuçlar yaratabilen, hayat boyu görülme sıklığı bakımından en yaygın kaygı bozukluğudur (Kessler ve ark., 1994). Özellikle ergenlik döneminde görülme sıklığı artan sosyal fobiye müdahale edilmediği durumda ileride sosyal kaygı bozukluğuna neden olabilmektedir (Sertelin Mercan, Yavuzer, 2017). Bu durum sosyal fobinin pek çok bilimsel araştırma kapsamında incelenmesine olanak tanımış olsa da sosyal durumlarla korkuların temelleri yeterinde iyi anlaşılamamıştır (Eldoğan, Barışkın, 2014).

Sosyal fobi ile yapılan çalışmaların olmasına karşın sosyal medya ile ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında özellikle son yıllarda yapılmış çalışmalar olduğu dikkati çekmektedir. Bu çalışmaların içerisinde ise özellikle çocuk ve ergenlik döneminde sosyal medyanın sosyal fobi ile ilişkisi konusunda araştırmaların oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Bu çalışma sosyal fobi ile sosyal medya arasındaki ilişkiyi incelemesi açısından önem taşımaktadır.

Bununla beraber son zamanlarda küçük yaş gruplarında yoğun bir şekilde kullanılmakta olan sosyal medya; okul, veli ve öğrenci için önemli bir problem haline gelmiştir. Bu araştırma problemin kaynağının bulunması ve çözümü için okul rehberlik servislerine kaynak olabilmesi açısından önemli olacaktır.

1.4. Sayıltılar

1. Katılımcıların "Kişisel Bilgi Formu" ve "Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği" ne içtenlikle cevap verecekleri varsayılmaktadır.

1.5. Sınırlılıklar

1. Bu araştırma 2018 - 2019 eğitim-öğretim yılında Adana ili Seyhan, Çukurova, Sarıçam ve Yüreğir merkez ilçelerinde bulunan bulunan Milli Eğitim Bakanlığına bağlı ilköğretim kurumlarında öğrenim gören ortaokul öğrencileriyle sınırlıdır.
2. "Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği" ve "Kişisel Bilgi Formu" nun ölçtüğü niteliklerle sınırlıdır.

1.6. Tanımlar

Sosyal Fobi (Social Phobia): Kişinin karşılıklı konuşma, tanımadık insanlarla karşılaşma, yemek yerken gözlenme veya toplum önünde konuşma yapma gibi başkalarınca değerlendirilebilecek olduğu bir ya da birden çok toplumsal durumda belirgin bir korku veya kaygı duyması. Kişinin olumsuz olarak değerlendirilecek bir biçimde davranmaktan veya kaygı duyduğuna ilişkin belirtiler göstermekten korkar (Amerikan Psikiyatri Birliği, 2013).

Sosyal Medya: Sosyal medya; bloglar ve forumlar, fotoğraflar, ses kayıtları, videolar, linkler, sosyal ağlardaki profil sayfaları ve daha farklı içerikleri de içine alan geniş bir kavramdır (Eley ve Tilley, 2009).

Sosyal Ağ: Sosyal ağlar, kişilerin bilgi alışverişinde bulunmasına olanak sunan web temelli hizmetlerdir (Boyd ve Ellison, 2008).

BÖLÜM II

KURAMSAL AÇIKLAMALAR VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Araştırmanın kuramsal çerçevesini sosyal fobinin tarihsel gelişimi ve sosyal fobi kavramı, , sosyal medya kavramı, sosyal medyanın tarihsel gelişimi, sosyal medyanın özellikleri ve sosyal medya araç ve uygulamaları ve ilgili araştırmalar oluşturmaktadır.

2.1. Kuramsal Açıklamalar

2.1.1. Sosyal Fobi Tarihsel Gelişimi ve Sosyal Fobi Kavramı

Sosyal fobi alanyazında ilk kez ABD' li George M. Beard tarafından 1879 yılında kullanılmıştır (Bayraktutan, 2014). Buna karşın 1903 yılında Fransız Janet tarafından sosyal fobi; yazı yazarken, konuşurken, piano çalarken başkaları tarafından izleniyor olmadan korkma olarak tanımlanmıştır (Dilbaz, 1997). 1960' da sosyal fobi diğer fobilerden Marks tarafından ayrılmış, ilerleyen süreçte 1966 yılında Marks ve Gelder tarafından diğer fobilerden farklı olarak agorafobi, sosyal fobi, hayvan fobisi ve özgül fobi tanımlarından biri olarak kullanılmıştır (Bayraktutan, 2014). Ancak bunlara karşın sosyal fobi Amerikan Psikiyatri Birliği tarafından yazılan Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders kitabının 3. basımında (DSM-III) yer almıştır (Dilbaz, 1997). DSM-III' te psikolojik ve biyolojik özellikleriyle açıklanmaya çalışılan sosyal kaygı, DSM-III-R' da başkaları tarafından değerlendirilebileceği bir veya birden çok durumdan sürekli korkma, rezil olacağı ya da utanç duyacağı bir şekilde davranmaktan veya bir şey yapmaktan korkma olarak tanımlanmıştır. Nihayetinde DSM-IV' te Sosyal fobi ile sosyal kaygı aynı başlık altında ele alınmıştır (Erkan, 2002). Dünya Sağlık Örgütü tarafından 1992 yılında yayınlanan ICD-10 tanı sisteminde anksiyete belirtileri ağırlıkta iken, DSM-IV' te bilişsel belirtiler ağırlıktadır (Bayraktutan, 2014).

Sosyal kaygı olarak da adlandırılan sosyal fobi, insan hayatının akışını ve duygu durumunu kökten etkileyen günlük hayatın gerekliliklerini kâbusa dönüştüren, sosyal ortamlarda ortaya çıkan bir korku, kaygı duygusudur. Performans gerektiren bir uğraş ile meşgulken başkaları tarafından izlenmesi gibi bir durumda ortaya çıkan, kişinin başka kişiler tarafından yargılanacağı, alay edileceği, küçük düşeceği korkusuna kapılmasıdır (Yeniçıktı, 2010).

Sosyal fobi, DSM-V' te; tanımadık kişilerle karşılaşma veya başkalarının gözünün üzerinde olacağı, bir veya birden çok toplumsal ya da bir fiili gerçekleştirdiği durumdan belirgin ve sürekli korku duyma olarak da tanımlanmıştır (Sönmez, 2016).

Beck' e (1985) göre ise sosyal fobi, bireyin başkaları tarafından incelemeye maruz kalabileceği bir durumdan kaçınmak için, sürekli gerçekçi olmayan bir şekilde korku yaşamasıdır. Ayrıca sosyal fobi bireyin küçük düşebileceği veya utanç verici şekilde davranabileceği şeklinde davranma korkusunun yanında kişinin kaygı yaratan bir durumla karşı karşıya kalmamak için kaçınmaya çalışması durumudur.

Amerikan Psikiyatri Birliği tarafından yayınlanan Ruhsal Bozuklukların Tanımsal ve Sayımsal El Kitabındaki (DSM V) sosyal fobi ile ilgili tanı ölçütleri şu şekilde belirtilmektedir; (Amerikan Psikiyatri Birliği, 2013)

A. Kişinin, başkalarınca değerlendirilebilecek olduğu bir ya da birden çok toplumsal durumda belirgin bir korku ya da kaygı duyması. Örnekler arasında toplumsal etkileşmeler (örn. Karşılıklı konuşma, tanımadık insanlarla karşılaşma), gözlenme (örn. Yemek yerken ya da içerken) ve başkalarının önünde bir eylemi gerçekleştirme (örn, bir konuşma yapma) vardır.
B. Söz konusu toplumsal durumlar, neredeyse her zaman, korku ya da kaygı doğurur.
C. Söz konusu toplumsal durumlardan kaçınılır ya da yoğun bir korku ya da kaygı ile bunlara katlanılır.
D. Kişi, olumsuz olarak değerlendirilebilecek bir şekilde 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).
E. Duyulan korku ya da kaygı, söz konusu toplumsal ortamlarda çekinilen duruma göre ve toplumsal-kültürel bağlamda orantısızdır.
F. 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.
G. Korku, kaygı ya da kaçınma bir maddenin (örn. Kötüye kullanılabilen bir madde, bir ilaç) ya da başka bir sağlık durumunun fizyoloji ile ilgili etkilerine bağlanamaz.

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

İ. Korku, kaygı ya da kaçınma sürekli bir durumdur, 6 ay veya daha uzun sürer.

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.

2.1.2. Sosyal Fobi ile ilişkili Kuramsal Yaklaşımlar

2.1.2.1 Psikanalitik Yaklaşım

Türkçapar' a (1999) göre cezalandırılacağı düşünülen cinsel ve saldırgan dürtüler bilince gelme durumu oluştuğunda kaygıyı doğurur. Bu durum bireyde yer değiştirme, yansıtma ve kaçınma savunma mekanizmalarını oluşturur. Böylece fobik rahatsızlık durumu ortaya çıkar. Sosyal fobinin belirtileri onaylanmayan nitelikteki istek ve fantaziler ile bu durumlara karşı oluşan savunmaların ürünüdür. Sosyal kaygı bozukluğunda utanç, suçluluk duyguları ve ayrılma anksiyetesi önemli dinamiklerdir. Bu dinamikler erken yaşlarda stabilleşir ise kişi ilerleyen dönemde diğer insanlara yansıtabilir ya da kaçınabilir. Erken dönemde temel bakıcı bu durumlara dikkat eder duyarlı olursa, ilerleyen süreçte daha az tehditkar olan durumla birlikte sosyal fobi gelişimi gerçekleşmez.

Temelde kaygı bir iç çatışmanın ürünüdür. Bu çatışma benliğin dürtüler karşısında çözüm bulamadığını, baş edemediğini gösterir. Bu bir tehlike olarak algılanır. Kaygı benlikte bir tehlikenin haberci ve alarmıdır. Çatışma durumunda kalan benlik kaygıya karşı savunma mekanizmalarını harekete geçirir. Yer değiştirme gibi savunma mekanizmasında kaygının başka bir duruma ya da nesneye bağlanması durumu oluşur. Bu da fobiyi ortaya çıkarır (Öztürk ve Uluşahin, 2011).

Gabbard sosyal fobinin sahne anksiyetesinin genelleşmiş bir biçimi olduğunu ve aynı dinamiklerin rol oynadığını belirtmektedir. Bu görüşe göre sahne anksiyetesi herkeste görülen bir durumdur ancak kişi sahnede olmadığında da kendini sahnede gibi hissederse sosyal fobik bir durum ortaya çıkar. Bu yazara göre sahne korkusunda sahneye çıkma durumu hem genital hem pregenital dönemlere regresyon ortaya çıkarmaktadır ve yaşanan anksiyetede iki tür dinamik rol oynar; gösterimcilik ile ilgili çatışma genital yetersizlik endişeleri ve kontrolü kaybetme korkuları çerçevesinde utanç ortaya çıkar

(Kılıç 1999). Nolen-Hoeksema, S., Fredrickson, B.L., Loftus, G. R. ve Wagenaar W. A. (2009) göre Freud kaygı veya fobilerin insanların bilinçdışı dürtü ve istekleri sonucunda ortaya çıktığını söylemektedir.

2.1.2.2. Davranışçı Yaklaşım

Davranışçı görüş sosyal fobinin üç yolla gelişebileceğini öne sürmektedir; doğrudan koşullanma, gözlemsel öğrenme ve bilgi aktarımı. Doğrudan koşullanma sosyal ortamlarda bireyin travmatik bir deneyim yaşamasıyla oluşur, gözlemsel öğrenmede kişi sosyal ortamda olumsuz bir deneyim yaşayan kişiyi gözleyerek korkulu hale gelir. Bilgi aktarımında ise sözel ya da sözel olmayan yolla sosyal ortamların tehlikeli olduğu bilgisinin kişiye aktarılması sonucu sosyal korkuların kazanılması söz konusudur (Türkçapar, 1999).

Klasik koşullanmaya göre önceden nötr olan bir uyaran travmatik bir yaşantı sonucunda fobiye dönüşebilir. Örneğin sınıfta bir ergenin konuşma yaparken dilinin sürçmesi ve akranları tarafından bu duruma gülünmesi sonucunda daha sonraları başka kişilere konuşma yapma konusunda fobi geliştirebilir. Böylece nötr olan uyaran kaygı yaratan travmatik olayla eşleştirilir (Nolen-Hoeksema ve ark, 2009).

Davranışçı yaklaşımın savunucuları kaygıyı tehdit edici bir uyarıcıya karşı kişinin gösterdiği semptaik sinir sisteminin tepki örüntüleri olarak görmektedir. Kaygının öğrenilmiş olabileceği düşüncesi, davranışçı yaklaşımda uyarıcı – tepki bağı ile açıklanmaktadır (Korkut, 1992).

2.1.2.3. Bilişsel Yaklaşım

Bilişsel yaklaşım irrasyonel olan ile işlevsel olmayan düşünce ve inançların kaygı bozukluğuna yol açtığını öne sürmektedir. Bu düşünce ve inançlar kişilerin çevrelerindeki olguları ve olayları yanlış yorumlamalarına ve hatalı çıkarımlarda bulunmalarına neden olmaktadır (Kılıç, 2018). Kendimiz ile ilgili düşünce şeklimiz, stresli durumları değerlendirmemiz ve onlarla başa çıkma stratejilerimiz birbiriyle ilişkilidir (Nolen-Hoeksema ve ark, 2009).

Bilişsel modele göre sosyal fobik belirtileri olan kişiler kendi davranışları ve başkalarının bu davranışları yargılama biçimlerine ilişkin işlevsel olmayan düşünce ve inançları vardır. Bu düşünce ve inançlar sosyal yönden olumsuz değerlendirilme ile ilgili bazı otomatik düşünceleri uyarmakta böylelikle kaygı ortaya çıkmakta ve kişinin sosyal

performansı bozulur. Sosyal performans bozuldukça sosyal fobinin düzeyi artar, sosyal fobinin düzeyi arttıkça sosyal performans daha da bozulur. Sosyal fobiklerin olumsuz düşünce ve inançlarına odaklanması da bu döngünün devamına neden olur (Sungur, 2000'de belirtildiği üzere).

Sosyal fobisi olan kişiler kaygı yaratan bir sosyal ortama girdiklerinde Clark ve Wells'in önerdiği süreçleri göstermektedir. Önceki deneyimlerinden yola çıkarak sosyal fobikler kendileri ve sosyal dünyaları hakkında üç kategoriye ayrılan bir varsayım geliştirmektediler. Bunlar her zaman zeki ve akıcı bir etki bırakmalıyım veya her zaman söyleyecek ilginç bir şeyim olmalı vb. gibi sosyal performans durumlarında aşırı yüksek standartlar, eğer ellerim titrerse / yüzüm kızarırsa veya kaygılandığım belli olursa insanlar beni beceriksiz sanabilir, insanlar beni tanırsa sevmeyebilir, sessiz kalırsam insanlar benim sıkıcı olduğumu düşünebilir, diğerleriyle farklı fikirde olursam beni reddebilirler vb. gibi belirli bir durumla ilgili performans göstermenin sonuçlarına ilişkin koşullu inançlar ile ben tuhafım / farklıyım, hoşlanılmayan biriyim, sıkıcıyım, aptalım vb. gibi kişinin kendisine yönelik olumsuz inançlarıdır (Clark, 2005).

Ümmet'e (2007) göre sosyal kaygılı bireyler dışlanacakları veya utanılacak bir duruma düşeceklerine inandıkları ortamlara bazı olumsuz sayıltılar ile girmektedir. Bunlar:

1. Birey, sosyal kaygı oluşturan ortamda fiziksel bir belirti veya utandırıcı bir davranış ortaya çıkaracak (kızarma, titreme, kekeleme vb.)

2. Bu fiziksel belirti veya davranış, ortamdaki diğer kişiler tarafından fark edilecek

3. Ortamda bulunan kişiler bu belirti veya davranış biçimi ile ilgili olumsuz değerlendirme yapacaklar

4. Bu olumsuz değerlendirme yalnızca ortaya çıkan belirtiye yönelik olarak yapılmayacak, bireyin kişiliğine genellenecek ve birey artık o ortamda istenmeyecek

5. Kişiliğe yönelik bu tür bir değerlendirme olağanüstü bir felaket olup, kişiyi değersiz kılacaktır.

2.1.2.4. Kendilik Sunumu (Self Presentation) Modeli

Genellikle, insanlar kendilerini makul ölçüde yetkin, çekici, dürüst gibi sosyal olarak arzu edilir şekilde sunmayı ve diğer insanlarda belli bir etki bırakmayı isterler. Sosyal kaygı ise kişinin gerçek veya hayal edilen sosyal durumda insanlar üzerinde belli

bir etki bırakma isteğine karşın, onlara konuyla ilgili yetersiz bir izlenim yaratacağına ilişkin şüphe yaşamasından ortaya çıkmaktadır (Schlenker ve Leary, 1982).

Dilbaz' a (1997) göre ise sosyal kaygının kendilik sunumu yaklaşımına göre insanlar iki durum birlikte oluşunca sosyal anksiyete yaşarlar;

1. Kişi Diğer insanlar üzerinde iyi izlenim bırakma konusunda özellikle istekliyse

2. Kişinin isteği izlenimi elde etme konusunda şüpheleri varsa. Bu iki durumdan herhangi biri olmazsa sosyal anksiyete de gelişmez

Ancak birçok sosyal ortamda insanlar güven hissetmemektedirler. Belli bir izlenim yaratmak istemelerine rağmen A-Bunu nasıl yapacaklarından emin olamazlar (Karşıdaki kişilerin ne tür şeylerden etkilendiklerini bilememek vb.), B-Başkalarından beklenen tepkileri almaya yarayacak imajı yansıtamayacaklarını düşünürler (Yetkin görünmek isteyip de öyle olamadıklarından şüphelenmek vb.), C-İstedikleri ölçüde imajlarını yansıtamayacaklarını düşünürler (Çok becerikli görünmeyi isteyip az becerikli göründüklerini düşünmek vb.), D-Toplumun saygısını yitirmelerine neden olacak, kendilik-sunumunun reddedileceği olayların ortaya çıkacağına inanırlar (Yetenekleriyle övündükleri bir alanın sınavında başarısız olmak vb.). Kısacası belirli bir izlenim yaratmak istemelerine rağmen, başkalarından istedikleri izlenimi elde edemeyeceklerine inanırlar. Bu durumlar da sosyal kaygıyı ortaya çıkarır (Erkan, 2002).

2.1.2.5. Akılcı- Duygusal Davranış Modeli

Akılcı Duygusal Davranış modelinin temel hipotezi, duygularımızın ana temelinin yaşam koşullarına gösterdiğimiz tepkiler sonucunda yaptığımız değerlendirmeleri ve yorumları etkileyen inançlarımız olduğudur. Bu irrasyonel olan inançlar etkili ve rasyonel olan bilişlerle değiştirildiğinde, durumlara verilen duygusal tepkilerde değiştirilebilir. Böylece Akılcı Duygusal Davranış modelinin değişim ilkeleri ile yalnızca belirli bir soruna karşı değil gelecekte karşılaşılacak diğer problemlere de uygulamayı sağlar (Corey, 2013).

Ellis, bu irrasyonel olarak adlandırılan düşüncelerin sosyal fobinin temelinde olduğunu söyler. Çünkü sosyal fobikler başarılı, yetenekli, kusursuz olarak "iyi performans göstermek zorunda olduklarını" ve bu performansın sergilenmesi sırasında rahatsızlık duymamaları gerektiğini düşünmektediler. Rahatsızlık belirtilerinin temeli budur (Önder, 2018'de belirtildiği üzere).

Sosyal fobikler hem doğuştan hem de yetişme esnasında topluma karşı sunumda fobik hale gelirler. Toplum içinde konuşurken topluma karşı konuşma fobisi olan bir sosyal fobiğin amacı hem iyi konuşmak hem de konuşurken hiç bir rahatsızlık belirtisi göstermemektir. Buradaki irrasyonel inanç topluma karşı iyi ve rahat konuşmak istediğim için, mutlaka böyle yapmak zorundayım. Eğer bunu yapamazsam bu sadece şanssızlık değil berbat bir durum olur ve benim yetersiz, değersiz bir insan olduğumu gösterir. Rahatsızlıkla ilgili duyulan anksiyeteyi Ellis bu kişilerin düşük engellenme toleransına bağlar (Türkçapar, 1999).

2.1.2.6. Biyolojik Faktörler

Son 20 yılda fobilerin oluşumunda biyolojik etmenlerin oynadığı rol daha çok anlaşılmış ve önem kazanmıştır. Birbirinden ayrı yerde yetiştirilmiş ikizlerde yapılan araştırmalar ve aile ağacı incelemeleri kalıtımsal etkenin varlığını göstermektedir (Öztürk ve Uluşahin, 2011). tüm olgularda genetik etmenlerin orta düzeyde katkısı olduğunu desteklemektedir. Monozigot ikizlerde konkordans %24.4, dizigot ikizlerde ise %15.3 bulunmuştur ve sosyal fobi kalıtsal geçiş indeksinin %30 civarında olduğu öne sürülmüştür. Sosyal korkularla ilgili olarak yapılan çalışmalarda ise geçiş ile ilgili sonuçlar %50 ile %22 arasındadır. Göreceli de olsa sosyal fobi riskinin artmış olması kuşaklararası geçiş ile ilgili kanıtlar oluşturmaktadır (Dilbaz, 1997). Aile geçmişinde kaygı olan kişilerde, aile geçmişinde kaygı olmayan kişilere göre kaygı belirtilerin daha yüksek düzeyde olduğu bulgulanmıştır (Hughes ve ark, 2009).

2.1.3. Sosyal Medya

2.1.3.1. Sosyal Medya Kavramı

İnternetin farklı bir boyutu olan web 2.0 ile dünya ve ülkemizdeki iletişim durumları çok hızlı bir şekilde gelişmektedir. Ilk olarak 2004' te O'Reilly Medya ile kullanılan Web 2.0, internet kullanıcılarının ortak bir şekilde ve paylaşımlar yaparak oluşturduğu sistemi tanımlar (Erkul, 2009). Buna bağlı olarak da sosyal medya Web 2.0' ın devamı olarak ortaya çıkmış ve ilk kez Chris Shipley tarafından kullanılmıştır (Seviniş, 2017).

Sosyal medya kavramı farklı olarak birçok şekilde ifade edilmiştir. Bu tanımlara bakıldığında Sosyal medya; bloglar ve forumlar, fotoğraflar, ses kayıtları, videolar, linkler, sosyal ağlardaki profil sayfaları ve daha farklı içerikleri ifade eden geniş bir

terimdir (Eley ve Tilley, 2009). Erkul' a (2009) göre ise sosyal medya, uygulamalar veya web sitelerinde, içeriklerin tamamen bireyler tarafından belirlendiği, zaman ve yer sınırı olmadan etkileşim, paylaşma ve tartışmanın esas olduğu bir iletişim şeklidir.

Sosyal medya tanımlaması için bir web sitesinin ya da uygulamanın şu özelliklere sahip olması gerekir:

- Kullanıcı ya da üyelerin yayıncıdan bağımsız olması
- Kullanıcılarının etkileşiminin olması
- Zaman ve mekan sınırlaması olmaması
- Kullanıcı kaynaklı içeriğin bulunması (Erkul, 2009)

Sosyal medyanın popüler olmasının temelinde "iletişim" ve "paylaşım" olguları bulunmaktadır. Genel olarak sosyal ağlar arkadaşlık, akrabalık, ilgiler ve aktiviteler üzerine kuruludur. Ancak sosyal ağ servislerinin tek işlevi bu değildir. Bu ağlar bireylere bilgi paylaşma, ilişki kurma ve geliştirme gibi birçok olanak da tanımaktadır (Kwon ve Wen, 2010). Kodlama veya web geliştirme bilgisi olmayan kişiler sosyal medya yoluyla birbirinden faklı içerikleri kolayca yükleyip yayınlayabilir ve o anda tüm dünyayla paylaşım yapabilir (Eley ve Tilley, 2009).

