

T.C

İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

YETİŞKİNLERDE SOSYAL MEDYA KULLANIMININ SOSYAL  
KAYGI BELİRTİLERİ VE KİŞİLER ARASI İLİŞKİ KURMA İLE  
İLİŞKİSİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

PSİKOLOJİ ANABİLİM DALI  
KLİNİK PSİKOLOJİ BİLİM DALI  
YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan  
Nil ORAN

Tez Danışmanı  
Doç. Dr. Sevcan KARAKOÇ DEMİRKAYA

İSTANBUL- 2020



## TEZ TANITIM FORMU

- YAZAR ADI SOYADI** : Nil ORAN
- TEZİN DİLİ** : Türkçe
- TEZİN ADI** : Yetişkinlerde Sosyal Medya Kullanımının Sosyal Kaygı Belirtileri Ve Kişiler Arası İlişki Kurma İle İlişkinin Değerlendirilmesi
- ENSTİTÜ** : İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
- ANABİLİM DALI** : Psikoloji Anabilim Dalı
- TEZİN TÜRÜ** : Yüksek Lisans
- TEZİN TARİHİ** : 06/07/2020
- SAYFA SAYISI** : 85
- TEZDANIŞMANLARI** : Doç. Dr. Sevcan KARAKOÇ DEMİRKAYA
- DİZİN TERİMLERİ** : İnternet, Sosyal Medya, Kaygı, Sosyal Kaygı, Kişiler Arası İlişki
- TÜRKÇE ÖZET** : Bu yüksek lisans tezinde; yetişkinlerde sosyal medya kullanımı ile sosyal kaygı ve kişiler arası iletişim arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmada temel olarak internet, sosyal medya, kaygı, sosyal kaygı, kişiler arası ilişki kavramları incelenmektedir. Çalışmanın uygulama kısmında araştırmanın amacı, kapsamı, araştırmanın modeli ve hipotezleri, kullanılan ölçüm araçları, kullanılan istatistikî analizler ve analiz bulgularına yer verilmektedir. Verilerin elde edilmesi sürecinde İstanbul Gelişim Üniversitesi Klinik Psikoloji Yüksek Lisans öğrencilerinden iki yüz iki katılımcıya anket uygulanmıştır. Uygulanan anket sonuçları SPSS istatistikî analiz paket programı ile analiz edilmiştir. Analiz sonuçları, tablolar halinde yorumlanmış ve sonuçlara ulaşılmaya çalışılmıştır.
- DAĞITIM LİSTESİ** : 1. İstanbul Gelişim Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsüne  
2. YÖK Ulusal Tez Merkezine

Nil ORAN

T.C  
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

**YETİŞKİNLERDE SOSYAL MEDYA KULLANIMININ SOSYAL  
KAYGI BELİRTİLERİ VE KİŞİLER ARASI İLİŞKİ KURMA İLE  
İLİŞKİSİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ**

PSİKOLOĞİ ANABİLİM DALI  
KLİNİK PSİKOLOĞİ BİLİM DALI  
YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan  
Nil ORAN

Tez Danışmanı  
DoÇ. Dr. Sevcan KARAKOÇ DEMİRKAYA

İSTANBUL-2020

## BEYAN

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğu, başkalarının ederlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğu, kullanılan verilerde herhangi tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez olarak sunulmadığını beyan ederim.

Nil ORAN

.../.../2020



T.C  
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

Nil ORAN'ın “Yetişkinlerde Sosyal Medya Kullanımının Sosyal Kaygı Belirtileri Ve Kişiler Arası İlişki Kurma İle İlişkisinin Değerlendirilmesi ” adlı tez çalışması, jürimiz tarafından Psikoloji Anabilim Dalı Klinik Psikoloji Bilim Dalı YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan \_\_\_\_\_

Doç. Dr. Sevcan KARAKOÇ DEMİRKAYA  
(Danışman)

Üye \_\_\_\_\_

Prof. Dr. Ayten ERDOĞAN

Üye \_\_\_\_\_

Dr. Öğr. Üyesi Hasan SEZEROĞLU

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

... / ... / 2020

Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ

Enstitü Müdürü

## ÖZET

**Giriş:** Sosyal Medya, kişilerin birbirileri ile iletişim kurma, oyun oynama, bilgi edinme ve fikir paylaşma gibi eylemlerin gerçekleştirebilecekleri bir alandır.

Bu çalışmanın amacı yetişkinlerin sosyal medya kullanımının sosyal kaygı ve kişiler arası ilişki kurma ile ilişkisini araştırmaktır.

**Gereç ve Yöntem:** Bu araştırma kesitsel desende olup ilişkisel tarama modeline göre yapılmıştır. Araştırmanın örneklemi, gönüllülük esasına bağlı olarak sistemsel örnekleme modeline göre belirlenmiş olup İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Klinik Psikoloji öğrencilerinden (n-202) oluşmaktadır. Araştırmada Sosyo-demografik Form, Sosyal Medya Bağımlılığı Yetişkin Formu (SMBÖ-YF), Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği ve Kişiler Arası İlişki Boyutları Ölçeği (KİBO) uygulanmıştır.

**Bulgular:** Katılımcıların 114'ü kadın, 87'si erkektir. Katılımcıların yaş ortalaması 23-25 yaş aralığındadır. Liebowitz sosyal kaygı ölçeği puanı ortalaması 62.51, kişiler arası iletişim ölçeği puanı ortalaması 142.01'dir. Sosyal tolerans düzeyi arttıkça kaygı, kaçınma, empati düzeyi ve Liebowitz sosyal kaygı düzeyi artmaktadır ( $p<0,01$ ).

**Sonuç ve Tartışma:** Sosyal medya bağımlılığı düzeyi ile sosyal kaygı düzeyleri arasında pozitif ilişki; kişiler arası ilişki düzeyleri ile ise negatif yönlü ilişki bulunmaktadır. Bu sonuçlardan yola çıkarak günlük hayatta birebir ilişki kurmadan ziyade daha az kaygı yaratan alan olan sosyal medya üzerinden ilişki geliştirme eğilimi olabilir ve daha geniş örneklemlerle çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır.

**Anahtar kelimeler:** İnternet, Sosyal Medya, Kaygı, Sosyal Kaygı, Kişiler Arası İlişki

## SUMMARY

**Introduction:** Social Media is an area where people can perform actions such as communicating with each other, playing games, obtaining information and sharing ideas. The aim of this study is to investigate the effect of adult social media use on social anxiety and interpersonal relationships.

**Material and Method:** This research has a cross-sectional design and was conducted according to the relational screening model. The sample of the study was determined according to the systematic sampling model on a voluntary basis and it consisted of (n=202) people from Istanbul Gelişim University Institute of Social Sciences Clinical Psychology students. In the study, Socio-demographic Form, Social Media Addiction Adult Form (SMBÖ-YF), Liebowitz Social Anxiety Scale and Interpersonal Relationship Scale (KİBO) were applied.

**Findings:** 114 of the participants are women and 87 are men. The average age of the participants is in the 23-25 age range. The average Liebowitz social anxiety scale score is 62.51, and the interpersonal communication scale score average is 142.01. As the level of social tolerance increases, anxiety, avoidance, empathy level and Liebowitz social anxiety level increase ( $p < 0,01$ ).

**Conclusion and Discussion:** There is a positive relationship between the level of social media addiction and the levels of social anxiety; and there is a negative relationship between the levels of interpersonal relationship. Based on these results, we can suggest that they tend to develop relationships through social media, which is a less anxiety-inducing area in everyday life rather than relationship-building.

**Keywords:** Internet, Social Media, Anxiety, Social Anxiety, Interpersonal Relationship



# İÇİNDEKİLER

## SAYFA

ÖZET.....	I
SUMMARY.....	II
İÇİNDEKİLER .....	III
KISALTMALAR.....	VI
TABLolar LİSTESİ .....	VII
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	IX
EKLER LİSTESİ.....	X
ÖN SÖZ.....	XI
GİRİŞ .....	1
<b>BİRİNCİ BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN ÖZELLİKLERİ.....</b>	<b>2</b>
1.1. ARAŞTIRMANIN AMACI .....	2
1.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ .....	2
1.3. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ .....	2
1.4. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI.....	3
1.5. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI .....	3
1.6. TANIMLAR .....	3
<b>İKİNCİ BÖLÜM: KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....</b>	<b>5</b>
2.1. İNTERNET KAVRAMI ve İNTERNET KULLANIMI.....	5
2.1.2. Çocuklarda İnternet Kullanımı.....	6
2.1.3. Ergenlerde İnternet Kullanımı.....	7
2.1.4. Yetişkinlerde İnternet Kullanımı.....	8
2.1.5. İnternet Kullanım Alanları .....	9
2.1.6. Dünyada ve Türkiye'de İnternet Kullanım Durumu .....	10
2.2. SOSYAL MEDYA.....	11
2.2.1. Sosyal Medyanın Özellikleri .....	12

2.2.2. Sosyal Medyanın Avantajları ve Dezavantajları .....	13
2.2.3. Bireylerin Sosyal Medya Kullanma Nedenleri .....	14
2.2.4. Dünyada Sosyal Medya Kullanımı Durumu .....	15
2.2.5. Sosyal Medya Platformları.....	17
2.2.5.1. Wikiler .....	18
2.2.5.2. Bloglar .....	19
2.2.5.3. Mikrobloglar.....	21
2.2.5.4. Sosyal Ağlar .....	22
2.2.5.4.1. Günümüzde En Çok Tercih Edilen Sosyal Medya Ağları .....	22
2.2.5.4.2. Facebook .....	22
2.2.5.4.3. Instagram .....	23
2.2.5.4.4. Twitter .....	24
2.2.5.4.5. Youtube.....	24
2.2.5.4.6. LinkedIn .....	25
2.2.5.4.7. WhatsApp.....	25
2.3. KAYGI BOZUKLUKLARI.....	26
2.3.1. Sosyal Kaygı .....	27
2.3.2. Sosyal Kaygı Tedavi.....	29
2.4. İLETİŞİM .....	30
2.4.1. Empati.....	31
2.4.2. Kişiler Arası İlişki.....	31
2.4.3. Sosyal Medya Kullanımının Sosyal Kaygı İle İlişkisi.....	32
2.4.4. Sosyal Medya Kullanımının Kişilerarası İlişki Kurma İle İlişkisi.....	33
2.4.5 Sosyal Tolerans.....	34
<b>ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: GEREÇ VE YÖNTEM .....</b>	<b>35</b>
3.1. ARAŞTIRMANIN MODELİ .....	35
3.2. ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEMİ.....	35
3.3. ARAŞTIRMADA KULLANILAN VERİ TOPLAMA ARAÇLARI.....	35

3.3.1. Sosyo-demografik Bilgi Formu .....	35
3.3.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Yetişkin Formu (SMBÖ- YF) .....	35
3.3.3. Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği .....	36
3.3.4. Kişilerarası İlişki Boyutları Ölçeği .....	36
3.4. VERİLERİN ANALİZİ .....	36
3.5. ETİK KURUL KARARI.....	37
<b>DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: BULGULAR.....</b>	<b>38</b>
<b>BEŞİNCİ BÖLÜM: TARTIŞMA SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>53</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>59</b>
<b>EKLER .....</b>	<b>-</b>

## KISALTMALAR

<b>ABD</b>	:	AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ
<b>ARK.</b>	:	ARKADAŞLARI
<b>ÇEV.</b>	:	ÇEVİRİ
<b>DSM</b>	:	DIAGNOSTIC AND STATISTICAL MANUAL OF MENTAL DISORDERS
<b>ED.</b>	:	EDİTÖR
<b>S.</b>	:	SAYFA
<b>TDK.</b>	:	TÜRK DİL KURUMU
<b>VB.</b>	:	VE BENZERİ
<b>VD.</b>	:	VE DİĞERLERİ
<b>TÜİK.</b>	:	TÜRK İSTATİSTİK KURUMU

## TABLULAR LİSTESİ

### SAYFA

<b>Tablo-1</b> Avrupa Birliğine Üye Ülkelere Göre 2018 Yılı İnternet Kullanım Oranları ...	10
<b>Tablo-2</b> Yıllara Göre Türkiye’de İnternet Kullanma Oranları (%).....	11
<b>Tablo-3</b> Dünya’da Sosyal Medya ve İnternet Kullanımı .....	15
<b>Tablo-4</b> Dünya’da Nüfusa Göre Sosyal Medya Kullanım Oranları .....	16
<b>Tablo-5</b> Günlük Sosyal Medya Kullanımına Ayrılan Zaman.....	17
<b>Tablo-6</b> DSM-5 Tanı Kriterleri.....	28
<b>Tablo-7</b> Öğrencilerin Sosyodemografik Özelliklerinin Dağılımlarının İncelenmesi...38	
<b>Tablo-8</b> Öğrencilere Uygulanan Kişiler Arası İletişim Ölçeği Puanı ve Alt Boyutlarının, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Puanı ve Alt Boyutlarının, Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Puanı ve Alt Boyutlarının Puanlarının Değerlendirilmesi.....	39
<b>Tablo-9</b> Öğrencilerin Cinsiyetlerine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Puanları, Alt boyutlarından Sosyal İletişim puanları, Kişiler Arası İletişim Ölçeği Puanları ve Alt Boyutlarından Onay Bağımlılık puanlarının Değerlendirilmesi.....	39
<b>Tablo-10</b> Öğrencilerin Cinsiyetlerine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Alt Boyutlarından Sosyal Tolerans Puanları, Kişiler Arası İletişim Ölçeği Alt Boyutlarından Empati, Başkalarına Güven, Duygu Farkındalığı, Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Puanları ve Alt Boyutlarından Kaygı ve Kaçınma Puanlarının Karşılaştırılması.....	40
<b>Tablo-11</b> Öğrencilerin Yaşlarına Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Alt Boyutlarından Sosyal Tolerans Puanları, Kişiler Arası İletişim Ölçeği Alt Boyutlarından Empati, Başkalarına Güven, Duygu Farkındalığı, Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Puanları ve Alt Boyutlarından Kaygı ve Kaçınma Puanlarının Karşılaştırılması.....	41
<b>Tablo-12</b> Öğrencilerin Medeni Durumlarına Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Puanları, Alt Boyutlarından Sosyal İletişim Puanları, Kişiler Arası İletişim Ölçeği Puanları ve Alt Boyutlarından Onay Bağımlılık Puanlarının Karşılaştırılması .....	42
<b>Tablo-13</b> Öğrencilerin Eğitim Durumlarına Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Puanları, Alt Boyutlarından Sosyal İletişim Puanları, Kişiler Arası İletişim Ölçeği Puanları ve Alt Boyutlarından Onay Bağımlılık Puanlarının Karşılaştırılması .....	43

<b>Tablo-14</b> Öğrencilerin Eğitim Durumlarına Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Alt Boyutlarından Sosyal Tolerans Puanları, Kişiler Arası İletişim Ölçeği Alt Boyutlarından Empati, Başkalarına Güven, Duygu Farkındalığı, Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Puanları ve Alt Boyutlarından Kaygı ve Kaçınma Puanlarının Karşılaştırılması.....	44
<b>Tablo-15</b> Öğrencilerin Birlikte Yaşadıkları Kişilere Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Alt Boyutlarından Sosyal Tolerans Puanları, Kişiler Arası İletişim Ölçeği Alt Boyutlarından Empati, Başkalarına Güven, Duygu Farkındalığı, Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Puanları ve Alt Boyutlarından Kaygı ve Kaçınma Puanlarının Karşılaştırılması.....	45
<b>Tablo-16</b> Öğrencilerin Sosyal Medyada Geçirilen Sürelere Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Puanları, Alt Boyutlarından Sosyal İletişim Puanları, Kişiler Arası İletişim Ölçeği Puanları ve Alt Boyutlarından Onay Bağımlılık Puanlarının Karşılaştırılması.....	46
<b>Tablo-17</b> Öğrencilerin Sosyal Medyada Geçirilen Sürelere Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Alt Boyutlarından Sosyal Tolerans Puanları, Kişiler Arası İletişim Ölçeği Alt Boyutlarından Empati, Başkalarına Güven, Duygu Farkındalığı, Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Puanları ve Alt Boyutlarından Kaygı ve Kaçınma Puanlarının Karşılaştırılması.....	47
<b>Tablo-18</b> Öğrencilerin Bütün Sosyal Ağlarda Ortalama Yapılan Paylaşımlara Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Puanları, Alt Boyutlarından Sosyal İletişim Puanları, Kişiler Arası İletişim Ölçeği Puanları ve Alt Boyutlarından Onay Bağımlılık Puanlarının Karşılaştırılması.....	49
<b>Tablo-19</b> Öğrencilere Uygulanan Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Ve Alt Boyutları İle Kişiler Arası İletişim Ölçeği ve Alt Boyutları ve Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği ve Alt Boyutları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi .....	50

## ŞEKİLLER LİSTESİ

SAYFA

ŞEKİL-1 Sosyal Medya Platformları.....18



## **EKLER LİSTESİ**

**EK-A** ETİK KURUL ONAY FORMU

**EK-B** SOSYODEMOGRAFİK BİLGİ FORMU

**EK-C** SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI ÖLÇEĞİ- YETİŞKİN FORMU

**EK-D** LİEBOWİTZ SOSYAL KAYGI ÖLÇEĞİ

**EK-E** KİŞİLER ARASI İLİŞKİ BOYUTLARI ÖLÇEĞİ





## ÖN SÖZ

Başta bu mesleği bana tanıtan ve sevdiren Uzm. Psk. Hande SİNİRLİOĞLU ERTAŞ'a teşekkürlerimi borç bilirim.

Bana bu çalışma sürecinde yol gösteren beni destekleyen tez danışmanım Doç. Dr. Sevcan KARAKOÇ DEMİRKAYA'ya teşekkür ederim.

Son olarak eğitim öğretim hayatım boyunca beni destekleyen, her zorlukta yanımda olan ve bana sabır ve sevgi ile yaklaşan annem Ayşen ORAN ve Babam M. Emin ORAN'a sonsuz teşekkür ederim.

Nil ORAN



## GİRİŞ

Bilişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmelerle beraber internet erişimine imkân tanıyan dijital cihazlar insan hayatının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Ülkemiz açısından bakıldığında internet ve sosyal medya kullanımı çocuklar ve ergenlerde yaygın iken yetişkinlerin sosyal medya kullanımı da artmaya başlamıştır. Yetişkinler sosyal medyayı daha çok video izlemek ya da oyun oynamak, düşüncelerini ifade etme ve bilgi edinme için kullanmaktadırlar. Öyle ki ülkemizde internet ve sosyal medyaya yönelik kullanımın pek çok ülkeye oranla yüksek olduğu dahi söylenebilir.<sup>1</sup> İnternetin ve sosyal medya kullanımının artması zaman içerisinde toplumun iletişim şeklini de etkilemiştir.

Özellikle zaman ve mekân sınırlaması olmadan iletişim kurulmasını sağlayan sosyal medya ortamları bireylerin daha rahat iletişim kurmasını ve iletişim anında daha az kaygıya sahip olmasını beraberinde getirmektedir. Başka bir şekilde ifade edilecek olursa, sosyal medya ortamlarında ortak bir mekân paylaşımının olmaması ve bireylerin birbirlerini daha önceden tanımaması gibi bazı nedenler bu ortamlarda kurulan iletişimlerde duyulan kaygıyı düşünerek bireylerin daha rahat olmalarını sağlamaktadır.<sup>2</sup> Kaygı, bireyin içerisinde bulunduğu ve net olarak ifade edemediği duyumsamalarıdır. Farklı nedenlere dayanan kaygı, bireyde ilerde kötü bir şey olacak hissine kapılması ile birlikte oluşan tedirginlik halidir. Bu tedirginlik hali, bireyde tedirginliğe varan düzeyde endişeye neden olmaktadır.<sup>3</sup> Kaygının bireylerarası iletişim üzerindeki etkisi hakkında yapılan araştırmalarda özellikle sosyal kaygı üzerine birçok nörolojik bulguya ulaşılmıştır. Bu sonuçlara göre sosyal kaygı bireyin iletişim kaygısını artıran bir unsur olarak değerlendirilmektedir.<sup>4</sup> Bu durum bireyin sosyal hayatına dair birçok alana etki ederek olumsuz sonuçların yaşanmasına zemin hazırlamaktadır.<sup>5</sup> Bu çalışmada yetişkinlerde sosyal medya kullanımının sosyal kaygı belirtileri ve kişiler arası ilişki kurma ile ilişkisinin incelemesini amaçlamaktadır.

---

<sup>1</sup> Cengiz Şahin ve Mustafa Yağcı. "Sosyal medya bağımlılığı ölçeği-yetişkin formu: Geçerlilik ve güvenilirlik çalışması", *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 2017, Cilt: 18, Sayı: 1, s. 524-525.

<sup>2</sup> Ercan Aktan, "Sosyal medya ve sosyal kaygı: Sosyal medya kullanıcıları üzerine bir araştırma", *Selçuk İletişim*, Konya, 2018, Cilt: 11, Sayı: 2, s. 36.

<sup>3</sup> Veysel Çakmak, *İletişim Kaygısı ve Sosyal Medya*, Eğitim Yayınevi, Konya, 2018, s. 42.

<sup>4</sup> Jeong Hyeonjeong, vd., "Neural correlates of second-language communication and the effect of language anxiety." *Neuropsychologia*, 2016, Sayı: 84, s.4.

<sup>5</sup> Aktan, *a.g.e.*, ss.36.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### ARAŞTIRMANIN ÖZELLİKLERİ

#### 1.1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu çalışmanın temel amacı yetişkinlerde sosyal medya kullanımının sosyal kaygı ve kişilerarası ilişki kurma üzerindeki yordama durumunu belirlemektir. Ayrıca sosyal kaygı ve kişiler arası ilişki kurmanın yetişkinlerde yaş, cinsiyet, eğitim durumu, medeni durum, ve internette geçirilen süre gibi demografik değişkenlere bağlı olarak farklılaşma durumunun incelenmesi hedeflenmektedir.

#### 1.2. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

İnternetin ve sosyal medya kullanımının artması zaman içerisinde toplumun iletişim biçimini de etkilemiştir. Bu noktada sosyal hayatta kişilerarası ilişkilerde kendisini ifade edemeyen ve rahat diyalog kuramayan ve bu nedenle kaygılanan bireylerin sosyal medya ortamlarında kendilerini daha rahat ifade edebildikleri, daha rahat diyalog kurabildikleri ve kendilerini daha özgür hissedebildikleri görülmektedir. Bu durumun bireylerin yaşadıkları kaygı seviyesini azaltacağı ön görülmektedir. Bu çalışmada da sosyal medya kullanımının sosyal kaygı ve kişilerarası ilişki kurma ilişkisinin olup olmadığı incelenecek olmasının bu soruya yanıt vermesi açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Bunun yanında sosyal medya birçok disiplinden araştırmacının ilgi duyduğu konulardan biridir. Yerli ve yabancı literatürde sosyal medya ile sosya kaygı ve kişiler arası ilişkiler arasındaki ilişkiyi ayrı ayrı inceleyen çalışmalar yeterli sayıda olmasına rağmen, sosyal medya ile sosyal kaygı ve kişiler arası ilişkinin aynı anda ele alındığı kuramsal ve görgül çalışmaların yetersiz sayıda olduğu göze çarpmaktadır. Çalışmanın bu noktada literatüre katkı kazandırması bakımından önemli olacağı ve araştırma neticesinde elde edilen bulguların benzer çalışmalara veri sağlayacağı amaçlanmaktadır.

#### 1.3. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ

Araştırmanın temel problem cümlesi aşağıdaki gibidir:

Yetişkinlerin sosyal medya kullanımları ile sosyal kaygı ve kişilerarası ilişki kurma şekilleri arasında nasıl bir ilişki vardır? bu doğrultuda aşağıdaki soruların yanıtları aranmaktadır.

- Yetişkinlerin sosyal medya kullanımlarının sosyal kaygı yaşamaları ile ilişkisi var mıdır?
- Yetişkinlerin sosyal medya kullanımlarının kişilerarası ilişki kurmaları ile ilişkisi var mıdır?

#### 1.4. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI

Araştırma aşağıdaki varsayımlardan hareketle tasarlanmıştır:

- Sosyal medya kullanımı ile sosyal kaygı arasında ilişki vardır.
- Sosyal medya kullanımı ile kişiler arası ilişki kurma arasında ilişki vardır.

#### 1.5. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Araştırmanın zaman ve verilerinden kaynaklanan sınırlılıkları aşağıdaki gibidir:

- Araştırmanın evreni İstanbul Gelişim Üniversitesi Klinik Psikoloji Yüksek Lisans öğrencileri ile sınırlıdır.
- Araştırmanın örnekleme İstanbul Gelişim Üniversitesi'nde Klinik Psikoloji Yüksek Lisans eğitimi gören iki yüz iki öğrenci ile sınırlıdır.
- Araştırmada elde edilen bulgular katılımcıların araştırma için kullanılan değerlendirme formlarına verdikleri cevapla sınırlıdır.
- Araştırma bağlamında ulaşılan bulgular, elde edilen veriler için geçerli ve güvenilir olduğu varsayılan veri analiz teknikleriyle sınırlıdır.
- Elde edilen veriler sosyo–demografik özellikler formu, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği – Yetişkin Formu (SMBÖ – YF), Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği ve Kişilerarası İlişki Boyutları Ölçeklerinin ölçtükları değerlerle sınırlıdır.

#### 1.6.TANIMLAR

Bu araştırmada kullanılan kavramların tanımlamaları aşağıda açıklanmaktadır.

**İnternet:** İki ya da daha fazla sayıda bilgisayarın birbirlerine bağlantısı olarak adlandırılan bilgisayar ağlarının kendi aralarında bağlantı kurmalarıyla oluşan,

dünya genelinde yaygın bilgisayar ağlarına dayanan bir iletişim sistemidir.<sup>6</sup>

**Sosyal Medya:** Kullanıcılarına haberleşme ve düşünce paylaşımı imkanı tanıyan ve karşılıklı etkileşimi yaratan web siteleri ve çevrimiçi araçlardır.<sup>7</sup>

**Sosyal Kaygı:** Bireyin toplum içerisinde yemek yeme konuşma ve bir başkasıyla tanışma gibi bir veya genel anlamda tüm sosyal ortamlardan kaçınmasıdır.<sup>8</sup>

**Kişilerarası İlişki Kurma:** Bireyler arasında gerçekleşen toplumsal etkileşim ve karşılaşmadır.<sup>9</sup>



---

<sup>6</sup> Kayıhan İçel, **Kitle Haberleşme Hukuku**, Beta Yayınları, İstanbul, 1998. s. 407.