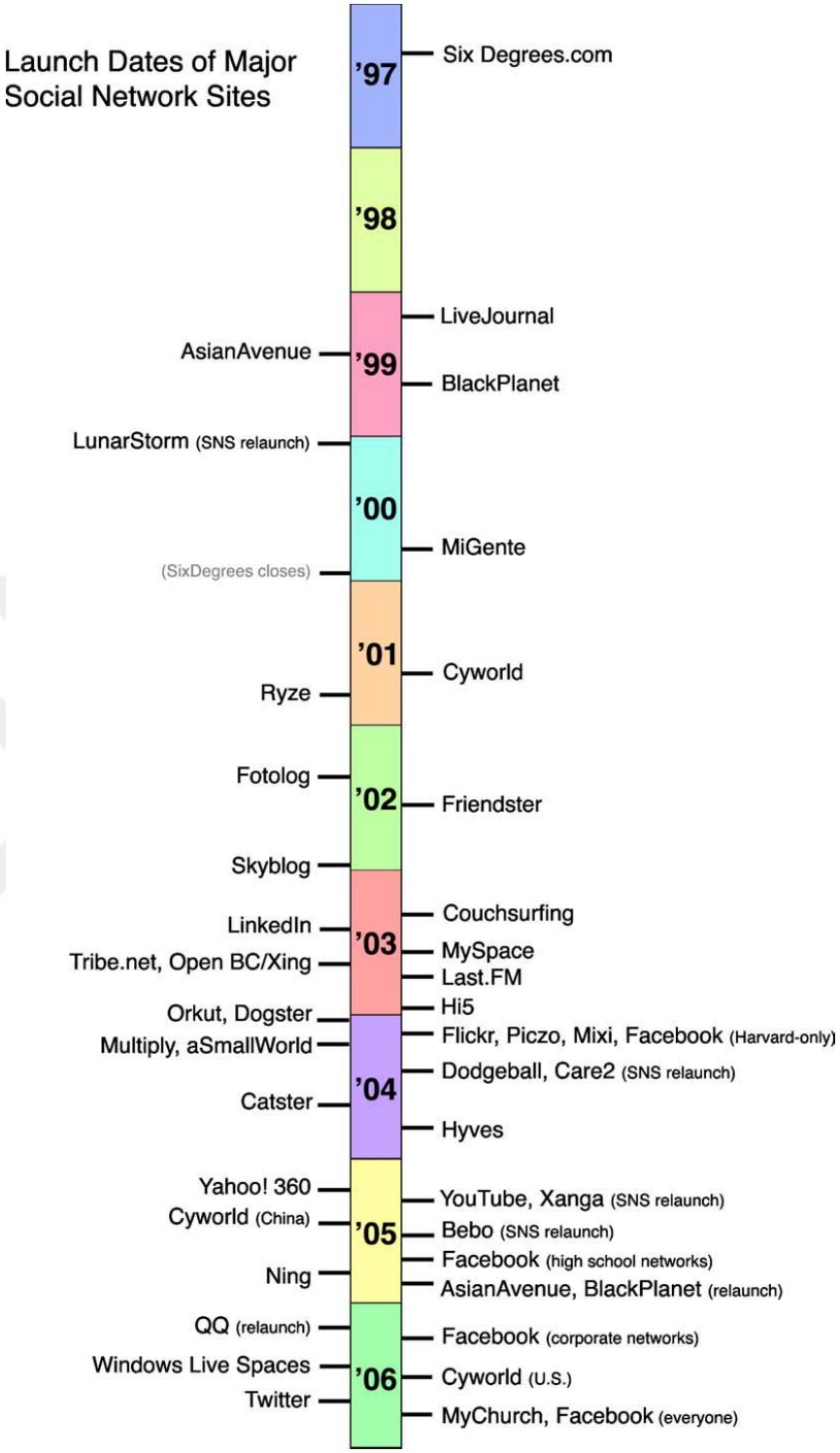
Sosyal medya geribildirimlere ve katılımlara açık olan, oylama, yorum, bilgi paylaşımı yapılabilinen, geleneksel medya yayınından farklı olarak karşılıklı iletişim kurulabildiği, birçok konuda hızlı bir şekilde topluluk oluşturulmasını sağlayan, farklı sitelere, insanlara ve kaynaklara ulaşılarak bağlantıların geliştirildiği çevrimiçi medya olarak anlaşılabilir (Mayfield, 2008).

2.1.3.2. Sosyal Medyanın Tarihsel Gelişimi

Sosyal medya 1988 yılında bağlantı ile paylaşım sitesi olan IRC (Internet Relay Chat)' in kurulmasıyla oluşmasına karşın ilk olarak daha geniş anlamla bilinen şekline 1997 yılında SixDegrees.com sitesiyle kullanıcılarının daha fazla aktif olduğu bir ortama kavuşmuştur (Eni, 2017). Profil yaratma ve arkadaş listeleme özelliği olmasına karşın arkadaş listesinde sörf yapma imkanı 1998 yılında verilmiştir (Seviniş, 2017). 1998 – 2002 arası birçok örnekler olmasına karşın bazı kişiler tarafından ilk sosyal medya örneği olarak kabul edilen Friendster 2002' de kurulmuştur (Hazar, 2011).

2004 yılında ise Marc Zuckerberg tarafından şu anda en çok kullanıcıya sahip sitelerden biri olan Facebook kurulmuştur (Çayırlı, 2017). Facebook'u diğerlerinden farklı kılan yanları, basit grafiklerin kullanılması, okunması kolay ve hızlı teknolojik özelliklere sahip bir site olmasıdır (Strauss ve El-Ansaryand, 2003).

2005 yılında Youtube video paylaşım sitesinin açılıp daha sonra 2006 yılında Google tarafından satın alınması sosyal medyanın kilometre taşlarından birisidir. Daha sonra Twitter.com sitesinin devreye girmesiyle içerik paylaşımı daha kolay bir hal almıştır. Kullanıcılar mobil telefonlarını kullanarak yolda giderken veya herhangi bir yerde otururken düşüncelerini paylaşıp veya çekmiş olduğu videoyu anında youtube.com sitesinde yayınlayabilme imkânına sahip oldular. 2008 yılında iphone 3g nin çıkmasıyla birlikte mobil uygulamalar Appstore'daki yerini almaya başlamıştır. Kullanıcılar artık WhatsApp ve Facebook gibi uygulamaları yükleyerek birbirleriyle çok daha çabuk iletişim halinde olabiliyorlardı. 2010 sonrasında internet sitelerinin ve blog'ların popülaritesinin azalmaya başladığı yıllar olmuştur. (Scott ve Jacka, 2013).



Şekil 1. Bazı önemli sosyal ağ sitelerinin başlangıç çizelgeleri ile sosyal ağ siteleri özellikleriyle topluluk sitelerinin yeniden başlama çizelgeleri
Kaynak: Journal of Computer-Mediated Communication (2008) 210–230.

2.1.3.3. Sosyal Medyanın Özellikleri

Mayfield' a (2008) göre sosyal medya araçlarının ortak özelliklerini şu şekilde anlaşılabilir:

1. Katılım: Sosyal medya ilgisi olan herkesin katılımını veya geribildirim sunmasını mümkün kılmaktadır.

2. Açıklık: Sosyal medya geribildirim ve katılıma açıktır. Oylamayı, değerlendirmeyi, yorum yapmayı ve bilgi paylaşımını mümkün kılmaktadır. Sosyal medyada bilgiye ulaşımı engelleyen çok az engel vardır.

3. Diyalog: Geleneksel medya tek yönde yayın yapmaya yoğunlaşırken sosyal medya çift yönlü bir diyalog olarak değerlendirilmektedir.

4. Topluluklar: Sosyal medya ortak ilgileri olan toplulukların hızlı bir şekilde oluşmasını ve etkili bir iletişim kurmasını sağlamaktadır.

5. Bağlılık: Sosyal medya çoğunlukla bağlılık ilkesine dayanmaktadır. Web siteleri diğer sitelerin, kaynakların, insanların oluşturduğu içeriği kullanmaktadır.

2.1.3.4. Sosyal Medya Araç ve Uygulamaları

Sosyal medya günümüzde en önemli iletişim araçlarından birisi olma yolunda hızla ilerleyen internetin en gözde uygulamaları arasında yer almaktadır. İnternetin kullanılma sıklığı artarken, bu sıklık içinde de sosyal medyaya girilme oranı yükselmektedir (Tektaş, 2014).

Geleneksel medya insanlara sadece haberi ileterek tek yönlü iletişim sağlarken, yeni medya bireylerin iletişim için bilgisayarlarını ve mobil cihazlarını internet üzerinden etkileşimli bir şekilde kullanması anlamına gelmektedir. Yeni medya, internetin etkileşimli iletişim gücünü tanımlayan soyut bir kavram olmakla birlikte, bu gücü kullanan araçlar, sosyal medya araçları olarak adlandırılmaktadır (Çildan, Ertemiz, Tumuçin, Küçük ve Albayrak 2012).

Sosyal medya uygulamalarının sınıflandırılması konusunda farklı bakış açıları bulunmaktadır. Tüm sosyal medya uygulamalarını kategorize edecek tek bir sistemden bahsetmek güçtür. Ayrıca değişen kullanıcı ihtiyaçlarına paralel olarak sosyal medya sitelerine her geçen gün yeni bir özellik eklenmekte ve bu da süreklilik gösteren bir sınıflandırmayı zorlaştırmaktadır. Buna bağlı olarak bu çalışmada ele alınan uygulamalar sosyal ağlar başlığı altında sunulmuş ve herhangi bir sınıflandırma yapılmamıştır (Yılmaz, 2016).

Geleneksel medyanın yerini alan yeni medyanın gündeme getirdiği sosyal medya uygulamaları incelendiğinde fark edilmektedir ki sosyal medya uygulamalarını sınıflayacak tek bir yapı oluşturmak zordur. Bu durumun iki nedeni olduğu söylenilebilir. Bunlardan birincisi sosyal medya uygulamalarının sınıflandırılması konusunda farklı bakış açıları bulunması, ikinci olarak ise değişen kullanıcı kitlesine, sayısına, niteliğine ve kullanıcı ihtiyaçlarına bağlı olarak sosyal medya sitelerine her geçen gün yeni özelliklerin eklenmesidir. Bu nedenler sabit, tek bir sistemden oluşan sınıflandırma yapmayı oldukça güç hale getirmektedir (Seviniş, 2017).

2.1.3.5. Sosyal Ağlar

İnternet ortamında, kullanıcıların kendilerini tanımlayarak her kültürden farklı kullanıcı ile iletişime geçtiği ve gündelik sosyal yaşamda kullanılan jest ve mimik hareketlerini simgeleyen sembollerle duygu ve düşüncelerini sanal olarak ifade ettiği, bu şekilde sosyal iletişim kurduğu ortamlar "sosyal ağ" olarak tanımlanmaktadır (Tektaş, 2014).

Sosyal ağ siteleri, kullanıcıların kişisel bilgi profilleri oluşturarak, arkadaşlarını ve meslektaşlarını bu profillere erişmeye davet ederek ve aralarında e-posta ve anlık ileti göndererek kullanıcıların bağlantı kurmasını sağlayan uygulamalardır (Kaplan ve Haenlein, 2010).

Sosyal ağ kavramı geçtiğimiz yıllarda tüm dünyada ciddi bir yükseliş göstererek, eğlencelik bir uygulama konumundan, çevrimiçi topluluklar arasında ciddi bir yere sahip olmuştur. Sosyal ağlar kişinin okuduğu kitaptan, dinlediği müziğe, sosyo-kültürel gruptan ekonomik seviyesine, gezmiş olduğu yerlerden, politik ve cinsel tercihine kadar kişinin kendine ait nitelikleri göz önüne serebildiği benzersiz bir ortamdır (Acır, 2009).

Boyd ve Ellison (2007) sosyal ağ sitelerinin farklı şekil ve formlarda olmakla birlikte ortak bazı özellikler içerdiğini öne sürmektedir. Sosyal ağ siteleri kişilerin:

- Sınırlandırılmış bir sistem içinde herkese açık veya yarı açık profil oluşturdukları,
- Bağlantılarını paylaşabildikleri bir kullanıcı listesine sahip oldukları,
- Sistemde Bağlantılı olduğu kişilerin listesini ve diğer kişilerin oluşturduğu profil ve ilişkilerini gözlemleyebildikleri web tabanlı hizmetlerdir. Bu bağlantıların niteliği ve adlandırılmaları siteden siteye değişebilmektedir.

Sosyal ağ sitelerini genel kullanıma açık (Facebook, Yonja vb.), iş ağları (LinkedIn vb.), uzmanların ve ilgi alanlarının sosyal ağları (Mediapost.com vb.), flört ağları (Siberalem.com, islamievlilik.com vb.) gibi kullanım amaçlarına göre sınıflandırmak mümkündür (Onat ve Aşman Alikılıç, 2008).

Sosyal ağları benzersiz yapan sadece kişilere tanımadıkları kişilerle tanışma imkan vermesi değil aynı zamanda kendi sosyal ağlarını eklenebilir ve görünür hale getirme imkânı sunmalarıdır. Sosyal ağ sitelerinde kullanıcıların amacı yüz yüze olarak seyrek görüştükleri ya da uzun zamandır görüşmedikleri kişileri sosyal ağlarına katmaktır. Bu, başka türlü mümkün olmayacak bir şekilde bireyler arasında bağlantılarla sonuçlanabilmektedir. Fakat çoğunlukla amaç bu değildir. Geniş sosyal ağ hizmetlerinin birçoğunda katılımcıların ağ kurması ya da yeni insanlarla buluşmaya çalışması şart değildir. Bunun yerine katılımcılar öncelikli olarak kendi geniş sosyal ağlarının bir parçası olan insanlarla iletişim kurarlar (Boyd ve Ellison, 2007).

Ayrıca sosyal ağlar teknolojik tabanlarının birbirine benzer olmasının yanında farklı amaçlarla tasarlanmıştır. Bazıları birbirinden çok farklı kitlelere hitap ederken, bazıları ortak dile, dine, ırka, cinsiyete sahip insanları kendine çekmek üzere tasarlanmıştır. Diğer bir ayrım noktası ise, bazı sosyal ağ sitelerinin mobil bağlantı, blogculuk, fotoğraf ve video paylaşma gibi yeni bilgi ve iletişim teknolojisi araçlarını da içeriyor olmasıdır (Boyd ve Ellison, 2007).

2.1.3.5.1. Facebook

Facebook, Mark Zuckerberg ve arkadaşları tarafından Şubat 2004 yılında kurulmuştur. Harvard Üniversitesi öğrencilerinin resimleri ve kısa bilgilerinin bulunduğu bir rehberi olmamasından kaynaklanan bir ihtiyaçla oluşturulan Facebook'a daha ilk çevrimiçi olduğu anda 450 üye kayıt olmuş ve 22.000 resim yüklenmiştir. Harvard Üniversitesi öğrencileri tarafından önce "Facemash", kısa bir süre sonra da "thefacebook.com" olarak tanınmış ve yayılmıştır. 2004 yılının sonuna gelindiğinde Harvard öğrencilerinin yarısı ve Boston'da bulunan MIT, Boston Üniversitesi, Boston College, Ivy League ve Stanford gibi diğer yakın üniversitelerdeki öğrenciler tarafından da kullanılmaya başlanmıştır. 2004 yılının sonunda Facebook üye sayısı 1 milyona ulaşmıştır (Durmuş, Yurtkoru, Ulusu ve Kılıç 2010).

Şu anda en çok kullanıcı gruplarından birine sahip olan facebook, ilk başlarda kuruluş amacı öğrencilerin yeni sosyal bağlar kurması ve bu bağları korumasına yardımcı

olmaktır (Çayırlı, 2017). Bu sosyal ağda kullanıcıların bir profil sayfası bulunmaktadır, bu profilde kişisel bilgiler, arkadaşlar listesi yer alır ve arkadaşlık süreci davet edilme ve onaylama ile başlar ek olarak ağ üzerinde fotoğraflar, videolar, yer bildirimleri paylaşılabilir ve mesaj gönderilebilir (Eni, 2017).

Harvard öğrencileri için uyarlanmış ancak üç yıl içerisinde küresel bir gelişim göstermiş olan Facebook' ta kullanıcılar bulundukları şehre, çalıştıkları kuruma, okula veya mensup oldukları bölgeye göre ağlara katılabilmektedirler. Temel bağlantı noktası davet ettiğiniz ve profil sayfalarına giriş yaptığınız arkadaşlarınızdan oluşmaktadır (Brown, 2009).

Facebook, diğer sosyal ağ uygulamalarında olduğu gibi kullanıcılara iletişim bilgileri, kişisel bilgileri, arkadaş listesi, albümler, sosyal ilgi grupları vs. içeren kişiselleştirilmiş bir profil alanı sağlar (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007). Facebook'ta kullanıcıların erişebildikleri çeşitli uygulama ve özellikler yer almaktadır. Profil sayfası, duvar, dürtme, fotoğraflar, video, gruplar, etkinlikler, oyun, arkadaşlar, Facebook reklamları, bildirimler, anlık ileti ve beğenme gibi özellikler mevcuttur (Yılmaz, 2016).

Facebook okunulan okuldan, ilişki durumuna, doğum tarihinden, sevilen müzik, kitap ya da filme kadar bireye özgü şekilde değişebilir. Dürtmeye, sohbet edip hediye göndermeye, fotoğraf, düşünce ya da video paylaşmaya, ilgilerin ortaya konulmasına imkan tanıyan bir ortam olmasının yanında birçok dilde kullanımıyla profil hazırlamasına imkan vermesi en önemli özelliklerindendir (Deniz, 2012 ; Kaymak, 2012).

Facebook'u diğer sosyal ağlardan ayırt eden en önemli özelliği kullanıcıların profillerine ücretsiz olarak ekleyebildikleri uygulamalardır. Bu uygulamaların çoğunluğu Facebook'un haricindeki yazılım geliştiriciler tarafından oluşturulan, belli işlevleri olan küçük web yazılımlarıdır. Bu uygulamalar kullanıcıların arkadaşları ile etkileşime geçebilmeleri ve Facebook ile bütünleşmiş çalışabilmesi, bu uygulamalara farklı bir boyut kazandırmaktadır (Argın, 2013).

Facebook'un aylık aktif ziyaretçi sayısı son verilere göre 1 milyar kişidir (Statista, 2015). Tipik Facebook kullanan bir kişi günde 20 dakikasını bu sitede geçirirken, kullanıcıların her üç kişisiden ikisi günde en az bir kere bu siteye girmektedir (Ellison, Steinfield ve Lampe, 2007).

2.1.3.5.2. Twitter

En popüler mikrobloglardan birisi olan Twitter 2006 yılında kurulmuş ve diğer sosyal medyalardan ayıran belirli tasarım öğeleri ve kullanıcı uygulamaları barındırmaktadır. Bunlardan bazıları "takipçi yapısı" "link-paylaşımı ve hashtag" ile "Gerçek zamanlı arama" dır (Greenhow ve Gleason, 2012). Kullanıcılar Twitter üzerinden takip etmek istedikleri kişileri ekleyerek kendilerine bir ağ oluşturabilir hatta kendi profesyonel öğrenme ağlarını kurabilirler (Greenhow, 2009). Takiplerde karşılıklı olma zorunluluğu olmadan, istenilen kişi veya kuruluşların tweetlerini izlemek için takip isteği gönderilebilmektedir ve kişilerden bazıları binlerce kişiyi takip ederken bazıları sadece tanıdığı kişileri ya da birkaç kişiyi takip edebilmektedir (Boyd, Golder ve Lotan, 2010).

Dünya üzerinde milyonlarca kullanıcısı olan Twitter, bireylerin bilgisayar veya cep telefonu kullanarak arkadaş çevreleriyle, aileleriyle veya iş arkadaşlarıyla sürekli iletişim halinde olmak için kullandıkları bir çevrimiçi sosyal ağdır (Huberman, Romero ve Wu, 2009).

Twitter ilk başta 140 karakterlik paylaşımlara izin vermesine karşın günümüzde GIF, video ve canlı yayın video paylaşım özellikleriyle gelişimine devam etmektedir (Çayırlı, 2017). Twitter üzerinden kullanıcılar, "Tweet" adı verilen mesajları, "followers" adı verilen takipçileriyle paylaşarak, kitlesel ve kişiler arası iletişim kurabilmektedirler (Chen, 2011). Ayrıca Twitter' da o zaman diliminde en çok konuşulan konuların listelendiği ve konuların geçiş yoğunluğuna göre Trend Topics isimli sistem bulunmaktadır (Arık, 2013).

Facebook güçlü, ayrıntılı ve zengin olmasına karşın Twitter kadar kullanım açısından basit değildi. Twitter'ın varlığı insanların mobil alışkanlığına hitap ediyordu. Twitter, internete kısa mesaj atmak demekti. 140 karakterde ne söylemek istiyorsanız söyleyin SMS'ten tek farkı sizi takip eden herkes okuyabilsin. Başlangıçta sıkıcı sayılabilecek kadar sade olan bu fikir, sosyal medyanın akışını tamamen değiştirdi. (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012).

Farklı amaçlarla kullanılabilen Twitter'a bağlanma sebepleri; internet ağının bir parçası olmak, milyonlarca insanın fikirlerini, duyduklarını, hissettiklerini, ilgi alanlarını öğrenmek, hayatta olup bitenleri not etme yöntemi olarak tweet yazmak, düşündüklerini, okuduklarını, bildiklerini paylaşmak ve çevreleriyle temas halinde olmak şeklinde sayılabilir (Fitton, Gruen ve Poston, 2010).

2.1.3.5.3. Youtube

Chad Hurley, Steve Chen, San Mateo ve Jawed Karim'in 2005 yılında Amerika'da kurduğu bir video görüntüsü paylaşım sitesidir. Chad Hurley ve Sten Chen'in ev partisinde çektikleri komik videoları paylaşmak için oluşturdukları kolay yol, YouTube'un ortaya çıkmasını sağlamıştır. YouTube'da her gün 100 milyondan fazla video izlenmektedir (Nakilcioğlu, 2007). Kullanıcılarının video izlemesine, yüklemesine ek olarak bu videolara yorumlar yapılabilmesine imkan veren sosyal ağlardan birisidir (Eni, 2017).

Bir yıl sonrasında 2006 yılında Youtube, Google tarafından satın alınmıştır. Video izlemek için kişisel profil sayfasının oluşturulmasının gerek olmadığı Youtube' da genelde paylaşılan videoda genel bilgiler ve topluluğa katılma tarihi yer alır (Çap, 2017). Google ile uyumluluğu ve altyapısı sayesinde Youtube diğer video kanallarına oranla en fazla kullanılan sitedir (Sevinç, 2012).

Youtube, internet üzerinden video paylaşımına olanak sağlayan bir web sitesidir. İçerik paylaşımı, fikir alışverişi, etiketleme, içeriğe puan verme gibi Web 2.0 teknolojilerini içerisinde barındırır. Youtube üzerinden ilgili alanlarda materyal oluşturularak, kullanıcılara bilgi alabilmeleri ve öğrenimlerine katkıda bulunabilmeleri amacıyla sunulabilmektedirler (Burke ve Snyder, 2008). Youtube istenilen her alanda eğitim videoları barındırması yönüyle de video şeklindeki bir ansiklopediye benzetilebilinir (Aksak, 2017).

YouTube servisinin avantajlarından birisi kişilere sevdikleri videoları kopyalamak ve onları kendi web sitelerinde yapıştırma imkânı sunmasıdır. YouTube video kliplerini yükleme ve paylaşımını web ortamında, web siteler, cep telefonları, bloglar ve e-mail yoluyla mümkün kılmaktadır (Zafarmand, 2010).

2.1.3.5.4. Google +

Google' ın yeni bir hizmeti olan Google+ veya G+ hızlı bir şekilde yayılarak, ortaya çıktığı on altı gün sonrasında 10 milyon kullanıcıya ulaşmıştır (Yee ve Hargis, 2011). Google+ Facebook, Instagram ve Facebook Messenger' dan sonra Türkiye' de de en çok kullanılan sosyal ağlardan bir tanesidir (Kılıç, 2016).

Google tarafından hizmete sunulan sosyal ağ sitesi Google+, kullanıcıların istedikleri kişilerle fotoğraf ve not paylaşımında bulunabilmesini sağlarken, kullanıcılar aynı anda 10 arkadaşıyla da Google+ aracılığı ile ücretsiz video görüşme yapabilmesine imkan tanımaktadır. Kullanıcılar isterlerse, uzman kişilerden bilgi almak ya da ilgisini çeken kullanıcıların neler söylediklerinden haberdar olmak ve ilgi alanına uygun topluluklara katılmak için de bu sosyal ağ sitesini kullanmaktadırlar. Google+ ile kullanıcılar, Google'ın tamamında güncel kişilere erişme imkânını yakalarken, Google ürünleriyle ilgili güvendikleri kullanıcıların önerilerini de alabilmektedirler (Kırıcı, 2014).

Google+, yalnızca sosyal ağ platformu değil aynı zamanda entegre google servisleri olan diğer tür sosyal ağ özelliklerinin birleşimidir (Uzun, Uzun ve Medeni, 2013). Google+, herkesin belirli bir kullanıcının gönderilerini takip edebilmesi açısından da Twitter' a benzer. Başkalarının yazdığı mesajları okumak için doğrudan bir arkadaş ilişkisine gerek yoktur (Yee ve Hargis, 2011).

2.1.3.5.5. Vine

Vine, Twitter'ın 2013 Ocak ayında kullanıma sunduğu ücretsiz uygulamasıdır. Uygulama kullanıcının maksimum 6 saniyelik kısa videolar çekebilmesini sağlamaktadır. Facebook ve Twitter üzerinden paylaşılabilir. Ayrıca Dünya'da ve Türkiye'de günlük hayatta kullanılan bir uygulama haline gelmiştir (Yılmaz, 2016'da belirtildiği üzere). Ancak bu 6 saniyelik videoya sığdırılabilinecek ileti oldukça sınırlıdır (Göker, 2015).

Oluşturulan Vine hesaplarıyla tıpkı Twitter'da olduğu gibi başka hesaplar takip edilebilmekte, beğenilen videolar "re-Vine" edilebilmekte ve Vine videolarına etiketleme yapılabilmektedir. Vine videoları default olarak sessiz bir şekilde izlenmeye başlanmakta, sesli izleyebilmek için videonun sol üst kısmından "mute" özelliği iptal edilebilmektedir. Ayrıca Vine videoları durdurulmadıkları sürece sonsuza kadar tekrar eden bir yapıya da sahiptirler. Vine, genellikle mizah yapmak için kullanılan, hatta yavaş yavaş kendi fenomenlerini yaratmaya başlamış bir uygulamadır. Vine bir videoyu oluşturup sonra onu anında Twitter'da paylaşabilmeyi mümkün kılmaktadır. Vine'ların kategori seçme zorunluluğu ve reklama maruz kalma ihtimali bulunmadığı için, video çekip internete yüklemek ya da izlemek oldukça hızlıdır (Saygın, 2015).

Kişilerin sosyal medya uygulamalarınında Facebook, WhatsApp vb. Uygulamaların sonunda Vine uygulamasını da kullandıkları saptanmıştır (Cebecioğlu ve Altıparmak, 2017).

2.1.3.5.6. Instagram

Önemli sosyal ağlardan bir tanesi olan Instagram, Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından ekim 2010' da kurulan, ücretsiz olarak fotoğraf ve video paylaşma imkanı sunan bir sosyal medya uygulamasıdır (Aksak, 2017). Instagram, Facebook tarafından 2012 yılında satın alınmıştır (Çayırlı, 2017). Facebook tarafından satın alındıktan sonra değerini 35 kat arttırmıştır. Bu bağlamda, arayüzünün sade ve kullanımının kolay olması açıklık özelliğini ön planda tutmakta olup bu sebeple de her yaştan kesime hitap ederek yaygın kullanıldığı düşünülebilir. Diğer taraftan, uygulamayı ilgi çekici yapan en önemli özelliğin çekilen fotoğraflara hızlı ve etkileyici filtrelerin uygulanabilmesi olduğu belirtilmektedir ve bu filtreler sayesinde normal hayatta rastladığımız en basit nesneler bile sanki bir sanatçının elinden çıkmış gibi fotoğraflanabilmektedir. Kullanıcılar, Instagram uygulaması ile çektikleri fotoğrafları Twitter, Facebook, Foursquare, Tumblr gibi sosyal medya ağlarında da paylaşabilmektedir (Ünal, 2015).

Instagram, bugün Photoshop'un belirli özelliklerini ücretsiz olarak sunmaktadır. Instagram yoluyla normal bir fotoğraf daha etkili hale getirilebilir ve daha çok insana ulaşılabilinir (Sevinç, 2012). Fotoğraf paylaşımıyla kişiler tarafından yorum ve beğenme özellikleri kullanılarak etkileşimde bulunulabilinmektedir. 2016 yılından itibaren ise "hikaye" adı verilen yenilik getirilmiştir (Çayırlı, 2017).

Instagrama' a hem web sitesi üzerinden hem de Ios veya Android işletim sistemine sahip telefonlara yüklenen uygulama üzerinden erişilebilir. Uygulama içerisindeki etiketleme özelliği ile fotoğraflar ve videolar sınıflandırılabilmekte ve sosyal ortamda daha kolay erişilebilir hale getirilebilmektedir (Türkmenoğlu, 2014).

2.1.3.5.7. Blogspot

Blog kavramı "web-log" un kısaltılması sonucu ortaya çıkan bir kavramdır. Kişisel bir günlük olarak tanımlanabilecek bloglar, içerisinde metinlerin, resimlerin, videoların, ses kayıtların bulunabildiği, sürekli güncellenebilen bir sosyal ağdır (Karcıoğlu ve Kurt, 2009).

Web 2.0 olarak adlandırılan ve çift yönlü iletişim kanallarının gelişmesine paralel olarak ortaya çıkmış olan bloglar, kullanıcıların basit ve ücretsiz servisleri kullanarak oluşturdukları web sitesiyle yayın yapmalarına imkan vermiştir. Kullanıcılar, ilgi duyduğu ve merak ettiği alanlarda çevrimiçi olarak yazılar yazıp yayınlayarak internet ortamında seslerini geniş kitlelere duyurabilmektedir (Kahraman, 2013).

Bloglar, yalnızca kişisel fikirlerin ifade edildiği asenkron bir alan değil, aynı zamanda kullanıcıların kendi içeriklerini istedikleri özgürlükte yayınlamalarına imkan sağlayan ortamlardır. Kişilerin fotoğraf ve video gibi eklentilerle okuyucuları etkilemeleri, okuyucularla eşzamanlı iletişime geçebilmeleri, yorum alabilmeleri ve onlarla diyalog kurabilmeleri web tabanlı günlükler sayesinde gerçekleşir (Scott, 2010).

Blogların ana sayfası çoğunlukla doğrudan blogcunun paylaştığı metinlerin ters kronolojik bir sırayla yayınlanmış olduğu kolonlardan oluşur. Çoğunlukla bir profil fotoğrafı bulunmaz, bulunsa dahi bu profil fotoğrafı tektir ve bazen blogcu kendi fotoğrafı yerine şöhretlerin, çizgi dizi karakterlerinin fotoğraflarını profil fotoğrafı olarak kullanabilir. Sayfanın belli bir köşesinde 3-4 satırı geçmeyecek şekilde kısa cümlelerle blogcunun kendini tanıttığı bir metin vardır (Erbaş, 2011).

Bloglar kendi aralarında sınıflandıralabilmektedir. Kişisel, tematik, portföy, kurumsal ve topluluk blogları olarak ayrılabilen bloglardan, kullanıcının eş, dost, çevresiyle paylaştıkları bloglar kişisel; seyahat, gezi, kitap, teknoloji, kitap, moda vb. konuların olduğu bloglar tematik; genelde oyuncu ve sanatçıların çalışmalarını paylaştıkları bloglar portföy bloglar; şirketlerin hedef kitleleriyle paylaştıkları kurumsal bloglar; birden fazla yazarın birlikte oluşturdukları yazıların paylaşıldığı ise topluluk blogları olarak adlandırılmaktadır (Çelik, 2013).

2.1.3.5.8. Tumblr

Tumblr David Karp tarafından 2007 kurulmuş, iki hafta sonrasında kullanıcı sayısı 75 bin olmuştur (Çayırlı, 2017). Kullanımına başlanmasından itibaren ilk beş yıl reklam almadan erişim sağlayan Tumblr' ı daha sonrasında Yahoo satın almıştır (Aksak, 2017). Tumblr' da 462,2 Milyon Blog, 171,2 Milyar gönderi bulunmaktadır (Tumblr, 2019).

Tumblr'da karakter ve içerik türü sınırlaması yoktur. Dolayısıyla kullanıcılar Tumblr ortamında içerik üretiminde karakter ve içerik sınırlaması olmadan yazma ve Tumblr bloglarını diledikleri formatta kullanabilme imkanına sahiptirler. Kullanıcılar

Tumblr blog ortamında, standart bloglarda olduğu gibi görüntü, bağlantı, ses ve uzun metinler de paylaşabilirler (Erbaş, 2011).

Fonksiyonel ve hızlı bir blog servisi olan Tumblr; tumble ve blog kelimelerinin birleşiminden meydana gelmiştir. Kullanıcılar klasik blog sayfalarından farklı olarak uzun blog yazıları yerine kısa metin parçaları, resim, video veya sadece bağlantı paylaşımı yapabilirler. Bu da Tumblr' a bir mikro blog türü denmesine sebep olmuştur. Tumblr' da normal bloglardan daha sık paylaşım yapılmaktadır. Aşırı bir özen gerektirmeyen, daha çok kısa paylaşımlara dayalı bir blog servisidir. Bir yazının bağlantısı, komik veya ilginç resimler, videolar paylaşılabilir. Yazıların url adresleri düzenlenebilir, daha sonra yayınlamak üzere taslak oluşturulabilir. Bazı yazılar ise herkesin görmesine kapatılabilir (Argın, 2013' te belirtildiği üzere).

2.1.3.5.9. Pinterest

Pinterest, 2010 yılının Mart ayında kapalı bir beta sitesi olarak ortaya çıkmış ancak 2011' in sonlarında büyük ilgi görmüş olup, Şu anda ABD' de Facebook ve Twitter' ın arkasından 3. en popüler sosyal ağdır (Hall and Zarro, 2012).

İmleme, yorum, puanlama, ilgi alanları ve hobilerine göre insanları takip etme gibi birçok özelliği barındıran Pinterest kelime olarak ingilizce Pin (iğnele), Interest (ilgi alanı) kelimelerinden oluşmaktadır. Yani Pinterest ilgi alanlarının iğnelenebildiği bir pano olarak ifade edilmektedir. İnternet tarayıcılarının Pin it uygulamasıyla internette sayfaları gezerken beğendiğiniz fotoğrafları pin it butonu ile pinterest hesabınızdaki panoya eklenebilmektedir. Bu mecrada da yine takip etme mantığı bulunmaktadır (Özdinç, 2014).

Ayrıca Pinterest gibi sosyal medya araçları giderek siyaset, ekonomi, spor gibi konularda son dakika haberlerini paylaşmak için kullanılmaktadır. Sosyal ağ hizmetlerinin kullanıcı sayısının artması ve haber merkezlerinin sosyal medya ortamındaki kullanıcıları hedef kitlelerine dâhil etmek istemeleri, sosyal medyanın haber kaynağına dönüşmekte olduğunu düşündürmektedir (Kürkçü, 2017).

Kullanıcılar Pinterest'te, beğendikleri tüm görselleri paylaşabilmekte ve hatta paylaştıkları ürün görsellerine ürünün fiyat bilgisini de eklediklerinde %36 daha çok beğeni almaktadırlar. İstatistiki olarak bakıldığında, Pinterest'te tavsiye edilen ürünleri satın alma oranı, sosyal medyadan gelmeyen tavsiyelere oranla %70 daha fazla

olmaktadır. Facebook için %24 olan kullanıcıların marka veya perakendecilerle bağ kurmayı tercih etme oranı, Pinterest için %43'e yükselmektedir (Yurdakul, 2013).

2.1.3.5.10. Foursquare

Konum merkezli bir kullanım sunan Foursquare, Dennis Crowley ve Naven Selvadurai tarafından 2009 yılında kurulmuştur (Aksak, 2017). Kullanıcılar Foursquare ' da ad, soyad, yaş, cinsiyet gibi bilgileriyle bir profil oluşturur, kullanıcı adı ile arama yapabilir ve facebook ile entegre şekilde check-in yani konum bildirimi yapabilirler (Şahan, 2013).

Foursquare uygulamasının giriş ekranında kullanıcılar arkadaşlarının en son check-in yaptığı konumu harita üzerinde görebilmektedir. Ayrıca uygulama kullanıcıya kendi mevcut konumuna yakın konumda olan arkadaşları da görebilme imkanı vermektedir. Kişi bu ekranda "check-in yap" butonuna dokunarak yakınlardaki yerleri listelemekte, aradığı mekan listede bulunmuyorsa arama yapabilmekte veya yeni bir mekan olarak bulunduğu konumu listeye ekleyebilmektedir. (Şahan, 2013).

Foursquare, beş yıl sonra, check-in'e kendi uygulamasını vermeye karar vererek Swarm isimli yeni bir uygulamayı ortaya çıkarmıştır. Böylece Foursquare sadece mekan aramak için, Swarm ise yer bildirimi yapmak için birbirilerine entegre şekilde çalışmaktadır. Swarm'a giriş yapıldığında ana ekranda, kişinin civardaki arkadaşları yer almaktadır: 150 metre yakınındakiler, 1,5 Km uzaktakiler ve 10 Km uzaktakiler. Bu şekilde giderek genişleyen bir çapta etraftaki arkadaşların nerede oldukları görülebilmektedir. Uygulamanın getirdiği bir yenilik, plan yapma ve arkadaşların planlarını görebilme özelliğidir. Böylece, planlar oluşturabilmekte ve ağda yer alan arkadaşların planları görülebilmektedir. Bu şekilde "I'm interested" butonu tıklanılarak planla ilgilenildiği diğerlerine kolayca gösterilebilmektedir. Bu yönüyle uygulamanın katılım özelliğini sağladığı ve topluluk oluşturmaya da hizmet ettiği söylenebilir. Ayrıca kullanımının açık ve anlaşılabilir olması da yaygın kullanımı beraberinde getirmiştir. (Ünal, 2015).

2.1.3.5.11. Skype

Niklas Zennstrom ve Janus Friis tarafından 2003' de kurulmuş ve kullanıma sunulmuştur (Çap, 2017). Skype kullanıcılarına sesli ve görüntülü görüşme olanağını sunan bunun yanında mesajlaşma ve veri aktarma özellikleri de bulunan bir iletişim aracıdır (Deakin and Wakefield, 2014). Skype ile görüşme yapmak için Skype hesabı/kullanıcı adı almak gereklidir. Kullanıcı adı hesabı aktif olduğu sürece kullanıcıya aittir. Farklı teknolojik aletlerde aynı kullanıcı adıyla görüşme yapabilmek mümkündür (Courtney, 2012).

Skype ile görüşme yapmak için bir kulaklıklı mikrofon ve web kamerasına ihtiyaç vardır. Bu özellikler bazı bilgisayarlarda mevcuttur. Bu görüşmeler için akıllı telefon ve tabletleri de kullanmak mümkündür. Kullanıcılar kendi aralarında görüntülü görüşmeler yapabilir. Eğer internet hızı düşükse sesli arama yapılabilir. Skype kullanıcıları kendi aralarında ücretsiz sesli ve görüşme yapabilirler (Gün, 2015). Sykpe' da bulunan görüntülü grup çağrısı özelliği sayesinde de çok kişi ile telefon, tablet ve bilgisayarda kolay görüşme olanağı sağlanmaktadır (Skype, 2018).

Skype, çeşitli amaçlar için kullanılabilecek birçok sohbet fonksiyonuna sahiptir. Kullanıcılar, ses veya video özellikleriyle gerçek zamanlı bir süre sohbet edebilir, mesajlaşabilir. 25 kullanıcıya kadar sesli sohbet mümkündür. Skype kullanıcıları Word, PDF veya farklı uzantılı dosyalarını eposta eki gönderiyor gibi gönderebilirler. Gerçek zamanlı görüşme anında da dosyalarını karşı tarafla paylaşabilirler (Gün, 2015). Özellikle video konferans kullanımı, coğrafi olarak dağınık olan katılımcılarla yüz yüze görüşme yapmak için çok uygun ortam sağlamaktadır (Sedgwick and Spiers, 2009).

Skype, Appstore' da en popüler ücretsiz sosyal ağlar arasında bulunmaktadır (Şahan, 2013). Türkiye' de ise Facebook, Instagram ve Facebook Messenger' ın ardından Google+, Twitter ile birlikte Skype kullanılmaktadır (Kılıç, 2016).

2.1.3.5.12. Whatsapp

2009 yılında Yahoo' nun iki eski çalışanı olan Brian Acton ve Jan Koum' un kurduğu bir sosyal ağdır (Çap, 2017). 2G' den 4.5 G' ye kadar hemen hemen tüm uyumlu telefonlarda çalışan Whatsapp, sesli ve görüntülü arama imkanının yanısıra video, fotoğraf, belge vb. birçok veri gönderimi sağlamaya olanak vermektedir (Aksak, 2017).

Dünya genelinde 1 milyardan fazla kullanıcısı olan uygulamadır ve Kaliforniya' da kurulan bu uygulama Facebook tarafından 2014 yılında satın alınmıştır (Karaman ve

Önder 2017). Tosun' a (2016) göre Whatsapp, ülkemizde meslek lisesi öğrencileri arasında Facebook ve twitter ile en çok kullanılan sosyal ağlardan birisidir.

Whatsapp Messanger Android ve diğer akıllı telefonlarda kullanılabilinen bir akıllı telefon mesajlaşma uygulamasıdır. Whatsapp, birçok özelliğinin yanında grup oluşturup gruba istenen arkadaşları ekleme gibi özellikleri barındırır. Telefon listenizdeki arkadaşları kullanan uygulamada, anlık sohbet imkanınız bulunmakta internetinizin açık olmadığında mesajlarınızın depolandığını internetinizi açtığınız anda gelen bildirimle fark edebilirsiniz. Whatsapp'tan her gün ortalama 50 milyar mesaj gönderiliyor olması mobil uygulamaların iletişim alışkanlıklarını değiştirdiğinin en büyük göstergesidir (Seviniş, 2017' de belirtildiği üzere).

2.1.4. İlgili Araştırmalar

Dünyada ve Türkiye'de sosyal medya kullanımına ve sosyal medya ile sosyal fobinin ilişkisine ilişkin yapılan çeşitli araştırmalara ulaşılmıştır. Aşağıda bu çalışmalardan bazılarının özetlerine yer verilmiştir.

Vanucci, Flannery, ve Ohannessian, (2017) yetişkinlerdeki sosyal medyayı kullanma süresi ile kaygı belirtileri ve düzeyi arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Araştırma ABD'de 18-22 yaş aralığındaki 563 kişi üzerinde anket tekniği ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmada günlük sosyal medya kullanım süresi ile sosyal kaygı arasında anlamlı bir ilişki olduğu ortaya konulmuş, sosyal medya kullanım süresinin artmasının bireyin sosyal kaygılarını artırdığı vurgulanmıştır.

Kuss ve Griffiths (2011) internette sosyal ağların kullanımı ve bağımlılığı ile ilgili yaptıkları çalışmada literatür taraması yapmışlardır. Araştırmada tüm internet kullanıcılarının yaklaşık üçte biri sosyal ağlara katıldığı ve çevrimiçi olarak harcanan toplam sürenin %10'unun sosyal ağlarda harcandığı vurgulanmıştır. Gençlerin %55 ile %82'sinin sosyal ağları kullandıkları, kadınların sosyal ağları daha çok kendi akran gruplarıyla iletişim kurmak için kullanırken erkeklerin sosyal kimlik memnuniyeti için kullandıkları, nevrotik özelliklere sahip erkeklerin nevrotik özelliklere sahip kadınlara oranla daha fazla sosyal medya kullanıcısı oldukları saptanmıştır.

Ciba' nın (2018) üniversite öğrencileri arasında sosyal medya kullanımı ve sosyal kaygı arasındaki ilişkiyi incelediği araştırmaya 2017-2018 öğretim yılında, Yakın Doğu Üniversitesi Psikoloji bölümünde öğrenim gören ve 300 lisans ve yükseklisans öğrencisi katılmıştır. Katılımcılara Sosyo-Demografik Veri Formu (SDVF), Liebowitz Sosyal

Kaygı Ölçeği (LSKÖ) ve Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği (SGKÖ) uygulanmıştır. Öğrencilerin %53' ünün 6 saatten fazla zaman internette zaman harcadıkları ve %70,3'ünün sosyal medya sitelerini takip etme amaçlı kullandığı vurgulanmıştır. Araştırmada öğrencilerin sosyal görünüş kaygısı, korku ve kaçınma düzeylerinin ortalamanın altında olduğu, cinsiyetleri ile sosyal görünüş kaygısı, yaşları, üniversitede kaç yıldan beri bulundukları, yakın arkadaş sayıları, arkadaşlarıyla görüşme sıklıkları, internette harcadıkları sürenin ilişkili olduğu bununla beraber öğrencilerin sosyal görünüş kaygısından aldıkları puanlar ile sosyal görünüş kaygısı, sosyal kaygısı ve korku ve kaçınma durumları arasında ilişki bulunduğu saptanmıştır.

Çakmak (2018) 18-24 yaş arası üniversite öğrencisinin sosyal medya kullanım düzeyleri ve sosyal görünüş kaygıları arasındaki ilişkiyi farklı değişkenler açısından incelemiştir. 2016-2017 tarihleri arasında İstanbul ilinde 140 üniversite öğrencisi üzerinde yapılan araştırmada; cinsiyet, gelir düzeyi, bölüm, yaşanılan yer, üniversite türü, yaş ve ebeveyn birliktelik durumu kontrol edildiğinde sosyal medya kullanım düzeyinin sosyal görünüş kaygısını önemli ölçüde değiştirmediği ve bu durumlarla ilişkili olmadığı saptanmıştır.

Aktan' ın (2018) sosyal medya ve sosyal kaygı üzerine yaptığı araştırmada sosyal medya kullanıcısı olan katılımcıların sosyal kaygı durumları ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırmaya Aksaray Üniversitesi' nde öğrenim gören 411 öğrenci katılmıştır. Araştırma neticesinde katılımcıların paylaşılan içerik kaygısı, gizlilik endişesi kaygısı ve öz değerlendirme kaygıları açısından endişe duydukları sonucuna ulaşılmıştır. Kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre sosyal medya ortamlarında daha çok sosyal kaygıya sahip oldukları saptanmıştır.

Cebecioğlu ve Altıparmak (2017) tarafından Abant İzzet Baysal Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi'nde öğrenim gören 206 öğrenciyle yapılan çalışmada kadın öğrencilerin %99.01' i ve erkek öğrencilerin %91.7' sinin sosyal medya kullandığı saptanmıştır. En çok kullanılan sosyal medya hesapları sırasıyla Facebook, Whatsapp, Instagram ve Twitter olduğu belirtilmiştir. Araştırmaya katılan kadın öğrencilerin %76.4' ü, erkek öğrencilerin ise 87.1' i sosyal medya uygulamalarının hayatlarına yön verdiğini ifade etmiştir.