<sup>7</sup> İdil Sayımer, **Sanal Ortamda Halkla İlişkiler**, Beta Yayınları, İstanbul, 2008, s. 123.

<sup>8</sup> Zülâl Erkan, "Sosyal Kaygı Düzeyi Yüksek ve Düşük Ergenlerin Ana Baba Tutumlarına İlişkin Nitel Bir Çalışma", **Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 2002, Cilt: 10, Sayı: 10, s. 121.

<sup>9</sup> TDK, **Güncel Türkçe Sözlük**, <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi, 04.03.2020).

## İKİNCİ BÖLÜM

### KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Çalışmanın bu bölümünde çalışmanın kavramsal çerçevesi bağlamında internet, sosyal medya, sosyal kaygı ve kişiler arası iletişim kavramları incelenmektedir.

#### 2.1. İNTERNET KAVRAMI VE İNTERNET KULLANIMI

İnternet, bilgisayar sistemlerinin birbirlerine bağlı oldukları, dünya genelinde yaygın şekilde kullanılan ve sürekli olarak büyüyen önemli bir iletişim ağıdır. İnternet, insanların gün geçtikçe daha çok artan üretilen bilgileri saklama, paylaşma ve bu bilgilere kolay şekilde ulaşma isteklerinin sonucunda ortaya çıkan bir teknolojidir. Bu teknoloji sayesinde birçok alandaki bilgi insanların kolay, güvenli, hızlı ve ucuz şekilde erişimine açılmıştır. Bu yönüyle interneti, bilgi dizini veya büyüyen bir kütüphaneye benzetmek mümkündür.<sup>10</sup>

Başka bir tanımlamaya göre internet, birbirlerine bağlı bilgisayarlar tarafından oluşan bilgi ağı olarak tanımlanmaktadır.<sup>11</sup> İnternetin temelleri Sovyetler Birliği ve ABD arasındaki soğuk savaş döneminde atılmıştır. Muhtemel bir nükleer savaş anında askeri iletişimin kurulması ve ana bilgisayarlarda yer alan bilgilerin diğer bilgisayarlara aktarılması için gündeme gelmiştir. ABD Savunma Bakanlığı tarafından kurulan Gelişmiş Araştırma Projeleri Ajansı'nın desteğiyle başlayan çalışmalar 1969'da dört farklı şehirde bulunan bilgisayarların kendi aralarında bilgi alışverişini gerçekleştirmesi ile başarıya ulaşmıştır.<sup>12</sup>

Temelleri 1969 yıllarda atılan internetin o tarihten bu yana sunduğu olanaklar kimi zaman insanların hayal dünyasını zorlayacak boyutlara ulaşmaktadır. İnternet sayesinde kullanıcılar vizyona yeni girmiş filmlerin fragmanlarını kolay şekilde evlerinde taşıyabilmekte, dünyanın farklı kütüphanelerinde tarama yapabilmekte veya NASA'nın servislerine bağlanarak uydu fotoğraflarını tarayabilmektedirler.

<sup>10</sup> Fazıl Saray, **İnternet Nedir**, Ders notları, <https://docplayer.biz.tr/1710489-7-internet-internet-bircok-bilgisayar-sistemini-birbirine-bagli-oldugu-dunya-capinda-yaygin-olan-ve-surekli-buyuy-en-bir-iletisim-agidir.html> (Erişim Tarihi, 04.03.2020).

<sup>11</sup> Bill Gates, **Önümüzdeki Yol**, (Çev. Esra Davutoğlu/Alper Erdal), Arkadaş Yayınları, Ankara, 1999, s. 101.

<sup>12</sup> Kürşat Çağıltay, **Herkes İçin İnternet**, Tübitak-Odtü Yayınları, Ankara, 1994, s. 17-19.

İnternetin sunduğu olanaklar interneti kullananların talepleri, hayal güçleri ve internet teknolojisinin gelişmesiyle birlikte daha da artmaktadır.<sup>13</sup>

İnternet, kullanıcılarına gerçek dünyada yapabilecekleri birçok etkinliği yapma imkanı sunmaktadır. Ancak her kullanıcının interneti kullanma nedenleri birbirinden farklıdır. Bu kapsamda yürütülen araştırmalarda ergenlerin ve yetişkinlerin internet kullarımlarına ilişkin ayrıntılar ana hatlarıyla aşağıda ele alınmaktadır.

### 2.1.2. Çocuklarda İnternet Kullanımı

Bilgi teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte internet kullanımı cinsiyet, yaş, gelir seviyesi ve mesleki farklılık gözetmeksizin tüm toplumun hayatına girmiş durumdadır. Bu durum interneti bilgiye ulaşmayı kolaylaştıran bir araca dönüştürdüğü gibi iyi yönetilmediği durumlarda kötü sonuçlara neden olan bir alışkanlığa da dönüştürmektedir.

İnternetin farklı türden insanların bir araya geldikleri sanal bir dünyaya dönüşmesi tıpkı gerçek hayatta olduğu gibi çeşitli riskleri beraberinde getirmektedir. Bu noktada özellikle çocukların bilgi ve eğitim teknolojilerini denetimsiz kullanmaları bu risklerin artmasına neden olmaktadır.<sup>14</sup>

Çocuklar tarafından sıkça kullanılan internet, iletişim kurulan tarafların fiziksel özellikleri ve kimliğini tanımlayabilmeyi zorlaştırmaktadır. Bu durum çocukların online riskler ile karşılaşmalarına daha da kolaylaştırmaktadır. Çünkü çocuklar ortaya çıkabilecek bu türden risklere karşı yetişkinler ile kıyaslandığında daha savunmasız kalmaktadırlar.<sup>15</sup>

Çocukların ortaya çıkabilecek bu risklerden koruna bilmeleri için interneti doğru şekilde kullanmaları gerekmektedir. Çocukların interneti doğru şekilde kullanabilmeleri için ise yetişkin denetimi son derece önemlidir. Bu noktada internetin çocuklar tarafından doğru şekilde kullanılması;<sup>16</sup>

<sup>13</sup> "İnternet Neler Sunar?", (Çevrimiçi) <http://www.aydesign.com/internetnelersunar> (Erişim Tarihi, 04.03.2020)

<sup>14</sup> Özgür Erdur-Baker ve Fatma Kavşut. "Akran Zorbalığının Yeni Yüzü: Siber Zorbalık", *Eurasian Journal of Educational Research (EJER)*, 2007, Sayı: 27, s. 31-42.

<sup>15</sup> Türkan Karakuş vd., "Türkiye ve Avrupa'daki çocukların internet alışkanlıkları ve güvenli internet kullanımı." *Eğitim ve Bilim*, 2014, Cilt: 39, Sayı :171, s. 232.

<sup>16</sup> Seçil Akaygün Cüntay, **Çocuklar ve İnternet Kullanımı**, (Çevrimiçi) [http://www.guncedanismanlik.net/index.php?option=com\\_content&view=article&id=121:cocuklar-ve-internet-kullanimi&catid=21&Itemid=113&lang=tr](http://www.guncedanismanlik.net/index.php?option=com_content&view=article&id=121:cocuklar-ve-internet-kullanimi&catid=21&Itemid=113&lang=tr) (Erişim Tarihi, 21.04.2020).

- Çocukların yaşlarına ve gelişimlerine uygun web sitelerini ziyaret etmeleri,
- Uyku ve günlük düzenlerini bozacak saat dilimleri içerisinde interneti kullanmamaları,
- İnterneti bilgi edinme ve kısmen de eğlenceli vakit geçirme amacıyla kullanmaları,
- İnternet vizyonlarını geliştirme konusundaki tek geçerli yöntem olarak görmemeleri,
- Ebeveynleri tarafından onay verilen web sitelerine girmeleri ile mümkün olmaktadır.

### 2.1.3. Ergenlerde İnternet Kullanımı

Bilgisayar sistemlerinin birbirlerine bağlı oldukları ve dünya genelinde yaygın şekilde kullanılan ve sürekli olarak büyüyen iletişim ağı olan internet ve internet teknolojileri, birçok alandaki bilgiye insanların daha kolay, hızlı, ucuz ve güvenli şekilde erişmesine imkân sağlamaktadır. Dünyada internet kullananların sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Ancak ülkemizde internetin yaygın şekilde kullanılması diğer ülkelerdeki kadar hızlı şekilde gerçekleşmemiştir.<sup>17</sup> İnternetin yaygınlaşması ve internet kullanıcı sayısının artması bu alanda yapılan çalışmaların artmasını da beraberinde getirmiştir.

Diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de daha çok ergenlerde yeni teknoloji merakı ve ilgisi oldukça fazladır. Bu durum TÜİK’in hazırladığı raporlarda da ortaya çıkmaktadır. Bu raporlarda Türkiye’de internet, bilgisayar ve akıllı telefon kullanımının hızla arttığı gözlemlenmektedir.<sup>18</sup> Teknolojinin gelişmesi ile birlikte internet ortamında yürütülen iletişim yalnızca bilgisayar yardımıyla değil akıllı telefonlar aracılığıyla da ulaşılabilir hale gelmiştir. Bu durum ergenler açısından internetin olmadığı bir dünyada hayatın olamayacağı gibi bir anlayışı ortaya çıkarmaktadır.

<sup>17</sup> İtir Tarı Cömert ve Sinan Mahir Kayıran, "Çocuk ve ergenlerde internet kullanımı", **Çocuk Dergisi**, 2010, Cilt: 10, Sayı: 4, s.166.

<sup>18</sup> TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) (2016). Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması. <http://www.tuik.gov.tr/> (Erişim Tarihi, 04.03.2020).



İnternet ortamının anonim olma, görsel ipuçlarını azaltma ve kolay erişilebilir olma gibi özellikleri ergenlerin yüz yüze iletişim yerine bu alana yönelmelerini sağlamaktadır.<sup>19</sup>

Ergenlerin teknolojiye olan ilgileri kapsamında interneti farklı yaş gruplarında yer alan bireylere oranla daha sık kullanmaktadırlar. Bu durumda ergenler psikolojik olarak olgunluğa erişmeme, bilişsel, duygusal ve sosyal olarak gelişimleri tamamlayamama açısından önemli risk taşımaktadırlar. Yapılan araştırmalarda ergenlerin interneti daha çok eğlence, iletişim ve bilgi amaçlı kullandıklarını ortaya koymaktadır. Diğer taraftan internet kullanımı ergenlerin bilgiye erişimlerini, bu minvalde çözüm üretme yeteneklerinin gelişmesini ve kritik düşünme becerilerini geliştirmeleri için önemli rol oynamaktadır. Ayrıca ergenlerin interneti aşırı, kontrolsüz ve amaç dışı kullanımları kişisel becerinin gelişmesini olumsuz olarak etkilediği düşünülmektedir.<sup>20</sup>

#### 2.1.4. Yetişkinlerde İnternet Kullanımı

İnternet üzerinden bilgiye ulaşmak için genel veya özel herhangi bir mekana ihtiyaç duyulmaması ve zaman sınırlaması olmaması gibi avantajlar günümüzde internet kullanıcı sayısının hızla artmasını sağlamıştır. Bunun yanında akıllı telefonlar ve tabletler gibi dijital cihazlar sayesinde insanlar merak ettikleri soruların cevaplarına istedikleri zamanda ve istedikleri yerde kolayca ulaşabilmekte ve çevreleri ile iletişime geçebilmektedirler.<sup>21</sup>

Yetişkinler de kendi çevreleriyle sağlıklı ilişki geliştirebilmek için internet ve internet tabanlı teknolojileri kullanmaktadırlar. Bu kapsamda yürütülen araştırmada yetişkinlerin sosyal medya ortamlarında yaygın şekilde müzik, fotoğraf, fikir ve ilginç anları paylaştıkları görülmüştür.<sup>22</sup>

Başka bir araştırmada da cinsiyetin internet kullanımı üzerinde belirleyici olduğu; buna göre erkeklerin daha fazla internet kullandıkları tespit edilmiştir. Ayrıca

<sup>19</sup> Erdal Başdaş, Ergenlerde Problemlİ İnternet Kullanım Davranışları İle Yakın Sosyal Çevre Sorunları ve İçe/Dışa Yönelim Sorunları Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, 2018, s. 53 (**Yayımlanmamış Doktora Tezi**).

<sup>20</sup> Erol Esen, Ergenlerde İnternet Bağımlılığını Yordayan Psiko – Sosyal Değişkenlerin İncelenmesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, 2010, s. 8-9 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

<sup>21</sup> Nevin Çıtak Bilgina vd., "Yetişkinlerin İnternet Kullanma Durumu ve Bazı Sosyo-Demografik Değişkenler ile İlişkisi." **ERPA 2018**, 2018 s. 461.

<sup>22</sup> Ceyhan Aykut ve İsmail Yelpeze, "Genç Yetişkinlerin Facebook Kullanım Davranışları ve Algılanan İletişim Becerileri." **Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi**, 2017, Sayı: 44, s. 160.

evli olanların interneti daha çok kullanmalarının aile üyelerinin ihtiyaçları doğrultusunda daha çok bilgi alma isteği ile paralel olduğu, daha az sağlık sorunu yaşayanların kronik rahatsızlığı olanlara kıyasla interneti daha çok kullandıkları, kronik hasta olanların doktor kontrolü altında olmaları ve farklı bilgi arayışı içerisinde olmaları nedeniyle interneti daha çok kullandıkları tespit edilmiştir.<sup>23</sup>

İnternet kullanımı insan hayatını kolaylaştırdığı gibi fazla kullanımı olduğunda yetişkinler açısından da önemli bir sorun haline gelmektedir. Yaşamımızı pek çok alanda rahatlatan internetin yoğun kullanımı yetişkinler açısından bazı sorunları da beraberinde getirmektedir. Buna göre internetin yoğun kullanımı yetişkin bireyin günlük hayattaki ilişkilerini ve kariyerini olumsuz yönde etkileyebilmekte, uzun süre boyunca bilgisayar başında bulunma sonucunda yeme, uykusuzluk, ortopedik rahatsızlıklar gibi sorunlara yol açabilmektedir. Kişilerin internet kullanımına sınır koyamaması ve yoğun internet kullanımı sonucu olarak rutin işlevselliğin bozulması internet kullanımının tipik özelliklerindedir. İnternetin aktif kullanımı bağımlılık açısından risk taşıyabilmekte olup beraberinde eşlik eden birçok psikiyatrik soruna da yol açabilmektedir.<sup>24</sup>

### 2.1.5. İnternet Kullanım Alanları

İnternet ve internet tabanlı teknolojiler kullanılarak mektuplaşma, etkileşimli konferans, sohbet, tartışma odalarında düşünceleri ifade etmek, bilgi kaynaklarına ulaşma, başkalarıyla iletişime geçme, haber kaynaklarına ulaşma, ses, yazı ve görüntü dosyalarını başka bilgisayara aktarma, sanal ortamlarda alışveriş yapma, kamusal bilgilere ve belgelere ulaşma gibi aktiviteler yapılabilmektedir.<sup>25</sup> Bu noktada internetin kullanım alanlarını aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür.<sup>26</sup>

- Bilgisayar ağına bağlı olan bütün bilgisayarlar ile iletişim kurma, elektronik posta gönderme ve alma, sohbet etme, anında karşılıklı bilgi alışverişinde bulunma.
- Makale, bilgi ve rapor gibi sınırsız açık herkesin ulaşabileceği yazılımları ücretsiz şekilde erişme.

<sup>23</sup> Bilgina vd., **a.g.e.**, s. 465

<sup>24</sup> Zeynep Kılıç ve Gülgün Durat, "Üniversite Öğrencilerinde Problemlerli İnternet Kullanımının Genel Psikolojik Belirtileri ve Sosyal Fobi ile İlişkisi." **Sakarya Tıp Dergisi**, 2017, Cilt: 7, Sayı: 2, s. 98.

<sup>25</sup> Halil İbrahim Gürkan, **Sanal Gazetecilik**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 1999, s. 40-41

<sup>26</sup> Umur Işık, "Medya Bağımlılığı Teorisi Doğrultusunda İnternet Kullanımının Etkileri Ve İnternet Bağımlılığı", Sosyal Bilimler Enstitüsü, Selçuk Üniversitesi, Konya, 2007, s. 8 (**Yayımlanmamış Doktora Tezi**).

- Kitap ve konferans duyurusu yapma ve kayıt alma.
- Bilgi bankalarının arşivlerine erişme.
- Kütüphanelerde katalog taraması yapma.
- Alışveriş yapma.
- Seyahat rezervasyonu veya yolculuk biletleri satın alma.
- Bankacılık işlemlerini gerçekleştirme.
- Resmi başvuru işlemlerini yapma.
- Farklı konulardaki uzmanların bilgilerine ulaşma.
- Günlük televizyon ve gazete haberlerini takip etme.

### 2.1.6. Dünyada ve Türkiye’de İnternet Kullanım Durumu

Dünya genelinde interneti kullanan birey sayısında hızlı bir yükseliş söz konusudur. Dünya Bankası tarafından yayınlanan verilere göre dünya genelinde internet kullanma oranı 2000 yılında %6,7 seviyelerinde iken 2017 yılında bu oran %48,57'lere ulaşmış durumdadır.<sup>27</sup> Avrupa İstatistik Ofisi'nin yayınladığı verilerden hareketle Avrupa Birliği'ne üye olan ülkeler içerisinde interneti en fazla kullanan ve en az kullanan beş ülkeye yönelik veriler Tablo 1'de paylaşılmıştır.

**Tablo-1** Avrupa Birliğine Üye Ülkelere Göre 2018 Yılı İnternet Kullanım Oranları<sup>28</sup>

Sıra	Ülke	2018
1	İzlanda	99%
2	Norveç	99%
3	Danimarka	98%
4	Lüksemburg	97%
5	Hollanda	96%
31	Karadağ	77%
32	Sırbistan	76%
33	Bosna-Hersek	76%
34	Yunanistan	75%
35	Bulgaristan	73%

<sup>27</sup> World Bank Data. (2019). <https://data.worldbank.org/indicat or/IT.NE T.USER.ZS>, (Erişim Tarihi, 04.03.2020)

<sup>28</sup> EUROSTAT, Database. (2019). <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database> (Erişim Tarihi, 04.03.2020)

Tablo-1'deki verilere bakıldığından Avrupa Birliği üyesi gelişmiş ülkelerde 2018 yılı içerisinde internet kullanan kişilerin oranları Norveç ve İzlanda'da %99 iken Bulgaristan'da %73'tür. Bunun yanında, üye ülkelerin ortalamaları ise %89'dur. Türkiye'deki son beş yılın internet kullanma oranları ise Tablo 2'de gösterilmektedir.

**Tablo-2** Yıllara Göre Türkiye'de İnternet Kullanma Oranları (%)<sup>29</sup>

	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Erkek</b>	63,5	65,8	70,5	75,1	80,4
<b>Kadın</b>	44,1	46,1	51,9	58,7	65,5
<b>Genel</b>	53,8	55,9	61,2	66,8	72,9

Tablo-2'deki verilere bakıldığında Türkiye'de internet kullananların oranı 2014 yılında %53,8 iken 2018 yılında bu rakam %72,9'a ulaşmıştır. Cinsiyet açısından bakıldığında ise erkeklerin ve kadınların zaman içerisinde internet kullanma oranlarının arttığı; ancak her dönemde erkeklerin kadınlardan daha fazla oranda internet kullandıkları görülmektedir.

## 2.2. SOSYAL MEDYA

Teknolojide yaşanan gelişme ve bu gelişmelerin sunmuş olduğu iletişim imkânları bireylerin çevrelerini algılayarak kritik etme yeteneğini arttırmıştır. Yeni medya olarak adlandırılan bu iletişim imkânları bireylerin iletişim kurmak adına mobil cihazları internet tabanlı şekilde kullanmalarına imkân tanımıştır. İnternet teknolojilerinin bu etkileşim gücünü kullanan araçlardan biri de sosyal medya araçlarıdır.<sup>30</sup> Sosyal medya, kullanıcılarına düşünce ve bilgi paylaşımı fırsatı sunan ve karşılıklı etkileşimi yaratan web siteleri ve çevrimiçi araçları olarak tanımlanmaktadır.<sup>31</sup>

Sosyal medya araçları bireylerin çevrelerinde oluşan sosyal, ekonomik, kültürel ve yönetsel gelişmeleri hızla öğrenmelerini ve bu içerikleri tartışmalarını mümkün kılmaktadır. Sosyal medya aslında toplumun haberleşme, etkileşim ve bilgi paylaşımı ihtiyacını karşılayan bir ağ olarak tanımlanmaktadır. Sosyal medya, kendi

<sup>29</sup> TÜİK. (2019), *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması Mikro Veri Seti 2019* (Erişim Tarihi, 04.03.2020).

<sup>30</sup> Veysel Eren ve Aydın Abdullah, "Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturmadaki Rolü ve Muhtemel Riskler", *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2014, Sayı: 3, s.197.

<sup>31</sup> Sayımer, a.g.e., s.123.

içerisinde ve farklı gruplar ile temas halinde olan bir grup tarafından oluşturulan bilgi ve düşünce birlikteliğidir. İnsanlar sosyal medya sayesinde tanıdıkları veya tanımadıkları kişiler ile iletişim halinde olarak bilgi ve düşünce alışverişinde bulunmaktadır.<sup>32</sup>

Sosyal medya, bilgilerin ve çeşitli tecrübelerin web siteleri tarafından paylaşılmasına olanak tanıyan ve interneti hızla insan hayatına dahil eden uygulamalardır.<sup>33</sup> Bu yönüyle geleneksel medyadan ayrılmaktadır. Sosyal medyanın klasik medyadan en büyük farkı ise o herkesin sosyal medyada içerik yaratabilmesi, yorum yapabilmesi ve oluşturulan içeriklere katkı sağlayabilmesidir.<sup>34</sup>

### 2.2.1. Sosyal Medyanın Özellikleri

Sosyal medya araçları insan hayatının vazgeçilmez araçları haline dönüşerek çoklu kullanma, paylaşım yapma ve sürekli güncelleme gibi özelliklerinden ötürü zaman içerisinde birçok birey tarafından tercih edilmektedir. Tüm toplumsal kesimlere hitap eden sosyal medya uygulamaları kullananlara çeşitli olanaklar sunmaktadır.<sup>35</sup> Kullanıcılar sosyal medya uygulamalarını sadece iletişim kurmak için değil oyun oynamak, araştırma yapmak ve bilgi edinmek için de kullanmaktadırlar.

Sosyal medyayı daha iyi anlayabilmek sahip olduğu özellikleri incelemek ile mümkündür. Modern zamanda sosyal medya uygulamalarının benzer niteliklere sahip olduğu, fakat bazı uygulamaların ise farklı özelliklere sahip olarak daha özgün bir hal aldığı görülmektedir. Ancak genel olarak sosyal medya uygulamalarının özelliklerini aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:<sup>36</sup>

- Kullanıcılar farklı türlerde içerik oluşturabilmektir veya daha önce hazırlanmış olan içeriklere katkı sunabilmektedirler.
- Kullanıcılar oluşturulan içerikleri etiketleyebilmektedirler.
- Kullanıcılar içerikleri değerlendirebilmektedirler.

---

<sup>32</sup> Eren ve Aydın, *a.g.e.*, s.197-198.

<sup>33</sup> Tamar Weinberg, **The New Community Rules: Marketing on the Social Web**, O'Reilly Media, USA, 2009, s.1.

<sup>34</sup> David Meerman Scott, **The New Rules of Marketing and PR**, John Wiley and Sons, New Jersey, 2010, s.38.

<sup>35</sup> Mustafa Berham Hasan, "Sosyal Medyanın Gelişimi ve Toplumda Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları: Erbil Selahaddin Üniversitesi Örneği", Sosyal Bilimler Enstitüsü, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van, 2018, s.7 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

<sup>36</sup> Kristina Lerman, "Social information processing in news aggregation". *IEEE Internet Computing*, 2007, Cilt: 6, Sayı:6, s. 16.

- Kullanıcılar diğer kullanıcılar ile beraber ortak alan tamamlayabilmektedirler.

Başka bir çalışmada yüksek oranda paylaşımın gerçekleştiği çevrimiçi medyanın yeni bir çeşidi olarak kullanıcılarına önemli fırsatlar sunan sosyal medyanın sahip olduğu özellikler aşağıdaki gibi sıralanmaktadır.<sup>37</sup>

**Katılım:** Kullanıcıların tamamının sürece dahil olabildikleri ve geri bildirimde bulunabildikleri özelliğe sahiptir ve bundan dolayı izleyiciler ile medya ilişkisindeki sınır bulanıklaşmaktadır.

**Açıklık:** Sosyal medya ağları kullanıcıların geri bildirimine ve katılımına açıktır. Bu uygulamalar bilgi paylaşma, yorum yapma ve oylama gibi konularda kullanıcıları cesaretlendirmektedir. Ancak nadir de olsa ulaşma konusunda birtakım engeller ortaya çıkmaktadır.

**Diyalog:** Geleneksel medyada tek yönlü iletişim gerçekleşirken; sosyal medyada çift yönlü iletişim gerçekleşmektedir. Buna göre sosyal medyada kullanıcılar hem diğer kullanıcılar ile paylaşımında bulunma hem de sohbet etme imkanına sahiptirler.

**Toplum:** Sosyal medya hızla topluluk oluşturma ve bu topluluklarla verimli şekilde iletişime geçme imkanı sunmaktadır. Sosyal medyada oluşturulan topluluklar ilgi alanı doğrultusunda sosyal, siyasal ve kültürel meselelerde bir araya gelebilmektedirler. Her topluluk kendi alanında paylaşımında bulunmaktadır.