Argın (2013) 14-19 yaş aralığındaki öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının, sosyal medya ve internet kullanım alışkanlıkları açısından incelenmesi amacıyla yaptığı çalışmada, araştırmanın örneklemi İstanbul ili Çekmeköy ilçesindeki

devlet okullarından 20 farklı okulda öğrenim gören 735 öğrenci oluşmaktadır. Öğrencilere araştırmanın ilk aşamasında araştırmacı tarafından geliştirilen "Sosyal Medya Tutum Ölçeği" uygulanmıştır. Toplam 23 madde bulunan ölçek, 4 faktörden (paylaşım ihtiyacı, sosyal yetkinlik, sosyal izolasyon ve öğretmenlerle ilişki) oluşmaktadır. Araştırmaya katılan öğrencilerden 691'i (%94'ü) herhangi bir sosyal medya sitesine üye olduklarını, 44'ü (%6'sı) ise üye olmadıklarını beyan etmişlerdir. Örneklem grubu öğrencilerin %26.7'si 4 yıldan fazla sosyal medya kullandıklarını ifade etmiştir. Araştırmada öğrencilerin yarısından fazlası günde en az bir kere sosyal medya ağlarına bağlanmaktadırlar. Sosyal medya sitesilerinden Facebook %71,8 ile en fazla kullanım oranına sahipken, Twitter ile Youtube sırasıyla en çok kullanılan 2. ve 3. Sosyal medya sitesidir.

Aktaş (2017) tarafından İstanbul ilinde yaşayan 25 – 55 yaş aralığında bulunan ve sosyal medya kullanan 151 kişi ile ilgili yetişkin bireylerin sosyal medya kullanım davranışları ile yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişkinin değerlendirilmesine yönelik araştırma yapılmıştır. Araştırmada sosyal medya üzerinde resim, müzik, video paylaşımı yapan bireylerin kendilerini daha yalnız hissetiği, buna karşılık kendilerini daha az yalnız hisseden bireylerin sosyal medyayı, güncel haberleri ve etkinlikleri takip etmek ile bilgi sahibi olmak için kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Chen ve Peng' in (2008) üniversite öğrencilerinin internet kullanımı ile akademik performans, kişilerarası ilişkiler, psikososyal uyum ve öz değerlendirme arasındaki ilişkiyi inceledikleri araştırmada, 2005 – 2006 yıllları arasında Tayvan'daki 156 üniversiteden rastgele seçilen 49 bin 609 öğrenciye online anket uygulanmıştır. Araştırma sonucuna göre interneti yoğun kullanan kişilerin yoğun olarak kullanmaya kişilere göre daha depresif oldukları saptanmıştır. Ayrıca interneti yoğun kullananların kullanmayanlara göre akademik başarı notlarının daha düşük olduğu ve öğrenme memnuniyet düzeylerinin daha düşük olduğu belirtilmiştir.

Correa, Hinsley ve Zúñiga (2010) yaptıkları araştırmada kişilik özellikleriyle, in sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkisiyi incelemişlerdir. Aralık 2008 ve Ocak 2009'da ABD yetişkinleri arasında Texas Üniversitesi medya laboratuvarı tarafından oluşturulmuş online sorular kullanılarak çalışma gerçekleştirilmiştir. Çalışmalarında sosyal medya kullanımı ile dışadönüklük ve gelişime açıklık arasında pozitif, duygusal denge ile negatif bir korelasyon olduğunu ortaya koymuşlardır.

Sheeks ve Birchmeier (2007) çalışmasında, utangaç ve daha az sosyal bireylerin çevrimiçi ortamlarda kendilerini daha iyi ifade edebildiklerini öngörülmüştür. Kullanıcılarının Facebook' u tercih etmelerinin farklı psikolojik sebepleri bulunduğu ortaya konmuştur. Yapılan bu araştırmaya göre çevrimiçi ortamlarda kurulan iletişimin, yüz yüze etkileşimden kaynaklanan kaygıyı azalttığı, bu yüzden utangaç veya yalnız bireylerin iletişim kurmak için bu ortamları daha çok tercih ettikleri saptanmıştır.

Aksak' ın (2017) farklı lise türlerine devam eden lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları ile yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelediği araştırmada örneklem grubu 2016 - 2017 eğitim öğretim yılı İstanbul ili Gaziosmanpaşa ilçesindeki resmi ortaöğretim kurumlarındaki öğrencilerden oluşmaktadır. 1004 lise öğrencinin dahil edildiği araştırmada Otrar ve Argın (2013) tarafından geliştirilen Sosyal Medya Tutum Ölçeği, öğrencilerin yalnızlık durumlarını değerlendirmek için Demir (1989) tarafından geliştirilip revize edilen UCLA Yalnızlık Ölçeği ve araştırmacı tarafından hazırlanan Kişisel Bilgi Formu kullanılmıştır. Katılımcıların %36,2' sinin 5 yıldan uzun süredir sosyal medya kullandıkları ve %27,4' ünün günlük ortalama 4 saatten fazla sosyal medyayı kullandığı saptanmıştır. Araştırmada sosyal medyaya ilişkin tutumların cinsiyet, sınıf, okul türü, akademik başarı durumu, annenin sağ olup olmaması, herhangi bir sosyal medya sitesine üyelik, sosyal medyayı kullanım süresi, sosyal medya sitelerini kullanım sıklığı, sosyal medyayı günlük ortalama kullanım süresi, sosyal medya üyeliğinin sosyal çevredeki değişimi ve sosyal medyayı kullanım amacı değişkenlerine göre farklılaştığı ortaya koyulmuştur. Bu bulgulara ek olarak öğrencilerin yalnızlık durumlarına göre cinsiyet, sınıf, akademik başarı durumu, algılanan gelir durumu, annenin sağ olup olmaması, anne babanın birlikteliği, kardeş sayısı, herhangi bir sosyal medya sitesine üyelik, sosyal medyayı kullanım süresi, sosyal medya sitelerini kullanım sıklığı ve sosyal medyanın kullanım amaçları değişkenlerine göre farklılaştığı saptanmıştır.

Bor (2018) ergenlerde sosyal medyaya yönelik tutum, sosyal medya kullanımında gelişmeleri kaçırma korkusu ve sosyal kaygı arasındaki ilişkileri incelemiştir. Araştırmanın örneklemi 2016-2017 Eğitim-Öğretim yılında Gaziantep ilinin Şahinbey ilçesinde bulunan devlet okullarındaki 14-18 yaş arası 500 öğrenci oluşturmaktadır. Katılımcıların %84,6' sı sosyal medya üyeliğinin bulunduğu %15,4'ünün bulunmadığı, %54,4'ünün her gün birden fazla sosyal medyayı kullanım sıklığı olduğu saptanmıştır. Araştırmada ergenlerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının olumlu olduğu, gelişmeleri kaçırma korku düzeylerinin düşük ve sosyal kaygılarının da orta düzeyde olduğu

saptanmıştır. Bu bulgulara ek olarak sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu ile sosyal kaygı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu, paylaşım ihtiyacı ile sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu arasında ise negatif yönde anlamlı bir ilişki, yine paylaşım ihtiyacı ile olumsuz değerlendirilme korkusu arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki saptanmıştır.

Hazar (2011) sosyal medya bağımlılığına yönelik yaptığı bir alan çalışmasında sosyal medya bağımlılığını bilişsel, duygusal ve davranışsal profiller çerçevesinde ortaya çıkarabilmek için Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi ve Gazi Eğitim Fakültesi Almanca Dili Eğitimi ve İngilizce Dili Eğitimi Bölümü öğrencilerine anket uygulanmıştır. 248 kişiyle yüzyüze gerçekleştirilen anketlerle öğrencilere, sosyo-ekonomik ve demografik özellikleri, kullanım sıklığı, güven, tercih ve gerekçeleri üzerine sorular sorulmuştur. Öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun (%76,2) Facebook kullandığı, Facebook'u %7.3'le Youtube, %4'le Twitter'ın takip ettiği ortaya çıkmıştır.

Çap (2017) lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. 2015-2016 yılında, İstanbul ili Anadolu Yakası'nda resmi ortaöğretim kurumlarında öğrenim gören 9, 10, 11, ve 12. sınıfta öğrenim görmekte olan 1243 öğrenciden oluşturmaktadır. Çalışmada en fazla tercih edilen sosyal medya aracının Facebook olduğu diğer tercih edilen sosyal medya araçlarının ise Instagram, Whatsapp, Twitter, Youtube, Snapchat olduğu ifade edilmiştir. Öğrencilerin sınıf düzeyleri ile sosyal medyaya yönelik tutumları arasında bir ilişkiye rastlanmazken, cinsiyet açısından erkek öğrencilerin sosyal medya kullanma tutumlarının daha olumlu olduğu vurgulanmıştır. Okul türü ile sosyal medyaya yönelik tutumları arasında Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi aleyhine anlamlı bir fark bulunmuştur. Bununla birlikte öğrencilerin başarı durumu ile sosyal medyaya yönelik tutumları arasında bir ilişki saptanmazken, başarı durumu çok iyi olan öğrencilerin ile sosyal yetkinliklerinin de iyi olduğu ifade edilmiştir. Araştırmada Facebook kullanan öğrencilerin paylaşım ihtiyaçlarının daha yüksek olduğu bununla beraber Twitter kullanan öğrencilerin öğretmenlerle ilişkilerinin daha yeterli olduğu ve hiçbir topluluğa üye olmayan öğrencilerin sosyal medya yetkinliklerinin daha yüksek düzeyde olduğu saptanmıştır.

Çayırlı' nın (2017) sosyal medya kullanım özelliklerinin kişilik yapılanmaları, narsisizm, yaşam doyumu ve depresyon ile ilişkilerini incelediği araştırmaya 281'i kadın, 147'si erkek olmak üzere toplam 428 sosyal medya kullanıcısı dahil edilmiştir. Veri

toplama aşamasında, Sosyodemografik Özellikler ve Veri Formu, Beş Faktör Kişilik Envanteri Kısa Form (5FKE), Narsisistik Kişilik Envanteri, Yaşam Doyumu Ölçeği ve Beck Depresyon Envanteri kullanılmıştır. Araştırmada en çok kullanılan sosyal medya aracının Facebook (%98,6) olduğu, katılımcıların çoğunluğunun en fazla günde 1-3 saatlerini (%45,1) sosyal medya araçları kullanarak geçirdikleri, Sosyal medyada en fazla günde 0-10 arası (%93) paylaşım yapıldığı ve katılımcının arkadaş veya takipçi sayısının en çok 100-500 (%48,4) aralığında bulunduğu belirtilmiştir. Çalışmada depresyon düzeyleri arttıkça sosyal medya kullanımlarının arttığı bunun yanında bireylerde sorumluluk, dışadönüklük ve nevrotizm/duygusal denge arttıkça sosyal medya kullanımının azalmakta olduğu vurgulanmıştır.

Diba (2017) evli çiftlerin sosyal fobi ve internet bağımlılık düzeylerini bazı değişkenler açısından değişiklik gösterip göstermediği incelemiştir. Araştırmaya İstanbul'da yaşayan 150 evli çift katılmıştır. Çalışmada Kişisel Bilgi Formu, Demografik Form, Liebowitz Sosyal Fobi Belirtileri Ölçeği, Problemli İnternet Kullanım Ölçeği kullanılmıştır. Katılımcıların %74'ü 2 saatten fazla internetten kullandıklarını ifade etmiştir. Araştırmada İnternet Kullanım süresi artıkça sosyal kaygının artığı, kişilerin eğitim seviyesi yükseldikçe sosyal kaygının azaldığı, çalışmayan çiftlerde çalışanlara göre yüksek olduğu, çalışmayan çiftlerde problemli internet kullanımının çalışanlara göre yüksek olduğu, kaygı ve bu bulgulara ek olarak çalışmayan çiftlerde kaçınma davranışlarının çalışanlara göre daha yüksek olduğu vurgulanmıştır.

Duman'ın (2008) ilköğretim 8. sınıf öğrencilerinin durumluk sürekli kaygı düzeyleri ile sınav kaygısı düzeyleri ve ana – baba tutumları arasındaki ilişkiyi incelediği araştırmaya 2007 – 2008 eğitim – öğretim döneminde, İzmir ili Torbalı ilçesi Kazımpaşa ve Cumhuriyet İlköğretim Okullarında öğrenim gören 122'si kız, 129'u erkek olmak üzere toplam 251 İlköğretim 8. sınıf öğrencisi dahil edilmiştir. Araştırmada koruyucu / istekçi tutum ve otoriter tutum arttıkça kaygı düzeyinin de arttığı, sürekli kaygı durumunun ise babanın eğitim düzeyi arttıkça azaldığı bununla beraber durumluluk, sürekli ve sınav kaygılarının anne babanın gelir düzeyi arttıkça azaldığı saptanmıştır.

Durar (2018), yaptığı araştırmada üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığının depresyon ve sosyal fobi ile ilişkini incelemiştir. Araştırmada Iğdır Üniversitesi'nde öğrenim gören 874 kişi dahil edilmiştir. Öğrencilerin %99,5' i sosyal medyayı kullandıklarını, % 89,2'si Instagram'ı, % 72,1'i Youtube'u ve % 66,6'sı Google+'ı kullandıklarını ifade etmiştir. Öğrenciler %58'si 4 yıldan fazla sosyal medya

kullandıklarını, %24,9'u günlük 4 ile 6 saat sosyal medyayı kullandıklarını ifade etmiştir. Araştırmada katılımcıların % 20'sinin orta düzeyde, % 8'inin yüksek düzeyde ve % 1'inin çok yüksek düzeyde bağımlılığı olduğu saptanmıştır. Öğrencilerin, % 3.4'ünde kaygı yokken, % 4.3'ünde orta derecede sosyal fobi, % 12.7'sinde belirgin sosyal fobi, % 16.8'inde şiddetli sosyal fobi ve % 62.7'sinde çok şiddetli sosyal fobi belirtileri belirtilmiştir.

Eni'nin (2017), lise öğrencilerinin sosyal medya kullanma sıklığının yalnızlık algılarına etkisi konusunda yaptığı çalışmaya Ordu ili Fatsa ilçesindeki 200 lise öğrencisi katılmıştır. Katılımcılara araştırmacı tarafından geliştirilen sosyo-demografik form, sosyal medya tutum ölçeği, UCLA yalnızlık ölçeği uygulanmıştır. Araştırmada kız öğrencilerin algıladıkları yalnızlık düzeyinin erkek öğrencilerden daha yüksek olduğu, evlerinde bilgisayar olan öğrencilerin algıladıkları yalnızlık düzeyinin evlerinde bilgisayar olmayan öğrencilerden daha yüksek olduğu vurgulanmıştır.

Hürcan (2018) sosyal fobi ile ilgili yaptığı araştırmada ebeveynlik stilleri ile sosyal fobi arasındaki ilişkinin temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyine göre incelemiştir. 14 – 18 yaş aralığındaki 151 kız, 119 erkek toplam 270 lise öğrencisinin dahil edildiği araştırmada annelerin yaş ortalamaları 40 babaların yaş ortalamaları 45'tir. Veriler "Temel Psikolojik İhtiyaçlar Ölçeği", "Leuven Algılanan Ana Babalık Ölçeği" ile, "Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği" ile toplanmıştır. Araştırmada babanın sosyal fobi üzerindeki etkisinin temel psikolojik ihtiyaçlar tarafından aracılık edildiği bulunmuş olup, annenin sosyal fobi üzerindeki etkisinde temel psikolojik ihtiyaçların aracı rolü bulunmamıştır.

İzci (2018) üniversitede öğrenim gören öğrencilerde sosyal fobinin yaygınlığı ve bunun akademik başarıya ne derecede etki ettiğini incelemiştir. Araştırma kapsamına 2017-2018 eğitim - öğretim yılında İstanbul Gelişim Üniversitesi' nde eğitim gören 89 kadın, 61 erkek toplamda 150 üniversite öğrencisi alınmıştır. Çalışmada Liebowitz Sosyal Fobi Ölçeği (LSFÖ) ve kişisel bilgi formu kullanılmıştır. Araştımada üniversite öğrencilerinde sosyal fobi görülme oranı yüzdesi %69,3 olarak bulunmuştur. öğrencilerin sosyal fobi düzeyleri arttığı zaman, yılsonu not ortalamalarının düştüğü saptanmıştır.

Öztürk ve Akgün (2012) Üniversite öğrencilerinin sosyal paylaşım sitelerini kullanma amaçları ve bu sitelerin eğitimlerinde kullanılması ile ilgili araştırmalarında Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesinin farklı bölümlerdeki 659 öğrenciye anket uygulanmıştır. Araştırmada "Facebook'u Kullanma Amaçları" ve "Facebook'u Eğitsel

Bağlamda Kullanılması" ölçekleri kulanılmıştır. Çalışmanın bulgularına göre öğrencilerin %50,8'inin sosyal paylaşım sitelerini her gün sıklıkla kullandığı, kullanım amaçlarının da daha çok okulla ilgili gruplara katılmak ve bilgi paylaşımında bulunmak olduğu, buna bağlı olarak da öğrencilere sosyal paylaşım sitelerinin, kendini rahat ifade etme, iletişim, sosyalleşme, haberleşme, paylaşım gibi fayda sağladığı görülmüştür.

Karaçor'un (2018) üniversite öğrencilerinde internet ve sosyal medya bağımlılığı ile depresyon düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelediği araştırmada Üsküdar Üniversitesi'nde öğrenim gören öğrenciler arasından 18 – 25 yaş arası 132'si kadın ve 19'u erkek 160 öğrenciden veri toplanmıştır. 9 kişinin veri formunu eksik doldurmasından dolayı örneklem 151 olarak alınmıştır. Sosyodemografik Bilgi Formu, İnternet Bağımlılığı Ölçeği ve Beck Depresyon Ölçeği kullanılmıştır. En çok kullanılan sosyal medya sırasıyla Instagram, Facebook ve Twitter' dır. Araştırmada internet bağımlılığı arttıkça depresyon düzeyinin de arttığı, erkeklerde internet bağımlılığının daha yüksek olduğu, üniversite öğrencilerinde, ilköğretim ve lise öğrencileri de dahil olmak üzere diğer yaş gruplarına kıyasla internet bağımlılığının daha yüksek oranda olduğu, interneti kullanım süresi düşük olan bireylerde internet bağımlılığının daha az olduğu, ailesinde bağımlılık yaşayan birisi olan ile olmayan katılımcılar arasında ailesinde bağımlılık yaşayan birisi olmayanlarda Sosyal İzolasyon daha fazla olduğu sonucu saptanmıştır.

Kessler ve ark. (1994) ABD' de de yaptıkları araştırmada 15 ile 54 yaş arası 14 psikiyatrik bozukluğun yaşam boyu ve 12 aylık prevalansını ortaya koymaya çalışmışlardır. En sık görülen rahatsızlıkların depresyon, alkol bağımlılığı, sosyal fobi ve basit fobi olduğu saptanmıştır. Çalışmaya katılanların yaklaşık% 50'sinde en az bir bozukluğun yaşam boyu olduğu, %30'unda ise en az bir bozukluğun 12 aylık olduğu bildirilmiş, yaşam boyu bozukluğu olanların% 40'ından azı profesyonel tedavi gördüğünü vurgulanmıştır.

Kılıç (2016) lise öğrencileri üzerinde sosyal medyaya ilişkin tutumlarını incelediği araştırmada kişisel bilgi formu ve sosyal medya tutum ölçeği ile veriler elde edilmiştir. Araştırmaya 2014-2015 eğitim öğretim yılında Trabzon ili Araklı ilçesinde bulunan liselerde öğrenim gören 9.10.11.12. sınıf öğrencileri arasından seçilen toplam 561 öğrenci dahil edilmiştir. Kullanıcıların %40,6'sı 4 yıldan fazla, %43'ünün günde bir kereden fazla sosyal medya kullandıkları vurgulanmıştır. Araştırma sonucunda öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının olumlu olduğu sonucu saptanmıştır.

Kılıç (2018) üniversite öğrencileri üzerinde internet kullanımının genel psikolojik belirtiler ve sosyal fobi ile ilişkisini incelediği araştırmaya 2015-2016 öğretim yılında Yalova Üniversitesi'nde 510 öğrenci katılmıştır. Ancak Psikiyatrik hastalığı olan 4 öğrenci ile verileri uygun doldurmayan 46 öğrenci çalışma dışı bırakılarak 460 öğrenciye ait veriler değerlendirmeye alınmıştır. Veriler, araştırmacı tarafından hazırlanan, Sosyo-demografik veri Formu ile Problemli internet kullanım ölçeği, Belirti Tarama Testi (SCL-90) ve Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği kullanılarak toplanmıştır. Araştırmada sosyal fobi düzeyinin cinsiyet açısından kadınlarda ve 21 yaşın altında olanlarda 21 yaşın üstüne olanlara oranla daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Madden, Cortesi, Gasser, Lenhart, ve Duggan, (2012) ebeveynlerin, çocuklarının internette çevrimiçi gizliliği konusundaki endişeleri üzerine 802 ebeveyn ve çocuklarıyla anket çalışması yapmıştır. Araştırmada, ebeveynlerin % 72'sinin çocuklarının tanımadıkları insanlarla çevrimiçi nasıl etkileşimde bulundukları konusunda, % 69'unun çocuklarının çevrimiçi etkinliklerinin akademik veya iş imkanlarını nasıl etkileyebileceği, % 81'inin reklamverenlerin çocuklarının çevrimiçi davranışları hakkında ne kadar bilgi edinebilecekleri konusunda, % 69'unun da çocuklarının çevrimiçi olarak itibarlarını nasıl yönettiğiyle ilgili endişe duydukları saptanmıştır.

Öz (2018) tarafından sosyal fobi ile ilgili yapılan çalışmada futbolcuların sosyal fobi düzeyleri incelenmiştir. 09-17 yaş arası 412 sporcunun katıldığı araştırmada Liebowitz Sosyal Fobi Ölçeği kullanılmıştır. Çalışmada sosyal fobi korku düzeyi arttıkça kaçınma düzeyinin de arttığı, okul başarısı düşük bireylerde sosyal fobinin yüksek olduğu, kaygısı fazla olan katılımcıların sosyal kaçınmalarının da yüksek olduğu saptanmıştır.

Sönmez' in (2016) ortaokul ve lise öğrencilerinde sosyal fobi görülme yaygınlığını ve etkileyen faktörleri incelediği araştırmaya 2015-2016 Eğitim ve Öğretim Yılında Nisan 2016- Mayıs 2016 tarihleri arasında Adana merkez ilçelerinde tesadüfi olarak seçilen 4 ortaokul ve 4 lisede yapılmıştır. Ortaokulların 6,7,8 liselerin 9 ve 10. sınıflarda öğrenim gören 233 kız, 230 erkek olmak üzere toplam 463 öğrenci örnekleme alınmıştır. Veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından hazırlanan sosyodemografik değişkenlerden oluşan bireysel bilgi formu, Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği (ÇESFÖ) ve Beck Anksiyete Ölçeği (BAÖ) kullanılmıştır. Araştırmada kız öğrencilerin % 8,2'sinin erkek öğrencilerin % 5,4'ü olmak üzere toplam % 13,6 'sının sosyal fobi tanısı aldığı saptanmıştır. Sosyal fobi tanısı alan öğrencilerin anksiyete

düzeyleri yüksek bulunmuştur. Akademik başarısı yüksek öğrencilerin sosyal fobi düzeylerinin daha düşük olduğu vurgulanmıştır.

Sübaşı (2007) yaptığı araştırmada cinsiyet, akademik başarı, ailelerin sosyoekonomik düzeyi, anne-baba tutumu, yalnızlık, özsaygı ve iletişim becerileri değişkenlerinin üniversite öğrencilerin sosyal kaygı düzeylerini yordama gücünü incelemiştir. Bu amaçla 346 üniversite öğrencisine Etkileşim Kaygısı Ölçeği, Özsaygı Envanteri, Yalnızlık Ölçeği, İletişim Becerileri Ölçeği ve Kişisel Bilgi Formu uygulanmıştır. Araştırmada öz saygısı yüksek bireylerin sosyal kaygısının düşük olduğu, sosyal kaygı düzeyi yükseldikçe, yalnızlık düzeyleri arttığı saptanmıştır.

Şahin (2017) madde kullanan bireylerin benlik algıları ile sosyal fobileri arasındaki ilişkiyi belirlemek için yaptığı Balıklı Rum Hastanesinde tedavi gören madde bağımlısı 45 kadın ve 112 erkek toplam 157 kişi ile görüşülmüştür. Çalışmada maddeye bağımlılık yılı fazla olan bireyler sosyal fobi düzeyi daha yüksek olduğu, kadın katılımcılarda sosyal fobi düzeyinin daha yüksek olduğu, İlkokul ve lise mezunlarının benlik saygısının üniversite mezunlarına göre düşük olduğu, ilkokul ve ortaokul mezunu madde bağımlısı bireylerin daha fazla sosyal fobi yaşadıkları saptanmıştır.

Şeker' in (2018) sosyal medya bağımlılığı ile depresyon ve anksiyete arasındaki ilişkinin saptanması amacıyla yaptığı araştırmada kadın katılımcıların sanal tolerans düzeyinin erkek katılımcılardan daha yüksek olduğu, bu karşın kadın katılımcıların depresyon düzeyinin erkek katılımcılardan yüksek olduğu, anksiyete düzeyinin, 21 yaş ve altı ile 22-31 yaş arasıkişilerde daha yüksek olduğu, eğitim durumuna göre yüksek lisans ve üzeri olan katılımcıların ise lise ve altı ile üniversite olan katılımcılardan daha yüksek olduğu, Bekar katılımcıların anksiyete durumunun evli katılımcılardan daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tektaş (2014) öğrencilerin sosyal ağlara bakış açılarını incelediği araştırmada, öğrencilerin tamamına yakınının interneti kullandıklarını (%99.1), %69,7 oranı ile en az iki saati internette vakit geçirdiklerini, internete bağlanmak için %42,1 oranında cep telefonları kullandıklarını, internette harcadıkları zamanın %76 gibi büyük bir kısmını sosyal paylaşım sitelerileri olduğunu, % 53,8' inin 5 yıldan uzun süredir sosyal ağları kullandığını, sosyal ağlara kadın öğrencilerin erkek öğrencilerden daha fazla zaman ayırdıklarını saptamıştır.

Balaman ve Karataş (2012) lise öğrencilerinin internet ortamında sosyal paylaşım sitelerini kullanım amaçları ve sosyal paylaşım unsurları çalışmasında lise öğrencilerinin

sosyal paylaşım sitelerini ne amaçla kullandıkları ve bunun bir kültür olarak ortaya çıkış süreci incelenmiştir. Çalışma Adıyaman Anadolu lisesinde öğrenim gören 177 öğrenci gören öğrenci üzerinde yapılmıştır. Sosyal paylaşım sitelerinin kullanım düzeylerinin, kullanım amaçlarının ve bu sitelerde yer alan unsurların belirlenmesi için görüşme formu uygulanmış ve nitel veriler elde edilmiştir. Gönderilere yorum yapma, yazılı, görsel, müzik bilgilerinin paylaşılması amaçlarıyla sosyal paylaşım sitelerinin kullanımı ortaöğretim öğrencileri arasında en yaygın kullanım amaçlarındandır. Öğrenciler arasında çoğunluk, sosyal paylaşım sitelerine günde 1-2 saat arası süre ayırmaktadır.

Ryan ve Xenos (2011) Facebook kullanıcılarının daha çok dışadönük ve narsist olma eğiliminde olduklarını belirlemişlerdir. Bu çalışmada Facebook kullanıcılarının Facebook kullanıcısı olmayanlara oranla dışadönüklük boyutundaki puanlarının yüksek olduğu belirlenmiştir. Dışadönük kişilerin içe dönük kişilere oranla Facebook kullanmaya daha fazla eğilimli oldukları belirlenmiştir. Facebook'ta kullanıcının, arkadaşlarının mesaj yazabildikleri ve paylaşımda bulunabildikleri duvar ve sohbet gibi Facebook' un iletişimsel özelliklerinin kullanımının dışadönüklükle pozitif ilişkili olduğu belirlenmiştir.

Uğur (2018) üniversite öğrencilerindeki sosyal kaygı düzeyinin alkol, yalnızlık düzeyi ve sosyal medya kullanım sıklığı ile ilişkisinin belirlemek için yaptığı çalışmaya, Okan ve İstanbul Teknik Üniversitesi'nde öğrenim gören 1090 üniversite öğrencisi dahil edilmiştir. Öğrencilere "Sosyodemografik Veri Formu, Sosyal Kaygı Ölçeği, Michigan Alkolizm Tarama Testi ile UCLA Yalnızlık Ölçeği" uygulanmıştır. Araştırmada yaş arttıkça alkol kullanma durumu ve sosyal kaygının azaldığı, 1.sınıf üniversite öğrencilerinin, 4.sınıflara göre sosyal kaygı düzeylerinin daha yüksek olduğu, erkeklerin yalnızlık düzeylerinin, kadınlara göre daha yüksek olduğu, alkol kullanımı fazla olan kişilerde sosyal kaygı düzeyinin daha yüksek olduğu, sosyal medyayı kullanma sıklığı arttıkça yalnızlık düzeyinin arttığı sonucu vurgulanmıştır.

Lin ve Lu (2011) sosyal ağ kullanmaya hangi faktörlerin etki ettiğini incelediği araştırmada, ağ dışsallıkları ve motivasyon teorisini uygulamıştır. Online sorular sorularak 402 kişiden veriler toplanmıştır. İnsanların sosyal paylaşım siteleri kullanımlarında en önemli amaçlardan birinin eğlence olduğunu ortaya koymuşlardır. Sosyal paylaşım ağları keyif odaklı sistemler olduğu için kullanıcıların siteyi kullanmaktan aldığı keyif ne kadar fazlaysa kullanmaya devam etmeye o kadar motive

oldukları, eğlencenin sosyal paylaşım sitesinden sağladıkları içsel bir fayda niteliğinde olduğu belirtilmiştir.

Zorbaz ve Dost (2014) yaptıkları araştırmada lise öğrencilerinin problemli internet kullanımının cinsiyet, sosyal kaygı ve akran ilişkilerine göre incelemişlerdir. Çalışmaya Ankara'nın Çankaya, Etimesgut ve Mamak ilçelerinde bulunan üç lisede, 2012-2013 Öğretim Yılı Güz Döneminde 9. 10. ve 11. sınıfta öğrenim gören, 356'sı (% 52.2) kadın, 326'sı (% 47.8) erkek olmak üzere toplam 682 lise öğrencisi dahil edilmiştir. Araştırmada erkek lise öğrencilerinin problemli internet kullanımı düzeylerinin kadın lise öğrencilerininkinden daha yüksek olduğu, olumsuz değerlendirilme korkusu bulunan lise öğrencileri interneti daha yüksek oranda kullandığı, kendini açma düzeylerinin yüksek olan bireylerde problemli internet kullanımının yüksek olduğu saptanmıştır.

Koçak (2012) bireylerin sosyal medya kullanım davranışlarının ve motivasyonlarının kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında incelenmesi çalışmasında; bireylerin sosyal medya kullanım örüntülerini incelemiş, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde sosyal medya kullanımı konusunda bireylerin hangi motivasyonlara sahip olduklarını araştırmıştır. Çalışma için anket formu, kişisel bilgiler, medya kullanımı ve sosyal medya kullanımı olmak üzere 3 bölümden oluşmaktadır. Anket Eskişehir ilinde yaşayan 15-70 yaş aralığında olan 401 kişiye uygulanmıştır. Yapılan araştırma sonucunda sosyal ağ sitelerinin 15-24 yaş grubu gençleri tarafından sık kullanıldığı, bireylerin sosyal medyayı haberdar olma ve eğlenme amacıyla kullandıkları bulunmuştur.

BÖLÜM III

YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, evren ve örneklemi, veri toplama araçları, verilerin toplanması ve analizine ilişkin bilgiler yer almaktadır.

3.1. Araştırmanın Modeli

Araştırmada ortaokul öğrencilerinin sosyal ağ kullanımları ile sosyal fobi düzeyleri arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla karşılaştırmalı tarama türünde, betimsel araştırma modeli kullanılmıştır. Araştırmanın bağımsız değişkenleri; sosyal medyada

ortalama harcanan zaman, sosyal medya kullanım amaçları ve sosyal medya hesapları, bağımlı değişkeni ise sosyal fobi düzeyidir.

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın çalışma evrenini 2018-2019 eğitim-öğretim yılında, Adana ili Çukurova, Seyhan, Yüreğir ve Sarıçam ilçe sınırları içinde bulunan Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı resmi Ortaokul türünde okullara devam eden 5,6,7 ve 8. sınıf öğrencileri oluşturmuştur.

Araştırmanın örneklemi Adana ili Çukurova, Seyhan, Yüreğir ve Sarıçam ilçe sınırları içinde bulunan Milli Eğitim Bakanlığına bağlı ortaokullar arasından Tabakalı Örnekleme yöntemini ile belirlenmiştir. Tabakalı örnekleme yöntemi evrendeki alt grupların belirlenip bunların evren büyüklüğü içindeki oranlarıyla örneklemde temsil edilme olanağı sağlayan bir örnekleme yöntemidir (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Demirel ve Karadeniz, 2008). Okulların belirlenmesinden sonra çalışmaya alınacak sınıf ve öğrenciler seçkisiz örnekleme yöntemiyle belirlenmiştir.
Katılımcıların cinsiyet ve yaşlarına ilişkin bilgiler Tablo 1' de sunulmuştur.

Tablo 1

Katılımcıların Cinsiyete ve Yaşlarına Ait Betimsel Değerler

Cinsiyet	Frekans	Yüzde
Kız	226	50.3
Erkek	223	49.7
Toplam	449	100.0
Yaş	Frekans	Yüzde

9-10	50	11.1
11-12	207	46.1
13-14	183	40.8
15-16	9	2.0
Toplam	449	100.0

Tablo 1’ de görüldüğü gibi araştırmadaki katılımcıların % 50.3’ünün kız, % 49.7’sinin erkek olduğu görülmektedir. Öğrencilerin yaş aralıklarına göre yüzdelere bakıldığında ise 9-10 yaşında olanlar %11.1, 11-12 yaşında olanlar % 46.1, 13-14 yaşında olanlar 40.8 ve 15-16 yaşında olan öğrenciler ise örneklemin %2’sini oluşturmaktadır.

Sosyal ağların kullanımıyla ilgili katılımcıların sosyal ağlarda ortalama kaç saat zaman harcadıklarına ilişkin bilgiler Tablo 2' de sunulmuştur.

Tablo 2

Katılımcıların Sosyal Ağları Kullanım Saatlerine İlişkin Betimsel Değerler

Ortalama Zaman	f	%
Sosyal ağ kullanmıyorum	99	22.0
1 saatten az	180	40.1
1-3 saat	101	22.5
3-5 saat	43	9.6
5-7 saat	8	1.8
7 saat ve Üzeri	18	4.0
Toplam	449	100.0

Tablo 2’de görüldüğü gibi sosyal ağlarda harcanan zamanın en fazla %40.1 oranla 1 saatten az olduğu, %22.5'inin 1-3 saat, %22’sinin sosyal ağ kullanmadığı, %9.6'sının 3-5 saat, ve %4’ünün 7 saat ve üzere, %1.8’inin 5-7 saat arasında kullandığı görülmektedir.

Araştırmaya katılan öğrencilere sosyal ağları kullanım amaçları sorulmuştur. Öğrencilere birden fazla amacı işaretleyebilecekleri belirtilmiştir. Öğrencilerin sosyal ağları kullanma amaçlarına ilişkin oranlar Tablo 3' de sunulmuştur.

Tablo 3

Katılımcıların Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarına İlişkin Betimsel Değerler

Amaçlar	f	%
Oyun Oynamak	188	41.9
Boş zamanlarını geçirmek	175	39.0
Bilgi Edinmek	171	38.1
Tanıdıklarıyla İletişim Kurmak	161	35.9
Çevrimiçi Sohbet Etmek	127	28.3
Fotoğraf Paylaşmak	102	22.7
Yeni Arkadaşlar Bulmak	73	16.3
Video Paylaşmak	73	16.3
Yorum Yapmak	63	14.0
Arkadaşlarını Kontrol Etmek	59	13.1
Haber paylaşmak	31	6.9

Tablo 3 de görüldüğü gibi öğrencilerin sosyal ağları kullanım amaçları incelendiğinde öğrencilerin sosyal ağları % 41.9 oranı ile oyun oynamak, %39.0 ile boş zamanlarını geçirmek, %38.1 ile bilgi edinmek, %35.9 ile tanıdıklarıyla iletişim kurmak, %28.3 ile çevrimiçi sohbet etmek, % 22.7 ile fotoğraf paylaşmak, %16.3 ile yeni arkadaşlar bulmak, %16.3 ile video paylaşmak, %14 ile yorum yapmak, %13.1 ile arkadaşlarını kontrol etmek ve %6.9 ile haber paylaşmak için kullandıkları görülmektedir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin hangi sosyal medya hesaplarını kullandıkları sorulmuştur. Öğrencilere birden fazla sosyal medya hesabı işaretleyebilecekleri belirtilmiştir. Öğrencilerin sosyal medya hesaplarına ilişkin oranlar Tablo 4' de verilmiştir.

Tablo 4

Katılımcıların Kullandıkları Sosyal Medya Hesaplarına İlişkin Betimsel Değerler

Hesaplar	f	%

Youtube	216	48.1
Instagram	204	45.4
Whatsapp	188	41.9
Google +	182	40.5
Facebook	181	40.3
Twitter	45	10.0
Skype	34	7.6
Vine	11	2.4
Pinterest	7	1.6
Tumblr	5	1.1
Foursquare	4	0.9
Blogspot	1	0.2

Tablo 4 de görüldüğü gibi öğrenciler sırasıyla en çok %48.1 ile Youtube, %45.4 ile Instagram, %41.9 ile Whatsapp, %40.5 ile Google +, %40.3 ile Facebook hesaplarını kullanmaktadırlar. Bunları sırasıyla Twitter % 10.0, Skype % 7.6, Vine %2.4, Pinterest % 1.6, Tumblr % 1.1, Foursquare % 0.9 ve Blogspot 0.2 ile takip etmektedir.

3.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada öğrencilerin sosyal fobi düzeylerini ölçmek için " Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği " kullanılmıştır. Katılımcılar hakkında bilgi edinmek ve sosyal medya kullanımlarıyla ilgili veri toplamak amacıyla "Bilgi Formu" kullanılmıştır. Aşağıda Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği ve Kişisel Bilgi Formu ile ilgili bilgiler yer almaktadır.

3.3.1. Kişisel Bilgi Formu

Bu formda öğrencilerin cinsiyet, sınıf düzeyi, sosyal medyada ortalama kaç saat zaman harcadıkları, sosyal ağları hangi amaçla kullandıkları ve sahip oldukları sosyal medya hesaplarına ilişkin sorulara yer verilmiştir.

3.3.2. Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği

Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği (ÇESFÖ): Demir ve arkadaşları tarafından hazırlanmıştır. Ölçeğin geçerlilik ve güvenirlik çalışması 1999 yılında Demir

tarafından yapılmıştır. İlk olarak 35 soruluk bir form olarak hazırlanan ölçek, klinik olarak sosyal fobik ve sosyal fobik olmayan 30 çocuğa uygulanmasının ardından, amaçlanan yaş grubuna uygunluğu kontrol edilmiştir. Bazı maddeler düzenlenip, çıkarılmasıyla 25 maddelik son halini almıştır. 5'li likert tipi tercih edilmesine karşın tersine ifadelere yer verilmemiştir. 246 kız ve 254 erkek öğrenci olmak üzere toplam 500 öğrenciye uygulanmıştır. Öğrencilerin ortalama yaşları 12.52 ±1.88 yaş aralığı ise 9–17' dir. Ölçeğin iç tutarlılık katsayı Cronbach alfa yöntemine göre a=0.83' tür. Toplam puanında bir ay sonrasında uygulanan test tekrar test korelasyonu r=0.82' dir. Ölçek için bir kesme puanı belirlenmemiştir. Yapılan geçerlilik ve güvenirlik çalışmasında kesme puanının 90. yüzdelik sıraya karşılık gelen puanın alınması benimsenmiştir. Araştırmada 90. yüzdeliğe karşılık gelen 76 ve üstü puan alanlar sosyal fobik olarak değerlendirilmektedir (Demir, Eralp-Demir, Özmen, ve Uysal, 1999). Ölçekte bazı maddelerin öğrencilerin doğrudan okul ve sınıf hayatlarını ilgilendiren olaylardan seçilmesi ayrıca basit ve anlaşılır bir şekilde ifade edilmiş olması, ölçeğin seçilmesinde ayırt edici bir rol oynamıştır.

3.4. Verilerin Toplanması

Araştırmaya ilişkin uygulamaların yapılabilmesi için gerekli izinler alınmıştır. Örneklem olarak seçilen okullarda veri toplama çalışmalarına başlamadan önce okul yöneticileri, okuldaki psikolojik danışmanlar ve öğretmenlerle araştırmanın amacına uygun uygulama koşullarının yaratılması için görüşmeler yapılmıştır. Uygulamada katılımcılara çalışmalarla ilgili olarak gerekli bilgilendirmeler yapılmıştır. Bununla birlikte cevapların gizli kalacağı, ölçekler üzerine isim yazmamaları, samimi bir şekilde yanıt vermelerine ilişkin sözlü olarak bilgi verilmiştir.

Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği ve Kişisel Bilgi Formu aynı anda farklı sayfalara basılı olarak verilmiştir. Ölçeklerin eksiksiz, içten bir şekilde doldurulmasının önemi vurgulanmıştır. Uygulama grup halinde sınıf ortamında yapılmıştır.

Araştırmada veriler 2018 yılı Ekim-Kasım aylarında toplanmıştır. Öğrencilerin veri toplama araçlarını ortalama 15 ile 20 dk arasında doldurdukları gözlenmiştir.

3.5. Verilerin Analizi

Araştırmada verilerin toplanma aşaması bittikten sonra, SPSS 22 paket programı kullanılarak tüm veriler madde bazında hücrelere girilmiş ve Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği'nin toplam puanları hesaplanmıştır. Sosyal medya kullanım saatleri, sosyal medya kullanım amaçları ve sosyal medya türlerinin sosyal fobi düzeyine göre farklılaşıp farklılaşmadığını anlamak için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) uygulandıktan sonra gruplar arasında anlamlı bir farklılık çıkması durumunda, farklılıkların hangi gruplardan kaynakladığını tespit etmek amacıyla tamamlayıcı Post-Hoc teknikleri kullanılmıştır. Bulguların anlamlı olup olmadığının değerlendirilmesinde .05 anlamlılık düzeyi ölçüt alınmıştır.

BÖLÜM IV

BULGULAR

Bu bölümde uygulanan istatistiksel analizler sonucunda elde edilen ANOVA bulguları verilmiştir. Bu amaçla öğrenciler tarafından doldurulan Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği toplam puanı bulunmuş ve X ve Ss değerleri tespit edilmiştir. Daha sonra öğrencilerin sosyal ağları kullanım süreleri, sosyal medya kullanım amacı ve sosyal ağ hesapları ile Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği ANOVA işlemine tabi tutulmuştur.

4.1. Sosyal ağ kullanım sürelerine göre Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği puanı ortalamaları arasında anlamlı fark var mıdır?

Öğrencilerin sosyal ağları kullanım sürelerine göre Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği puanları X ve Ss değerleri Tablo 5 de verilmiştir.

Tablo 5

Öğrencilerin Sosyal Ağları Kullanım Sürelerinin Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği Puanlarına Göre Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Süre	Sosyal Ağ Kullanmıyorum		1 Saatten Az		1-3 Saat		3-5 Saat		5-7 Saat		7 Saat ve Üzeri	
	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS	$\bar{X}$	SS
Sosyal Fobi	51,98	14,04	56,32	15,43	56,21	14,29	57,95	16,84	58,62	8,97	66,50	21,77

Tablo 5 incelendiğinde Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği ortalama puanları; sosyal ağ kullanmıyorum $\bar{X}$= 51,98 olduğu, 1 saatten az $\bar{X}$= 32,93 olduğu, 1-3 saat $\bar{X}$= 56,21 olduğu, 3-5 saat $\bar{X}$= 57,95 olduğu 5-7 saat $\bar{X}$=58,62 olduğu ve 7 saat ve üzeri $\bar{X}$=66,50 olduğu görülmektedir.

Tablo 6

Öğrencilerin Sosyal Ağları Kullanım Sürelerinin Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeğine Göre ANOVA Sonuçları

		Kareler Toplamı	Df	Kareler Ortalaması	F	P
Sosyal Fobi	Gruplar arası	3818,031	5	763,606	3,286	,006
	Grup içi	102951,791	443	232,397		
	Toplam	106769,822	448			

Öğrencilerin sosyal ağ kullanım sürelerine göre Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi ölçeği puanları $\bar{X}$ arasında anlamlı fark olup olmadığını incelemek için tek faktörlü ANOVA uygulanmıştır. Sonuçlar Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6 incelendiğinde sosyal ağ kullanım sürelerine göre sosyal fobi düzeyleri ($F=3.286$, $p<0.5$) arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi ölçeğine göre sosyal ağ kullanım süreleri açısından farkın kaynağını bulmak amacıyla Tukey testi uygulanmıştır. Tukey testi sonuçlarına göre; sosyal ağ kullanmama ($\bar{X}=51,98$) ile 7 saat ve üzeri ($\bar{X}=66,50$) kullanım arasında 7 saat ve üzeri sosyal ağ kullanımı lehine anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Bu durum sosyal ağları 7 saat ve üzeri kullananların sosyal fobi düzeylerinin, sosyal ağları kullanmayanlara göre daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

4.2. Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarına Göre Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği Puanı Ortalamaları Arasında Anlamlı Fark Var Mıdır?

Öğrencilerin sosyal ağları kullanım sürelerine göre Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği puanları $\bar{x}$ ve Ss değerleri Tablo 7 de verilmiştir.

Tablo 7

Öğrencilerin Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarının Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği Puanlarına Göre Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

		Sosyal Fobi	
Sosyal Medya Kullanım amaçları		**X̄**	**SS**
Yeni Arkadaşlar Bulmak	Evet	56,80	17,12
	Hayır	55,78	15,10
Çevrimiçi Sohbet Etmek	Evet	57,09	17,46
	Hayır	55,49	14,56
Fotoğraf Paylaşmak	Evet	59,07	18,11
	Hayır	55,02	14,46
Yorum Yapmak	Evet	58,66	18,11
	Hayır	55,50	14,93
Bilgi Edinmek	Evet	56,75	16,22
	Hayır	55,45	14,93
Video Paylaşmak	Evet	60,17	18,77
	Hayır	55,12	14,59
Haber Paylaşmak	Evet	54,67	17,81
	Hayır	56,04	15,26
Oyun Oynamak	Evet	56,82	15,83
	Hayır	55,31	15,14
Tanıdıkları ile İletişim Kurmak	Evet	57,74	15,70
	Hayır	54,94	15,22
Ark.Yaptığını Kontrol Etmek	Evet	56,11	17,75
	Hayır	55,92	15,08
Boş Zamanlarını Geçirmek	Evet	58,40	15,96
	Hayır	54,38	14,91

Tablo 7 incelendiğinde Sosyal Medyayı Kullanım Amacına göre Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği ortalama puanları; Yeni arkadaşlar bulmak X̄= 56,80 olduğu, Çevrimiçi Sohbet Etmek X̄= 57,09 olduğu, Fotoğraf Paylaşmak X̄= 59,07 olduğu, Yorum Yapmak X̄= 58,66 olduğu, Bilgi Edinmek X̄=56,75 olduğu, Video Paylaşmak X̄=60,17 olduğu, Haber Paylaşmak X̄= 54,67 olduğu, Oyun Oynamak X̄= 56,82 olduğu, Tanıdıkları ile İletişim Kurmak X̄= 57,74 olduğu,

Arkadaşların Yaptığını Kontrol Etmek $\bar{X}$=56,11 olduğu ve Boş Zamanlarını Geçirmek $\bar{X}$= 58,40 olduğu görülmektedir.

Sosyal ağ kullanım amaçlarına göre Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği puanları ortalamalarının karşılaştırılmasına ilişkin tek faktörlü ANOVA sonuçları Tablo 8' de verilmiştir.