**Bağlantılılık:** Sosyal medya uygulamalarının birçoğu başka web sitelerine, başka kaynaklara ve bireylere yönlendirilen bağlantı linkleri kullanmaktadır. Böylece kullanıcılar başka kullanıcılara ilgi duydukları alanlarda link verebilmektedirler.

### 2.2.2. Sosyal Medyanın Avantajları ve Dezavantajları

Sosyal medya kullanıcılarına bir takım avantajlar sunmakla birlikte dikkatli ve özenli kullanılmadığı durumlarda bazı dezavantajları beraberinde getirmektedir. Bu

---

<sup>37</sup> Vural Zekiye ve Bat Mikail, "Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma." **Journal of Yasar University**, 2010, Cilt: 5, Sayı: 20, s.3351-3352.

noktada sosyal medyanın kullanıcılarına sağladığı avantajlar aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:<sup>38</sup>

- Bilginin hızla diğer kullanıcılara yayılmasını sağlamaktadır.
- Güncel bilgilere ulaşılmasını sağlamaktadır.
- Son derece düşük maliyetle kullanılmaktadır.
- Güvenilir bir alandır.
- Kullanıcıların iletişim zorluğunu ortadan kaldırmaktadır.
- Herhangi bir aracı ihtiyaç olmadan dünyanın bir başka yerindeki kişiyle iletişim kurma imkanı sağlamaktadır.

Diğer taraftan sosyal medyanın dezavantajlarını ise aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:<sup>39</sup>

- Takip edilmesi ve kontrol edilmesi zor bir alandır.
- Özel hayatın gizliliğini zedelemektedir.
- Patent ve telif farklarını ihlal etmektedir.
- İçeriklerin asıl kaynağı gösterilmemektedir.
- Kimi zaman doğruluğu teyit edilmeden içerikler yayılmaktadır.
- Toplumsal cinsiyet eşitsizliğini üretmektedir.
- Kişisel veri güvenliği bulunmamaktadır.

### 2.2.3. Bireylerin Sosyal Medya Kullanma Nedenleri

Küreselleşme ile birlikte insanlar düşünce üretme, eyleme geçme ve çevreleri bağlantı kurma faaliyetlerine sosyal medya uygulamaları ile devam etmektedirler.<sup>40</sup> Sosyal medya uygulamaları yalnızca bireylerin değil kamu kurum ve kuruluşları ile ticari işletmelerin de içerisinde yer aldıkları bir zorunluluğa dönüşmüş durumdadır.<sup>41</sup>

Bireyler sosyal medya uygulamaları ile birlikte oluşturdukları hesaplar üzerinden haberleşmekte böylece kendilerine ait bilgileri, resimleri, düşünceleri ve videoları başkaları ile paylaşmakta ve böylece kendilerini kabul ettirmeyi

<sup>38</sup> Ali Turan Bayram, Pazarlama Veri Tabanının Güncel Bir Unsuru Olan Sosyal Medyanın Otel Pazarlamasındaki Yeri, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazi Üniversitesi, Ankara, 2012, s. 31 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

<sup>39</sup> Vural ve Bat, **a.g.e.**, s.3372.

<sup>40</sup> Özge Uğurlu, "Kadının Benlik Sunumunun Güncel Bir Aracı Olarak Sosyal Ağlar Bir Tasarım Unsuru: Kusursuzlaştırma", **Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 2015, Cilt: 5, Sayı: 8. s. 238.

<sup>41</sup> Emine Özolu, Kadın Cinayetlerinin Sosyal Medyada Yer Alış Biçimleri, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Niğde, 2020, s. 22 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

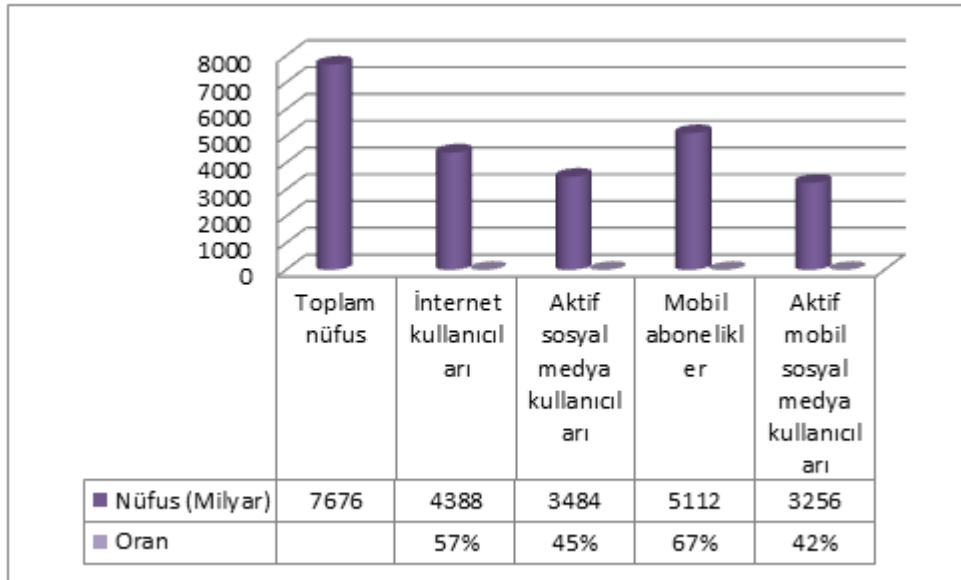
amaçlamaktadırlar.<sup>42</sup> Bireylerin bunu yapmalarının temel nedeni ise hedef topluluklar ve hedef kişiler ile bir arada bulunma zorunluluğundan kaynaklanmaktadır. Sosyal medya uygulamaları bireylerin buldukları yerleri, fikirleri, duyguları ve etkinlikleri en ince detayına kadar kolay şekilde çevreleriyle paylaşa bildikleri bir mecradır.

#### 2.2.4. Dünyada Sosyal Medya Kullanımı Durumu

Çeşitli gizlilik sorunlarına, sahte haberlere ve diğer olumsuz yönlerine yönelik tartışmalara karşın dünyada internetin kullanım oranı hızlı şekilde yükselmektedir. Küresel dijital büyümeyle birlikte dünya genelinde her hafta milyonlarca insan internetle tanışmakta ve sosyal medya kullanıcısı olmaktadır. Bu kapsamda hazırlanan en detaylı raporlardan biri de elde ettiği verilerini ülke ve bölge bazında yayınlarken yıllık olarak açıklayan “We are social” raporudur.

Raporun 2019 yılında yayınlanan verileri göz önünde alındığında, dünyada sosyal medya ve internetin kullanım oranları Tablo 3’te belirtilmektedir.

**Tablo-1** Dünya’da Sosyal Medya ve İnternet Kullanımı<sup>43</sup>



2019 yılı verilerine göre, dünya genelinde nüfusun %57’sinin internet kullanıcısı olduğu ayrıca %45’inin sosyal medya uygulamalarını aktif olarak

<sup>42</sup> Uğurlu, a.g.e., s.238.

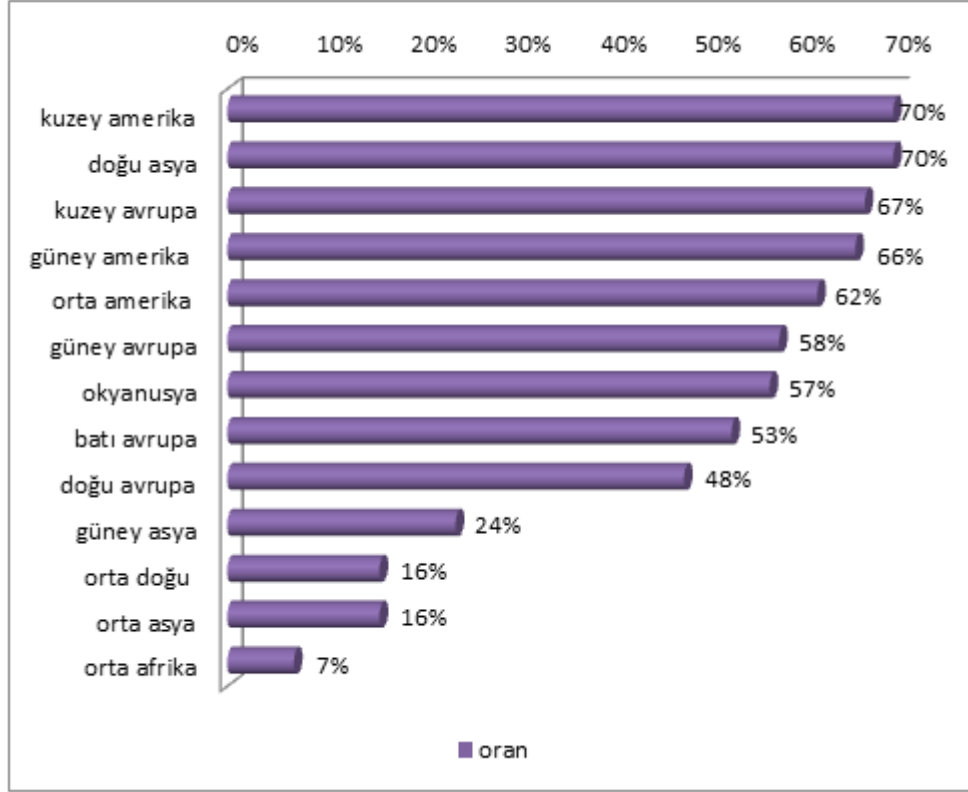
<sup>43</sup> <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> (Erişim Tarihi, 21.04.2020).



kullandığı, %67'sini mobil internet abonesi olduğu ve %42'sinin ise aktif olarak mobil sosyal medya kullanıcısı olduğu görülmektedir.

Dünya geneli kapsamında nüfusa göre sosyal medya kullanım oranlarına ilişkin veriler ise Tablo 4'te gösterilmektedir.

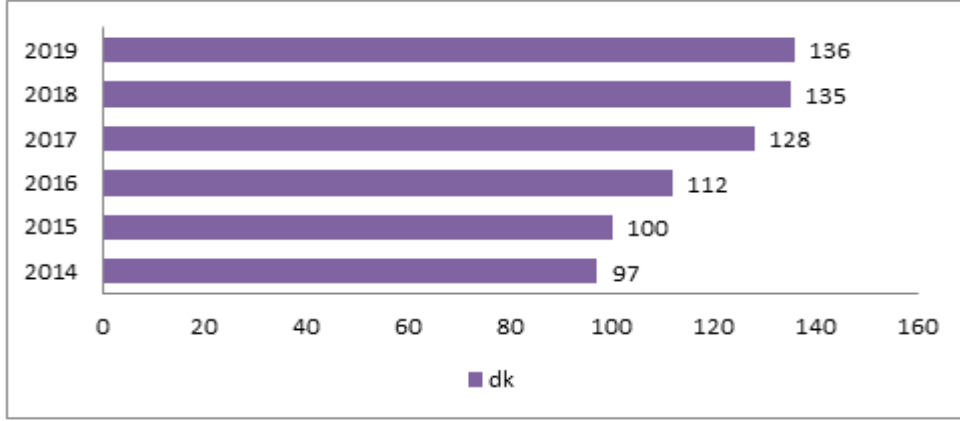
**Tablo-2** Dünya'da Nüfusa Göre Sosyal Medya Kullanım Oranları<sup>44</sup>



Dünya genelinde sosyal medya kullanım oranlarının bölgelerin nüfus yoğunluğuna göre dağılımlarına bakıldığında nüfusa göre en yüksek sosyal medya kullanım oranının %70 ile Doğu Asya ve Kuzey Amerika'da olduğu, en düşük sosyal medya kullanım oranının ise %7 ile Orta Afrika ülkelerinde olduğu görülmektedir. Dünya genelinde bireylerin günlük sosyal medya uygulamalarını kullanmaya ayırdıkları süreye ilişkin veriler, Tablo 5'te paylaşılmıştır.

<sup>44</sup> <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> (Erişim Tarihi, 21.04.2020).

**Tablo-3** Günlük Sosyal Medya Kullanımına Ayrılan Zaman<sup>45</sup>



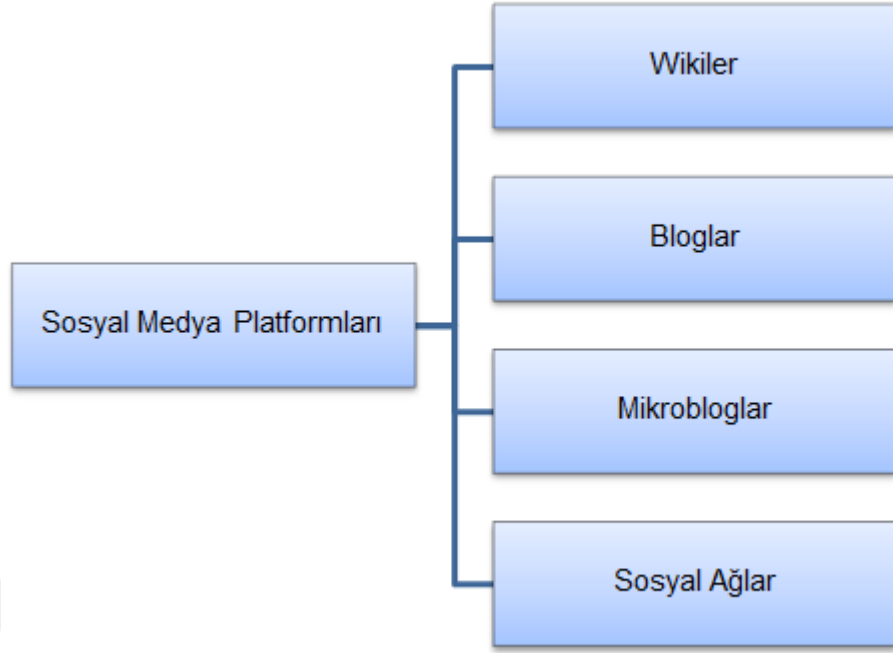
Sosyal medya kullanıcılarının dünya genelinde günlük sosyal medya kullanımına ayırdıkları sürelerle ilişkin veriler incelendiğinde; 2014 yılından beri sosyal medya kullanımına ayrılan zamanın arttığı görülmektedir. Buna göre kullanıcıların 2014 yılında sosyal medyaya günde ortalama 97 dakika ayırdıkları, 2019 yılına gelindiğinde ise bu sürenin 136 dakikaya çıktığı görülmektedir.

#### 2.2.5. Sosyal Medya Platformları

Dünyada sosyal medya kullanma oranının artması sosyal medya platformlarının artmasını da beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda her geçen gün farklı sosyal medya platformları kullanıcılara sunulmaktadır. Bu araçlar literatürde farklı şekillerde sınıflandırılırsa da yaygın şekilde kullanılan sınıflandırmaya göre sosyal medya platformları Şekil-1'de paylaşılmıştır.

<sup>45</sup> <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> (Erişim Tarihi, 21.04.2020).

**Şekil-1** Sosyal Medya Platformları



#### 2.2.5.1. Wikiler

Wikiler, kullanıcılar tarafından sayfaların oluşturulduğu ve oluşturulan bu sayfalara diğer kullanıcıların değişiklik yapabildikleri araçlardır. Wikiler ülkemizin en dikkat çekici sosyal medya araçlarından biridir.<sup>46</sup> Bu yazılım kendisi bilgisayar programcısı olan Cunningham tarafından 1995 yılında geliştirilmiştir.<sup>47</sup> Bu yazılımlar, kullanıcıların tamamına metinler üzerinde değişiklik yapabilme ve yazar olabilme imkanını sağlamaktadır. Başka bir ifadeyle Wikiler, kullanıcılarına belge oluşturma, içerik ekleme, eklenen içerikler üzerinden düzenleme yapma olanağı tanımaktadır.<sup>48</sup>

Wikilere video ve resim eklemesi de yapılabilmektedir. Bu eklemelerin kimler tarafından ne zaman gerçekleştirildiği görülmektedir. Bunun yanında ihtiyaç duyulması halinde yapılan değişiklikler geri alınabilmektedir. Wikiler, farklı

<sup>46</sup> Murat Kahraman, **Sosyal Medya**, 2. Baskı, İstanbul, 2013, s. 21.

<sup>47</sup> Gunel Ahmedova "İnsan Kaynakları Yönetiminde İşe Alım Süreçlerinde Sosyal Medyanın Rolü", Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul, 2018, s. 44 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

<sup>48</sup> Mehmet Timuçin, Erdem, "Sosyal Medya Uygulamalarının İşe Alım Süreçlerinde Uygulamaları: Bir İşletme Örneği", Sosyal Bilimler Enstitüsü, Başkent Üniversitesi, Ankara, 2012, s. 19 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

kullanıcılar tarafından oluşturulan içeriklerle bilgi birikiminin gerçekleştirildiği bir havuz görevini yerine getirmektedir.<sup>49</sup>

Wiki sitelerinde kullanıcılar kolaylıkla büyük belgeler oluşturabilmektedirler. Bunun yanında sayfaların önceki sürümlerini görmek ve böylece belgeler arasındaki sürüm farklılıklarını takip etmek mümkündür. Sayfalar arasında bağlantı ve sayfa biçimlemeleri yazılım tarafından otomatik şekilde yapıldığı için bilgiye ulaşma ve bilgiyi belgeleme son derece kolay hale gelmektedir.<sup>50</sup>

Wikilerin sağladığı avantajları genel olarak aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür.<sup>51</sup>

**Bilgi Paylaşımı:** Wiki sayfalarında herkesin düzenleme yapabilme imkanı bulunmaktadır. Dolayısıyla bu sayfalar herkesin düzenleme yapabilmesini açığa çıkarır. Böylece tüm kullanıcılar yeni bir fikir geliştirebilir veya geliştirilen bir fikre kendi tecrübesine ekleyebilir. Bu durum grubun tamamının dahil olabildiği kapsamlı bir fikrin ortaya çıkmasını sağlar.

**Değişiklikleri İzleme:** Kullanıcılar istedikleri zaman her sayfanın ve her düşüncenin daha önceki sürümlerine bakabilmektedirler.

**Bilgi Arşivleyebilme:** Gelecekte grubun işine yarayacak her tür bilgi, resim, video ve yazı Wikilere eklenebilmektedir. Bu durum Wikileri bilgi deposuna dönüştürmektedir.

**Kolay Kullanım:** Cümle yapısının anlaşılması halinde Wiki sayfaları oluşturmak web sayfası ya da blog sayfası oluşturaktan daha kolay bir işlem gerektirmektedir.

## 2.2.5.2. Bloglar

Blog kavramı web günlüğü, ağ günlüğü ya da çevrimiçi günlük olarak adlandırılan bir kavramdır. Bloglar, kişilerin ve grupların kitlelere düşüncelerini ve

---

<sup>49</sup> Kübra Deniz Çelik, "Sosyal Medya Kullanımının İş Sözleşmesine Etkisi", Sosyal Bilimler Enstitüsü, Marmara Üniversitesi, İstanbul, 2019, s. 17-18 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

<sup>50</sup> <https://tr.wikipedia.org/wiki/Viki> (Erişim Tarihi, 21.04.2020).

<sup>51</sup> <http://www.sosyalmedyapazarlama.com/2011/03/kobilere-viki-kilavuzu/> (Erişim Tarihi, 21.04.2020).

yorumlarını sundukları herkesin kolay şekilde hazırlanabildiği internet sayfası günlükleri olarak ifade edilmektedir.<sup>52</sup>

Blogların önemli bölümünde gönderiler tarihsel sıralama ile sunulmaktadır. Bazı bloglar belirli konularda içerikleri ve haberleri konu almakta; bazıları ise kişisel günlük niteliği taşımaktadır.<sup>53</sup> Bloglar bireylerin hayat görüşlerini, düşüncelerini, gezdikleri yerleri, hobilerini, yaptıkları yemeklerini, filmlerini ve beğendikleri kitaplarını ve bu konulardaki görüş ve düşüncelerini geniş kitlelere paylaşmasını sağlamaktadır. Bunun yanında bloglar işletmelerin pazarlama stratejileri açısından yoğun şekilde yararlandıkları alanlardır.

Herkes tarafından kolay şekilde oluşturulabilen bloglar herhangi bir konuda görüş ve düşüncelerin ortaya konulduğu bağımsız gazeteler şeklindedir nitelendirilmektedir. Buna göre blog yazarlara “blogger” bloggerların yazdıkları yazılara “post” veya “gönderi” denilmekte ve bu gönderiler kronolojik şekilde sıralanarak sunulan içerikler sık sık güncellenmektedir. Bloggerlar siyasal, sosyal, gezi, yemek, tasarım ve fotoğrafçılık gibi alanlardaki görüşlerini ve kişisel düşüncelerini kişisel bloglarında oluşturmakta ve bunları okuyucularına sunmaktadırlar. Bloglar kişisel bloglar, temasal bloglar, portföy blogları, şirketlerin mal ve hizmetlerini tanıtıcı bilgileri paylaştıkları kurumsal bloglar, belirli grupların oluşturduğu topluluk blogları gibi farklı türlerde oluşturulmaktadır.<sup>54</sup>

Blog oluşturacaklar oluşturdukları blogları isterlerse kendi kimliklerini kullanarak, isterlerse de takma isimler kullanarak paylaşabilmektedirler. Bloglar aşağıda sıralanan özelliklerinden ötürü sürekli kullanımı yaygınlaşan sosyal medya platformlarıdır:<sup>55</sup>

- Pratik ve kolayca oluşturulabilmesi,
- Kullanım kolaylığı,
- Ücretsiz kullanımı,
- Kullanmak için fazladan bir yazılıma ihtiyaç duyulmaması,
- Gönderilen içeriklerin anlık olarak ve hızlı şekilde izleyicilere ve kullanıcılara ulaşması,

<sup>52</sup> Erkan Akar, “*Sosyal Medya Pazarlaması Sosyal Webde Pazarlama Stratejileri*”, 1. Baskı, Ankara 2010, s. 45.

<sup>53</sup> Safko Lon, “*The Social Media Bible: Tactics, Tools & Strategies for Business Success*”, 3. Baskı, New Jersey, 2012, s. 148.

<sup>54</sup> Kahraman, a.g.e., s. 30-32.

<sup>55</sup> Ahmedova, a.g.e., s.43

- Değişikliklerin kolayca yapılması,
- Güncellemelerin pratik ve kolay şekilde yapılabilmesi,
- İzleyicilerin ve kullanıcıların kolayca yorum yapabilmesi.

### 2.2.5.3. Mikrobloglar

Bir tür blog olan mikrobloglar sınırlı sayıda karakterler ile video, fotoğraf ve mesaj paylaşımının yapılabildiği sosyal medya platformlarından biridir. Mikrobloglar blogların aksine daha kısa paylaşımların yapıldığı uygulamalardır.<sup>56</sup> Mikrobloglar bir blog yayın şekli olarak sınıflandırılmaktadır. Geleneksel bloglardan içerik ve dosya büyüklüğü açısından farklılaşmaktadır. Buna göre mikrobloglar kullanıcılarına kısa cümle, anlık fotoğraf ve video linki gibi küçük içeriklerin paylaşılmasına ortam sağlamaktadır.<sup>57</sup> Günümüzde en popüler mikrobloglar ise Foursquare, Instagram ve Twitter gibi mikrobloglardır. Çalışmanın ilerleyen başlıklarında bu uygulamalar daha detaylı şekilde ele alınmaktadır.

Bazı mikrobloglar kullanıcılarına istedikleri yazıları okuyabilecekleri arayüzler ya da gönderilerini yayınlayabilecekleri ya da gönderi okuyabilecekleri güvenlik seçeneklerini sunmaktadır. Bu güvenlik seçenekleri kimi zaman elektronik posta, sesli mesaj ya da kısa mesaj gibi tercihlerle genişlemektedir. Bu noktadan ele alındığında blog yayınlarında olmayan bir ihtiyacın karşılandığı söylenebilir. Normal bir blog daha teknik zaman gerektirdiği için günlük hayatın küçük ve önemli anlarını paylaşmak daha zordur.<sup>58</sup>

Dünyanın herhangi bir yerinde yaşanan gelişmelerin anlık şekilde kullanıcılar tarafından paylaşılabilirdiği mikrobloglar bu özellikleriyle kendilerini ayrıcalıklı kılmaktadır. Mikroblog kullanıcıları daha çok kullanıcıların ilgisini çeken ve günlük yaşamda yayıncıları etkileyen ancak gün sonunda çokta önemli olmadığı anlaşılan içeriklerin yayınlanabildiği normal blog yayıncıları ile tematik bazda yayıncılığa imkan tanımaktadır. Mobil telefonlar sayesinde kullanıcılar içeriklerini güncelleyebilmekte ve mikrobloglara kolay şekilde hızla ulaşabilmektedirler. Bunun yanında kullanıcılar hazırladıkları içerikleri hızla yayınlama olanağına sahiptirler.

---

<sup>56</sup> Çelik, a.g.e., s.20

<sup>57</sup> Andreas M., Kaplan ve Michael Haenlein, "The Early Bird Catches the News: Nine Things You Should Know About Micro-Blogging", *Business Horizons*, 2011, Cilt: 54, Sayı: 2, s. 105-113.

<sup>58</sup> [https://tr.wikipedia.org/wiki/Mikroblog#cite\\_note-2](https://tr.wikipedia.org/wiki/Mikroblog#cite_note-2) (Erişim Tarihi, 21.04.2020).

Yeni teknoloji uygulamaları olan mikrobloglar aynı zamanda birer network ağıdırılar.<sup>59</sup>

#### 2.2.5.4. Sosyal Ağlar

Sosyal ağ uygulamaları içeriklerin kullanıcılar tarafından üretildiği kullanıcıların birbirleriyle sürekli iletişim halinde oldukları sanal ortamlar olarak tanımlanmaktadır.<sup>60</sup> Bu uygulamalar insanların birbirleriyle tanışmalarına ve arkadaşlık kurmalarına ortam sağlamaktır. Sosyal ağ uygulamalarında kullanıcılar kendi isimleriyle hesap oluşturabilecekleri gibi farklı bir isim ile de hesap oluşturabilmekte ve diğer kullanıcılar ile etkileşime devam etmektedirler.

Başka bir tanımlamaya göre sosyal ağ uygulamaları, kullanıcıların sınırları belirli düzen içerisinde profil oluşturabilecekleri diğer kullanıcılar ile paylaşım içerisinde oldukları diğer kullanıcılar tarafından oluşturulan listeleri görebildikleri web tabanlı servisler şeklinde tanımlanmaktadır.<sup>61</sup>

##### 2.2.5.4.1. Günümüzde En Çok Tercih Edilen Sosyal Medya Ağları

İnternetin hızla gelişmesine paralel şekilde sosyal medya ağlarının çeşitlenmesi sosyal medyayı diğer ortamlardan farklı kılan günümüzdeki konumuna ulaştırmıştır. Dolayısıyla sosyal medya ağları son dönemlerde yaygınlık ve popülerlik açısından hızla gelişen online iletişim şekline dönüşmüştür. Günümüzde yoğun olarak kullanılan sosyal medya ağları ise aşağıda ele alınmaktadır.

##### 2.2.5.4.2. Facebook

2004 yılının şubat ayında kullanıma açılan Facebook, Zuckerberg ve arkadaşları tarafından geliştirilen bir uygulamadır. Bu uygulama ilk olarak Harvard Üniversitesinde okuyan öğrencilerin kısa bilgi ve resimlerin yer aldığı rehber eksikliği gibi çeşit ihtiyaçlarından ötürü ortaya çıkmıştır. Uygulama geliştirildiği ilk dönemde 450 kullanıcıya sahip olmuş ve uygulamaya 22.000 fotoğraf yüklenmiştir. Uygulama başlangıçta yalnızca Harvard Üniversitesi'nde okuyan öğrencilerin kullandıkları bir

<sup>59</sup> <https://moblobi.com/internet/mikro-bloglar-yeni-nesil-iletisim/> (Erişim Tarihi, 21.04.2020).

<sup>60</sup> Pelin Özkan, "Sosyal Ağ Kullanıcılarının E-Sosyalleşme Sürecindeki Kimlik Yapılandırma Süreçleri", *ICCMTD-2013*, 2013, s. 386.

<sup>61</sup> Boyd Danah M., and Nicole B. Ellison, "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 2007, Cilt: 13, Sayı: 1, s. 211.

uygulama iken zaman içerisinde kullanım alanı yaygınlaşmıştır. 2004 yılı sonlarına gelindiğinde ise kullanıcı sayısı hızla artarak 1 milyona ulaşmıştır.<sup>62</sup>

Yapılan araştırmalarda Facebook'un dünyada en fazla kullanılan ikinci uygulama olduğu görülmüştür. Bu uygulamayı en fazla kullanan ülkeler ise Amerika Birleşik Devletleri, Panama, Mısır, Türkiye Cumhuriyeti, Norveç ve Avustralya'dır. Kullanıcılar Facebook'ta ortalama günlük 19 dakika vakit geçirmektedirler.<sup>63</sup>

#### 2.2.5.4.3. Instagram

2010 yılı ekim ayında Mark Krieger ve t Kevin Systrom tarafından geliştirilen Instagram, 30 milyondan fazla kullanıcının fotoğraf ve anılarını paylaştığı bir uygulamadır. Kullanıcılarına video ve fotoğraf paylaşma imkanı tanıyan Instagram mobil telefonlar üzerinden kaliteli filtreleme ve fotoğraf paylaşma özelliklerini bir arada sunan bir sosyal medya ağıdır. Instagram çok kısa süre içerisinde kullanıcı sayısının hızla artmasından ötürü 2012 yılında 1 milyar dolar bedel ile Facebook tarafından satın alınmıştır. Bu uygulama ile hazırlanan içerikler diğer uygulamalar üzerinden paylaşılma imkanına sahiptir.<sup>64</sup>

Instagram'ın kullanıcılar tarafından cazip görülmesinin nedenleri kullanıcıların fotoğrafları üzerinden filtreleme yaparak profesyonel fotoğraflar yaratmalarına olanak sağlamasıdır. Buna göre sıradan herhangi bir fotoğrafın filtreleme özelliği sayesinde etkileyici ve farklı bir fotoğrafa dönüşmesi mümkün olmaktadır. Bu durum kullanıcılar tarafından olumlu karşılanmakta ve Instagram'ın kullanıcı sayısının hızla artmasına neden olmaktadır. Bunun yanında uygulamanın farklı filtreleme seçenekleri fotoğraflarda profesyonel algı oluşturmaktadır. Bu uygulama ile paylaşılan içeriklere yorum yapabilmek, beğenme, içerikleri kaydetme ve arşivleme özellikleri bulunmaktadır.<sup>65</sup>

---

<sup>62</sup> Mustafa Çöllüoğlu, "Gelişen Teknoloji ile Birlikte Değişen Halkla İlişkilerin Sosyal Medyayı Kullanımı: Twitter Üzerinde Yapılan PR 0.2 Çalışmaları", Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul Üniversitesi, İstanbul, 2017, s. 82 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

<sup>63</sup> Ayşe Mencik, "Genç Tüketicilerin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları Ve Marka Tercihleri Arasındaki İlişki: Selçuk Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma", Sosyal Bilimler Enstitüsü, Selçuk Üniversitesi, Konya, 2019, s. 68 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

<sup>64</sup> Sibel Vasfiye Avcioğlu, "Tüketim Kültürü ve Sosyal Medya Bağlamında Türkiye'de Televizyon Dizileri", Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul, 2018, s. 21 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

<sup>65</sup> Mengiç, a.g.e., s.74-75.



#### 2.2.5.4.4. Twitter

En önemli sosyal ağ uygulamalarından biri olan Twitter, 2006 yılında kullanıma girmiştir. Küçük çaplı bir blog sayfası özelliğinde olan Twitter'da kullanıcılar 140 karakterlik paylaşımlar yapabilmektedirler.<sup>66</sup>

San Francisco'daki bir şirket tarafından geliştirilen bu uygulama kullanıcılarına 140 karakterlik hazır posta imkanı sunmaktadır. Twitter uygulaması ile kullanıcılar tıpkı bloglardaki gibi herkes tarafından okunabilecek mesajlar paylaşmaktadırlar. Twitter'ın blogtan tek farkı ise kullanıcıları sınırlandıran 140 karakterdir. Uygulamada bulunan hızlı mesaj servisi kullanıcıların birbirleri ile hızla ve doğrudan iletişim kurmalarını sağlamaktadır. Bunun yanında kullanıcılar herhangi bir konuyla ilgili görüş ve düşüncelerini dile getirmektedirler. Twitter, diğer iletişim araçları ile kıyaslandığında bağımlılık yapma özelliği fazla olan kullanışlı bir uygulamadır.<sup>67</sup>

Twitter kullanıcılarına günlük hayatın temposu içerisinde gördükleri, yaşadıkları, düşündükleri, duydukları ve tercüme ettikleri olaylar içerisinde paylaşılmaya değer Twitter herkese açık kamusal bir paylaşım ortamıdır. Twitter'da 140 karakter sınırlamasının olması uygulamayı diğerlerinden ayıran en temel farklılığıdır.<sup>68</sup>

#### 2.2.5.4.5. Youtube

Bir video yükleme uygulaması olan YouTube üç eski PayPal çalışanının 15 Şubat 2005 yılında kurduğu bir uygulamadır. Bu uygulama 2006 yılında Google'ın satın almasıyla daha da genişlemiştir. YouTube sözcüğünün anlamını bakıldığında ise kavramın "televizyon tüpü" anlamına gelen "Tube" kelimesinden geldiği görülmektedir. Uygulama "kendini yayınla" mottosuyla kullanıcıların hizmetine sunulmuştur.<sup>69</sup>

YouTube entegre edilebilen ara yüzlerinden dolayı kullanıcılar tarafından üst düzey teknik bilgi olmadan da kullanılabilen bir uygulamadır. Kullanıcılar YouTube

---

<sup>66</sup> Eileen Fischer and Reuber Rebecca, "Social Interaction Via New Social Media: (How) Can Interactions On Twitter Affect Effectual Thinking And Behavior?", *Journal of Business Venturing*, 2011, Sayı: 26, s.1-18.

<sup>67</sup> Çöllüoğlu, a.g.e., s. 20.

<sup>68</sup> Mengiç, a.g.e., s.78.

<sup>69</sup> Mustafa Bostancı, "Sosyal Medyanın Gelişimi ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları", Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erciyes Üniversitesi, Kayseri, 2010, s. 74 (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*).

sayesinde video paylaşabilmekte ve kendi video yayınlarını yaparak başka yayınları takip edebilmektedirler. YouTube'un kısa süre içerisinde popüler uygulamalardan biri olmasının sebebi ise video yükleme sınırlamasının bulunmamasıdır. Bu uygulama YouTube dünyanın en fazla ziyaret edilen üçüncü uygulamasıdır. Uygulamaya ayda ortalama 1 milyar ziyaretçi girmektedir. Bunun yanında YouTube diğer sosyal ağlar ile entegre olma özelliğine sahiptir.<sup>70</sup>

#### 2.2.5.4.6. LinkedIn

LinkedIn diğer uygulamaların aksine iş hayatına yönelik bir uygulamadır. Bu uygulama dünyadaki en geniş iş alanı oluşturmaktadır. 2002 yılında kurulan LinkedIn işletmelere, çalışanlara ve girişimcilere çeşitli iş fırsatlarının sunulduğu bir uygulama olmasının yanında çalışanların birbirleriyle iletişim kurdukları bir ortamdır.<sup>71</sup>

LinkedIn uygulaması kullanım bakımından diğer uygulamalar ile benzerlik gösterse de kullanım açısından genellikle iş dünyasına hitap eden ve iş arayanlar ile işverenlerin bir araya geldikleri bir uygulamadır. LinkedIn sektörde başarılı ve uzman çalışanların kullanıcılar tarafından tanınırlığını arttırmaktadır. Ayrıca LinkedIn uygulaması ile kullanıcılar çeşitli iş bağlantılarını oluşturmakta ve tartışma grupları kurmaktadır.<sup>72</sup>

#### 2.2.5.4.7. WhatsApp

2009 yılında California'da geliştirilen WhatsApp uygulaması başlangıçta yalnızca iPhone işletim sistemine ait cihazlarda kullanılabilirken, zaman içerisinde android ve diğer işletim sistemlerinde de kullanılmaya başlanmıştır. Sürekli kullanıcı sayısını arttıran WhatsApp 2015 yılında 19 milyar dolar bedel ile Facebook tarafından satın alınmıştır.<sup>73</sup>

WhatsApp kullanıcılarına güvenilir ve kolay şekilde mesajlaşma imkanı sunmakta birlikte kullanıcıların grup sohbeti yapmasına, görüntülü ve sesli arama yapmasına, masa üstünde ve web uygulamasıyla rahat şekilde kullanılmasına, video fotoğraf paylaşma özelliğini bulunmasına, sesli mesaj gönderme özelliğinin

<sup>70</sup> Çöllüoğlu, a.g.e., s. 87.

<sup>71</sup> Sami Acar, vd., "İlişkisel Toplumda Sosyal İş Ağlarının Kariyer Gelişimi Açısından Önemi: LinkedIn Örneği", *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges)*, 2014, Cilt: 4, Sayı: 3, s. 17-34.

<sup>72</sup> Kahraman, a.g.e., s. 24.

<sup>73</sup> Semih Göncü, *TRT Akademi*, 2018, Cilt: 3, Sayı: 6, Ss. 590-612, dergipark.gov.tr.

bulunmasına imkan tanımakta ve tüm bu özellikleri kullanıcılarına ücretsiz şekilde sunmaktadır.<sup>74</sup>

### 2.3. KAYGI BOZUKLUKLARI

Kaygı, tarif edilmesi zor olan bir duygudur. Çünkü her birey farklı şekillerde kaygıyı hissetmektedir. En genel ifadesiyle kaygı, korku ve sürekli kötü bir şey olacağına yönelik endişenin hissedildiği durumlardır.<sup>75</sup> Kaygı, sağlıklı kişilerde hayat boyu görülebilen ve bireyin gelişimi sürecinde normal bir duygu durumudur. Ancak kaygı bozukluğu ise bireyden belirgin şekilde işlem kaybı ve sıkıntıya yol açan endişe ve korku ile karakterize edilmektedir<sup>76</sup>

Kaygı bozuklukları günümüzde çocuk ve ergen psikiyatrisi alanında görülen en yaygın problemlerden biridir.<sup>77</sup> Çocuklardan ergenlerde görülen kaygı bozuklukları farklı şekillerde ortaya çıkmaktadır. Bunlar; panik bozukluk, ayrılık kaygısı, agora fobi, travma sonrasındaki stres bozukluğu, medikal duruma bağlı kaygı bozukluğu, sosyal fobi, yaygın kaygı bozukluğu, madde kullanımı ile ilişkili kaygı bozukluğu ve adlandırılmayan kaygı bozukluklarıdır.<sup>78</sup>

Kaygı bireyin yaşamına devam etmesi, yaşadığı ortama uyum sağlayabilmesi ve görevlerini yerine getirebilmesi konusunda kendisine itici güç oluşturmaktadır. Fakat kaygının belirli bir düzeyden sonrası birey açısından zararlı olmaktadır. Buna göre kaygının birey açısından zararlı olacağı durumlar aşağıda ifade edilmektedir:<sup>79</sup>

- Bireyin aile ve meslek yaşamını etkileyecek boyuta ulaşması,
- Bireyin çevresiyle iletişiminde zorluklara neden olması,
- Gün içerisinde sıkça karşılaşılması
- Bireyin yaşadığı kaygıyı kontrol edememesi ve kaygıyla başa çıkamaması,

<sup>74</sup> Mengiç, a.g.e., s.81.

<sup>75</sup> Emre Beyaztaş, "İstanbul'da Görev Yapan Futbol Hakemlerinin Müsabaka Öncesi ve Müsabaka Sonrası Kaygı Düzeylerinin Analizi", Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul, 2019, s. 32 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

<sup>76</sup> Emel Karakaya ve Didem Behice Öztöp, "Kaygı bozukluğu Olan Çocuk ve Ergenlerde Bilişsel Davranışçı Terapi," **Journal of Cognitive-Behavioral PSYCHOTHERAPY and Research**, 2013, s. 11.

<sup>77</sup> İnal Emiroğlu ve Burak Baykara, "**Yaygın Anksiyete Bozukluğu, Panik Bozukluğu, Özgül Fobi, Sosyal Fobi**," Çocuk ve Ergen Psikiyatrisi Temel Kitabı, 2008, s. 329-330.

<sup>78</sup> Emiroğlu ve Baykara, a.g.e., s.10.

<sup>79</sup> Beyaztaş, a.g.e., s.32-33.

- En az altı ay boyunca sürekli kaygı yaşamaması, durumlarında yaşanan kaygının psikiyatrik bir kaygı bozukluğu olma ihtimali artmaktadır.

Yukarıda ifade edilen belirtilerin gözlemlenmesi durumunda yapılması gereken en temel şey, bir uzmana görünmektir.

### 2.3.1. Sosyal Kaygı

İnsanlar hayatlarına devam edebilmek için çevresiyle sağlıklı iletişim kurmak durumundadır.<sup>80</sup> Ancak sosyal ilişki kurabilmek ve başkalarıyla sağlıklı iletişim kurabilmek birçok nedenden ötürü kimi zaman sorunlu bir hal almaktadır. Bu nedenle toplum içerisinde konuşma konusunda zorluklar yaşayan, kendisini ifade etme konusunda zorlanan, dolayısıyla sosyal olarak kaygılı bireylerin sayısı her geçen gün daha da artmaktadır.<sup>81</sup> Bu durum bir tür kaygı bozukluğu olan sosyal fobi veya sosyal kaygı bozukluğu olarak ifade edilmektedir. Sosyal kaygı bireyin toplum içerisinde olmaktan çekinmesidir.<sup>82</sup>

Sosyal kaygı bireyin farklı sosyal ortamlarda toplum tarafından eleştirilecek davranışlar da bulunacağı ve böylece toplumda kötü pozisyona düşeceği yönünde yaşadığı ve kendisini rahatsız eden ve gerginlik yaratan bir duygu durumudur.<sup>83</sup> Başka bir tanımlamaya göre sosyal kaygı, bireyin çevresi tarafından eleştirilene maruz kalacağı, insanlar içerisinde komik duruma düşerek utanacağı eylemlerde bulunmasına yönelik hissettiği endişedir. Birey çevresi tarafından sürekli takip edildiği ve gözetim altında tutulduğu duyguları içerisine girmektedir.<sup>84</sup>

Korkulan ya da diğer gösterilen sosyal bir eylemi gerçekleştirmek genellikle bireyler açısından kaygıya yol açmaktadır. Bu durum bireyin doğumu ile birlikte başlamakta ve belirli bir seviyede deneyim gerektirmektedir. Çünkü bireyin normal seviyede hissettiği kaygı kendisini geliştirme ve başarılı olması adına daha çok çaba içerisinde olmasına katkıda bulunmaktadır. Bunun yanında kaygı bireyin varoluşunu devam ettirmesini engelleyen konularda bireye uyarılarda bulunmaktadır. Bu tarz uyarılar bireye alması gereken önlemleri hatırlatarak bireyin yaratıcı ve üretici tav

<sup>80</sup> Üstün Dökmen, “*İletişim Çatışmaları ve Empati*”, İstanbul: Sistem Yayıncılık. 2002.

<sup>81</sup> Mehmet, Sungur, “Bilişsel Davranışçı Yaklaşımlar ve Sosyal Fobi”, *Klinik Psikiyatri*, 2000, Cilt: 3, Sayı :Ek 2, s. 27-32.

<sup>82</sup> Erdal Hamarta ve Önder Baltacı, “ Üniversite öğrencilerinin sosyal kaygı, sosyal destek ve problem çözme yaklaşımları arasındaki ilişkinin incelenmesi”, *Eğitim ve Bilim*, 2013, s.234.

<sup>83</sup> Aynur Eren Gümüş, *Sosyal Kaygı İle Başa Çıkma*, Nobel Yayın Dağıtım, 1. Baskı, Ankara, 2010, s.52.

<sup>84</sup> Erkan, a.g.e., s.31

sergilemesine katkı sağlamaktadır. Başka bir ifadeyle bireyin belirli bir seviyede yaşadığı kaygı başarılı olmasına katkı sunmakta ve bireyin motive olmasını sağlamaktadır.<sup>85</sup> Bugün kullandığımız DSM-5 tanı kriterlerine tablo 6'da yer verilmiştir.

**Tablo-6** DSM-5 Tanı Kriterleri<sup>86</sup>

<p><b>A.</b> Kişinin, başkalarınınca değerlendirilebilecek olduğu bir ya da birden çok toplumsal durumda belirgin bir korku ya da kaygı duyması. Örnekleri arasında toplumsal etkileşimler (örneğin karşılıklı konuşma, tanımadık insanlarla karşılaşma), gözlenme (örneğin yemek yerken ya da içerken) ve başkalarının önünde bir eylemi gerçekleştirme (örneğin bir konuşma yapma) vardır.</p>
<p><b>Not:</b> Çocuklarda kaygı, yaşlılarının olduğu ortamlarda ortaya çıkmalı ve yalnızca yetişkinlerle olan etkileşimler sırasında ortaya çıkmamalıdır.</p>
<p><b>B.</b> Kişi olumsuz olarak değerlendirilebilecek bir biçimde davranmaktan ya da kaygı duyduğuna ilişkin belirtiler göstermekten korkar (küçük düşeceği ya da utanç duyacağı bir biçimde; başkalarınınca dışlanacağı ya da başkalarının kırılmasına yol açacak bir biçimde)</p>
<p><b>C.</b> Söz konusu toplumsal durumlar, neredeyse her zaman, korku ya da kaygı doğurur.</p>
<p><b>Not:</b> Çocuklarda korku ya da kaygı, ağlama, bağırıp çağırarak tepinme, donakalma, sıkıca sarılma, sinme ya da toplumsal durumlarda konuşamama ile kendini gösterebilir.</p>
<p><b>D.</b> Söz konusu toplumsal durumlardan kaçınılır ya da yoğun bir korku ya da kaygı ile bunlara katlanılır.</p>

<sup>85</sup> Eren, a.g.e. s.47.

<sup>86</sup> Amerikan Psikiyatri Birliği, *Mental Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal El Kitabı*, Beşinci Baskı, (DSM-V), Tanı Ölçütleri Başvuru El Kitabı, Çev. Ed.: Ertuğrul Koroğlu, Hekimler Yayın Birliği, Ankara, 2013.

<p><b>E.</b> Duyulan korku ya da kaygı, söz konusu toplumsal ortamda çekinilerek duruma göre ve toplumsal-kültürel bağlanma orantısızdır.</p>
<p><b>F.</b> Korku, kaygı ya da kaçınma sürekli bir durumdur, altı ay ya da daha uzun sürer.</p>
<p><b>G.</b> 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.</p>
<p><b>H.</b> Korku, kaygı ya da kaçınma, bir maddenin (örneğin kötüye kullanılabilen bir madde, bir ilaç) ya da başka bir sağlık durumunun fizyolojiyle ilgili etkilerine bağlanamaz.</p>
<p><b>İ.</b> Korku, kaygı ya da kaçınma, panik bozukluğu, beden algısı bozukluğu ya da otizm açılımı kapsamında bozukluk gibi başka bir ruhsal bozuklukla daha iyi açıklanamaz.</p>
<p><b>J.</b> Sağlığı ilgilendiren başka bir durum varsa (örneğin Parkinson hastalığı, şişmanlık, yanık ya da yaralanmadan kaynaklanan biçimsel bozukluk) korku, kaygı ya da kaçınma bu durumla açıkça ilişkisizdir ya da aşırı bir düzeydedir.</p>

### 2.3.2. Sosyal Kaygı Tedavi

Sosyal kaygı tedavi edilmesi mümkün olan bir rahatsızlıktır. Bu noktada yapılan tedavilerin başarılı olabilmesi için sosyal kaygı başlangıcının erken olması ve bireyin tedavi olmaya yönelik istek duyması son derece önemlidir. Sosyal kaygının tedavisinde farmakolojik ve psikolojik tedavi olmak üzere iki yöntem uygulanmaktadır. Ancak hastaların genel durumlarına göre kimi zaman iki tedavi yönteminin aynı anda uygulanması gerekebilmektedir. Bu durum tedavideki başarı oranını arttırmaktadır.<sup>87</sup>

<sup>87</sup> Tanya Halkacıoğlu, Sosyal Fobi Belirtileri İle Problemlerli İnternet Kullanımı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul, 2019, s. 16 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

**Farmakolojik Tedavi:** Sosyal fobi tanısı almış bireylere veya gruplara yönelik ilaçlar tedavi seçenekleri bulunmaktadır. Tedavi sürecinde genellikle verilen ilaç grupları ise noradrenalin, serotonin ve benzodiazepin ilaçları ve ilaç gruplarıdır. Bu ilaçlar insan beyninin kimyasında sosyal fobiye yol açan düzensizlikleri ve beynin işleyişinde yaşanan bozuklukları ortadan kaldırmaya dönük tedavi etkisi gösteren ilaçlardır. Bu ilaçlarla beyindeki noradrenalin, serotonin ve dopamin hormonları artmaktadır. Farmakolojik tedavi diğer bozukluklardaki gibi uzun süren bir tedavidir. Bu nedenle farmakolojik tedavi ile birlikte psikolojik tedavinin alınması genellikle daha faydalı olmaktadır.<sup>88</sup>

**Psikolojik Tedavi:** Sosyal fobi tanısı alan kişilerin yaptıkları davranışlar ile başkalarının bu davranışlara verdikleri tepkilerle ilgili bazı önyargıları vardır. Sosyal fobinin psikolojik tedavisindeki amaçlar aşağıdaki gibi sıralamaktadır.<sup>89</sup>

- Hastaları sorunlu, bilişsel ve efektif davranışlar açısından bütünsel olarak incelemek.
- Bireyin yaşadığı kaygıyı düzeltmesini engelleyen durumları ortadan kaldırmak.
- Bireydeki fonksiyonel olmayan inançları ve düşünceleri engellemek.
- Bireyde fonksiyonel düşüncelerin ve inançların oluşmasını desteklemek.

## 2.4. İLETİŞİM

İletişim kavramı genellikle birlikteliği, ortaklığı, toplumsallaşmayı ve anlaşlaştırmayı ifade eden bir kavramdır.<sup>90</sup> Sosyal bilimlerdeki birçok kavram gibi iletişim kavramının da çeşitli tanımlamaları bulunmaktadır. İletişim, canlı varlıklar arasındaki bilgi ve anlam aktarımı ile uyarı ve tepki gibi nitelikleri bulunan bir kavramdır. Günümüzdeki anlamıyla iletişim, sosyal bir varlık olan insanın toplum içerisinde gönderici ve alıcı konumunda çevresi ile kurduğu ilişki, ihtiyaç ve beklentileri ile ilgili bilgi alışverişi olarak tanımlanmaktadır.<sup>91</sup>

<sup>88</sup> Bünyamin Ateş, "Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Fobi İle Başa Çıkmalarında Çözüm Odaklı Grupla Psikolojik Danışmanın Etkisinin İncelenmesi", Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Atatürk Üniversitesi, 2014, s. 36 (**Yayımlanmış Doktora Tezi**).

<sup>89</sup> Dilbaz Nesrin, "Sosyal fobi", *Psikiyatri Dünyası*, 1997, Cilt: 1, Sayı: 1, s. 24.

<sup>90</sup> Diğdem Eskiörük, *Örgütsel iletişim*, Cinius Yayınları, İstanbul, 2015, s.21.