Tablo 8

Öğrencilerin Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarının Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeğine Göre ANOVA Sonuçları

		Sosyal Fobi				
		Kareler Toplamı	**Df**	**Kareler Ortalaması**	**F**	**P**
Yeni Arkadaşlar Bulmak	Gruplar Arası	64,390	1	64,390	,270	,604
	Grup içi	106705,432	447	238,715		
	Toplam	106769,822	448			
Çevrimiçi Sohbet Etmek	Gruplar Arası	232,459	1	232,459	,975	,324
	Grup içi	106537,363	447	238,339		
	Toplam	106769,822	448			
Fotoğraf Paylaşmak	Gruplar Arası	1292,737	1	1292,737	5,478	,020
	Grup içi	105477,084	447	235,967		
	Toplam	106769,822	448			
Yorum Yapmak	Gruplar Arası	541,332	1	541,332	2,278	,132
	Grup içi	106228,490	447	237,648		
	Toplam	106769,822	448			
Bilgi Edinmek	Gruplar Arası	179,246	1	179,246	,752	,386
	Grup içi	106590,576	447	238,458		
	Toplam	106769,822	448			
Video Paylaşmak	Gruplar Arası	1559,265	1	1559,265	6,625	,010
	Grup içi	105210,557	447	235,370		
	Toplam	106769,822	448			
Haber Paylaşmak	Gruplar Arası	53,823	1	53,823	,225	,635
	Grup içi	106715,999	447	238,738		
	Toplam	106769,822	448			
Oyun Oynamak	Gruplar Arası	251,031	1	251,031	1,053	,305
	Grup içi	106518,791	447	238,297		
	Toplam	106769,822	448			
Tanıdıkları ile İletişim Kurmak	Gruplar Arası	810,152	1	810,152	3,418	,065
	Grup içi	105959,670	447	237,046		
	Toplam	106769,822	448			
Arkadaşların Ne Yaptığını Kontrol Etmek	Gruplar Arası	1,960	1	1,960	,008	,928
	Grup içi	106767,862	447	238,854		
	Toplam	106769,822	448			
Boş Zamanlarını Geçirmek	Gruplar Arası	1723,059	1	1723,059	7,332	,007
	Grup içi	105046,763	447	235,004		
	Toplam	106769,822	448			

Tablo 8 incelendiğinde bazı sosyal ağ kullanım amaçlarına göre Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi ölçeği puanları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi ölçeğine göre sosyal ağ kullanım amaçları açısından; Fotoğraf Paylaşma ($F=5,478$, $p<0.5$), Video Paylaşma ($F=6,625$, $p<0.5$) ve Boş Zaman Geçirme ($F=7,332$, $p<0.5$) amaçlı kullanımlarda anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Fotoğraf Paylaşma amacına göre Evet ($\bar{X}= 59,07$) diyenlerin, video paylaşma amacına göre evet ($\bar{X}= 18,77$) diyenlerin ve Boş Zaman Geçirme amacına göre evet ($\bar{X}= 58,40$) diyenlerin lehine anlamlı farklılık bulunmuştur. Yeni Arkadaş Bulma ($F=0,270$, $p>0.5$), Çevrimiçi Sohbet Etmek ($F=0,975$, $p>0.5$), Yorum Yapmak ($F=2,278$, $p>0.5$), Bilgi Edinmek ($F=0,752$, $p>0.5$), Haber Paylaşmak ($F=0,225$, $p>0.5$), Oyun Oynamak ($F=1,053$, $p>0.5$), Tanıdıklarla İletişim Kurmak ($F=3,418$, $p>0.5$) ve Arkadaşların Ne Yaptığını Kontrol Etmek ($F=0,008$, $p>0.5$) sosyal ağ kullanım amaçlarına göre Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi ölçeği puanları ile anlamlı farklılık saptanmamıştır.

4.3. Kullanılan Sosyal Medya Hesaplarına Göre Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği Puanı Ortalamaları Arasında Anlamlı Fark Var Mıdır?

Öğrencilerin sosyal medya hesaplarına göre Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği puanları $\bar{X}$ ve Ss değerleri Tablo 9'da verilmiştir.

Tablo 9

Öğrencilerin Sosyal Medya Hesaplarının Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği Puanlarına Göre Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

		Sosyal Fobi	
Sosyal Medya Hesapları		**$\bar{X}$**	**SS**
Whatsapp	Var	57,10	15,49
	Yok	55,11	15,37
Skype	Var	55,17	17,43
	Yok	56,01	15,28
Pinterest	Var	68,28	16,57
	Yok	55,75	15,35
Tumblr	Var	72,80	12,15
	Yok	55,75	15,37
Blogspot	Var	61,00	.
	Yok	55,93	15,45
Vine	Var	64,63	20,13
	Yok	55,73	15,26
Foursquare	Var	51,50	17,91
	Yok	55,98	15,43
Instagram	Var	57,47	16,83
	Yok	54,67	14,08
Youtube	Var	57,62	16,30
	Yok	54,39	14,45
Google+	Var	57,22	15,26
	Yok	55,07	15,52
Twitter	Var	58,57	20,61
	Yok	55,65	14,75
Facebook	Var	57,11	15,90
	Yok	55,16	15,09

Tablo 9 incelendiğinde öğrencilerin sahip oldukları Sosyal Medya Hesaplarına göre Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği ortalama puanları; Whatsapp $\bar{X}$= 57,10 olduğu, Skype $\bar{X}$= 55,17 olduğu, Pinterest $\bar{X}$= 68,28 olduğu, Tumblr $\bar{X}$= 72,80 olduğu, Blogspot $\bar{X}$=61,00 olduğu, Vine $\bar{X}$=64,63 olduğu, Foursquare $\bar{X}$= 51,50 olduğu, Instagram $\bar{X}$= 57,47 olduğu, Youtube $\bar{X}$=57,62 olduğu, Google+ $\bar{X}$=57,22 olduğu, Twitter $\bar{X}$=58,57 olduğu ve Facebook $\bar{X}$= 57,11 olduğu görülmektedir.

Sosyal Medya Hesaplarına göre Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği puanları ortalamalarının karşılaştırılmasına ilişkin tek faktörlü ANOVA sonuçları Tablo 10' da verilmiştir.

Tablo 10

		Sosyal Fobi				
		Kareler Toplamı	**Df**	**Kareler Ortalaması**	**F**	**P**
Whatsapp	Gruplar Arası	429,424	1	429,424	1,805	,180
	Grup içi	106340,398	447	237,898		
	Toplam	106769,822	448			
Skype	Gruplar Arası	21,941	1	21,941	,092	,762
	Grup içi	106747,881	447	238,810		
	Toplam	106769,822	448			
Pinterest	Gruplar Arası	1082,273	1	1082,273	4,577	,033
	Grup içi	105687,548	447	236,437		
	Toplam	106769,822	448			
Tumblr	Gruplar Arası	1435,808	1	1435,808	6,093	,014
	Grup içi	105334,014	447	235,647		
	Toplam	106769,822	448			
Blogspot	Gruplar Arası	25,572	1	25,572	,107	,744
	Grup içi	106744,250	447	238,801		
	Toplam	106769,822	448			
Vine	Gruplar Arası	851,066	1	851,066	3,592	,059
	Grup içi	105918,756	447	236,955		
	Toplam	106769,822	448			
Foursquare	Gruplar Arası	79,878	1	79,878	,335	,563
	Grup içi	106689,944	447	238,680		
	Toplam	106769,822	448			
Instagram	Gruplar Arası	871,418	1	871,418	3,678	,056
	Grup içi	105898,404	447	236,909		
	Toplam	106769,822	448			
Youtube	Gruplar Arası	1163,072	1	1163,072	4,923	,027
	Grup içi	105606,750	447	236,257		
	Toplam	106769,822	448			
Google+	Gruplar Arası	498,710	1	498,710	2,098	,148
	Grup içi	106271,112	447	237,743		
	Toplam	106769,822	448			
Twitter	Gruplar Arası	345,668	1	345,668	1,452	,229
	Grup içi	106424,154	447	238,085		
	Toplam	106769,822	448			
Facebook	Gruplar Arası	413,158	1	413,158	1,736	,188

	Grup içi	106356,664	447	237,934
	Toplam	106769,822	448	

Öğrencilerin sahip oldukları Sosyal Medya Hesaplarının Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeğine Göre ANOVA Sonuçları

Tablo 10 incelendiğinde sahip olunan bazı sosyal medya hesaplarına göre Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi ölçeği puanları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi ölçeğine göre sahip olunan sosyal medya hesapları açısından; Pinterest ($F=4,577$, $p<0.5$), Tumblr ($F=6,093$, $p<0.5$) ve Youtube ($F=4,923$, $p<0.5$) sosyal medya hesaplarında anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Anlamlı farklılığın sosyal medya hesapları açısından Pinterest hesabı var ($\bar{X}=68,28$) diyenler, Tumblr hesabı var ($\bar{X}=72,80$) diyenler ile Youtube hesabı var ($\bar{X}=57,62$) diyenlerin lehine olduğu bulunmuştur. Whatsapp ($F=1,805$, $p>0.5$), Skype ($F=0,092$, $p>0.5$), Blogspot ($F=0,107$, $p>0.5$), Vine ($F=3,592$, $p>0.5$), Foursquare ($F=0,335$, $p>0.5$), Instagram ($F=3,678$, $p>0.5$), Google+ ($F=2,098$, $p>0.5$), Twitter ($F=1,452$, $p>0.5$) ve Facebook ($F=1,736$, $p>0.5$) sosyal medya hesaplarına göre Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi ölçeği puanları ile anlamlı farklılık saptanmamıştır.

BÖLÜM V

TARTIŞMA VE YORUM

Bu bölümde ortaokul öğrencilerinin sosyal ağları kullanımına göre Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi ölçeği puanları ilişkisinin incelendiği bu araştırmadan elde edilen bulgulara ilişkin tartışma ve yorumlar alt amaçlar doğrultusunda sunulmuştur.

5.1. Sosyal Ağ Kullanım Sürelerine Göre Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği Puanları Ortalamaları Arasında Anlamlı Bir Fark Olup Olmadığına İlişkin Tartışma Ve Yorum

Ortaokul öğrencilerinin sosyal ağ kullanım sürelerine göre Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği Puanları Ortalamaları arasında anlamlı bir fark olup olmadığına bakıldığında; Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği Puanları Ortalamaları ile sosyal ağ kullanım süreleri arasında pozitif yönlü ilişki bulunmaktadır. Buna göre sosyal fobi düzeyi yüksek öğrencilerin sosyal medyada daha fazla zaman geçirdikleri veya sosyal medyada daha fazla zaman geçiren öğrencilerin sosyal fobi düzeylerinin daha fazla arttığı söylenebilir. Bununla beraber sosyal fobi puan ortalaması en düşük sosyal medya kullanmayanlarda iken sosyal fobi puan ortalaması en yüksek 7 saat ve üzeri kullananlar olduğu bulunmuştur. Diba (2017) sosyal kaygının en yüksek 6-8 saat arası internet kullananlar ile en düşük 0-1 saat kullananlar olduğunu ve internet kullanım süresi arttıkça sosyal kaygının arttığını belirlemiştir.

Yapılan araştırmalara bakıldığında; Altındiş, Altındiş, Aslan, Aşıcı, İnci, Ekerbiçer ve Tokaç (2017) sosyal medyayı kullanmaya harcanan zaman arttıkça anksiyete belirtilerinin arttığı saptamıştır. Doğan ve Tosun (2016) ergenlerin sosyal ağları kullanımları ve problemli akıllı telefon kullanım düzeylerinin artmasının sosyal kaygı düzeylerini de arttırdığı sonucuna ulaşmıştır. Kılıç ve Durat (2017) ise problemli internet kullanımı ile sosyal fobi arasında pozitif yönlü orta düzeyde ilişki saptamışlardır. Shaw, Timpano, Tran ve Joormann (2015) yüksek sosyal kaygı belirtileri taşıyan bireylerin

Facebook' ta harcadıkları sürenin arttığını ayrıca bu bireylerin herhangi bir etkileşim olmadan diğer profilleri izleyerek pasif şekilde Facebook kullanımında bulunduğu ortaya koymuştur. Aksak (2017) ise 5 yıl ve üzerinde sosyal medyayı kullanan lise öğrencilerinde sosyal izolasyon düzeyinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bilgin' e (2018) göre ergenlerde sosyal medya kullanım süresi arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeyi yükselmektedir. Buna göre sosyal medya kullanım süresini sosyal medya bağımlılığı çerçevesinde ele alındığında, Durar (2018) sosyal medya bağımlılığı ile depresyon ve sosyal fobi ilişkisini incelediği araştırmasında sosyal medya bağımlılığının sosyal fobi düzeyini arttığı sonucunu saptamıştır.

Whang, Lee ve Chang (2003) Yüksek düzeyde sosyal kaygı belirtileri gösteren bireylerin, düşük seviyede belirti gösteren bireylere oranla, online olarak sosyalleştiklerinde kendilerini daha rahat hissettiklerini ve kendilerini bu ortamlarda daha rahat açabildiklerini saptamışlardır. Bu bulgular doğrultusunda, Weidman ve ark. (2012) ise sosyal kaygı yaşayan bireylerin interneti yüz yüze iletişimin alternatifi olarak gördüklerini ve tanımadıkları kişilerin olduğu sosyal ortamlardan kaçınılması için uygun ortam yarattığını bu nedenle interneti kullandıklarını ifade etmektedir. Buna göre gerçek sosyal ortamlarda değerlendirilecek veya eleştirilecek olmadan kaynaklı korgu ve kaygı yaşayan sosyal fobi düzeyi yüksek öğrenciler doğrudan performans gerektirmeyen, gerçek sosyal dünyaya göre görece daha pasif konuma sahip sosyal ortamlarda kendilerini daha rahat ve daha az kaygı hissediyor bu nedenle de sosyal medyada daha fazla zaman geçiriyor olabilirler.

Çap (2017) sosyal medyada hiçbir topluluğa üye olmayan öğrencilerin sosyal medya yetkinliklerinin daha yüksek düzeyde olduğu sonucunu edinmiştir. Buna ek olarak Selfhout ve ark. (2009) interneti iletişim için kullananların daha yüksek düzeyde sosyal kaygı yaşadıklarını ve bu kişilerin çoğunlukla düşük düzeyde arkadaşlık ilişkilerine sahip olduklarını belirtmiştir. Bu bulgulara göre okulda ve sosyal hayatta yeterli düzeyde arkadaşlık ilişkileri geliştirememiş sosyal fobi düzeyi yüksek öğrencilerin, sosyalleşme ve ödünleme çabası nedeniyle internet ve sosyal medyayı daha fazla kullandıkları söylenebilir.

Zorbaz ve Dost (2014) sosyal kaygının olumsuz değerlendirilme korkusu alt boyutunun lise öğrencilerinin problemli internet kullanımını ile pozitif yönde ilişki gösterdiğini belirlemiştir. Buna göre internet ortamında kimliğini gizlenebilmesi, kullanıcının internet ortamında özgür olabilmesi ve değerlendirilme içerilmemesi,

olumsuz değerlendirilme korkusu bulunan sosyal fobi düzeyi yüksek öğrencilerin interneti daha yüksek oranda kullanmasına neden oluyor olabilir. Kaygı duyan bireyler, sosyal medya sitelerini yorum ve beğeni almak için de daha sık kullanarak, özgüvenlerini yükseltip, belirsizlik ve endişe tahammülsüzlüklerini azaltarak daha fazla sosyal medya kullanıyor olabilir.

Tüm bu bulgulara göre sosyal ağlarda daha fazla vakit geçiren öğrencilerin sosyal fobi düzeylerinin daha yüksek olduğu veya sosyal fobi düzeyi yüksek olan öğrenciler sosyal medyada daha fazla zaman geçiriyor oldukları desteklenmektedir.

5.2. Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarına Göre Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği Puanları Ortalamaları Arasında Anlamlı Bir Fark Olup Olmadığına İlişkin Tartışma Ve Yorum

Ortaokul öğrencilerinin sosyal ağları kullanım amaçlarına göre Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği Puanları ortalamaları arasında anlamlı bir fark var olup olmadığına bakıldığında; kullanım amaçları için Fotoğraf Paylaşma, Video Paylaşma ve Boş Zaman Geçirme amaçlı kullanımlarda Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği Puanları ortalamaları ile pozitif yönde anlamlı farklılıkların olduğu görülmektedir. Araştırmada yeni arkadaşlar bulma, çevrimiçi sohbet etme, yorum yapma, bilgi edinme, haber paylaşma, oyun oynama, tanıdıklarıyla iletişim kurma ve arkadaşlarının ne yaptığını kontrol etme değişkenleriyle Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği Puanları ortalamaları arasında anlamlı farklılık bulunamamıştır.

Sosyal ortamın sanal hali olan sosyal medyayı sosyal kaygı düzeyi yüksek bireyler kendileri için gerçek hayatta olduğu gibi yine kaygı yaşayabilecekleri bir durum olmasından dolayı yeni arkadaşlar bulmak, tanıdıklarıyla iletişim kurmak, sohbet etmek ve arkadaşlarının ne yaptığını kontrol etmek amaçları için kullanmıyor olabilirler. Buna ek olarak sosyal kaygı düzeyi yüksek bireyler yorum yapma, bilgi edinme, haber paylaşma ve oyun oynama amaçları için sosyal medya yerine başka bir internet hizmetlerinden faydalanıyor bu nedenle de sosyal medyayı pek tercih etmiyor olabilirler.

Çelik ve Kılınç (2016) üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanmadaki en önemli amaçlarının; ilginç bulduğu video, fotoğraf, görüntü, caps vs paylaşmak ve arkadaşlarının paylaşımlarını takip etmek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bilir, Elpeze Ergeç ve Yıldırım (2019) yüksekokul öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçları arasında en çok ikinci sırada içerik paylaşma amacı olduğunu ortaya koymuşlardır. Solmaz, Tekin,

Herzem ve Demir (2013) iletişim fakültesi öğrencileri üzerinde yaptıkları araştırmada katılımcıların %42'sinin sosyal medyayı boş zamanlarını değerlendirmek için, %40,6'sının sosyal medyayı tanıdıklarının fotoğraflarına bakmak ve fotoğraf yüklemek için kullandıkları sonucuna ulaşmışlardır. Vural ve Bat (2010) ise iletişim fakültesi öğrencilerinin %53,6'sının video paylaşım sitelerinde video paylaştığını, %32,9'unun da fotoğraf paylaşım sitelerinde fotoğraf paylaştıklarını saptamıştır.

Fotoğraf paylaşmak amacı ile Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği Puanları ortalamaları arasında pozitif yönde anlamlı farklılık olmasına bakıldığında, sosyal fobi düzeyi yüksek öğrencilerin daha çok sosyal medyayı fotoğraf paylaşmak amacı için kullandıkları veya sosyal medyayı fotoğraf paylaşmak amacıyla kullanan öğrencilerin sosyal fobi düzeyinin arttığı söylenebilir. Altındiş ve ark. (2017) üniversite öğrencilerinin %32,4'ünün sosyal medyada paylaştıkları fotoğrafların ne kadar beğeni aldığını önemsediğini ifade etmiştir. Okur ve Özkul (2015) sosyal medyanın popüler sitelerinden olan Facebook'ta öğrencilerin en çok paylaştıkları içerikler arasında fotoğraflar olduğunu ve paylaşılan bu içeriklerin bireyin sanal uzamda görünürlüğünü arttırma arzusunun bir göstergesi ve kendi yaşam tarzları ile bireysel kimliklerinin sunumu olduğunu belirtmişlerdir. Bardak ve Yalçınkaya Alkar (2016) sosyal medyayı tanıma tanınma amaçlı kullananların internet bağımlığı üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu saptamıştır. Diker ve Taşdelen (2017) gençlerin sosyal medyayı kullanma amaçlarının fotoğraf, video vb. içerikleri paylaşmak, beğenilmek, sosyalleşmek, arkadaş paylaşımlarını takip etmek vb. olduğunu belirtmiştir. Sosyalleşme ihtiyacı duyan sosyal fobi düzeyi yüksek öğrenciler için sosyal medyada fotoğraf paylaşma daha az kaygı ve korku yaratan ortamda kendilerini ifade edebilmeleri için imkan sağlıyor olabilir. Kişilere fotoğrafları üzerinde düzeltmeler yapabilme imkanı sunan sosyal medya uygulamaları sayesinde doğrudan eleştirilme veya değerlendirilme korkusunun daha az olması ve şartları kendilerinin belirleyebilmesinden dolayı sosyal fobi düzeyi yüksek öğrenciler fotoğraf paylaşımını daha fazla yaptığı düşünülebilir.

Yılmaz (2016) Dışadönük kişileri girişken, sosyal, neşeli ve konuşkan kişiler olarak tanımlamıştır. Gerçek sosyal ortamlarda değerlendirilme kaygısı yaşayan sosyal fobili kişiler girişkenlik ve sosyalleşme konularında geri planda kalarak dışadönük özellikler göstermeyebilmektedirler. Wang, Jackson, Zhang ve Su (2012) dışadönüklüğün sosyal paylaşım sitelerinde kendi fotoğrafını paylaşma ile pozitif ilişkili

olduğunu belirtmişlerdir. Sosyal fobi düzeyi yüksek kişiler de sosyalleşebilme ve girişkenlik açısından sosyal medyada fotoğraf paylaşmayı tercih ediyor olabilir.

Video paylaşmak amacı ile Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği Puanları ortalamaları arasında anlamlı farklılık olduğu bulunmuştur. Sosyal fobi düzeyi yüksek öğrencilerin daha çok sosyal medyayı video paylaşmak amacı için kullandıkları veya sosyal medyayı video paylaşmak amacıyla kullanan öğrencilerin sosyal fobi düzeylerinin arttığı söylenebilir. Hazar (2011) katılımcıların sosyal medyayı en çok fotoğraf – video paylaşmak, bilgi edinmek, haberleşmek vb amaçlarla kullandıkları bulgularına ulaşılmıştır. Eni (2017) öğrencilerin birçoğunun sosyal medya sitelerinde yazı, video, müzik vb. paylaşımlarda bulunmaktan hoşlandıklarını saptamıştır. Aksak (2017) ise sosyal medyayı paylaşım amaçlı kullanan öğrencilerin paylaşım ihtiyaçlarının da daha yüksek düzeyde olduğu sonucuna ulaşmıştır. Sosyal fobi düzeyi yüksek öğrenciler kendilerini tanıtma, anlatma veya kendilerini fark ettirebilme durumunda geri planda kalıyor ve bu nedenle sanal ortamlarda özellikle en çok kullanım aracı olan video paylaşımını kullanmayı tercih ediyor olabilir. Kendileri veya istedikleri alanda video oluşturup bunu sunma imkanına sahip olan sosyal fobi düzeyi yüksek öğrenciler çevreden gelebilecek olan olumsuz değerlendirilme kaygısını da en az seviyede yaşayabileceklerdir.

Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımında Boş *Zaman Geçirme amacı ile* Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği Puanları ortalamaları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. sosyal fobi düzeyi yüksek öğrencilerin daha çok sosyal medyayı boş zamanlarını geçirmek amacı için kullandıkları veya sosyal medyayı boş zaman geçirmek amacıyla kullanan öğrencilerin sosyal fobi düzeyinin arttığı söylenebilir. Ök (2013) sosyal medyanın kullanımında etkili olan faktörlerden birinin vakit geçirme olduğunu ifade etmiştir. Buna ek olarak Vural ve Bat (2010) araştırmalarında öğrencilerin sosyal medyayı en çok vakit geçirme amacıyla kullandığını ortaya koymuştur. Şener (2009) Facebook'un en çok kullanımını sağlayan iki işlevden birinin boş zaman geçirmek olduğunu bulmuştur. Aksak (2017) sosyal medyayı vakit geçirme ve sosyalleşme amaçlı kullanan öğrencilerin paylaşım ihtiyacının daha yüksek düzeyde olduğunu belirtmiştir. Papacharissi ve Rubin (2000) yüz yüze iletişimde daha az tatmin olan bireylerin interneti kişiler arası iletişimin alternatifi olarak kullandıklarını belirtmişlerdir. Sosyal hayatlarında kaçınma belirtileri, korkulan ortama girmeme, korkulan ortamı terk etme, göz temasından kaçınma gibi davranışlar gösteren sosyal fobi düzeyi yüksek öğrencilerin,

boş zamanlarını geçirmek ve sosyalleşebilmeleri için alternatif bir sosyal ortam olan sosyal medyayı kullandıkları söylenebilir.