<sup>91</sup> Tayfun Timuray, "Katılım Bankacılığında Kurum İçi İletişim Hizmeti Kalite İncelemesine Yönelik SERVQUAL Analizi", Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul Gelişim Üniversitesi, 2019, s. 16 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

Sosyal hayat içinde iletişime ihtiyaç olmayan herhangi bir unsur bulunmamaktadır ve her şey mutlaka iletişim içerisinde olmak durumundadır. İletişim, toplumun birbirleriyle anlaşmasını sağlayan bir köprü niteliğindedir ve kişiler arasında bilgi ve anlam aktarımını sağlamaktadır.<sup>92</sup> Zihinsel anlamda sağlıklı olan her bireyin kendisiyle ve çevresiyle iletişim halinde hayatını devam ettirdiği bilinmektedir. İletişim insan hayatının her alanında olan bir durumdur. Bireyin doğumuyla başlayarak hayatını kaybetmesiyle sona eren iletişimin başarılı olabilmesi bireyin düşünceleri, kavramları, fikirleri ve duyguları açığa vurmasına ve bunları çevresiyle paylaşmasına bağlıdır.<sup>93</sup>

### 2.4.1. Empati

Empati, karşımızdaki kişinin deneyimlediği ve o kişinin düşünce çerçevesi içinde değerlendirerek duygusal olarak anlama ve kişinin duygularını özümseyebilme olarak tanımlanabilir. Empati geliştirebilmek için karşımızdaki kişiyi doğru tanıma, doğru anlama ve onun duygularını doğru bir şekilde anlamak gerekir. Empati ile ayna nöron kavramı hayatımıza girmiştir. Ayna nöronlar Karşımızdaki kişiyi duygularını, düşünceleri anlayıp onun gibi hissedip onu taklit etmemize yarayan sinir hücreleridir.<sup>94</sup> Empati kavramının temeli sayılabilecek diğer kavramda zihin kuramıdır. Zihin kuramı, karşımızdaki kişinin zihinsel durumlarını ve duygularını fark edebilme yeteneği olarak tanımlanabilir.<sup>95</sup>

### 2.4.2. Kişiler Arası ilişki

İnsanların başkalarıyla karşılıklı iletişim kurmalarına kişiler arası iletişim denilmektedir. İnsanlar ürettikleri bilgileri ile karşılıklı olarak iletişime devam etmektedirler. Kişiler arası iletişim literatürde sosyal iletişim veya sosyal etkileşim kavramlarıyla da tanımlanmaktadır.<sup>96</sup>

Kişiler arası iletişim duygu ve düşüncelerin bireyler arasında geçmesi sürecidir. Bu sürecin gerçekleşebilmesi için iletişimin sağlanması gerekmektedir. Kişiler arası iletişim bilişsel, duygusal ve kültürel değişkenleri bulunan aktif bir çift

<sup>92</sup> Tamer Koçel, *İşletme Yöneticiliği*, Beta Yayıncılık, 9.baskı, İstanbul, 2003, s.547.

<sup>93</sup> Timuray, *a.g.e.*, s.17.

<sup>94</sup> Kürşad Altınbaş vd., "Empatin Biyolojik Yönleri", *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, İstanbul, 2010, Cilt: 2, Sayı: 1, s.15-19

<sup>95</sup> Muazzez Aydın vd., "Zihin Kuramı: Gelişimi, Nörobiyoloji, İlişkili Alanlar, Nörogelişimsel Bozukluklar," *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, İstanbul, 2019, Cilt: 11, Sayı: 1, s.15-19.

<sup>96</sup> Çetin Özbey, "İletişim Yetersizliği Olan Bireylere İletişim Becerilerini Kazandırmada Resim Değiş-Tokuşuna Dayalı İletişim Sistemi İle Yapılan Öğretimin Etkinliği", Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yeditepe Üniversitesi, İstanbul, 2011, s.18 (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*).



yönlü bir süreçtir.<sup>97</sup> Bununda dışında kişiler arası iletişimin özelliklerini aşağıdaki gibi sırlamak mümkündür:<sup>98</sup>

- En az iki kişi arasında gerçekleşmektedir.
- Çift yönlü bir iletişimdir.
- Sözlü ve sözsüz iletişimin öğelerini kapsamaktadır.
- Duygu ve bilgi paylaşımı gerçekleşmektedir.
- Küçük grupların arasında da gerçekleşmektedir.
- İnternet teknolojileri ile birlikte kişiler arası iletişimin kapsamı genişlemiştir.

Kişiler arası iletişim bireyin benlik saygısını, benlik algısını ve özgüvenini ölçme imkânı tanıdığı için birey hayatında son derece önemli olan gereksinimlerinden biridir.

### 2.4.3. Sosyal Medya Kullanımının Sosyal Kaygı İle İlişkisi

İnternet kullanımının yaygınlaşması ile birlikte iletişim kurma tarzı da değişime ve dönüşümü uğramıştır. Özellikle sosyal medya uygulamalarının yoğun şekilde kullanılması yüz yüze iletişimi azalttığı için sosyal kaygısı olan bireyler açısından önemsenmektedir. Nitekim yapılan araştırmalar da göstermektedir ki sosyal kaygı tanısı almış kişilerin sosyal medya kullanımları artmaktadır.<sup>99</sup> Dolayısıyla sosyal medya uygulamalarının daha çok kullanılması bireyde sosyal kaygı bozukluğu yaşanma ihtimalini arttırmaktadır.<sup>100</sup> Sosyal medya uygulamalarını kullananların online ortamlarda huzursuzluk, kaygı ve endişe duygusunun arttığı gözlemlenmektedir.

Sosyal izolasyon bireylerde sosyal kaygıya yol açan durumları artırmaktadır. Bazı araştırmalarda sosyal kaygısı olan bireylerin mekân sınırlaması olmaması, kullanıcıların birbirlerini tanımaması, karşılaşma ve görüşme imkanın kısıtlı

---

<sup>97</sup> Aslı Saldamlı, "Cerrahi Girişim Sürecinde Yer Alan Sağlık Ekibi Üyelerinin Kişilerarası İletişim Tarzları ve Ekip Çalışmasına Yönelik Tutumlarının Değerlendirilmesi", Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karabük Üniversitesi, 2018, s.5 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

<sup>98</sup> Kemal Güdek, **Terapötik İletişim ve Sosyal Çalışma**, Nobel Yayınları, İstanbul, 2013, s. 61.

<sup>99</sup> Prizant Passal Shiri, Tomer Shechner ve Idan M. Aderka. "Social anxiety and internet use—A meta-analysis: What do we know? What are we missing?", **Computers in Human Behavior**, 2016 s. 221.

<sup>100</sup> Vannucci Anna, Kaitlin M. Flannery ve Christine McCauley Ohannessian, "Social Media Use and Anxiety in Emerging Adults." **Journal of affective disorders**, 2017 , s. 163.

olmasından ötürü sosyal medya uygulamalarına yöneldiklerini belirtmektedir. Diğer bir ifadeyle sosyal kaygısı olanların sosyal medya uygulamalarının farklı özelliklerinden dolayı bu kaygıyı daha alt seviyede yaşadıkları ve bunun sonucunda sosyal medya üzerinden iletişimi tercih ettikleri vurgulanmaktadır. Sosyal kaygısı olan bireyler çevrimiçi ortamlarda normal hayattaki yüz yüze kurulan iletişime göre düşük düzeyde kaygı yaşamaktadırlar. Bu nedenle bu kişiler sosyal medya ortamlarında geçirdiği vakit artmakta; bu da hayatlarını olumsuz anlamda etkilemektedir.<sup>101</sup>

#### 2.4.4. Sosyal Medya Kullanımının Kişilerarası İlişki Kurma İle İlişkisi

Bilgi ve iletişim teknolojisinin gelişmesiyle birlikte kullanım alanı yaygınlaşan sosyal medya uygulamaları insanların vazgeçilmezleri arasındaki yerini almıştır. Geline nokta artık kişiler arası iletişimin de yüz yüze değil sosyal medya üzerinden gerçekleştiği görülmektedir. Bu nedenle iletişimin zaman içerisinde yüz yüze yapılan bir eylem olmaktan çıkarak sosyal medya uygulamaları ile gerçekleşen bir eyleme dönüştüğünü söylemek mümkündür.<sup>102</sup>

Sosyal medya uygulamaları kullanıcılara fiziksel iletişim kurmanın sağladığı rahatlıkla saldırgan davranışlar açısından zemin oluşturmaktadır. Kimi zaman bu durum olumlu sonuçlara da neden olmaktadır. Özellikle sosyal ortamlarda kurulan kişiler arası iletişimde karşılıklı iletişimdeki gibi anlık dönüş zorunluluğu bulunmamaktadır. Bu durum tarafların mesajları düşünerek cevaplama ve düşüncelerini mantık süzgecinden geçirmelerine imkan tanımaktadır.

Dolayısıyla bu durumun kişiler arası iletişimdeki çatışmayı önlemek açısından önemli olduğunu söylemek mümkündür.<sup>103</sup>

Bazı araştırmalarda ise sosyal medya bireylerin aileleri ve arkadaşlarıyla karşılıklı ilişki geliştirmesinin önündeki engellerden biri olarak değerlendirilmekte ve sosyal medyanın fiziksel iletişimi azalttığı vurgulanmaktadır. İnsanlar sanal ortamlardaki aktivitelerinde farklı ve daha önceden denenmeyen yeni tarzları

---

<sup>101</sup> Osman Zorbaz, "Lise Öğrencilerinin Problemlı İnternet Kullanımının Sosyal Kaygı ve Akran İlişkileri Açısından İncelenmesi", Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hacettepe Üniversitesi, Ankara, 2013, s. 27 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

<sup>102</sup> Gülsüm Çalışır, "Kişilerarası İletişimde Kullanılan Bir Araç Olarak Sosyal Medya: Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma", **E-Journal of New World Sciences Academy**, 2015, Cilt: 10, Sayı: 3, s. 115.

<sup>103</sup> İrem Kamışoğlu, "Sosyal Medyada Kişilerarası İletişim Çatışmaları", Sosyal Bilimler Enstitüsü, Marmara Üniversitesi, İstanbul, 2013, s. 121 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

geliştirmekte bu durum onların fiziksel hayatlarında olumsuzluklara neden olmaktadır. Başka bir şekilde ifade edilecek olursa örneğin depresyon sürecinde olan kişilerin kendilerini sosyal ortamlarda daha rahat ifade etmek için bu alanlara yönelmemeleri gerçek hayattaki ilişkilerinin kötüleşmesine yol açmaktadır. Bu durum bu bireylerin internet bağımlısı olma ihtimallerini arttırmakta ve bireyler arası ilişkilerini olumsuz etkilemektedir.<sup>104</sup>

#### 2.4.5 Sosyal Tolerans

Sosyal tolerans, Hoşgörü, müsamaha, tahammül, katlanma, görmezden gelme veya göz yumma, başkalarını eylem ve yargılarında serbest bırakma, kendi görüşümüze ve çoğunluğun görüş biçimine aykırı düşen görüşlere sabırlı olmak demektir. İzin verme ve iyi karşılama anlamlarına da gelir.<sup>105</sup> Sosyal tolerans bireyler arası ilişkilerde, genel olarak diğerlerini olduğu gibi kabul edebilmeyi, onlara saygı duymayı; inancı, yaşantısı, kimliği veya aidiyeti her ne olursa olsun özgürlük alanına müdahale etmemeyi ifade etmektedir. Sosyal tolerans kavramı ve sosyal ilişkilerdeki yeri, bu ilişkilerin niteliği, sınırı ve düzeyi konusunda fikir veren, dünyada sosyal etkileşimin potansiyeli ve sorun alanları üzerinde düşünülmesini sağlayan önemli anahtar kavramlardan birisidir.<sup>106</sup>

---

<sup>104</sup> Murat Hazar, "Sosyal medya bağımlılığı-bir alan çalışması", *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2011, Cilt: 32, Sayı,1, s. 151-176.

<sup>105</sup> <https://www.turkcebilgi.com/tolerans> (Erişim Tarihi, 08.07.2020).

<sup>106</sup> Gamze Aksan ve Özlem A. Sönmez, "Üniversite Öğrencilerinin Tolerans Düzeylerinin Farklı Değişkenlerle İlişkisi", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitü Dergisi – Sosyoloji/ Araştırma*, 2019, Sayı: 41, S. 302.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### GEREÇ VE YÖNTEM

#### 3.1. ARAŞTIRMANIN MODELİ

Bu çalışma için nicel araştırma yöntemi seçilmiştir. Bu çalışma kesitsel desende yapılmış olup ilişkisel tarama modelinde yürütülmüştür. Bu model; iki ve ikiden çok değişken arasındaki ilişki, etki ve değişim derecesini belirlemede kullanılır.

#### 3.2. ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEMİ

Bu çalışmanın evrenini İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Klinik Psikoloji öğrencileri oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemini, İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Klinik Psikoloji öğrencilerinden gönüllülük esasına bağlı sistemsel örnekleme yöntemi ile seçilen 202 öğrencinin katılımıyla oluşturulmuştur.

#### 3.3. ARAŞTIRMADA KULLANILAN VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

Araştırmanın veri toplama sürecinde kullanılan araçlar bu bölümde tanıtılmıştır.

##### 3.3.1. Sosyo-demografik Bilgi Formu

Araştırmada kullanılan demografik bilgi formu yaş, cinsiyet, eğitim durumu, medeni sosyal medyada ne kadar süre geçirdiği ve ne kadar paylaşım yapıldığını içeren sorulardan oluşmaktadır.

##### 3.3.2. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Yetişkin Formu (SMBÖ- YF)

Bu ölçek, yetişkinlerin sosyal medya bağımlılık düzeylerini belirlemek için Şahin ve Yağcı (2017) tarafından geliştirilmiştir. Yapılan bu araştırmada da katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerine yönelik verilerin toplanması amacıyla kullanılmıştır.

Bu ölçek, sanal tolerans ve sanal iletişim olmak üzere iki boyuttan oluşan 5'li likert tipli bir ölçektir. Ölçeğin toplam madde sayısı 20'dir. Ölçekteki ilk 11 madde sanal tolerans boyutuna ve son 9 madde ise sanal iletişim boyutuna yöneliktir. Bu bağlamda ölçeğin puanlanması 20-100 aralığında yapılmaktadır.<sup>107</sup>

### 3.3.3. Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği

Sosyal kaygı bozukluğu yaşayan bireylerin korku ile kaçınma düzeylerini tespit edebilmek adına geliştirilmiştir. Ölçek Michael Liebowitz tarafından 1987 yılında geliştirilmiş olup 2003 yılında Çiğdem Soykan ve arkadaşları tarafından Türkçeye çevrilmiştir. Bu ölçek, 4'lü likert tipte olup 24 madde içermektedir. İşaretlenen 24 madde için durumun ne şiddette kaygı veya korku düzeyiyle ne kadar kaçınma davranışına sebebiyet verdiği incelenir. Ölçeğin Türkçe çevirisinde Kesme puan hesaplanmamıştır. Ölçeğin kaygı ve kaçınma olarak 2 alt boyutu vardır.<sup>108 109</sup>

### 3.3.4. Kişilerarası İlişki Boyutları Ölçeği

Bu ölçek kişilerin kendilerine ve diğer kişilere olan bakış açılarını anlamak için Aydın ve İmamoğlu (2009) tarafından geliştirilmiştir. Bu ölçekte 4 alt boyut ve 53 madde vardır: 1. Onay bağımlılık (15 madde) 2. Empati (9 madde), 3. Başkalarına güven (15 madde) 4. Duygu farkındalığı(14 madde) olup, ölçekte toplam 23 ters madde vardır. 5'li likert olarak değerlendirilmektedir. Ölçeğin her bir alt boyutundan alınan yüksek puan, bireyin ilgili alt boyutun değerlendirdiği özelliğe daha fazla sahip olduğunu göstermektedir.<sup>110</sup>

## 3.4. VERİLERİN ANALİZİ

Çalışma sürecinde toplanan verilerin analizlerinde, SPSS-25 programı kullanılmıştır. Çalışma verileri değerlendirme sürecinde normal dağılım tespiti için Kolmogorov-Smirnov testi kullanılmıştır. Ayrıca verilerin değerlendirme aşamasında tanımlayıcı istatistiksel metodları ele alınmıştır. Ek olarak, normal dağılıma sahip parametrelerde Student t testi ve varyans analizi kullanılmıştır. Fakat normal

<sup>107</sup> Cengiz Şahin ve Mustafa Yağcı, " Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği - Yetişkin Formu: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması", *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2017, s. 524-525

<sup>108</sup> Türkçe formun makalesi Çiğdem Soykan vd., "Liebowitz Social Anxiety Scale: Turkish version, *Psychological Reports*, 2003; 93(3 Pt 2) s.1059- 1069.

<sup>109</sup> Nesrin Dilbaz,"Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Geçerlilik ve Güvenirliği, " **37. Ulusal Psikiyatri Kongresi Özet Kitabı**, İstanbul, 2001, s.132.

<sup>110</sup> Betül Aydın ve Seval Erden İmamoğlu," Kişilerarası İlişki Boyutları Ölçeğinin Geliştirilmesi", Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2009, s.61-62-63-64 (**Yayımlanmış Doktora Tezi**).

dağılıma sahip olmayan parametrelerde Kruskal-Wallis testi ve Mann-Whitney U testi kullanılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkinin incelenmesi aşamasında ise Pearson Korelasyon Analizi kullanılarak değerlendirme yapılmıştır. İlişkisi olan değişkenlerin etki oranlarını görebilmek maksadıyla Basit Doğrusal Regresyon Analizi kullanılmıştır ve bulguların değerlendirilmesinde  $p < 0.05$  düzeyi olarak ele alınmıştır. Ölçeklerde boş bırakılan sorular ölçekler analiz edilirken çıkarıldıkları için analiz kısmında kişi sayısında farklılıklar görülen durumlarda toplam kişi sayısı her tabloda "n" ile gösterilmiştir.

### **3.5. ETİK KURUL ONAY KARARI**

Bu çalışmanın yürütülebilmesi için; 17.12.2019 tarihli ve 19-22 sayılı toplantıda 2019-22-10 karar numaralı etik kurul onayı alınmıştır.(EK-A)

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### BULGULAR

Bu çalışmada İstanbul Gelişim Üniversitesi Klinik psikoloji Yüksek Lisans programında öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya kullanımı, sosyal kaygı ve kişiler arası iletişim düzeyleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırmada elde edilen veriler çalışmaya onam veren, ölçekleri eksiksiz doldurmuş olan 202 kişiden elde edilmiştir.

Katılımcıların özellikleri Tablo-7’de verilmiştir.

**Tablo-7** Öğrencilerin Sosyo-demografik Özelliklerinin Dağılımlarının İncelenmesi

		n	%
<b>Cinsiyet</b>	Kadın	114	56,7
	Erkek	87	43,3
<b>Yaş</b>	23-25	145	71,8
	26-30	57	28,2
<b>Medeni Durum</b>	Evli	19	9,5
	Bekar	182	90,5
<b>Çalışma Durumu</b>	Çalışıyorum	131	64,9
	Çalışmıyorum	68	33,7
	İş Arıyorum	3	1,5
<b>Öğrenim Durumu</b>	Lisans	3	1,5
	Yüksek Lisans	198	98,5
<b>Yaşadığınız Kişiler</b>	Ailemle Yaşıyorum	85	42,3
	Tek Yaşıyorum	46	22,9
	Arkadaşlarımla Yaşıyorum	70	34,8

Tablo-7’ye göre öğrencilerin 114’ü (%56,7) kadın ve 87’si (%43,3) erkektir. Yaşları 145’inin (%71,8) 23-25 yaş arasında, 57’si (%28,2) 26-30 yaş arasındadır. Öğrencilerin 19’u (%9,5) evli ve 182’si (%90,5) bekadır. Çalışmaya katılan öğrencilerin 131’i (%64,9) çalışıyor, 68’i (%33,7) çalışmıyor ve 3’ü (%1,5) iş aramaktadır. Öğrencilerin 3’ü (%1,5) lisans ve 198’i (%98,5) yüksek lisansta eğitim

görmektedir. Çalışmaya katılan öğrencilerin 85'i (%42,3) ailesi ile, 46'sı (%22,9) tek başına ve 70'i (%34,8) arkadaşları ile birlikte yaşamaktadır.

**Tablo-8** Kişiler Arası İletişim Ölçeği Puanı ve Alt Boyutlarının, Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Puanı ve Alt Boyutlarının, Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Puanı ve Alt Boyutlarının Puanlarının Değerlendirilmesi

	Min	max	Ortalama	Ss
<b>Kişiler Arası İletişim</b>	118,00	165,00	142,01	9,69
Onay Bağımlılık	34,00	65,00	47,36	4,60
Empati	9,00	30,00	15,49	4,90
Başkalarına Güven	24,00	54,00	40,91	5,01
Duygu Farkındalığı	22,00	49,00	37,74	4,53
<b>Sosyal Medya Bağımlılığı</b>	30,00	74,00	46,73	8,36
Sosyal Tolerans	11,00	37,00	19,59	5,45
Sosyal İletişim	10,00	41,00	27,14	5,34
<b>Liebowitz Sosyal Kaygı</b>	48,00	132,00	62,51	16,87
Kaygı	24,00	73,00	31,92	9,06
Kaçınma	24,00	65,00	30,69	8,20

S.s: Standart sapma

Min: En küçük değer

Max: En büyük değer

Tablo-8'de öğrencilere uygulanan kişiler arası iletişim ölçeği puanı ve alt boyutlarının, sosyal medya bağımlılığı ölçeği puanı ve alt boyutlarının, Liebowitz sosyal kaygı ölçeği puanı ve alt boyutlarının puanlarına yönelik minimum, maksimum, ortalama ve standart sapma değerleri verilmektedir.

**Tablo-9** Cinsiyetlerine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Puanları, Alt boyutlarından Sosyal İletişim puanları, Kişiler Arası İletişim Ölçeği Puanları ve Alt Boyutlarından Onay Bağımlılık puanlarının Değerlendirilmesi

	Cinsiyet	N	Ort.	ss	t	sd	p
Onay Bağımlılık	Kadın	106	46,24	4,72	-3,890	186	,000**
	Erkek	82	48,78	4,07			
Sosyal İletişim	Kadın	113	27,01	5,83	-,320	198	,750
	Erkek	87	27,25	4,6			



<b>Sosyal Medya Bağımlılığı</b>	Kadın	113	46,86	8,65	,388	197	<b>,698</b>
	Erkek	86	46,40	7,91			
<b>Kişiler Arası İletişim</b>	Kadın	83	141,18	9,80	-1,332	145	<b>,185</b>
	Erkek	64	143,31	9,38			

\*\* $p < ,01$  t-test analizine göre

Tablo-9'da öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı puanları, alt boyutlarından sosyal iletişim puanları, kişiler arası iletişim ölçeği puanları ve alt boyutlarından onay bağımlılık puanlarının cinsiyete göre karşılaştırılması amacıyla yapılan bağımsız örneklem t-test analiz bulguları görülmektedir. Buna göre sosyal medya bağımlılığı puanları, alt boyutlarından sosyal iletişim puanları ve kişiler arası iletişim ölçeği puanlarında cinsiyete göre anlamlı farklılık yoktur ( $p > ,05$ ).

Onay bağımlılığında erkeklerin puanlarında anlamlı fark belirlenmiştir ( $t = -3,890$ ;  $p < ,01$ )

**Tablo-10** Öğrencilerin Cinsiyetlerine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Alt Boyutlarından Sosyal Tolerans Puanları, Kişiler Arası İletişim Ölçeği Alt Boyutlarından Empati, Başkalarına Güven, Duygu Farkındalığı, Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Puanları ve Alt Boyutlarından Kaygı ve Kaçınma Puanlarının Karşılaştırılması

	<b>Gruplar</b>	<b>N</b>	<b>S.T.</b>	<b>S.O.</b>	<b>U</b>	<b>z</b>	<b>p</b>
Empati	Kadın	106	96,11	10188,00	4175,000	-,471	<b>,638</b>
	Erkek	82	92,41	7578,00			
	Total	188					
Başkalarına Güven	Kadın	100	93,52	9352,00	3898,000	-,574	<b>,566</b>
	Erkek	82	89,04	7301,00			
	Total	182					
Duygu Farkındalığı	Kadın	98	84,38	8269,50	3418,500	-,930	<b>,352</b>
	Erkek	76	91,52	6955,50			
	Total	174					
<b>Sosyal Tolerans</b>	Kadın	113	103,93	11744,50	4414,500	-1,115	<b>,265</b>
	Erkek	86	94,83	8155,50			
	Total	199					
<b>Liebowitz Sosyal Kaygı</b>	Kadın	109	106,43	11601,00	3223,000	-3,183	<b>,001**</b>
	Erkek	81	80,79	6544,00			
	Total	190					
Kaygı	Kadın	113	112,78	12744,50	3414,500	-3,598	<b>,000**</b>
	Erkek	86	83,20	7155,50			
	Total	199					

Kaçınma	Kadın	110	106,51	11716,50	3298,500	-3,079	<b>,002**</b>
	Erkek	81	81,72	6619,50			
	Total	191					

\*\*p<,01 S.T.: Sıralar Toplamı

S.O.: Sıralar Ortalaması

Tablo-10'da öğrencilerin cinsiyetlerine göre sosyal medya bağımlılığı ölçeği alt boyutlarından sosyal tolerans puanları, kişiler arası iletişim ölçeği alt boyutlarından empati, başkalarına güven, duygu farkındalığı, Liebowitz sosyal kaygı ölçeği puanları ve alt boyutlarından kaygı ve kaçınma puanlarının karşılaştırılmasına ilişkin Mann Whitney U testi sonuçları tespit edilmiştir. Buna göre sosyal medya bağımlılığı ölçeği alt boyutlarından sosyal tolerans puanları, kişiler arası iletişim ölçeği alt boyutlarından empati, başkalarına güven, duygu farkındalığı puanlarında öğrencilerin cinsiyetlerine göre anlamlı farklılık yoktur ( $p>,05$ ).

Liebowitz sosyal kaygı ölçeği alt boyutlarından kaygı düzeylerinde ve kaçınma düzeylerinde kadınların ortalamaları anlamlı olarak erkeklerden yüksektir( $p<,01$ ).