Aksak (2017) Sosyal medyayı sosyalleşme amacıyla kullanan öğrencilerin bu amaçla kullanmayan öğrencilere göre sosyal medyaya ilişkin tutumlarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Günay (2017) ise sosyal medya kullanımının başlangıçta sosyalleşme amaçlı kullanılsa da aşırı kullanımı ve bağımlılık sonrasında bu durum kendiyle çeliştiğini ve sosyal uyumu bozup sosyal yaşamdan uzaklaşmaya neden olduğunu ortaya koymuştur.

5.3. Kullanılan Sosyal Medya Hesaplarına Göre Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği Puanları Ortalamaları Arasında Anlamlı Bir Fark Var Olup Olmadığına İlişkin Tartışma Ve Yorum

Ortaokul öğrencilerinin kullandıkları sosyal medya hesaplarına göre Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği Puanları ortalamaları arasında anlamlı bir fark var olup olmadığına bakıldığında; sosyal medya hesapları için Pinterest, Tumblr ve Youtube sosyal medya hesaplarında Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği Puanları ortalamaları ile pozitif yönde anlamlı farklılıkların olduğu görülmektedir. Araştırmada; Whatsapp, Skype, Blogspot, Vine, Foursquare, Instagram, Google+, Twitter ve Facebook değişkenleriyle Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği Puanları ortalamaları arasında anlamlı farklılık bulunamamıştır. Tamer Gencer (2018) üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı araştırmada kullanılan sosyal medya ortamı ile kaygı ölçeği skor puanı ortalamaları arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olmadığını, kullandığı sosyal medya ortamı Facebook olan öğrencilerin kaygı ölçeği puanları ile Instagram olan öğrencilerin puanlarının eşit olduğu sonucunu saptamıştır.

Yapılan araştırmalara bakıldığında; Sheeks ve Birchmeier (2006) çevrimiçi iletişim ortamlarının, yüz yüze olan iletişimin verdiği kaygı ve endişeyi azalttığını ve çekingen bireylerin bu iletişim ortamlarını daha sık kullandıklarını ortaya koymuştur. Kraut, Patterson, Lundmark, Kiesler, Mukophadhyay ve Scherlis (1998) ise yalnız ve kaygı düzeyi yüksek bireylerin internet kullanımına daha fazla yöneldiklerini saptamışlardır. Derlega, Meets, Petronio ve Marqulis (Şahin Baltacı ve ark., 2012'de belirtildiği üzere) ve Pennebaker (Şahin Baltacı ve ark., 2012'de belirtildiği üzere) internette kişinin kimliğini gizlenebiliyor olmasının, bireyin reddedilme ve alay edilme

kaygısını azalttığından, bireylerin çevrimiçi ortamda kendini açma davranışını arttırdığını ortaya koymuştur. Caplan (2006) kendini gösterme becerisi düşük olan kişilerin yüz yüze iletişim yerine çevrimiçi iletişimi tercih ettiklerini saptamıştır. Çakmak (2014) orta düzeyde iletişim kaygısı bulunan öğrencilerin, twitter, LinkedIn Facebook vb. sosyal medya ortamlarını daha sık ziyaret ettiklerini ve oradaki paylaşma, yorum yazma, bakma, durum güncelleme, olaylara tepki gösterme gibi eylemleri sık sık gerçekleştirdiklerini sonucunu elde etmiştir.

Ortaokul öğrencilerinin kullandıkları Tumblr sosyal medya hesaplarına göre Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği Puanları ortalamaları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Ancak araştırmada 449 ortaokul öğrencisi üzerinden yalnızca 5 öğrenci Tumblr hesabının olduğunu bildirmiştir. Alanyazında doğrudan Tumblr ile sosyal fobinin incelendiği çalışmaya rastlanamamıştır. Ancak Sosyal fobinin yordayıcılarından birisi olan dışadönüklükle ilgili Yılmaz' ın (2016) Tumblr kullanımı ile dışadönüklük vb. kişilik özellikleri arasında anlamlı farklılık olduğunu ve Tumblr hesaplarının kullanımının arttıkça dışadönüklük özelliğininin azaldığını saptamıştır. Bu durum da dışadönük ergenlerin Tumblr uygulamasını daha az kullandıklarını göstermektedir. Tumblr uygulamasında normal bloglardan daha sık paylaşım yapılabilinmesi, daha çok kısa paylaşımlara dayalı bir blog servisi olması, yazıların url adresleri düzenlenebilinip, daha sonra yayınlamak üzere taslak oluşturulabilinmesi ve bazı yazıların herkesin görmesine kapatılabilinmesi özellikleriyle sosyal fobisi yüksek öğrenciler tarafından güvenli ve kontrol edilebilir bir sosyal ortam olarak görülüyor bu nedenle de daha fazla kullanılıyor olabilir. Buna ek olarak Aktan (2018) da katılımcıların öz değerlendirme kaygılarının artmasıyla paylaşılan içerik ve gizlilik endişesine dönük kaygılarının da arttığını ortaya koymuştur.

Ortaokul öğrencilerinin kullandıkları Pinterest sosyal medya hesaplarına göre Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği Puanları ortalamaları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Ancak araştırmada 449 ortaokul öğrencisi üzerinden yalnızca 7 öğrenci Pinterest hesabının olduğunu bildirmiştir. Literatür taraması yapıldığında doğrudan pinterest ve sosyal fobi ile ilgili bir çalışmaya rastlanmamıştır. İmleme, yorum, puanlama, ilgi alanları ve hobilerine göre insanları takip etme özelliği olan Pinterest uygulamasında belli kategoriler arasında ayrım ve kısıtlama yapıp, kendilerine ait bir sosyal ortam imkanı sağlamasından dolayı sosyal fobi düzeyi yüksek öğrenciler Pinterest

uygulamasını daha güvenli bir ortam olarak görüyor olabilir, bu nedenle de daha fazla kullandıkları söylenebilir.

Ortaokul öğrencilerinin kullandıkları Youtube sosyal medya hesaplarına göre Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği Puanları ortalamaları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Bu bulgudan farklı olarak sosyal fobinin yordayıcısı olan dışadönük kişilik özelliği ile ilgili Yılmaz (2016) ergenlerin dışadönük kişilik özelliği ile youtube kullanımı arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Sosyal fobi düzeyi yüksek bireyler Youtube' da video oluşturabilip ve oluşturdukları videoların beğenilmesiyle olumlu geri dönütler alarak sosyal paylaşım ihtiyaçlarını karşılıyor olabilirler. Ayrıca oluşturdukları videolar ile Youtube'da para kazanabilen sosyal fobisi yüksek bireyler için bu durum davranışlarını pekiştiriyor olabilmektedir.

BÖLÜM VI
SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu bölümde elde edilen araştırma bulguları doğrultusunda ulaşılan sonuçlar yer almaktadır. Ayrıca bu bulgular doğrultusunda uygulamaya ve ileride bu alanda yapılacak araştırmalara yönelik önerilere yer verilmiştir.

6.1. Sonuçlar

Bu araştırmada, ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımında harcadıkları süre, sosyal medya kullanım amaçları ve kullandıkları sosyal medya hesaplarının sosyal fobi düzeylerinde bir farklılaşmaya yol açıp açmadığı incelenmiştir. Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği ve Kişisel Bilgi formunun uygulanması sonucunda çeşitli sonuçlara ulaşılmıştır. Bu sonuçlar araştırmanın alt amaçları doğrultusunda sunulmuştur:

Araştırmanın ilk alt amacı olan sosyal ağ kullanım sürelerinin Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği puan ortalamaları arasında pozitif yönde anlamlı farklılık bulunmuştur. Sosyal medya kullanımı arttıkça ortaokul öğrencilerinin sosyal fobi puanı artmaktadır.

Araştırmanın ikinci alt amacı olan sosyal ağları kullanım amaçlarına göre Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği puanları ortalamaları arasında bazı kullanım amacı için sosyal fobi puanları ile anlamlı farklılıkların olduğu görülmektedir. Ortaokul öğrencilerininn sosyal medya kullanımında *"Fotoğraf paylaşmak"*, *"Video paylaşmak"* ve *"Boş zamanlarını geçirmek"* amaçları ile sosyal fobi düzeyleri arasında pozitif yönde anlamlı farklılık bulunmuştur. Ortaokul öğrencilerinin *"Çevrimiçi sohbet etmek"*, *"Yeni arkadaşlar edinmek", "Yorum yapmak", "Bilgi edinmek"*, *"Haber paylaşmak"*, *"Oyun oynamak"*, *"Tanıdıklarıyla iletişim kurmak"*, *"Arkadaşlarının ne yaptığını kontrol etmek"* amaçları ile sosyal fobi düzeyleri arasında anlamlı farklılık bulunamamıştır.

Araştırmanın üçüncü alt amacı olan ortaokul öğrencilerinin kullandıkları sosyal medya hesaplarına göre Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği puanları ortalamaları arasında bazı kullanım amaçları için sosyal fobi puanları ile anlamlı farklılıkların olduğu görülmektedir. Ortaokul öğrencilerinin kullandıkları sosyal medya hesaplarından *"Tumblr"*, *"Pinterest"* ve *"Youtube"* ile sosyal fobi düzeyleri arasında pozitif yönde anlamlı farklılık bulunmuştur. Ortaokul öğrencilerinin kullandıkları sosyal

medya hesaplarından *“Facebook", “Twitter”, “Google +”, “Instagram”, “Foursquare”, “Vine", “Blogspot”, “Skype”* ve *“Whatsapp”* kullanımı ile sosyal fobi düzeyleri arasında anlamlı farklılık bulunamamıştır.

6.2. Öneriler

Araştırmada elde edilen bulgular ve varılan sonuçlar doğrultusunda araştırmacılara ve uygulamaya yönelik öneriler sunulmuştur.

6.2.1. Uygulamaya Yönelik Öneriler

Öğrencilerin yüz yüze iletişim kurmalarını desteklemek amacıyla, okullardaki rehberlik servisindeki psikolojik danışmanlar tarafından öğrencilerin, sosyal becerilerini artırmaya ve sosyal kaygılarını azaltmaya yönelik grupla psikolojik danışma çalışmaları yapılabilir.

Okul psikolojik danışmanları ve uzmanlar tarafından sosyal medya konusunda öğrenci, öğretmen ve velilere eğitimler düzenlenebilir. Böylece sosyal medyayın daha bilinçli kullanımının sağlanması noktasında destek verilebilir.

Özellikle sosyal kaygı düzeyi yüksek öğrenciler için kaygı düzeyini azaltıcı çalışmalara ek olarak akademik başarılarını arttırıcı mesleki rehberlik çalışmaları yapılabilir.

Öğrenciler için okullarda sosyal medyaya alternatif olarak sosyal, sanatsal ve kültürel etkinlikler yapılabilir, özellikle sosyal kaygı düzeyi yüksek öğrencilere sosyal performans gösterebilecekleri ortam hazırlanabilir.

Okullarda akran ilişkilerinin geliştirilmesine yönelik çalışmalar yapılarak, sosyal kaygı düzeyi ile sosyal medya kullanımı yüksek öğrencilerin kişisel sosyal yönlerinin desteklenmesi sağlanabilir.

Instagram, Bloglar, Twitter, Youtube gibi sosyal ağlarda eğitimde öğrenmeye yardımcı olacak fotoğraf, link, metin, sunu, video paylaşımı sağlayarak çok yönlü öğrenmelere ve uygulamada öğretmenlere katkı sağlayabilir, eğitimde destek sunabilirler.

Öğrencilerin her gün kullandıkları ve çok fazla zaman harcadıkları sosyal medya ağlarının eğitimde etkili kullanımı sağlanarak, eğitim açısından bir fırsata dönüştürülebilir.

6.2.2. İleride Yapılacak Araştırmalara Yönelik Öneriler

Bu araştırma ortaokul öğrencilerinin kullandıkları sosyal paylaşım sitelerinin güncel olanları ile sınırlıdır. Gelecek araştırmalarda ortaokul öğrencilerinin kullandıkları diğer sosyal paylaşım sitelerinin kullanımları incelenebilir.

Araştırmada ortaokul öğrencilerinden oluşan örneklem grubu üzerinden çalışma yapılmıştır. Sosyal medya kullanımının sosyal fobi düzeyi ile ilişkisi farklı okul kademeleri ve yaş dönemleri ile de araştırılabilir.

İnsan ilişkilerinde önemli bir yeri olan duygusal zeka ile sosyal medya arasındaki ilişkinin incelenmesi alanyazına katkı sağlayabilir. Buna ek olarak gelecek araştırmalarda sosyal medya ile takipçi sayısı, ne kadar beğeni alındığı gibi değişkenler arasındaki ilişkilere bakılabilir.

Sosyal medya kullanımı ile sosyal fobi düzeyi arasındaki ilişkiye bakılırken, ortaokul öğrencilerinin yalnızlık ve psikolojik ihtiyaçlar gibi farklı değişkenlerle olan ilişkisine bakılabilir.

Gelecek araştırmalarda sosyal medya kullanımı ve son zamanlarda artış gösteren siber zorbalık arasındaki ilişkiye bakılabilir.

Araştırma ortaokul öğrencileriyle gerçekleştirilmiş olduğundan, lise ve üniversite öğrencileri gibi daha büyük yaş gruplarına uygulanarak sosyal medyaya ilişkin tutumları açısından aralarındaki farka bakılabilir.

Öğrencilerin sosyal medya kullanımları hakkında, bu çalışmanın uzantısı olarak, derinlemesine bilgi edinebilmek için nitel araştırmalar tasarlanabilir.

KAYNAKÇA

Acır, E., (2008). *İnternet'in Türk toplumunun iletişimindeki rolü: Facebook'taki Türkiye.* Yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.

Aksak, M., (2017). *Farklı lise türlerine devam eden lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları ile yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi (Gaziosmanpaşa ilçesi örneği).* Yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.

Aktan, E . (2018). Sosyal Medya ve Sosyal Kaygı: Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi,* 11 (2), 35-53.

Aktaş, A. S. (2017). *Yetişkin bireylerde sosyal medya kullanım davranışları ile yalnızlık düzeyi arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi.* Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi, İstanbul.

Altındiş, A., Altındiş, S., Aslan, F. G., Aşıcı, N., İnci, M. B., Ekerbiçer, H. Ç., Tokaç, M., (2017). Sosyal medya ağları ve sosyal görünüm anksiyetesi. *The Journal of Academic Social Science Studies,* 64, 227-235.

Amerikan Psikiyatri Birliği (2013). Mental Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal El kitabı, Beşinci Baskı (DSM-V), Çev. ed.: E. Köroğlu, Hekimler Yayın Birliği, Ankara, 2013. s. 116-117.

Argın, F. S. (2013), *Ortaokul ve Lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi (Çekmeköy Örneği),* Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Arık, E., (2013). Yurttaş Gazeteciliğinin Günümüzdeki Görünümü: Twitter Gazeteciliği Örneği. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi,* 36: 273-287.

Balaman, F ve Karataş, A. (2012). Lise Öğrencilerinin İnternet Ortamında Sosyal Paylaşım Sitelerini Kullanım Amaçları ve Sosyal Paylaşım Unsurları. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi,* 1(1), 497-504.

Bardak, F., Yalçınkaya Alkar, Ö., (2016). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağları kullanım amaçlarına göre internet bağımlılığı ve yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Bağımlılık Dergisi,* 17(2), 55-65.

Bayraktutan, M., (2014). *Sosyal anksiyete bozukluğu olan hastalarda empati becerisi, aleksitimi, depresyon, anksiyete düzeyleri ile sempatik deri yanıtı ilişkisi ve tıbbi tedavinin etkileri.* Tıpta uzmanlık tezi, Pamukkale Üniversitesi, Denizli.

Beck A. T., Emery, G., & Greenberg, R. L., (1985). *Anxiety Disorders and Phobias A Cognitive Perspective.* The United States of America: A Division of Harper Collins Publishers.

Bilgin, M., (2018). Ergenlerde sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik bozukluklar arasındaki ilişki. *The Journal of International Scientific Researches,* 3(3), 237-247.

Bilir, F.P., Elpeze Ergeç, N. ve Yıldırım, A., (2019). Beden Eğitimi Ve Spor Yüksekokulu Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Pratikleri. *Sport Sciences,* 14(1), 12-21.

Bor, H. A., (2018). *Ergenlerde sosyal medyaya yönelik tutum, sosyal medya kullanımında gelişmeleri kaçırma korkusu ve sosyal kaygı arasındaki ilişkiler.* Yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.

Boyd, D. M., Ellison, N. B., (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13, 210–230.

Boyd, D., Golder, S., Lotan, G., (2010). Tweet, Tweet, Retweet: Conversational Aspects of Retweeting on Twitter. 43rd Hawaii International Conference on System Sciences.

Boyd, D.M., & Ellison, N. B. (2007). "Social network sites: Definition, history, and scholarship." *Journal of Computer-Mediated Communication,* 13(1), 210-230.

Brown, R. (2009). *Public Relations and the Social Web.* London: Kogan Page.

Burke, S. C. ve Snyder, S. L. (2008). YouTube: An innovative learning resource for college health education courses. *International Electronic Journal of Health Education,* 11, 39-46.

Caplan, S. E. (2006). Relations among loneliness, social anxiety, and problematic Internet use. *CyberPsychology & Behavior, 10*(2), 234-242.

Canatan, Ç. (2018). *Evli veya Boşanmış Ebeveyne Sahip Olan, 11-14 Yaş Arasındaki Çocukların Bağlanma Stilleri ve Sosyal Fobi Düzeyleri Arasındaki İlişki.* Yüksek lisans tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.

Cebecioğlu, G. ve Altıparmak, İ. B. (2017). Dijital Şiddet: Sosyal Paylaşım Ağları Üzerine Bir Araştırma. *Sakarya University Journal of Education,* 7:2, 423-431.

Chen, G. (2011). Tweet this: A uses and gratifications perspective on how active Twitter use gratifies a need to connect with others. *Computers in Human Behavior*, 27, 755-762.

Chen, Y., Peng, S. S., (2008). University Students' Internet Use and Its Relationships with Academic Performance, Interpersonal Relationships, Psychosocial Adjustment, and Self-Evaluation. *Cyberpsychology & Behavıor* 11(4): 467-469

Ciba, B., (2018). *Üniversite öğrencileri arasında sosyal medya kullanımı ve sosyal kaygı arasındaki ilişkinin incelenmesi.* Yüksek lisans tezi, Yakın Doğu Üniversitesi, Lefkoşa.

Clark, D. M., (2005). A Cognitive Perspective on Social Phobia. W. R. Crozier, & L. E. Alden, (Eds.), *The Essential Handbook of Social Anxiety for Clinicians* (pp. 193-218). England: John Wiley & Sons Ltd.

Corey, G., (2013). Theory and Practice of Counseling and Psychotherapy (9th Ed.). United States of America: Cengage Learning.

Correa, T., Hinsley, A. W. ve Zuniga, H. G. (2010). Who interacts on the web? The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior,* 26, 247-253.

Courtney, J. (2012). *Voice on the Web experience Skype to the max.* Canada: Denali InterConneXions NA Inc.

Çakmak, E. (2018). *Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım düzeyleri ile sosyal görünüş kaygısı arasındaki ilişkinin farklı değişkenler açısından değerlendirilmesi.* Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi, İstanbul.

Çakmak, V., (2014). *İletişim kaygısının sosyal medya kullanımı üzerine olan etkisi: üniversite öğrencileri üzerine örnek olay incelemesi.* Doktora tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.

Çap, E., (2017). *Lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları ile kişilik özellikleri arasındaki ilişki.* Yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.

Çayırlı, E., (2017). *Sosyal medya kullanım özelliklerinin kişilik yapılanmaları, yaşam doyumu depresyon açısından incelenmesi.* Yüksek lisans tezi, Işık Üniversitesi, İstanbul.

Çelik, D., Kılınç, N., (2016). Sosyal Medyanın Moda Tasarımı Öğrencilerinin Tasarımları Üzerindeki Etkileri: Örnek Bir Uygulama. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(2), 311-323.

Çelik, M., (2013). *Hızlı tüketim ürünlerinde sosyal medya kullanımı ile marka konumlandırılması.* Bitirme Projesi, İstanbul Şehir Üniversitesi, İstanbul.

Çetinkaya, A. ve Denizci, Ö. M. (2015). İnternette içerik düzenleme çalışmaları. *The Journal of Academic Social Science*, 15, 175-200.

Çildan, C., Ertemiz, M., Tumuçin, H.K., Küçük, E. ve Albayrak, D. (2012). Sosyal medyanın politik katılım ve hareketlerdeki rolü. *14. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri,* Uşak Üniversitesi, Uşak.

Deakin, H., Wakefield, K., (2014). Skype interviewing: reflections of two PhD researchers. Qualitative Research, 14:5 603-616

Demir, T., Eralp-Demir, D., Özmen, E. ve Uysal, Ö. (1999). Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeğinin Geçerliliği ve Güvenilirliği. *Düşünen Adam*, 12(4), 23-30.

Deniz, A. (2012). *Sosyal ağ kullanımı ve sosyal ağlarda benlik algısı: Muğla ili örneği.* Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Ege Üniversitesi, İzmir.

Diba, P., (2017). *Evli çiftlerin sosyal fobi ve internet bağımlılık düzeylerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi.* Yüksek lisans tezi, İstanbul Arel Üniversitesi, İstanbul.

Diker, E., Taşdelen, B., (2017). Sosyal medya olmasaydı ne olurdu? sosyal medya bağımlısı gençlerin görüşlerine ilişkin nitel bir araştırma. *Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi,* 17, 189-206.

Dilbaz, N., (1997). Sosyal Fobi. *Psikiyatri dünyası dergisi,* 1: 18-24.

Doğan, U. ve 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(22), 99-128.

Duman, G. K., (2008). *İlköğretim 8. sınıf öğrencilerinin durumluk sürekli kaygı düzeyleri ile sınav kaygısı düzeyleri ve ana – baba tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi.* Yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.

Durar, E., (2018). *Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığının depresyon ve sosyal fobi ile ilişkisi*. Yüksek lisans tezi, Kafkas Üniversitesi, Kars.

Durmuş, B., Yurtkoru, E, S., Ulusu, Y. ve Kılıç, B. (2010*). Facebook'tayız Sosyal Paylaşım Ağlarının Bireylere ve İşletmelere Yönelik İncelenmesi: Facebook Üzerine Bir Araştırma*. (2. Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 53-63.

Eldoğan, D., Barışkın, E., (2014). Erken dönem uyumsuz şema alanları ve sosyal fobi belirtileri: duygu düzenleme güçlüğünün aracı rolü var mı? *Türk Psikoloji Dergisi*, 29 (74), 108-115

Eley, B. and Tilley, S. (2009). *Online Marketing Inside Out.* Austraila: Sitepoint Pty. Ltd.

Ellison, N. B., Steinfield C., Lampe, C. (2007). The Benefits of Facebook ‘‘Friends:’’ Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites, 12: 1143-1168.

Eni, Ş. (2017). *Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanma sıklığının yalnızlık algısına etkisi.* Yüksek lisans tezi, Haliç Üniversitesi, İstanbul.

Erbaş, T. (2011). *Türkiye'de tumblr blog ortamındaki popüler blogcuların kullanım pratikleri*. Yüksek Lisans Tezi. Başkent Üniversitesi, Ankara.

Erbaş, T. (2011). *Türkiye'de tumblr blog ortamındaki popüler blogcuların kullanım pratikleri*. Yüksek Lisans Tezi. Başkent Üniversitesi, Ankara.

Erkan, Z., (2002). Sosyal kaygı ve kendilik sunum yaklaşımı. *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi dergisi*, 2:23 7-11.

Erkul, R. E., (2009). Sosyal medya araçlarının (web 2.0) kamu hizmetleri ve uygulamalarında kullanılabilirliği. *Türkiye Bilişim Derneği dergisi*, 116: 96-101.

Fitton, L., Gruen, M. ve Poston, L. (2010). *Twitter for dummies.* (2. ed.). Kanada: Indianapolis, Wiley Publishing.