**Tablo-11** Öğrencilerin Yaşlarına Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Alt Boyutlarından Sosyal Tolerans Puanları, Kişiler Arası İletişim Ölçeği Alt Boyutlarından Empati, Başkalarına Güven, Duygu Farkındalığı, Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Puanları ve Alt Boyutlarından Kaygı ve Kaçınma Puanlarının Karşılaştırılması

	Gruplar	N	S.T.	S.O.	U	z	p
Empati	23-25	139	90,36	12559,50			
	26-30	50	107,91	5395,50	2829,500	-1,983	<b>,047*</b>
	Total	189					
Başkalarına Güven	23-25	131	92,69	12142,50			
	26-30	52	90,26	4693,50	3315,500	-,281	<b>,779</b>
	Total	183					
Duygu Farkındalığı	23-25	127	85,52	10861,00			
	26-30	48	94,56	4539,00	2733,000	-1,057	<b>,290</b>
	Total	175					
Sosyal Tolerans	23-25	145	100,96	14639,50			
	26-30	55	99,28	5460,50	3920,500	-,185	<b>,853</b>
	Total	200					
Liebowitz Sosyal Kaygı	23-25	137	88,66	12146,50			
	26-30	54	114,62	6189,50	2693,500	-2,926	<b>,003**</b>
	Total	191					
Kaygı	23-25	143	93,70	13399,50			
	26-30	57	117,55	6700,50	3103,500	-2,637	<b>,008**</b>
	Total	200					

Kaçınma	23-25	138	89,29	12322,00	2731,000	-2,890	<b>,004**</b>
	26-30	54	114,93	6206,00			
	Total	192					

\*\*p<,01

\*p<,05

Tablo-11'de öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı ve alt boyutlarından sosyal tolerans puanları, kişiler arası iletişim ölçeği alt boyutlarından empati, başkalarına güven, duygu farkındalığı, Liebowitz sosyal kaygı ölçeği puanları ve alt boyutlarından kaygı ve kaçınma puanlarının yaş grubu kapsamında karşılaştırılması amacıyla yapılan Mann- Whitney U testi sonuçları verilmiştir. Buna göre sosyal medya bağımlılığı ölçeği alt boyutlarından sosyal tolerans puanları, kişiler arası iletişim ölçeği alt boyutlarından başkalarına güven, duygu farkındalığı puanlarında öğrencilerin yaş gruplarına göre anlamlı farklılık yoktur ( $p>,05$ ).

Kişiler arası iletişim ölçeği alt boyutlarından empati puanlarında 26-30 yaş grubunun puanları anlamlı olarak yüksektir( $z=-1,983$ ;  $p<,05$ ).

Liebowitz sosyal kaygı ölçeği puanlarında 26-30 yaş grubunun puanları anlamlı olarak yüksektir( $z=-2,926$ ;  $p<,01$ ).

Liebowitz sosyal kaygı ölçeği alt boyutlarından kaygı puanlarında 26-30 yaş grubunun puanları anlamlı olarak yüksektir ( $z=-2,637$ ;  $p<,01$ ).

Liebowitz sosyal kaygı ölçeği alt boyutlarından kaçınma puanlarında kadınların puanları anlamlı olarak yüksektir( $z=-2,890$ ;  $p<,01$ ).

**Tablo-12** Öğrencilerin Medeni Durumlarına Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Puanları, Alt Boyutlarından Sosyal İletişim Puanları, Kişiler Arası İletişim Ölçeği Puanları ve Alt Boyutlarından Onay Bağımlılık Puanlarının Karşılaştırılması

	Medeni Durum	n	Ort.	ss	t	sd	p
Onay Bağımlılık	Evli	18	47,17	3,49	-,188	186	<b>,851</b>
	Bekar	170	47,38	4,73			
Sosyal İletişim	Evli	19	26,58	3,96	-,497	198	<b>,620</b>
	Bekar	181	27,22	5,48			
Sosyal Medya Bağımlılığı	Evli	19	45,11	7,30	-,915	197	<b>,362</b>
	Bekar	180	46,95	8,46			

<b>Kişiler Arası İletişim</b>	Evli	16	143,13	9,27	,474	145	<b>,636</b>
	Bekar	131	141,90	9,80			

Tablo-12’de öğrencilerin medeni durumları göz önüne alındığında, sosyal medya bağımlılığı ölçeği puanları, alt boyutlarından sosyal iletişim puanları, kişiler arası iletişim ölçeği puanları ve alt boyutlarından onay bağımlılık puanlarının karşılaştırılmasına ilişkin bağımsız örneklem t-test analizi sonuçları belirtilmiştir ve nu sonuçlara göre medeni durumları arasında sosyal medya bağımlılığı ölçeği puanları, alt boyutlarından sosyal iletişim puanları, kişiler arası iletişim ölçeği puanlarına ve alt boyutlarından onay bağımlılık puanlarına göre anlamlı farklılık yoktur ( $p>,05$ ).

**Tablo-13** Öğrencilerin Eğitim Durumlarına Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Puanları, Alt Boyutlarından Sosyal İletişim Puanları, Kişiler Arası İletişim Ölçeği Puanları ve Alt Boyutlarından Onay Bağımlılık Puanlarının Karşılaştırılması

	<b>Eğitim Durumu</b>	<b>n</b>	<b>Ort.</b>	<b>ss</b>	<b>t</b>	<b>Sd</b>	<b>p</b>
Onay Bağımlılık	Lisans	3	47,6667	4,04145			
	Yüksek Lisans	186	47,3548	4,62226	,116	187	<b>,908</b>
Sosyal İletişim	Lisans	3	22,3333	10,78579			
	Yüksek Lisans	197	27,2640	5,20904	-1,601	198	<b>,111</b>
<b>Sosyal Medya Bağımlılığı</b>	Lisans	3	46,6667	16,50253			
	Yüksek Lisans	196	46,7959	8,22811	-,027	,197	<b>,979</b>
<b>Kişiler Arası İletişim</b>	Lisans	3	155,0000	9,16515			
	Yüksek Lisans	145	141,7379	9,54450	2,383	,146	<b>,018*</b>

\* $p<,05$

Tablo-13’te öğrencilerin eğitim durumlarına göre sosyal medya bağımlılığı ölçeği puanları, alt boyutlarından sosyal iletişim puanları, kişiler arası iletişim ölçeği

puanları, kişiler arası iletişim ölçeğinin alt boyutlarından olan onay bağımlılık puanlarına göre anlamlı farklılık yoktur ( $p>,05$ ).

Kişiler arası iletişim ölçeği puanlarında lisans eğitimi alanların puanları anlamlı olarak yüksek bulunmuştur ( $t=2,383$ ;  $p<,05$ ).

**Tablo-14** Öğrencilerin Eğitim Durumlarına Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Alt Boyutlarından Sosyal Tolerans Puanları, Kişiler Arası İletişim Ölçeği Alt Boyutlarından Empati, Başkalarına Güven, Duygu Farkındalığı, Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Puanları ve Alt Boyutlarından Kaygı ve Kaçınma Puanlarının Karşılaştırılması

	<b>Gruplar</b>	<b>N</b>	<b>S.T.</b>	<b>S.O.</b>	<b>U</b>	<b>z</b>	<b>p</b>
Empati	Lisans	3	158,33	475,00			
	Yüksek	185	93,46	17291,00	86,000	-	<b>,037*</b>
	Lisans					2,088	
	Total	188					
<hr/>							
Başkalarına Güven	Lisans	3	120,67	362,00			
	Yüksek	180	91,52	16474,00	184,000	-,949	<b>,342</b>
	Lisans						
	Total	183					
<hr/>							
Duygu Farkındalığı	Lisans	3	132,33	397,00			
	Yüksek	172	87,23	15003,00	125,000	-	<b>,125</b>
	Lisans					1,534	
	Total	175					
<hr/>							
Sosyal Tolerans	Lisans	3	153,00	459,00			
	Yüksek	196	99,19	19441,00	135,000	-	<b>,105</b>
	Lisans					1,621	
	Total	199					
<hr/>							
<b>Liebowitz Sosyal Kaygı</b>	Lisans	3	108,67	326,00			
	Yüksek	187	95,29	17819,00	241,000	-,419	<b>,676</b>
	Lisans						
	Total	190					
<hr/>							
Kaygı	Lisans	3	110,33	331,00			
	Yüksek	196	99,84	19569,00	263,000	-,314	<b>,754</b>
	Lisans						
	Total	199					
<hr/>							
Kaçınma	Lisans	3	114,83	344,50			
	Yüksek	188	95,70	17991,50	225,500	-,598	<b>,550</b>
	Lisans						
	Total	191					

\* $p<,05$

Tablo-14'te öğrencilerin eğitim durumları göz önüne alındığında, sosyal medya bağımlılığı ölçeği alt boyutlarından sosyal tolerans puanları, kişiler arası iletişim

ölçeği alt boyutlarından empati, başkalarına güven, duygu farkındalığı, Liebowitz sosyal kaygı ölçeği puanları ve alt boyutlarından kaygı ve kaçınma puanlarının karşılaştırılmasına ilişkin Mann Whitney U testi sonuçları verilmiştir ve bu sonuçlara sosyal medya bağımlılığı ölçeği alt boyutlarından sosyal tolerans puanları, kişiler arası iletişim ölçeği alt boyutlarından başkalarına güven, duygu farkındalığı, Liebowitz sosyal kaygı ölçeği puanları ve alt boyutlarından kaygı ve kaçınma puanlarında öğrencilerin eğitim durumlarına gruplarına göre anlamlı farklılık yoktur ( $p>.05$ ).

**Tablo-15** Öğrencilerin Birlikte Yaşadıkları Kişilere Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Alt Boyutlarından Sosyal Tolerans Puanları, Kişiler Arası İletişim Ölçeği Alt Boyutlarından Empati, Başkalarına Güven, Duygu Farkındalığı, Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Puanları ve Alt Boyutlarından Kaygı ve Kaçınma Puanlarının Karşılaştırılması

Puan	Gruplar	n	S.O.	$\chi^2$	sd	p
Empati	Ailemle Yaşıyorum	78	102,40	3,016	2	<b>,221</b>
	Tek Yaşıyorum	44	86,97			
	Arkadaşarımla Yaşıyorum	66	90,18			
Bşkalarına Güven	Ailemle Yaşıyorum	75	93,13	,757	2	<b>,685</b>
	Tek Yaşıyorum	44	95,19			
	Arkadaşarımla Yaşıyorum	63	86,98			
Duygu Farkındalığı	Ailemle Yaşıyorum	73	92,23	,889	2	<b>,641</b>
	Tek Yaşıyorum	42	84,42			
	Arkadaşarımla Yaşıyorum	60	85,36			
Sosyal Tolerans	Ailemle Yaşıyorum	84	105,31	1,452	2	<b>,484</b>
	Tek Yaşıyorum	45	93,20			
	Arkadaşarımla Yaşıyorum	70	98,00			
Liebowitz Sosyal Kaygı	Ailemle Yaşıyorum	82	117,13	22,371	2	<b>,000**</b>
	Tek Yaşıyorum	45	79,28			
	Arkadaşarımla Yaşıyorum	63	78,94			

Kaygı	Ailemle Yaşıyorum	84	123,58	24,518	2	,000**
	Tek Yaşıyorum	46	81,63			
	Arkadaşlarımla Yaşıyorum	69	83,54			
Kaçınma	Ailemle Yaşıyorum	82	115,92	18,922	2	,000**
	Tek Yaşıyorum	45	79,44			
	Arkadaşlarımla Yaşıyorum	64	82,12			

\*\*p<,01

Tablo-15'te öğrencilerin birlikte yaşadıkları kişilere göre sosyal medya bağımlılığı ölçeği alt boyutlarından sosyal tolerans puanları, kişiler arası iletişim ölçeği alt boyutlarından empati, başkalarına güven, duygu farkındalığı, Liebowitz sosyal kaygı ölçeği puanları ve alt boyutlarından kaygı ve kaçınma puanlarının karşılaştırılmasına ilişkin Kruskal Wallis testi uygulaması yapılmıştır. Buna göre Liebowitz sosyal kaygı ölçeği puanları ve alt boyutlarından kaygı ve kaçınma öğrencilerin birlikte yaşadıkları kişiler arasında anlamlı fark çıkmıştır. Ailesi ile yaşayanların sosyal kaygı oranları tek yaşayan ve arkadaşı ile birlikte yaşayanların kaygı oranından anlamlı şekilde daha yüksektir ( $x^2=22,371$ ;  $p<,01$ ).

Ailesi ile yaşayanların kaygı oranları tek yaşayan ve arkadaşı ile birlikte yaşayanların kaygı oranından anlamlı şekilde daha yüksektir ( $x^2=24,518$ ;  $p<,01$ ).

Ailesi ile yaşayanların kaçınma oranları tek yaşayan ve arkadaşı ile birlikte yaşayanların kaçınma oranından anlamlı şekilde daha yüksektir ( $x^2=18,922$ ;  $p<,01$ ).

**Tablo-16** Öğrencilerin Sosyal Medyada Geçirilen Sürelere Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Puanları, Alt Boyutlarından Sosyal İletişim Puanları, Kişiler Arası İletişim Ölçeği Puanları ve Alt Boyutlarından Onay Bağımlılık Puanlarının Karşılaştırılması

		$x^2$	Sd	Ortalama kare	F	p
Onay Bağımlılık	Gruplar arası	58,249	2	29,124	1,379	,254
	Gruplar içi	3927,285	186	21,114		
Sosyal İletişim	Gruplar arası	379,159	2	189,579	7,046	,001**
	Gruplar içi	5327,657	198	26,907		

<b>Sosyal Medya Bağımlılığı</b>	Gruplar arası	2962,080	2	1481,040	26,652	<b>,000**</b>
	Gruplar içi	10947,340	197	55,570		
<b>Kişiler Arası İletişim</b>	Gruplar arası	668,183	2	334,092	3,688	<b>,027*</b>
	Gruplar içi	13134,810	145	90,585		

\* $p < ,05$

Tablo-16'da öğrencilerin sosyal medyada geçirdikleri sürelerle göre sosyal medya bağımlılığı ölçeği puanları, alt boyutlarından sosyal iletişim puanları, kişiler arası iletişim ölçeği puanları ve alt boyutlarından onay bağımlılık puanlarının karşılaştırılmasına ilişkin ANOVA analizi sonuçları verilmektedir ve bu sonuçlara göre sosyal medyada geçirilen süreler arasında kişiler arası iletişim ölçeğinin alt boyutlarından olan onay bağımlılık puanlarına göre anlamlı farklılık yoktur ( $p > ,05$ ).

Sosyal iletişim puanlarında ( $F_{(2,198)}=7,046$ ;  $p < ,01$ ), sosyal medya bağımlılığı puanlarında ( $F_{(2,197)}=26,652$ ;  $p < ,01$ ), kişiler arası iletişim puanlarında ( $F_{(2,145)}=3,688$ ;  $p < ,05$ ) sosyal medyada geçirdikleri sürelerle göre anlamlı farklılık vardır. Anlamlılığın nereden kaynaklandığını anlamak için yapılan Post-hoc analizlerine göre sosyal iletişim puanları arasında fark 3-5 saat arası ile 1-3 saat arası ( $p : ,022$ ) ve 1 saatten az ( $p : ,001$ ) vakit geçirenler arasında 3-5 saat vakit geçirenlerin puanları yüksektir.

Sosyal medya bağımlılığı puanları arasında fark 3-5 saat arası, 1-3 saat arası ( $p : ,000$ ) ve 1 saatten az ( $p : ,001$ ) vakit geçirenler arasında 3-5 saat vakit geçirenlerin puanları yüksektir.

Kişiler arası iletişim puanları arasında fark 1 saatten az, 1-3 saat arası ( $p : ,011$ ) ve 3-5 saat arası ( $p : ,007$ ) vakit geçirenler arasında 1 saatten az vakit geçirenlerin puanları yüksektir.

**Tablo-17** Öğrencilerin Sosyal Medyada Geçirilen Sürelerle Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Alt Boyutlarından Sosyal Tolerans Puanları, Kişiler Arası İletişim Ölçeği Alt Boyutlarından Empati, Başkalarına Güven, Duygu Farkındalığı, Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği Puanları ve Alt Boyutlarından Kaygı ve Kaçınma Puanlarının Karşılaştırılması

Puan	Gruplar	n	S.O.	$x^2$	sd	p
------	---------	---	------	-------	----	---



Empati	1 saatten az	3	172,50	6,525	2	<b>,038*</b>
	1-3 saat	161	94,39			
	3-5 saat	25	89,64			
Başkalarına Güven	1 saatten az	3	55,67	2,395	2	<b>,302</b>
	1-3 saat	155	94,14			
	3-5 saat	25	83,08			
Duygu Farkındalığı	1 saatten az	2	120,00	,828	2	<b>,661</b>
	1-3 saat	150	87,82			
	3-5 saat	23	86,41			
Sosyal Tolerans	1 saatten az	3	154,00	36,536	2	<b>,000**</b>
	1-3 saat	171	90,41			
	3-5 saat	26	160,69			
Liebowitz Sosyal Kaygı	1 saatten az	3	158,50	6,016	2	<b>,049*</b>
	1-3 saat	163	92,71			
	3-5 saat	25	109,94			
Kaygı	1 saatten az	3	166,50	7,675	2	<b>,022*</b>
	1-3 saat	171	96,41			
	3-5 saat	26	119,77			
Kaçınma	1 saatten az	3	154,00	4,610	2	<b>,100</b>
	1-3 saat	164	93,79			
	3-5 saat	25	107,38			

\*\* $p < ,01$

\* $p < ,05$

Tablo-17'de öğrencilerin sosyal medyada geçirdikleri süreler göz önünde bulunduğunda, sosyal medya bağımlılığı ölçeği alt boyutlarından sosyal tolerans puanları, kişiler arası iletişim ölçeği alt boyutlarından empati, başkalarına güven, duygu farkındalığı, sosyal medya bağımlılığı ölçeği alt boyutlarından sosyal tolerans ve Liebowitz sosyal kaygı ölçeği puanları ve alt boyutlarından kaygı ve kaçınma puanlarının karşılaştırılmasına ilişkin Kruskal Wallis testi uygulaması yapılmıştır. Buna göre kişiler arası iletişim ölçeği alt boyutlarından empati, sosyal medya bağımlılığı ölçeği alt boyutlarından sosyal tolerans, Liebowitz sosyal kaygı ölçeği

puanları ve alt boyutlarından kaygı öğrencilerin sosyal medyada geçirdikleri süreler ile anlamlı fark çıkmıştır.

1 saatten az sosyal medyada vakit geçirenlerin empati oranları sosyal medyada 13-5 saat arasında ve 1-3 saat arasında vakit geçirenlerin oranından anlamlı şekilde daha yüksektir ( $x^2=6,525$ ;  $p<,05$ ).

3-5 saat arasında sosyal medyada vakit geçirenlerin sosyal tolerans oranları sosyal medyada 1 saatten az ve 1-3 saat arasında vakit geçirenlerin oranından anlamlı şekilde daha yüksektir ( $x^2=36,536$ ;  $p<,01$ ).

1 saatten az sosyal medyada vakit geçirenlerin Liebowitz sosyal kaygı oranları sosyal medyada 1-3 saat arasında ve 3-5 saat arasında vakit geçirenlerin oranından anlamlı şekilde daha yüksektir ( $x^2=6,016$ ;  $p<,05$ ).

1 saatten az sosyal medyada vakit geçirenlerin kaygı oranları sosyal medyada 1-3 saat arasında ve 3-5 saat arasında vakit geçirenlerin oranından anlamlı şekilde daha yüksektir ( $x^2=7,675$ ;  $p<,05$ ).

**Tablo-18** Öğrencilerin Bütün Sosyal Ağlarda Ortalama Yapılan Paylaşımlara Göre Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Puanları, Alt Boyutlarından Sosyal İletişim Puanları, Kişiler Arası İletişim Ölçeği Puanları ve Alt Boyutlarından Onay Bağımlılık Puanlarının Karşılaştırılması

		<b>x<sup>2</sup></b>	<b>sd</b>	<b>Ortalama kare</b>	<b>F</b>	<b>p</b>
Onay Bağımlılık	Gruplar arası	189,918	2	94,959	4,653	<b>,011*</b>
	Gruplar içi	3795,616	186	20,407		
Sosyal İletişim	Gruplar arası	69,471	2	34,736	1,220	<b>,297</b>
	Gruplar içi	5637,345	198	28,471		
<b>Sosyal Medya Bağımlılığı</b>	Gruplar arası	935,304	2	467,652	7,101	<b>,001**</b>
	Gruplar içi	12974,116	197	65,858		
<b>Kişiler Arası İletişim</b>	Gruplar arası	137,440	2	68,720	,729	<b>,484</b>
	Gruplar içi	13665,554	145	94,245		

\*\* $p<,01$

\* $p<,05$

Tablo-18'de öğrencilerin bütün sosyal ağlarda ortalama yapılan paylaşımlara göre sosyal medya bağımlılığı ölçeği puanları, alt boyutlarından sosyal iletişim puanları, kişiler arası iletişim ölçeği puanları ve alt boyutlarından onay bağımlılık puanlarının karşılaştırılmasına ilişkin ANOVA analizi sonuçları verilmektedir ve bu sonuçlara göre bütün sosyal ağlarda ortalama yapılan paylaşımlar arasında kişiler arası iletişim ölçeği ve sosyal medya bağımlılık ölçeği alt boyutlarından sosyal iletişim puanlarına göre anlamlı farklılık yoktur ( $p>,05$ ).

Onay bağımlılık puanlarında ( $F_{(2,186)}=4,653$ ;  $p<,05$ ), sosyal medya bağımlılığı puanlarında ( $F_{(2,197)}=7,101$ ;  $p<,01$ ) bütün sosyal ağlarda ortalama yapılan paylaşımlara göre anlamlı farklılık vardır.

Anlamlılığın kaynağını anlamak amacıyla yapılan Post-hoc analizlerine göre onay bağımlılık puanları arasında fark 0-10 adet arası ile 11-20 adet arası ( $p: ,003$ ) paylaşım yapanlar arasında 0-10 adet arası paylaşım yapanların puanı yüksektir.

Sosyal medya bağımlılığı puanları arasında fark 21-30 adet arası ile 11-20 adet arası ( $p: ,000$ ) ve 0-10 adet arası ( $p: ,001$ ) paylaşım yapanlar arasında 21-30 adet arası paylaşım yapanların puanları yüksektir.

**Tablo-19** Öğrencilere Uygulanan Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği Ve Alt Boyutları İle Kişiler Arası İletişim Ölçeği ve Alt Boyutları ve Liebowitz Sosyal Kaygı Ölçeği ve Alt Boyutları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

		Sosyal Tolerans	Sosyal İletişim	Sosyal Medya Bağımlılığı
Onay Bağımlılık	R	-,051	-,090	-,090
	P	,484	,217	,219
Empati	R	,192	-,221	-,012
	P	,008**	,002**	,872
Başkalarına Güven	R	,014	-,075	-,038
	P	,850	,314	,611
Duygu Farkındalığı	R	,035	,021	,037
	P	,645	,784	,630

<b>Liebowitz Sosyal Kaygı</b>	R	,456	,020	,311
	P	,000**	,784	,000**
Kaygı	R	,441	-,033	,267
	P	,000**	,647	,000**
Kaçınma	R	,455	,043	,325
	P	,000**	,551	,000**
<b>Kişiler Arası İletişim</b>	R	,081	-,206	-,069
	P	,332	,012*	,407

\*\* $p < ,01$

\* $p < ,05$

Tablo-19'da öğrencilere uygulanan sosyal medya bağımlılığı ölçeği ve alt boyutları ile kişiler arası iletişim ölçeği ve alt boyutları ve sosyal kaygı ölçeği ve alt boyutları arasındaki ilişkinin incelenmesine ilişkin Pearson Correlation testi analizi sonuçları verilmiştir.

Öğrencilerin sosyal tolerans düzeyi ile empati düzeyi arasında pozitif yönde istatistiksel olarak zayıf bir ilişki söz konusudur ( $p < ,01$ ). Bundan dolayı, sosyal tolerans düzeyi arttıkça empati düzeyinin de arttığı tespit edilmiştir.

Öğrencilerin sosyal iletişim düzeyi ile empati düzeyi arasında negatif yönde istatistiksel olarak zayıf bir ilişki söz konusudur ( $p < ,01$ ). Sosyal iletişim düzeyi arttıkça empati düzeyi azaldığı tespit edilmiştir.

Öğrencilerin sosyal tolerans düzeyi ile sosyal kaygı düzeyi arasında pozitif yönde istatistiksel olarak orta şiddette bir ilişki söz konusudur ( $p < ,01$ ). Sosyal tolerans düzeyi arttıkça sosyal kaygı düzeyinin arttığı tespit edilmiştir.

Öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı düzeyi ile sosyal kaygı düzeyi arasında pozitif yönde istatistiksel olarak zayıf bir ilişki söz konusudur ( $p < ,01$ ).

Öğrencilerin sosyal tolerans düzeyi ile kaygı düzeyi arasında pozitif yönde istatistiksel olarak orta şiddette bir ilişki söz konusudur ( $p < ,01$ ).

Öğrencilerin sosyal tolerans düzeyi ile kaçınma düzeyi arasında pozitif yönde istatistiksel olarak orta şiddette bir ilişki söz konusudur ( $p < ,01$ ).

Öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı ile kaygı düzeyi arasında pozitif yönde istatistiksel olarak zayıf bir ilişki söz konusudur ( $p < ,01$ ).

Öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı ile kaçınma düzeyi arasında pozitif yönde istatistiksel olarak zayıf bir ilişki söz konusudur ( $p<,01$ ).

Öğrencilerin sosyal iletişim düzeyi ile kişiler arası iletişim düzeyi arasında negatif yönde istatistiksel olarak zayıf bir ilişki söz konusudur ( $p<,05$ ).



## BEŞİNCİ BÖLÜM

### TARTIŞMA

İletişim, insan hayatının temel kaynaklarından biridir. İletişim sayesinde bireyler çevrelerinde yaşanan olaylardan haberdar olmakta, duygularını ve düşüncelerini başkalarıyla paylaşmaktadırlar.<sup>111</sup>

Bu çalışmamızda yetişkinlerde sosyal medya kullanımının sosyal kaygı ve kişiler arası iletişim ile arasındaki ilişkiyi belirleme amaçlanmıştır. Elde ettiğimiz veriler literatür ışığında tartışılacaktır.

Araştırmamızda onay bağımlılık ölçeğinde erkeklerin kadınlardan anlamlı düzeyde yüksek puan aldığı görülmüştür. Dolayısıyla erkeklerin başkaları tarafından daima olumlu geri bildirimler alma düzeyleri kadınlardan anlamlı şekilde yüksektir. Çatalkaya<sup>112</sup> ise onay bağımlılığı açısından kadınlar ve erkeklerin denk olduğunu tespit etmiştir. Araştırmamızda Liebowitz sosyal kaygı ölçeği puanları ve kaçınma puanlarında kadın katılımcıların lehine anlamlı fark olduğu görülmüştür. Diğer bir ifadeyle kadınların sosyal kaygı düzeyleri erkeklerden anlamlı şekilde daha yüksektir. Benzer şekilde Aktan<sup>113</sup>da kadın katılımcıların erkek katılımcılardan yüksek düzeyde sosyal kaygıya sahip olduklarını tespit etmiştir. Aynı şekilde Caballo ve arkadaşları<sup>114</sup> da 18 ülkede kadınlar ve erkekler arasındaki sosyal kaygı farklılıklarını inceledikleri araştırmalarında sosyal kaygı derecesinde erkekler ve kadınlar arasında küçük ama önemli farklılıklar olduğunu tespit etmişlerdir. Bu sonuçların aksine Erkan ve arkadaşları<sup>115</sup> ise cinsiyet değişkeninin sosyal kaçınma üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığını bulgulamıştır. Bizim araştırmamızda kadın katılımcıların sosyal kaygı düzeylerinin yüksek çıkmasının sebebi kadın katılımcıların yaş değişkenlerinin etkisi olması ve kadın katılımcıların kişilik özelliklerinden kaynaklanabilir olması olabilir.

---

<sup>111</sup> Okan Demirci vd., “*Kişiler Arası Etkileşimli İletişim*” İstanbul Gelişim Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2018, s;1.

<sup>112</sup> Şebnem Çatalkaya, “Aile İçi Şiddet, Benlik Saygısı Ve Kişiler Arası İlişki Kurma Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul, 2018 s. 69 (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*).

<sup>113</sup> Ercan Aktan, "Sosyal Medya ve Sosyal Kaygı: Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma", *Selçuk İletişim*, Konya, 2018, Cilt: 11, Sayı: 2, s.35-53.

<sup>114</sup> Vicente E. Cabollo vd., "Differences in Social Anxiety Between Men and Women Across 18 Countries", *Personality and Individual Differences*, 2014, Sayı: 64 , s. 35-40.

<sup>115</sup> Erkan Zülal, Sonay Güçray ve Sabahattin Çam, "Ergenlerin Sosyal Kaygı Düzeylerinin Ana Baba Tutumları ve Cinsiyet Açısından İncelenmesi", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2002, Cilt: 10, Sayı: 10, s. 64-75.

Araştırmamızda yaş grupları açısından sosyal medya bağımlılığı ölçeği puanları, alt boyutlarından sosyal iletişim puanları, kişiler arası iletişim ölçeği puanlarına ve alt boyutlarından onay bağımlılık puanlarına göre anlamlı farklılık olmadığı görülmüştür. Yaş değişkeni açısından çalışmalarda literatürde farklı sonuçlar görülmektedir. Tutgun Ünal<sup>116</sup> çalışmasında yaş değişkeninin sosyal medya bağımlılığını etkilediğini belirtirken; Çiftçi<sup>117</sup> ise yaş değişkeninin sosyal medya bağımlılığı açısından oldukça belirleyici bir değişken olduğunu belirtmektedir. Koçyiğit<sup>118</sup> etkili iletişim ve duygusal zekâ başlıklı çalışmasında yaş değişkeninin kişiler arası iletişim sürecinde önemli bir yere sahip olduğunu belirtmektedir. Yalçinkaya ve arkadaşları<sup>119</sup> tarafından yapılan çalışma da bu sonuçlarla paralellik göstermektedir. Çalışmamızda sosyal onay ihtiyacının yaş değişkeni açısından anlamlı farklılık oluşturmadığı tespit edilmiştir. Çalışmamızda elde edilen bu sonucun sebebi yaş değişkenlerimizin 23-25 ve 26-30 gibi birbirine yakın yaş aralığının olmasından olabilir.

Medeni durum değişkeni açısından elde edilen bulgularda ise katılımcıların medeni durumları ile sosyal medya bağımlılığı, alt boyutlarından sosyal iletişim puanları, kişiler arası iletişim ölçeği puanlarına ve alt boyutlarından onay bağımlılık puanları arasında anlamlı farklılık olmadığı görülmüştür. Bu bulgular literatürdeki sonuçlar ile tutarlılık göstermektedir. Şafak ve Kahraman<sup>120</sup> çalışmalarında sosyal medya bağımlılığının medeni durum kapsamında anlamlı bir farklılık oluşturmadığını bulmuştur. Sağar<sup>121</sup> ise boşanmış yetişkinlerin, evli yetişkinlere göre daha fazla sosyal medya bağımlısı olduklarını bulgulamıştır. Araştırmamızda ayrıca medeni durumun kişiler arası iletişim ölçeği alt boyutlarından empati, başkalarına güven, duygu farkındalığı boyutlarında farklılığa neden olmadığı görülmüştür. Bu sonucu destekleyen bir doktora tezi çalışmasında İmamoğlu<sup>122</sup> medeni durumun empati, başkalarına güven, duygu farkındalığı boyutlarında farklılığa neden olmadığını

---

<sup>116</sup> Aylin Ünal Tutgun, Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Marmara Üniversitesi, İstanbul, 2015, s. 75 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

<sup>117</sup> Hasan Çiftçi, "Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı", **MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 2018, Cilt: 7, Sayı: 4, s. 414-434.

<sup>118</sup> Murat Koçyiğit, "Etkili İletişim ve Duygusal Zekâ", **Eğitim Yayınevi**, İstanbul, 2016 s. 109.

<sup>119</sup> Münevver Yalçinkaya, Meryem Taner ve Emre Demirci, "Ergenlerde Sosyal Onay ve İyilik Hallerinin İncelenmesi", **Folklor/Edebiyat**, 2019, Cilt: 25, Sayı: 97, s. 716-729.

<sup>120</sup> Buse Şafak ve Süleyman Kahraman. "Sosyal Medya Kullanımının Yalnızlık Ve Narsistik Kişilik Özelliği Belirtileri İle İlgili İlişkinin İncelenmesi", **Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi**, 2019, Cilt: 6, Sayı: 2, s. 54-69.

<sup>121</sup> Mehmet Enes Sağar, "Yetişkin Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığının İrdelenmesi", **Sağlık Bilimlerinde Eğitim Dergisi**, 2019, Cilt: 2, Sayı: 1, s. 29-42.

<sup>122</sup> Seval İmamoğlu, "Genç Yetişkinlikte Kişilerarası İlişkilerin Cinsiyet, Cinsiyet Roller ve Yalnızlık Algısı Açısından İncelenmesi", Sosyal Bilimler Enstitüsü, Marmara Üniversitesi, İstanbul, 2008, s.120 (**Yayımlanmamış Doktora Tezi**).

bulgulamıştır. Bu bulgunun sebebi kişinin erken dönem yaşantılarından kazandığı empati ve güven hissinin sonraki yaşamdaki medeni hal ile çok değişikliğe uğramayacağından olabilir.

Araştırmamızda sosyal medya bağımlılığı ile birlikte yaşanan kişiler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı; ancak tek başına yaşan öğrencilerin sosyal iletişim düzeylerinin ailesiyle birlikte yaşayanların düzeylerinden anlamlı şekilde daha yüksek olduğu görülmüştür. Diğer taraftan ailesi ile yaşayanların kaygı oranlarının tek yaşayan ve arkadaşı ile birlikte yaşayanların kaygı oranından anlamlı şekilde daha yüksek olduğu görülmüştür. Dilber<sup>123</sup> yaptığı bir araştırmada sosyal medya kullanımının bireyi yalnızlaştırdığı ve aile ile ilişkilerini azalttığı yönünde benzer bir sonuç elde etmiştir. Kang<sup>124</sup>, yalnız yaşayanların kaygı düzeylerinin yalnız yaşamayanlara kıyasla anlamlı olarak daha yüksek olduğunu belirtmiştir.

Araştırmamızın bulgularına dayanarak sosyal medyada geçirilen süreler arasında kişiler arası iletişim ölçeğinin alt boyutlarından olan onay bağımlılık puanları için göre anlamlı farklılık olmadığı görülmüştür. Ancak sosyal medyada geçirilen süre ile kişiler arası iletişim puanları arasında anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Dolayısıyla bireylerin sosyal medyada geçirdikleri süre ile kişiler arası iletişimleri arasında bir ilişki bulunmaktadır. Sosyal medyada geçirdiğimiz süre artınca kişiler ile kurduğumuz yüz yüze iletişim azalmaktadır. Balcı ve Gülner<sup>125</sup> da çalışmalarında sosyal medya bağımlılarının bağımlı olmayan kişilere kıyasla interneti daha fazla kullandıklarını tespit etmişlerdir. Çakmak ve Müezzın<sup>126</sup> de günlük olarak sosyal medya kullanımı, süresinin kişiler arası iletişim becerisini farklılaştırdığını belirtmektedir. Bu sonucun nedeni kişiler ile iletişimi sosyal medyada sağlamaya başlamamız ve sosyal medyada iletişim için zaman ayırmamızdır. Diğer taraftan araştırmamızda sosyal medyada geçirilen süre ile Liebowitz sosyal kaygı ölçeği puanları arasında da anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Sosyal medya geçirdiğimiz süre arttıkça kaygı düzeyimizde

---

<sup>123</sup> Fadime Dilber, "Aile iletişiminde Sosyal Medya: Karamanoğlu Mehmet bey Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma" *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2019, Cilt: 12, Sayı: 33, s.373-374.

<sup>124</sup> Hee-Chul Kang, "A study on Comparison of Yangseng (Traditional Health Behavior), Depression, Anxiety and Cognitive Function Between the Elderly Women Living Alone and the Aged in the Living With Family", *Journal of Oriental Neuropsychiatry*, 2014, Cilt: 25, Sayı: 2, s.123-132.

<sup>125</sup> Şükrü balcı ve Birol Gülner, "Internet Addiction Among University Students and the Profile of İnternet Addicts," *Journal of Selcuk Communication*, 2009, Cilt: 6, Sayı: 1, s. 5-22.

<sup>126</sup> Sevtap Çakmak ve Ece Emre Müezzın, "Sosyal Medya Kullanımının İletişim Becerileriyle İlişkinin İncelenmesi", *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 2008, Cilt: 2, Sayı: 3, s.196-203.



artmaktadır.Vannucci ve arkadaşları<sup>127</sup> da çalışmalarında sosyal medyanın günlük kullanım süresi ile sosyal kaygı arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır. Bu sonuçları destekleyen başka bir araştırmada ise Elhai ve arkadaşları<sup>128</sup> sosyal medya kullanım süresinin kaygı durumu ile anlamlı şekilde ilişkilidir.

Bu tez araştırmasında bütün sosyal ağlarda ortalama yapılan paylaşımlar ile sosyal medya bağımlılığı arasında da anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Buna göre sosyal medyada daha çok paylaşım yapanların bağımlılık düzeyleri, daha az paylaşım yapanların bağımlılık düzeylerinde anlamlı şekilde daha yüksek çıkmıştır. Sosyal medyada daha fazla paylaşım yapmak sosyal medyayı daha uzun süre kullanmayı beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla sosyal medyada geçirilen süre kullanıcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerini arttırmaktadır<sup>129</sup>. Bu sonuçları destekleyen bir çalışmada Sağar<sup>130</sup> günlük sosyal medya kullanım süresinin sosyal medya bağımlılık düzeyini etkilediğini tespit etmiştir. Bağımlılıkta tolerans önemli bir kavramdır. Giderek artan sıklıkta kullanmak, daha önceki kullanım miktarının aynı etkileri sağlamadığı için bir öncekine göre arttırmak bağımlılığın temelinde yatmaktadır. Bu nedenle sosyal medya ile geçirilen süre bağımlı davranış örüntüsüne dönebilir.

Araştırmamızda sosyal medya bağımlılığı düzeyi ile sosyal kaygı düzeyi arasında pozitif yönde bir ilişki belirtilmiştir. Dolayısıyla katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeyleri arttıkça sosyal kaygı düzeyleri de artmaktadır. Literatürde yer alan bulgular bu sonuçları desteklemektedir. Aktan<sup>131</sup> çalışmasında sosyal medya bağımlılığı ile sosyal kaygı ölçeği ve alt faktörleri arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğunu saptamıştır. Aynı şekilde Vannucci ve arkadaşları<sup>132</sup> da sosyal medya bağımlılığının ileri düzeyde kaygı bozukluğuna neden olma ihtimalini beraberinde getirdiğini belirtmektedirler. Araştırmada ayrıca sosyal tolerans düzeyi ile sosyal kaygı düzeyi arasında da pozitif yönde istatistiksel olarak bir ilişki olduğu

---

<sup>127</sup> Anna Vannucci, Kaitlin M. Flannery, and Christine McCauley Ohannessian, "Social Media Use and Anxiety in Emerging Adults", *Journal of affective disorders*, 2017, s.163-166.

<sup>128</sup> Jon D. Elhai, Brian J. Hall, and Meredith Claycomb Erwin. "Emotion Regulation's Relationships with Depression, Anxiety and Stress Due to Imagined Smartphone and Social Media Loss", *Psychiatry research*, 2018, Sayı: 264, s. 28-34.

<sup>129</sup>Zafer Özdemir, "Üniversite Öğrencilerinde Sosyal medya Bağımlılığı", *Beykoz Akademi Dergisi*, 2019, Cilt: 7, Sayı: 2, s.103.

<sup>130</sup> Sağar, *a.g.e.*, s.29.

<sup>131</sup>Aktan, *a.g.e.*, s.35.

<sup>132</sup> Vannucci, *a.g.e.*, s. 163.

görülmüştür. Aslan<sup>133</sup> da benzer şekilde sosyal tolerans düzeyi ile kaygı düzeyi arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca araştırmada sosyal iletişim düzeyi ile kişiler arası iletişim düzeyi arasında da negatif yönde istatistiksel olarak zayıf bir ilişki tespit edilmiştir. Dolayısıyla katılımcıların sosyal medya üzerinden kurdukları iletişimin artması kişiler arası iletişim düzeylerini azaltmaktadır. Bu bulguyu destekler nitelikte bir çalışmada Hazar sosyal medyayı bireylerin aileleri ve arkadaşlarıyla karşılıklı ilişki geliştirmesinin önündeki engellerden biri olarak değerlendirilmektedir.<sup>134</sup>

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma 202 kişilik örneklem grubundan oluşmaktadır.

Araştırmamızın sonunda elde ettiğimiz sonuçlar aşağıda yer almaktadır;

- Sosyal medya bağımlılığı ve sosyal kaygı arasında ilişki olduğu bulunmuştur.
- Sosyal medya bağımlılığı ve kaygı arasında ilişki olduğu bulunmuştur.
- Sosyal medya bağımlılığı ile kaçınma arasında ilişki olduğu bulunmuştur.
- Sosyal iletişim ve empati arasında ilişki olduğu bulunmuştur.
- Sosyal iletişim ile kişiler arası ilişki arasında ilişki olduğu bulunmuştur.
- Sosyal tolerans ve empati arasında ilişki olduğu bulunmuştur.
- Sosyal tolerans ve kaygı arasında ilişki olduğu bulunmuştur.
- Sosyal tolerans ve kaçınma arasında ilişki olduğu bulunmuştur.

Bu sonuçlardan hareketle uygulayıcılara ve sonraki araştırmacılara şu önerilerde bulunulabilir:

- Sosyal medya bağımlılığının sosyal kaygı düzeyini artırdığı kişiler arası iletişimi olumsuz etkilediği sonucundan hareketle toplumda sosyal medya bağımlılığını önleyecek tedbirler alınabilir.

---

<sup>133</sup> Tülay Aslan, "Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kaygılarının Sosyal Medya Bağımlılıklarını Yordayıcı Rolünün İncelenmesi", Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çağ Üniversitesi, 2020 s. 120 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

<sup>134</sup> Murat Hazar, "Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması", **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, 2011, Cilt: 32, Sayı: 1, s.151-176.

- Gençlerin sosyal medya bağımlılığına neden olacak ve sosyal medyayı kullanmalarını tetikleyecek faktörlerinin belirlenmesine ve bunların önlenmesine yönelik çalışmalara öncelik verilebilir.
- Bireylerin sosyal medya kullanımının altında yatan nedenleri tespit etmek amacıyla sonraki araştırmacılar tarafından derinlemesine görüşme yöntemi ile araştırmalar yapılabilir.
- Bu sonuçlar ile karşılaştırmalı sonuçlar elde edebilmek için sonraki araştırmacılar tarafından farklı coğrafyalarda ve kültürlerde bulunan katılımcıların dahil edildiği daha geniş ve örnekleme araştırmalar yapılabilir.



## KAYNAKÇA

### KİTAPLAR

AKAR Erkan, Sosyal Medya Pazarlaması Sosyal Webde Pazarlama Stratejileri, 1. Baskı, Ankara, 2010.

Amerikan Psikiyatri Birliği, Mental Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal El Kitabı, Beşinci Baskı, (DSM-V), Tanı Ölçütleri Başvuru El Kitabı, Çev. Ed.: Ertuğrul Köroğlu, Hekimler Yayın Birliği, Ankara, 2013.

ÇAĞILTAY Kürşat, Herkes İçin İnternet, Tübitak-Odtü Yayınları, Ankara, 1994.

ÇAKMAK Veysel, İletişim Kaygısı ve Sosyal Medya, Eğitim Yayınevi, Konya, 2018.

DEMİRCİ Onur Okan, GÜNERİ Elif ve ÜNEY Rıdvan “Kişiler Arası Etkileşimli İletişim” İstanbul Gelişim Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2018, s.1.

DÖKMEN Üstün, İletişim Çatışmaları ve Empati, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2002.

EMİROĞLU İnal ve BAYKARA Burak, Yaygın Anksiyete Bozukluğu, Panik Bozukluğu, Özgül Fobi, Sosyal Fobi, Çocuk ve Ergen Psikiyatrisi Temel Kitabı, 2008.

EREN GÜMÜŞ Aynur, Sosyal Kaygı İle Başa Çıkma, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2000.

ESKİYÖRÜK Çiğdem, Örgütsel İletişim, Cinius Yayınları, İstanbul, 2015.

GATES Bill, Önümüzdeki Yol, (Çev. Esra Davutoğlu/Alper Erdal), Arkadaş Yayınları, Ankara, 1999.

GÜDEK Kemal, Terapötik İletişim ve Sosyal Çalışma, Nobel Yayınları, İstanbul, 2013.

GÜRCAN Halil İbrahim, Sanal Gazetecilik, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 1999.

İÇEL Kayıhan, Kitle Haberleşme Hukuku, Beta Yayınları, İstanbul, 1998.

KAHRAMAN Murat, Sosyal Medya, 2. Baskı, İstanbul, 2013.

KOÇEL Tamer, İşletme Yöneticiliği, 9.baskı, Beta Yayıncılık, İstanbul, 2003.

KOÇYİĞİT Murat, Etkili İletişim ve Duygusal Zekâ, Eğitim Yayınevi, İstanbul, 2016.

KUYUCU Mihalis, Yeni İletişim Teknolojileri ve Yeni Medya. Yeni İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya ve Sosyal Ağlar üzerine Bir Güncelleme, Zinde Yayıncılık, İstanbul, 2013.

SAFKO Lon, The Social Media Bible: Tactics, Tools & Strategies for Business Success, 3. Baskı, New Jersey, 2012.

SAYIMER İdil, Sanal Ortamda Halkla İlişkiler, Beta Yayınları, İstanbul, 2008.

SCOTT David Meerman, The New Rules of Marketing and PR, John Wiley and Sons, New Jersey. 2010.

WEINBERG Tamar, The New Community Rules: Marketing On The Social Web, O'Reilly Media, USA, 2009.

## **MAKALELER**

ACAR Sami, GÜRSOY Hülya ve ÖZGÜL ÜNSAL Nimet, "İlişkisel Toplumda Sosyal İş Ağlarının Kariyer Gelişimi Açısından Önemi: LinkedIn Örneği", Ejevoc (Electronic Journal of Vocational Colleges), 2014, Cilt: 4, Sayı: 3, s. 17-34.

AKTAN Ercan, "Sosyal Medya ve Sosyal Kaygı: Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma, Selçuk İletişim, Konya, Cilt:11, Sayı: 2, 2018, 35-53.

AKSAN Gamze ve SÖNMEZ ALTUNSU Özlem, "Üniversite Öğrencilerinin Tolerans Düzeylerinin Farklı Değişkenlerle İlişkisi", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitü Dergisi – Sosyoloji/ Araştırma, 2019, Sayı: 41, S; 302

ALTINBAŞ Kürşad, GÜLÖKSÜZ Sinan, ORAL E. Timuçin ve ÖZÇETİNKAYA Serap "Empatinin Biyolojik Yönleri", Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar, İstanbul (2010), Cilt: 2, Sayı: 2, s.15-19 (yayınlanmış makale).

AYDIN Muazzez, BOZKURT Abdullah, ÇOBANOĞLU Cansu, KARABEKİROĞLU Koray, ŞAHİN Berkan ve USTA Barış Miraç " Zihin Kuramı: Gelişimi, Nörobiyoloji, İlişkili Alanlar, Nörogelişimsel Bozukluklar," Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar, İstanbul, 2019, Cilt: 11, Sayı: 1, s. 25

BALCI Şükrü ve GÜLNAR Birol, "Internet Addiction Among University Students and the Profile of Internet Addicts", Journal of Selcuk Communication, Cilt: 6, Sayı:1, 2009, s.5-22.

BİLGİNA Nevin, ÇITAK Kesgina, TOKUR Makbule ve AKA Bedriye "Yetişkinlerin İnternet Kullanma Durumu ve Bazı Sosyo-Demografik Değişkenler ile İlişkisi", ERPA 2018, 2018, s. 430.

BOYD Danah M., and NİCOLE B. Ellison, "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship." Journal of Computer-Mediated Communication, 2007, Cilt: 13, Sayı:1, s.210-230.

CABALLO Vicente E. Isabel, C.Salazara, María Jesús Irurtia Benito Arias Stefan G.Hofmann "Differences in Social Anxiety Between Men and Women Across 18 Countries", Personality and Individual Differences, Sayı: 64, 2014, s. 35-40.

CEYHAN Aykut ve YELPAZE İsmail, "Genç Yetişkinlerin Facebook Kullanım Davranışları ve Algılanan İletişim Becerileri", Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı: 44, 2017, 152-168.

ÇAKMAK Sevtap ve MÜEZZİN Ece Emre, "Sosyal Medya Kullanımının İletişim Becerileriyle İlişkinin İncelenmesi", Yeni Medya Elektronik Dergisi, 2018 Cilt: 2, Sayı: 3, s.196-203.

ÇALIŞIR Gülsüm, "Kişilerarası İletişimde Kullanılan Bir Araç Olarak Sosyal Medya: Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma", E-Journal of New World Sciences Academy, 2017, Cilt: 10, Sayı: 3, s.115-144.

ÇİFTÇİ Hasan, "Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı", MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2018, Cilt: 7, Sayı: 4, s.414-434.

DİLBİR Fadime,"Aile iletişimde Sosyal Medya: Karamanoğlu Mehmet bey Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma"Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2019, Cilt: 12, Sayı: 33, s. 373-374.

ELHAİ Jon D., BRIAN J. Hall, and MEREDİTH Claycomb Erwin, "Emotion Regulation's Relationships With Depression, Anxiety And Stress Due To İmaged Smartphone And Social Media Loss", Psychiatry Research, 2018, Sayı: 261, s. 28-34.

ERDUR-BAKER, Özgür ve Kavşut Fatma "Akran Zorbalığının Yeni Yüzü: Siber Zorbalık", Eurasian Journal of Educational Research (EJER), 2007, Sayı:27, s. 31-42.

EREN Veysel ve AYDIN Abdullah, "Sosyal Medyanın Kamuoyu Oluşturmadaki Rolü ve Muhtemel Riskler", Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 2014, Sayı: 3, s.197-205.

ERKAN Zülâl, "Sosyal Kaygı Düzeyi Yüksek ve Düşük Ergenlerin Ana Baba Tutumlarına İlişkin Nitel Bir Çalışma", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2002, Cilt: 10, Sayı: 10, s.120-133.

ERKAN Zülâl, GÜÇRAY Sonay ve ÇAM Sabahattin, "Ergenlerin Sosyal Kaygı Düzeylerinin Ana Baba Tutumları ve Cinsiyet Açısından İncelenmesi", Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2002, Cit: 10, Sayı: 10, s. 64-75.

FİSCHER Eileen ve REUBER Rebecca, "Social İnteraction Via New Social Media: (How) Can İnteractions On Twitter Affect Effectual Thinking And Behavior?", Journal of Business Venturing, 2011, Sayı: 26, s.1-18.

GENÇER T. Zekiye, " Sosyal Medya Kullanımının İletişim Kaygısı Bağlamında Değerlendirilmesi" Selçuk İletişim Dergisi, Konya, 2018, Cilt: 11, Sayı: 2, s;32

HAMARTA Erdal ve BALTACI Önder, "Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Kaygı, Sosyal Destek Ve Problem Çözme Yaklaşımları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi", Eğitim ve Bilim, 2013, Cit: 38, Sayı: 167,

HAZAR Murat, "Sosyal Medya Bağımlılığı-Bir Alan Çalışması", İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 2011, Cilt: 32, Sayı: 1, s.151-176.