Furmark, T., (2002). Social phobia: overview of community surveys. *Acta Psychiatrica Scandinavica* 105(2): 84-93.

Göker, G., (2015). İletişimin mcdonaldlaşması: sosyal medya üzerine bir inceleme. International Periodical For the Languages. *Literature and History of Turkish or Turkic* 10:2 389-410.

Greenhow, C. (2009). Tapping the wealth of social networks for professional development. *Learning & Leading with Technology,* 36(8), 10-11.

Greenhow, C., Gleason, B., (2012). Twitteracy: Tweeting as a New Literacy Practice. *The Educational Forum,* 76: 464–478.

Gültekin, B., K. ve Dereboy İ., F., (2011). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Fobinin Yaygınlığı ve Sosyal Fobinin Yaşam Kalitesi, Akademik Başarı ve Kimlik Oluşumu Üzerine Etkileri. *Türk Psikiyatri Dergisi,* 22(3): 150-158.

Gün, S. (2015). *Yabancı Dil Olarak Türkçe'nin Öğretiminde Web 2.0 Sesli Ve Görüntülü Görüşme Uygulamalarının (Skype) Konuşma Becerisine Etkisi.* Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.

Günay, M., (2017). *Sağlıkla ilgili fakültelerde eğitim görenlerin sosyal medya bağımlılık düzeyi.* Tıpta uzmanlık tezi, Trakya Üniversitesi, Edirne.

Hall, C., Zarro, M., (2012). Social Curation on the Website Pinterest.com. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology,* 49:1 1-9.

Hazar, M., (2011). Sosyal medya bağımlılığı-bir alan çalışması. *İletişim kuram ve araştırma dergisi,* 32: 151-175.

Huberman, B.A., Romero, D.M., & Wu, F. (2009). Social networks that matter: Twitter under the microscope. *First Monday,* 14, 1–5.

Hughes, A. A., Furr, J. M., Sood, E. D., Barmish, A. J., Kendall P. C., (2009). Anxiety, Mood, and Substance Use Disorders in Parents of Children With Anxiety Disorders. *Child Psychiatry and Human Development* 40, 405–419.

Hürcan, S. E., (2018). *Ebeveynlik stilleri ile sosyal fobi arasındaki ilişkinin temel psikolojik ihtiyaçların karşılanma düzeyine göre incelenmesi*. Yüksek lisans tezi, İstanbul Arel Üniversitesi, İstanbul.

Irak, D. ve Yazıcıoğlu, O. (2012) .*Türkiye ve Sosyal Medya.* İstanbul: Okuyanus.

İnternet' in Tarihçesi. http://www.bidb.itu.edu.tr/seyir-defteri/blog/2013/09/07/internet'in-tarihçesi, Erişim tarihi: 02.10.2018

İzci, B., (2018). *İstanbul Gelişim Üniversitesi öğrencilerinde sosyal fobi yaygınlığı ile akademik başarı oranları arasındaki ilişkisi.* Yüksek lisans tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul.

Kahraman, M. (2013). *Sosyal Medya 101 2.0.* İstanbul: Mediacat Yayınları.

Kaplan, A. ve Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Kelley School of Business, Indiana University. Business Horizons,* 53(1), 59-68.

Karaçor, F., (2018). *Üniversite öğrencilerinde internet ve sosyal medya bağımlılığı ile depresyon düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi.* Yüksek lisans tezi, Üsküdar Üniversitesi, İstanbul.

Karaman, M., Önder, M., (2017). Yurttaş gazeteciliğinin ana akım medyaya etkisi: whatsapp ihbar hatları örneği. *Erciyes İletişim Dergisi akademia*, 5:2, 164-180.

Karcıoğlu F., Kurt, E., (2009). Örgütsel iletişimin etkinliği açısından kurumsal bloglar ve birkaç kurumsal blogun incelenmesi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi,* 23:3, 1-16.

Kaymak, G. (2012). *Sanal topluluklardaki sosyal ağlarda sosyalleşme ve güven sorunsalı ereğli örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Selçuk Üniversitesi, Konya.

Kessler, R. C., McGonagle, K. A., Zhao, S., Nelson, C. B., Hughes, M., Eshlernan, S., Wittchen, H., Kendler, K. S., (1994). Lifetime and 12-Month Prevalence of DSM-111-R Psychiatric Disorders in the United States, Arch gen psychıatrynol 51.

Kılıç, E. Ö., (1999). Sosyal fobi etyolojisine yönelik gelişimsel bir model. *Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi Mecmuası*, 52(l), 45-51.

Kılıç, Ö., (2016). *Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi (Araklı örneği).* Yüksek lisans tezi, Cumhuriyet Üniversitesi, Sivas.

Kılıç, Z. ve Durat, G., (2017). Üniversite öğrencilerinde problemli internet kullanımının genel psikolojik belirtileri ve sosyal fobi ile ilişkisi. *Sakarya Tıp Dergisi*, 7(2), 97-104.

Kılıç, Z., (2018). *Üniversite öğrencilerinde internet kullanımının genel psikolojik belirtiler ve sosyal fobi ile ilişkisi.* Yüksek lisans tezi, Sakarya Üniversitesi, Sakarya.

Kırıcı, E. K. (2014). *İstanbul'daki özel müzelerin halkla ilişkiler perspektifinden sosyal medya kullanımına yönelik bir inceleme.* Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.

Koçak, N. G. (2012). *Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışlarının Ve Motivasyonlarının Kullanımlar Ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında*

İncelenmesi: Eskişehir'de Bir Uygulama. Yayınlanmamış doktora tezi. Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

Korkut, F., (1992). Gestalt yaklaşımına dayalı olarak yapılan bireysel danışmanın sürekli kaygı üzerindeki etkisi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi dergisi*, 7, 151-162.

Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukophadhyay, T., ve Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist, 53*(9), 1017-1031.

Kryder, Cynthia L. (2010), "Facebook Friend or Fan? You Decide", *Amwa Journal*, Vol.25. N.1, ss.32-33.

Kuss, D. J. ve Griffiths, M. D. (2011). Addiction to social networks on the Internet: A literature review of empirical research. *International Journal of Environmental and Public Health*, 8, 3528-3552.

Kuss, D. J. ve Griffiths, M. D. (2011). Addiction to social networks on the Internet: A literature review of empirical research. *International Journal of Environmental and Public Health*, 8, 3528-3552.

Kürkçü, D. D:, (2017). Haber tweetleri üzerinden kullanıcı etkileşiminin analizi. *Erciyes İletişim Dergisi* 5(1), 314-324.

Kwon, O., ve Wen, Y. (2010). An empirical study of the factors affecting social network service use. *Computers in Human Behavior*, *26* (2), 254-263.

Lin, K.Y. & Lu, H.P. (2011). Why people use social networking sites: An empirical study integrating network externalities and motivation theory. *Computers in Human Behaviour*, 1152-1161.

Madden, M., Cortesi, S., Gasser, U., Lenhart, A., Duggan, M., (2012). Parents, Teens, and Online Privacy. Retrieved March 28, 2019, from https://www.pewinternet.org/2012/11/20/parents-teens-and-online-privacy/

Mayfield, A. (2008). "What is Social Media, An e-book by Antony Mayfield from iCrossing"(Erişim:http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook.pdf adresinden 17.10.2018 tarihinde indirildi).

Nakilcioğlu, İ. (2007). "İletişimden Bilişime: İnternet Kültüründen Kesitler". *Akademik Bilişim Konferansı*, Kütahya.

Nolen-Hoeksema, S., Fredrickson, B.L., Loftus, G. R. and Wagenaar W. A., (2009). Atkinson & Hilgard's Introduction to Psychology (15th Ed.). United Kingdom: Cengage Learning EMEA.

Okumuş, V., (2018). *Çocukların sosyal medya kullanımı ile ebeveyn tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi.* Yüksek lisans tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.

Okur, H. D., Özkul, M., (2015). Modern iletişimin arayüzü: sanal iletişim sosyal paylaşım sitelerinin toplumsal ilişki kurma biçimlerine etkisi (Facebook örneği). *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 1(21), 213-246.

Onat, F. & Aşman Alikılıç, Ö., (2008). Sosyal ağ sitelerinin reklam ve halkla ilişkiler ortamları olarak değerlendirilmesi. *Journal of Yasar University,* 3(9), 1111-1143.

Ök, F. (2013). *Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve motivasyonları.* Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Fırat Üniversitesi, Elazığ.

Önder, S. B., (2018). *Üniversite öğrencilerinin sosyodemografik özellikleri, sosyal fobi belirtileri, erişkin dikkat eksikliği hiperaktivite bozukluğu belirtileri arasındaki ilişkinin incelenmesi.* Yüksek lisans tezi, Üsküdar Üniversitesi, İstanbul.

Öz, F., (2018). *Futbolcuların sosyal fobi düzeyleri*. Yüksek lisans tezi, Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep.

Özdinç, T. (2014). *Okul Öncesi eğitimde aile katılımında sosyal medya kullanımı: bir durum çalışması.* Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.

Öztürk, M. O. & Uluşahin, A., (2011). Ruh sağlığı ve bozuklukları I (11. Baskı). Ankara: Nobel Tıp Kitapevleri.

Öztürk, M. ve Akgün, Ö. E. (2012). Üniversite öğrencilerinin sosyal paylaşım sitelerini kullanma amaçları ve bu sitelerin eğitimlerinde kullanılması ile ilgili görüşleri. *Sakarya University Journal of Education*, 2(3). 49-67.

Papacharissi, Z., Rubin, A. M., (2000). Predictors of Internet Use. *Journal of broadcasting & electronic media,* 44:2, 175-196.

Ryan, T. ve Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. *Computers in Human Behavior*. *27,* 1658–1664.

Saitoğlu, C. (2018). *Bir haber iletim mecrası olarak sosyal medya: 2015 genel seçim sürecinde yayınlanan haberlerin geleneksel medya ve sosyal medya karşılaştırması.* Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.

Saygın, A.U. (2015). Bir Yurttaş Gazeteciliği Aracı Olarak Vine. *Yeni Medya Kongre Çalışmaları II. Ulusal Kongre Kitabı.* İstanbul.

Schlenker, B. R. and Leary, M. R., (1982). Social Anxiety and Self-Presentation: *A Conceptualization and Model. Psychological Bulletin* 92(3), 641-669.

Scott, D. M. (2010). *Pazarlama ve İletişimin Yeni Kuralları*. Çev., Nadir Özata, MediaCat Kitapları, İstanbul.

Scott, P. R. and Jacka, J. M. (2013). *Sosyal Medya Kurumsal Yönetim ve Risk Rehberi*. Türkiye İç Denetim Enstitüsü Yayınları, Çeviri: Tuğrul Bozbey.

Sedgwick, M., Spiers, J., (2009). The Use of Videoconferencing as a Medium for the Qualitative Interview. *International Journal of Qualitative Methods* 8:1 1-11.

Selfhout, M. H. W., Branje, S. J. T., Delsing, M., ter Bogt, T. F. M. & Meeus, W. H. J. (2009). Different Types of Internet Use, Depression, and Social Anxiety: The Role of Perceived Friendship Quality. *Journal of Adolescence*, 32(4), 819-833.

Sertelin Mercan, Ç., Yavuzer, H., (2017). Bilişsel-Davranışçı yaklaşımla bütünleştirilmiş sosyal beceri eğitiminin ergenlerin sosyal kaygı düzeyine etkisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 63, 1187-1202.

Sevinç, S. S. (2012). Pazarlama İletişiminde Sosyal Medya. *Optimist Yayınları,* 2. Baskı, İstanbul.

Seviniş, S., (2017). *Yetişkinlerde sosyal ağ kullanımının beş faktör kişilik özellikleriyle ilişkisi.* Yüksek lisans tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana.

Shaw, A. M., Timpano, K. R., Tran, T. B., Joormann, J., (2015). Correlates of Facebook usage patterns: The relationship between passive Facebook use, social anxiety symptoms, and brooding. *Computers in Human Behavior* 48, 575-580.

Sheeks, M. S., & Birchmeier, Z. P. (2007). Shyness, Sociability, and the Use of Computer-Mediated Communication in Relationship Development. *CyberPsychology & Behavior,* 10, 64-70.

Sheeks, M. S., & Birchmeier, Z. P. (2007). Shyness, sociability, and the use of computer-mediated communication in relationship development. *CyberPsychology & Behavior*, 10(1), 64-70.

Skype (2018). Hakkında. https://www.skype.com/tr/features/group-video-chat/ web adresinden 27 Mayıs 2018 tarihinde erişilmiştir.

Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z., Demir, M., (2013). İnternet ve sosyal medya kullanımı üzerine bir uygulama. *Selçuk İletişim Dergisi,* 7(4), 23-32.

Sönmez, O., (2016). *Adana ili 12 – 16 yaş öğrencilerde sosyal fobi görülme yaygınlığı ve etkileyen faktörler.* Yüksek lisans tezi, Çağ Üniversitesi, Mersin.

Statista Raporu (2018). Leading social networks worldwide as of December 2014,Çevrimiçi,http://www.statista.com/statistics/272015/global-social-networks rankedby-number-of-users/ Erişim tarihi: 12.11.2018.

Strauss, J. A., ve El-Ansaryand R. F. (2003). *E-Marketing.* Third Edition. Pearson Prentice Hall.

Sungur, M. Z., (2000). Bilişsel-Davranışçı yaklaşımlar ve sosyal fobi. *Klinik psikiyatri dergisi,* 2, 27-32.

Sübaşı, G., (2007). Üniversite öğrencilerinde sosyal kaygıyı yordayıcı bazı değişkenler. *Eğitim ve Bilim,* 32(144), 3-15.

Şahan, H. G., (2013). *Lokasyon bazlı sosyal ağlar aracılığıyla selektif benlik sunumu*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.

Şahin Baltacı, H., İşleyen, F., Özdemir, S. (2012). Eğitim fakültesi öğrencilerinin romantik ilişki durumları ve sosyal ağ kullanımlarına göre etkileşim kaygısı ve sosyal destek algılarının incelenmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi,* 8:2, 25-36

Şahin Baltacı, H., İşleyen, F., Özdemir, S. (2012). *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi,* 8(2), 25-36.

Şahin, Ö., (2017). *Madde bağımlılığı tanısı almış kişilerde benlik saygısı ile sosyal fobi arasındaki ilişkinin incelenmesi.* Yüksek lisans tezi, Haliç Üniversitesi, İstanbul.

Şeker, V. T., (2018). *Sosyal medya bağımlılığı ile depresyon ve anksiyete arasındaki ilişki.* Yüksek lisans tezi, Beykent Üniversitesi, İstanbul.

Şener, G. (2009). *Türkiye'de Facebook kullanımı araştırması*. 14. Türkiye'de İnternet Konferansında Sunulan Bildirileri. Bilgi Üniversitesi, İstanbul.

Tamer Gencer, Z., (2018). Sosyal medya kullanımının iletişim kaygısı bağlamında değerlendirilmesi. *Selçuk İletişim Dergisi,* 11(2), 21-34.

Teknoloji Bağımlılığı. https://www.yesilay.org.tr/tr/bagimlilik/teknoloji-bagimliligi. Erişim tarihi: 02.10.2018

Tektaş, N., (2014). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağları kullanımlarına yönelik bir araştırma. *Tarih okulu dergisi*, 17, 851-870.

Tosun, N. (2016). Meslek lisesi öğrencilerinin sosyal ağ kullanma alışkanlıkları ve sosyal ağ kullanımına ilişkin görüşleri. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 114-149.

Tumblr (2019). Hakkında. https://www.tumblr.com/about web adresinden 28 Mart 2019 tarihinde erişilmiştir.

Tüik İstatistik Verileri. http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028. Erişim tarihi: 02.10.2018

Türkçapar, M. H., (1999). Sosyal Fobinin Psikolojik Kuramı. *Klinik Psikiyatri Dergisi*, 2(4), 247-253.

Türkmenoğlu, H. (2014). Teknoloji İle Sanat İlişkisi ve Bir Dijital Sanat Örneği Olarak Instagram. *Ulakbilge*, 2, 4.

Uğur, A., (2018). *Üniversite öğrencilerindeki sosyal kaygı düzeyinin, alkol, yalnızlık düzeyi ve sosyal medya kullanım sıklığı ile ilişkisinin incelenmesi.* Yüksek lisans tezi, Üsküdar Üniversitesi, İstanbul.

Ümmet, D., (2007). *Üniversite ögrencilerinde sosyal kaygının cinsiyet rolleri ve aile ortamı baglamında incelenmesi.* Yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.

Ünal, T. A. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma.* Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi, İstanbul.

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

Vural, Z. B. A., Bat, M., (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: ege üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. *Journal of Yasar University* 20(5), 3348-3382.

Wang, J.L., Jackson, L.A., Zhang, D.J., ve Su, Z.Q. (2012). The relationships among the Big Five Personality factors, self-esteem, narcissism, and sensation- seeking to Chinese University students‟ uses of social networking sites (SNSs). *Computers in Human Behavior.28*, 2313–2319.

Waters, R. D., Burnett, E., Lamm, A., Lucas, J. (2009). Engaging stakeholders through social networking: How nonprofit organizations are using Facebook. *Public Relations Review* 35, 102–106.

Weidman, A. C., Fernandez, K. C., Levinson, C. A., Augustine, A. A., Larsen, R. J. & Rodebaugh, T. L. (2012). Compensatory Internet Use Among Individuals Higher in Social Anxiety and Its Implications for Well-Being. *Personality and Individual Differences*, 53(3), 191-195.

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

Yağmurlu, A. (2013). Diyalojik iletişim çerçevesinden ankara büyükşehir belediyesi sosyal medya uygulamaları. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 8(1), 95-115.

Yee, K. and Hargis, J., (2011). Usıng google+ for instruction. *Turkish Online Journal of Distance Education*, 12(4), 9-11.

Yeniçıktı, N. T., (2010). *Halkla ilişkiler sürecinde sosyal kaygı düzeylerinin sosyal sorumluluk projeleri ile giderilmesi.* Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.

Yılmaz, A., (2016). *Sosyal ağ kullanımının bazı kişilik özellikleriyle ilişkisi.* Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Çukurova Üniversitesi, Adana.

Yılmazsoy, B. (2018). *Eğitsel amaçlı sosyal medya kullanımı: Facebook örneği.* Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.

Yurdakul, E. (2013). *Sosyal medya kullanımının "kurumsal yenilikçi itibar üzerindeki etkisi üzerine bir araştırma.* Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.

Zafarmand, D. (2010). *Halka ilişikiler alanında yeni mevra ve uygulamaların yeri ve önemi: sosyal medya ve PR2.0.*Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi, Ankara.

Zorbaz, O., (2013). *Lise öğrencilerinin problemli internet kullanımının sosyal kaygı ve akran ilişkileri açısından incelenmesi.* Yüksek lisans tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.

Zorbaz, O., Tuzgöl Dost, M., (2014). Lise öğrencilerinin problemli internet kullanımının cinsiyet, sosyal kaygı ve akran ilişkileri açısından incelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29:1, 298-310.

EKLER

EK 1. Kişisel Bilgi Formu

Yaşınız: 9 - 10 ( ) 11 – 12 ( ) 13 – 14 ( ) 15 – 16 ( )

Cinsiyet: K ( ) E( )

1. Sosyal ağlarda ortalama kaç saat zaman harcıyorsunuz?
   ( ) Sosyal ağ kullanmıyorum
   ( ) 1 saatten az
   ( ) 1-3 saat

( ) 3-5 saat
( ) 5-7 saat
( ) 7 saat ve üzeri

2. Sosyal ağları hangi amaçla kullanıyorsunuz?

( ) Yeni arkadaşlar bulmak
( ) Çevrimiçi sohbet etmek
( ) Fotoğraf paylaşmak
( ) Yorum yapmak
( ) Bilgi edinmek
( ) Video paylaşmak
( ) Haber paylaşmak
( ) Oyun oynamak
( ) Tanıdıklarıyla iletişim kurmak
( ) Arkadaşlarının ne yaptığını kontrol etmek
( ) Boş zamanlarını geçirmek

3. Sahip olduğunuz sosyal medya hesapları hangileridir?

( ) Facebook	( ) Vine
( ) Twitter	( ) Blogspot
( ) Google +	( ) Tumblr
( ) Youtube	( ) Pinterest
( ) Instagram	( ) Skype

( ) Foursquare ( ) Whatsapp

Ek 2. Çapa Çocuk ve Ergenler için Sosyal Fobi Ölçeği

ÇAPA ÇOCUK ve ERGENLER İÇİN SOSYAL FOBİ ÖLÇEĞİ

Aşağıda bazı cümleler ve yanlarında da bazı seçenekler verilmiştir. Her cümleyi okuduktan sonra, son bir ayı düşünerek bu cümle için size en uygun gelen seçeneği işaretleyin. Cümlenin size uygunluğuna göre o cümleye 1-5 arasında bir puan verin. Cümledeki ifade size hiç uymuyorsa 1, çok az uyuyorsa 2, bazen uyuyorsa 3, çoğu zaman uyuyorsa 4, daima uyuyorsa 5'i işaretleyin.

1= hiç bir zaman **2= çok az** **3= bazen** **4= çoğu zaman** **5= daima**

	1	2	3	4	5
1. Tanımadığım kişilerle konuşmaktan çekinirim.					
2. Başkalarıyla konuşurken yüzüm kızarır.					
3. Başkalarının önünde yanlış birşey yapacağım diye korkarım.					
4. İnsanlarla gözgöze gelmekten çekinirim.					
5. Yazılı sınavlarda heyecanlanır ve sıkılırım.					
6. Sınıf arkadaşlarımla konuşmaktan çekinirim.					
7. Sınıfta tahtaya kalkmaktan rahatsız olurum.					
8. Bildiğim sorulara bile cevap vermekten kaçınırım.					
9. Başkalarının önünde yanlış birşey söyleyeceğim diye korkarım.					
10. Başkalarıyla konuşurken kalbim hızlı çarpar.					
11. Öğretmenlerle konuşmaktan, onlara soru sormaktan çekinirim.					
12. Başkalarının önünde yazı yazmak bana zor gelir.					
13. Başkalarıyla konuşurken sesim titrer.					
14. Bir şey satın almak, satıcıdan bir şey istemek bana zor gelir.					
15. Sınav sonuçları açıklanırken çok heyecanlanırım.					
16. Derse geç kaldığımda sınıfa girmek bana zor gelir.					
17. Yoklamalarda sıra bana gelirken heyecanlanırım.					
18. Beden eğitimi derslerinde ya da spor yaparken izlenmekten rahatsız olurum.					
19. Sınıfta yüksek sesle bir şey okumaktan rahatsız olurum.					
20. Okul tuvaletlerine gitmekten rahatsız olurum.					
21. Yaşıtlarımın konuşmalarına katılmaktan çekinirim.					
22. Başkalarının bana takılmasından, şaka yapmasından rahatsız olurum.					
23. Başkalarının önünde kötü duruma düşeceğim diye korkarım.					
24. Başkalarının önünde bir şey yemekten ya da içmekten rahatsız olurum.					
25. Çevremdekiler sıkıntılı ya da sinirli olduğumu düşünecekler diye endişelenirim.					

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Muhammed Mustafa GÜZEL
Doğum Tarihi : 13.11.1986
Doğum Yeri : Adana
Yabancı Dil : İngilizce
E-Posta : mustafaguzel@windowslive.com

ÖĞRENİM DURUMU

2014 – 2019 : Yüksek Lisans, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Adana
2007 – 2011 : Lisans, Çukurova Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Bölümü, Adana
2001 – 2005 : Lise, Ayşe Atıl Anadolu Öğretmen Lisesi, Adana

ÇALIŞMA DURUMU

2012-2014: Psikolojik Danışman. Vali Özbilgin İlköğretim Okulu, Adıyaman
2014-2016: Psikolojik Danışman. Şehit Mehmet Cücük Ortaokulu, Gaziantep
2016-2017: Psikolojik Danışman. Sevim Tekin Anadolu Lisesi, Adana
2017-……: Psikolojik Danışman. Oğuzhan Ortaokulu, Adana