JEONG Hyeonjeong, SUGUIURA M., SUZUKI W., SASSA Y., HASHIZUME H., & KAWASHIMA R., "Neural Correlates of Second-Language Communication and the Effect of Language Anxiety", Neuropsychologia, Sayı: 84, s. 2-12.

KANG Hee-Chul, "A Study On Comparison Of Yangseng (Traditional Health Behavior), Depression, Anxiety And Cognitive Function Between The Elderly Women Living Alone And The Aged In The Living With Family", Journal of Oriental Neuropsychiatry, 2014, Cilt: 25, Sayı: 2, s.123-132.

KAPLAN Andreas M., and HAENLEIN Michael, "The Early Bird Catches the News: Nine Things You Should Know About Micro-Blogging", Business Horizons, 2011, Cilt: 54, Sayı: 2, s.105-113.

KARAKAYA Emel ve ÖZTOP Didem Behice, "Kaygı Bozukluğu Olan Çocuk ve Ergenlerde Bilişsel Davranışçı Terapi", Journal of Cognitive-Behavioral Psychotherapy and Research, 2013, s. 10-24.

KARAKUŞ Türkan, ÇAĞILTAY K., KAŞIKÇI D., KURŞUN E., ve OGAN C, "Türkiye ve Avrupa'daki Çocukların İnternet Alışkanlıkları Ve Güvenli İnternet Kullanımı", Eğitim ve Bilim, 2014, Cilt: 39, Sayı: 171, s. 230-243.

KILIÇ Zeynep ve GÜLGÜN Durat, "Üniversite Öğrencilerinde Problemlı İnternet Kullanımının Genel Psikolojik Belirtileri ve Sosyal Fobi İle İlişkisi", Sakarya Tıp Dergisi, 2017, Cilt: 7, Sayı: 2, s. 97-104.

KOÇER Mustafa, "Erciyes Üniversitesi Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları", Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 2012, Sayı: 18, s. 70-85.

LERMAN Kristina, "Social Information Processing in News Aggregation", IEEE Internet Computing, 2007, Cilt: 6, Sayı: 6, s.16-28.

ÖZDEMİR Zafer, "Üniversite Öğrencilerinde Sosyal medya Bağımlılığı", Beykoz Akademi Dergisi, 2019, Cilt: 7, Sayı: 2, s. 103

OZKAN N Pelin ve Özkan N.P., "Sosyal Ağ Kullanıcılarının E-Sosyalleşme Sürecindeki Kimlik Yapılandırma Süreçleri", II. International Conference on Communication, Media, Technology and Design, Famagusta-North Cyprus. 2013, s. 386–391.

PRİZANT-PASSAL Shiri, TOMER Shechner, ve IDAN M. Aderka., "Social Anxiety and İnternet Use–A Meta-Analysis: What Do We know? What Are We Missing?", Computers in Human Behavior, 2016, Sayı: 62, s. 221-229.

SAĞAR Mehmet Enes, "Yetişkin Bireylerde Sosyal Medya Bağımlılığının İrdelenmesi", Sağlık Bilimlerinde Eğitim Dergisi, 2019, Cilt: 2, Sayı: 1, s. 29-42.



SUNGUR Mehmet, "Bilişsel Davranışçı Yaklaşımlar ve Sosyal Fobi", Klinik Psikiyatri, 2000, Sayı: 2, s. 27-32.

ŞAFAK Buse ve KAHRAMAN Süleyman, "Sosyal Medya Kullanımının Yalnızlık Ve Narsistik Kişilik Özelliği Belirtileri İle İlgili İlişkinin İncelenmesi", Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 2019, Cilt: 6, Sayı: 2, s. 54-69.

ŞAHİN Cengiz ve YAĞCI Mustafa, "Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması", Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD), 2017, Cilt: 18, Sayı: 1, s.523-538.

TARI CÖMERT İtir ve KAYIRAN Sinan Mahir, "Çocuk ve Ergenlerde İnternet Kullanımı", Çocuk Dergisi, 2010, Cilt: 10, Sayı: 4, s.166-170.

UĞURLU Özge, "Kadının Benlik Sunumunun Güncel Bir Aracı Olarak Sosyal Ağlar Bir Tasarım Unsuru: Kusursuzlaştırma", Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2015, Cilt:8 Sayı: 1, s. 231-248.

VANNUCCI Anna, KAİTLİN M. Flannery and OHANNESIAN MCCAULEY Christine, "Social Media Use and Anxiety in Emerging Adults", Journal of Affective Disorders, 2017, Sayı: 207, s.163-166.

VURAL Zekiye ve BAT Mikail, "Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma", Journal of Yasar University, 2010, Cilt: 5, Sayı: 203, s. 349-3382.

YALÇINKAYA Münevver, TANER Meryem ve DEMİRCİ Emre, "Ergenlerde Sosyal Onay ve İyilik Hallerinin İncelenmesi", Folklor/Edebiyat, 2019, Cilt: 25, Sayı: 97, s. 716-729.

## **TEZLER**

AHMEDOVA Gunel, İnsan Kaynakları Yönetiminde İşe Alım Süreçlerinde Sosyal Medyanın Rolü, İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

ASLAN Tülay, Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kaygılarının sosyal medya bağımlılıklarını yordayıcı rolünün incelenmesi, Çağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2020 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

ATEŞ Bünyamin, Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Fobi İle Başa Çıkmalarında Çözüm Odaklı Grupla Psikolojik Danışmanın Etkisinin İncelenmesi, Atatürk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, 2014 **(Yayımlanmamış Doktora Tezi)**.

AVCIOĞLU Sibel Vasfiye, Tüketim Kültürü ve Sosyal Medya Bağlamında Türkiye’de Televizyon Dizileri, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2018 **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

BAŞDAŞ Erdal, Ergenlerde Problemlı İnternet Kullanım Davranışları İle Yakın Sosyal Çevre Sorunları ve İçe/Dışa Yönelim Sorunları Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi, Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir, 2018 **(Yayımlanmamış Doktora Tezi)**.

BAYRAM Ali Turan, Pazarlama Veri Tabanının Güncel Bir Unsuru Olan Sosyal Medyanın Otel Pazarlamasındaki Yeri, Gezi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2012 **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

BEYAZTAŞ Emre, İstanbul'da görev yapan futbol hakemlerinin müsabaka öncesi ve müsabaka sonrası kaygı düzeylerinin analizi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 2019 **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

BOSTANCI Mustafa, Sosyal Medyanın Gelişimi ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri, 2010 **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

ÇATALKAYA Şebnem, Aile İçi Şiddet, Benlik Saygısı Ve Kişiler Arası İlişki Kurma Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2018 **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

ÇELİK Kübra Deniz, Sosyal Medya Kullanımının İş Sözleşmesine Etkisi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2019 **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

ÇÖLLÜOĞLU Mustafa, Gelişen Teknoloji ile Birlikte Değişen Halkla İlişkilerin Sosyal Medyayı Kullanımı: Twitter Üzerinde Yapılan PR 0.2 Çalışmaları, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2017, **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

ERDEM Mehmet Timuçin, Sosyal Medya Uygulamalarının İşe Alım Süreçlerinde Uygulamaları: Bir İşletme Örneği, Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2012 **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

ESEN Erol, Ergenlerde İnternet Bağımlılığını Yordayan Psiko – Sosyal Değişkenlerin İncelenmesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü İzmir, 2010 **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

HALKACIOĞLU Tanya, Sosyal Fobi Belirtileri İle Problemlı İnternet Kullanımı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2019, **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

IŞIK Umur, Medya Bağımlılığı Teorisi Doğrultusunda İnternet Kullanımının Etkileri Ve İnternet Bağımlılığı, Selçuk Ü Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2007 **(Yayımlanmamış Doktora Tezi)**.

İMAMOĞLU Seval, Genç Yetişkinlikte Kişilerarası İlişkilerin Cinsiyet, Cinsiyet Rollerı Ve Yalnızlık Algısı Açısından İncelenmesi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2008 **(Yayımlanmamış Doktora Tezi)**.

KAMIŞOĞLU İrem, Sosyal Medyada Kişilerarası İletişim Çatışmaları, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2013 **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

MENCİK Ayşe, Genç Tüketicilerin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları Ve Marka Tercihleri Arasındaki İlişki: Selçuk Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2019 **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

MUSTAFA Berham Hasan, Sosyal Medyanın Gelişimi ve Toplumda Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları: Erbil Selahaddin Üniversitesi Örneği, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Van, 2018 **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

ÖZBEY Çetin, İletişim Yetersizliği Olan Bireylere İletişim Becerilerini Kazandırmada “Resim Değiş-Tokuşuna Dayalı İletişim Sistemi” İle Yapılan Öğretimin Etkinliği, Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2011 **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)**.

ÖZOLU Emine, Kadın Cinayetlerinin Sosyal Medyada Yer Alış Biçimleri, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde, 2020 **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).**

SALDAMLI Aslı, Cerrahi Girişim Sürecinde Yer Alan Sağlık Ekibi Üyelerinin Kişilerarası İletişim Tarzları ve Ekip Çalışmasına Yönelik Tutumlarının Değerlendirilmesi, Karabük Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karabük 2018 **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).**

TİMURAY Tayfun, Katılım Bankacılığında Kurum İçi İletişim Hizmeti Kalite İncelemesine Yönelik SERVQUAL Analizi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2019 **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).**

TUTGUN-ÜNAL Aylın, Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul 2015 **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).**

ZORBAZ Osman, Lise Öğrencilerinin Problemlı İnternet Kullanımının Sosyal Kaygı ve Akran İlişkileri Açısından İncelenmesi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2013 **(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).**

## **İNTERNET KAYNAKLARI**

CÜNTAY AKAYGÜN Seçil, çocuklar ve internet kullanımı, [http://www.guncedanismanlik.net/index.php?option=com\\_content&view=article&id=121:cocuklar-ve-internet-kullanimi&catid=21&Itemid=113&lang=tr](http://www.guncedanismanlik.net/index.php?option=com_content&view=article&id=121:cocuklar-ve-internet-kullanimi&catid=21&Itemid=113&lang=tr) (Erişim Tarihi, 21.04.2020).

EUROSTAT, Database. (2019). <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database> (Erişim Tarihi, 04.03.2020).

GÖNCÜ, Semih TRT Akademi, 2018, Cilt: 3, Sayı: 6, s. 590-612, [dergipark.gov.tr](http://dergipark.gov.tr)

<http://www.sosyalmedyapazarlama.com/2011/03/kobilere-viki-kilavuzu/> (Erişim Tarihi, 21.04.2020).

<https://moblobi.com/internet/mikro-bloglar-yeni-nesil-iletisim/> (Erişim Tarihi, 21.04.2020).

[https://tr.wikipedia.org/wiki/Mikroblog#cite\\_note-2](https://tr.wikipedia.org/wiki/Mikroblog#cite_note-2) (Erişim Tarihi, 21.04.2020).

<https://tr.wikipedia.org/wiki/Viki> (Erişim Tarihi, 21.04.2020).

<https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> (Erişim Tarihi, 21.04.2020).

SARAY Fazıl, internet nedir, Ders notları, <https://docplayer.biz.tr/1710489-7-internet-internet-bircok-bilgisayar-sisteminin-birbirine-bagli-oldugu-dunya-capinda-yaygin-olan-ve-surekli-buyuyen-bir-iletisim-agidir.html> (Erişim Tarihi, 04.03.2020).

TDK., Güncel Türkçe sözlük, <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi, 04.03.2020).

TÜİK., (Türkiye İstatistik Kurumu) (2016), Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, <http://www.tuik.gov.tr/> (Erişim Tarihi, 04.03.2020).

TÜİK. (2019). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması Mikro Veri Seti 2019 (Erişim Tarihi, 04.03.2020).


World Bank Data, (2019) <https://data.worldbank.org/indicat or/IT.NE T.USER.ZS>, (Erişim Tarihi, 04.03.2020).

<https://www.turkcebilgi.com/tolerans> (Erişim Tarihi, 08.07.2020)

EKLER

EK-A

EK- A Etik Kurul Onay Kararı



T.C.  
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ  
Etik Kurul Başkanlığı

ETİK KURUL KARAR ÖRNEĞİ


TOPLANTI TARİHİ : 17.12.2019  
TOPLANTI SAYISI : 2019-22

KARAR NO:2019-22-10: Sosyal Bilimler Enstitüsü Klinik Psikoloji Yüksek Lisans Programı öğrencisi Nil ORAN'ın "Yetişkinlerde Sosyal Medya Kullanımının Sosyal Kaygı ve Kişiler Arası İlişki Kurma Üzerine Etkisi" konulu tezi hakkında yapacağı anket çalışmasının, etik kurallara uygun olup olmadığını tespit etmek üzere, Etik Kurulumuzun 22.08.2019 tarih ve 2019-16 sayılı toplantısında, İGÜ Etik Kurul Yönergesinin 12(1) maddesine göre değerlendirme yapmak üzere görevlendirilen öğretim elemanlarının raporları incelenmiş olup, ilgili çalışmada yer alan bilimsel araştırmanın etik kurallara uygun olduğuna oy birliği ile karar verilmiştir.

ASLI GİBİDİR

Prof. Dr. Hakan KURUOĞLU  
Rektör Yardımcısı

ASLI GİBİDİR



Cihangir Mah. Şehit Jandarma Komando Er Hakan Öner Sok. No:1 Avcılar / İSTANBUL  
Tel: (0212) 422 74 01 – 422 70 00 Faks: (0212) 422 74 01  
www.gelisim.edu.tr bilgi@gelisim.edu.tr

A-1

1. Cinsiyetiniz:

Kadın ( ) Erkek ( )

2. Yaşınız:

3. Medeni Durum:

Evli ( ) Bekar ( )

4. Mesleğiniz:

5. Çalışma Durumu:

Çalışıyorum ( ) Çalışmıyorum ( ) İş Arıyorum ( )

6. Öğrenim Durumu:

İlk /Ortaokul ( ) Lise ( ) Lisans ( ) Yüksek Lisans ( )

7. Yaşadığınız Yer:

Kasaba ( ) Köy ( ) Şehir ( )

8. Yaşadığınız Kişi / Kişiler:

Ailemle yaşıyorum ( ) Tek yaşıyorum ( ) Arkadaşımla yaşıyorum ( )

9. Cep Telefonu İnternet Kotanız:

10. Lütfen kullandığınız sosyal medya platformlarını işaretleyiniz.

Facebook ( ) Instagram ( ) Whatsapp ( ) Snapchat ( )

Youtube ( ) Twitter ( ) LinkedIn ( )

11. Lütfen günde ortalama kaç saatinizi sosyal medyada geçirdiğinizi belirtiniz. (Kullanım saatlerinizi minimum-maksimum olarak düşününüz)

1'den az ( ) 1-3 ( ) 3-5 ( ) 5-7 ( ) 7'den fazla ( )

12. Lütfen günde kullandığınız bütün sosyal ağlarda toplam ortalama kaç tane paylaşım yaptığınızı belirtiniz.

0-10 ( ) 11-20 ( ) 21-30 ( ) 31-40 ( ) 41 ve üstü ( )

13. Kullandığınız bütün sosyal medya araçlarında ortalama toplam kaç tane arkadaşınızın veya takipçinizin olduğunu belirtiniz.

100'den az ( ) 100-500 ( ) 501-1000 ( ) 1001 ve üzeri ( )

## EK-C Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu

## EK-1

## Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ-YF)

**AÇIKLAMA:** Aşağıda internette sosyal medya kullanımıyla ilgili çeşitli durumlar verilmiştir. Sizden, her ifadeyi dikkatlice okumanız ve kendiniz için en doğru olan ifadenin üzerine X işaretini koymanız istenmektedir. Lütfen boş maşde bırakmayınız ve her durum için bir işaretleme yapınız.

- ① Bana Hiç Uygun Değil      ② Bana Uygun Değil      ③ Kararsızım  
④ Bana Uygun      ⑤ Bana Çok Uygun

1	Sosyal medyayı gerçek dünyadan bir kaçış olarak görüyorum.	①	②	③	④	⑤
2	Sosyal medyada planladığımdan daha uzun süre kalırım.	①	②	③	④	⑤
3	Kendimi mutsuz hissettiğim zamanlarda sosyal medyada olmak beni rahatlatır.	①	②	③	④	⑤
4	Sosyal medyada çok zaman geçirdiğimden işlerimi aksatıyorum.	①	②	③	④	⑤
5	Sosyal medyaya gerekmedikçe girmem.	①	②	③	④	⑤
6	Sosyal medya yüzünden verimliliğimin azaldığını fark ediyorum.	①	②	③	④	⑤
7	Sosyal medyada çok zaman geçirdiğim için çevremdekiler beni eleştirirler.	①	②	③	④	⑤
8	Sosyal medyayı kullanırken biri beni rahatsız ettiğinde sinirleniyorum.	①	②	③	④	⑤
9	Sosyal medyada iken kendimi özgür hissediyorum.	①	②	③	④	⑤
10	Sabah uyandığımda ilk işim sosyal medyaya girmek olur.	①	②	③	④	⑤
11	Sosyal medya kullanmayı sevmiyorum.	①	②	③	④	⑤
12	Güncel olaylardan haberdar olmak için sosyal medyadan ayrılanıyorum.	①	②	③	④	⑤
13	Çevremde birileri varken bile, sosyal medyada olmayı tercih ederim.	①	②	③	④	⑤
14	Özel bazı duyuruları görebilmek ya da paylaşabilmek için sosyal medyada daha çok zaman geçiriyorum.	①	②	③	④	⑤
15	Sosyal medyadan dolayı aile üyelerini ihmal ettiğim olur.	①	②	③	④	⑤
16	İnsani amaçlı sosyal projelerde yer almak için sosyal medyayı kullanmaktan kendimi alamıyorum.	①	②	③	④	⑤
17	Sosyal medyada bağlantı kurduğum insanlara kendimi daha iyi anlatıyorum.	①	②	③	④	⑤
18	Sosyal medyadaki arkadaşlıkları gerçek yaşamdaki arkadaşlıklara tercih ederim.	①	②	③	④	⑤
19	Sosyal medya gruplarıyla iletişim halinde olabilmem için sosyal medyayı daha uzun süre kullanırım.	①	②	③	④	⑤
20	Çeşitli sosyal duyarlılıklar konusunda çabuk haberdar olma isteği beni daha çok sosyal medyada olmaya itiyor.	①	②	③	④	⑤



## LIEBOWITZ SOSYAL FOBİ BELİRTİLERİ ÖLÇEĞİ

Lütfen aşağıdaki formu dikkatle okuyun.

Sol kolondaki durumlarda duyduğunuz kaygının şiddetine göre 1 ile 4 arasında puan verin. Sağ kolonda aynı durumlar tekrar sıralanmıştır. Bu defa bu durumlardan kaçınıyorsanız kaçınmanın şiddetine göre yine 1-4 arasında puan verin. Herhangi biri geçen hafta içinde gerçekleşmemişse puanlamayı hastanın bu durum karşısında vereceği tepki konusundaki ifadesine göre yapın. Puanlamayı aşağıdaki tariflere göre yapın.

## Kaygı

1. Yok ya da çok hafif
2. Hafif
3. Orta derecede
4. Şiddetli

## Kaygı Puanı

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

## Kaçınma

1. Kaçınma yok ya da çok ender
2. Zaman zaman kaçınırım
3. Çoğunlukla kaçınırım
4. Her zaman kaçınırım

## Kaçınma Puanı

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

## EK-E Kişilerarası İlişki Boyutları Ölçeği

## KİŞİLERARASI İLİŞKİ BOYUTLARI ÖLÇEĞİ (KİBÖ)

Aşağıdaki kendimize ve diğer insanlara yönelik algımız, bakış açımızla ilgili ifadeler bulunmaktadır. Bu ifadeleri dikkatlice okuyup, ifadenin sizi ne kadar tanımladığını düşünerek, size en uygun olanına çarpı (X) işareti koyunuz. Katkılarınız için teşekkürler...

Aşağıdaki ifadeler “SİZİ NE KADAR TANIMLIYOR?”	Tamamen Tanınıyor	Oldukça Tanınıyor	Kısmen Tanınıyor	Çok Az Tanınıyor	Hiç Tanınmıyor
1. İnsanların sözünde duracağına güvenirim.					
2. Kendimi iyi hissetmediğim zaman, bana ilgi ve şefkat gösterilmesinden hoşlanırım.					
3. Kendimi kolayca kaybedip, öfkelenebilirim.					
4. İnsanların benim hakkımdaki düşünceleri, benim duygularımı etkiler.					
5. Kimseye kolay kolay güvenmem.					
6. Karşımdaki insana duygularımı belli etmekte zorlanmam.					
7. Fikirlerimi söylemeden önce, başkalarının ne düşündüğünü bilmek isterim.					
8. Tartışma durumlarında konuyu kişiselleştirmem.					
9. Benimle ters düşen insanlardan öğ almak isterim.					
10. Öfkeli olduğimde ağzıma geleni söylerim.					
11. İnsanların hareketlerimi yanlış yorumlamalarından endişelenirim.					
12. Eleştirildiğim zaman otomatikman savunmaya geçerim.					
13. Bir kişi ile bir sorun yaşadığımda, sakin kafa ile düşünmeye, öfkelenmemeye çalışırım.					
14. Başkalarına güvenmenin beni sıkıntıya sokacağını düşünürüm.					
15. Öfkemi kolaylıkla kontrol edebilirim.					

Aşağıdaki ifadeler "SİZİ NE KADAR TANIMLIYOR?"	Tamamen Tanımlıyor	Oldukça Tanımlıyor	Kısmen Tanımlıyor	Çok Az Tanımlıyor	Hiç Tanımlamıyor
16. Başkasının, haklı da olsa, beni eleştirmesine dayanmam.					
17. Bir başka insanın düşünce ve duygularından kolaylıkla etkilenirim.					
18. Bana dostça yaklaşılması, o kişi ile yakın ilişki kurmamı kolaylaştırır.					
19. Eğer bir insan ile geçmişte olumsuz bir yaşantım olmuş ise, o insan benim gözümde hep haksızdır.					
20. Karşımdaki insanların beni inciteceklerinden korkarım.					
21. Diğer insanların hedeflerini kabul etmektense, kendi hedeflerimi kendim belirlemeyi tercih ederim.					
22. Sırlarımı paylaştığım insanların, sırlarımı tutacaklarına güvenirim.					
23. İnsanların beni kullandıklarını düşünürüm.					
24. Ailemden başka hiç kimseye güvenmem.					
25. Kızdığım kişiyi kolaylıkla affedemem.					
26. Hoşuma gitmese de diğerlerini memnun edecek şekilde davranırım.					
27. Karşımdaki insanın bakış açısını anlamada zorluk çekmem.					
28. Herkesin karşı çıkacağını bilsem de, fikirlerimi ortaya koymaktan çekinmem.					
29. İnsanların beni önemsediklerini sanmam.					
30. Diğer insanlardan beklediğim tepkileri alamazsam, cesaretim kırılır.					
31. İnsanların iyi niyetli olmadıklarını düşünürüm.					

## KİŞİLERARASI İLİŞKİ BOYUTLARI ÖLÇEĞİ

63

Aşağıdaki ifadeler "SİZİ NE KADAR TANIMLIYOR?"	Tamamen Tanımlıyor	Oldukça Tanımlıyor	Kısmen Tanımlıyor	Çok Az Tanımlıyor	Hiç Tanımlamıyor
32. Başkalarının benim hakkımdaki düşünceleri, kendimi değerlendirmede son derece önemlidir.					
33. Karşı taraftan sevgi alamazsam kendimi çaresiz hissederim.					
34. Bir insanı önemseyemediğimi, ona ifade edebilirim.					
35. İhtiyacım olduğunda insanları yanımda bulacağımı biliyorum.					
36. Başkalarının önerileri, nasihatleri olmadan kendi kendime hedefler koymada zorlanırım.					
37. Konuşmalarım yapıcı ve olumludur.					
38. İnsanların yalan söylediklerine inanırım.					
39. Başkaları ile yakınlık kurmakta zorluk çekmem.					
40. Önemseydiğim kişilerin beni onaylamaması, canımı acıtır.					
41. Önemseydiğim kişilerin bana ne yapacağımı söylemesi, işimi kolaylaştırır.					
42. Olumlu duygularımı, karşımdaki kişiyle paylaşabilirim.					
43. Başkalarının benim gerçek düşüncelerimi bilmelerini istemem.					
44. Diğer insanlarla yakın ilişki kurduğumda kendimi iyi hissederim.					
45. Etrafımda benden daha güçlü ya da zeki insanlar olduğunda, kolaylıkla kendime güvenimi kaybederim.					
46. Duygularımı kontrol altında tutmak benim için oldukça zordur.					
47. Tanımadığım insanlar arasında kendimi gergin hissederim.					

Aşağıdaki ifadeler "SİZİ NE KADAR TANIMLIYOR?"	Tamamen Tanımlıyor	Oldukça Tanımlıyor	Kısmen Tanımlıyor	Çok Az Tanımlıyor	Hiç Tanımlamıyor
48. Karşımdaki kişinin ihtiyaçlarını, göz önüne alırım.					
49. Karşımdakini olduğu gibi kabul etmede güçlük yaşıyorum.					
50. Yeni bir ortamda bile, insanlara güvenmek gerektiğini düşünürüm.					
51. Bir iş yaparken, karşımdaki kişinin de duygularını hesaba katarım.					
52. Problemleri durumlarda, başkalarını suçlama eğilimindeyim.					
53. İnsanların sadece kendi çıkarları ile ilgilendiklerini düşünürüm					

1. Faktör: Onay Bağımlılık  
2, 4, 7, 11, 17, 21\*, 26, 28\*, 30, 32, 33, 36, 40, 41, 45
2. Faktör: Empati  
18, 27, 34, 37, 39, 42, 44, 48, 51
3. Faktör: Başkalarına Güven  
1, 5\*, 14\*, 20\*, 22, 23\*, 24\*, 29\*, 31\*, 35, 38\*, 43\*, 47\*, 50, 53\*
4. Faktör: Duygu Farkındalığı  
3\*, 6, 8, 9\*, 10\*, 12\*, 13, 15, 16\*, 19\*, 25\*, 46\*, 49\*, 52\*

\*Ters itemleri göstermektedir.