

SOSYAL KAYGI BAĞLAMINDA SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI

SOCIAL MEDIA ADDICTION IN THE CONTEXT OF SOCIAL ANXIETY

Ekmel Kılıç¹

Özet

Sosyal medya bağımlılığı, günümüzde üzerinde önemle durulmaya başlayan bir konudur. Özellikle iletişim ve bilgi teknolojilerinin hızla gelişmesi ile beraber internetin yayılım göstermesi, bu konunun ciddiyetini her geçen gün biraz daha arttırmaktadır. Sosyal medya bağımlılığının nedenlerini araştırmak, konuyu çözüme kavuşturmak açısından önemlidir. Sosyal medya bağımlılığı ile bireyin sosyo-psikolojik durumu arasında ne tür bir ilişki olduğunu araştıran çalışmalar arasında sosyal kaygı kavramı dikkat çekmektedir. Bu çalışmada da sosyal kaygı düzeyi ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişki literatür taraması yöntemi ile incelenmiştir. Öncelikle sosyal medya ve sosyal kaygı kavramları kısaca açıklanmış, ardından sosyal medya bağımlılığı ile ilgili bilgiler verilmiştir. En sonda ise sosyal medya bağımlılığı ile sosyal kaygı düzeyleri arasındaki ilişki incelenmiş, yapılan çalışmalar özetlenmiştir. Sonuç olarak, sosyal kaygı düzeyi ile sosyal medya bağımlılık düzeyi arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Başka bir ifade ile sosyal kaygı düzeyi yüksek olan bireylerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin de yüksek olduğu anlaşılmıştır. Sosyal medya bağımlılık düzeyi azaldıkça sosyal kaygı düzeyi de azalmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Sosyal Kaygı, Sosyal Medya Bağımlılığı.

Abstract

Social media addiction is an issue that is being emphasized today. Especially with the rapid development of communication and information technologies, the spread of the internet increases the seriousness of this issue day by day. Researching the causes of social media addiction is important in terms of solving the issue. The concept of social

anxiety has drawn attention among studies investigating the relationship between social media addiction and socio-psychological status of the individual. In this study, the relationship between social anxiety level and social media addiction was examined with the literature review method. Firstly, the concepts of social media and social anxiety were briefly explained and then information about social media addiction was given. Finally, the relationship between new media addiction and social anxiety levels is examined and the studies are summarized. As a result, there was a significant relationship between social anxiety level and social media addiction level. In other words, it was understood that the social media dependency levels of individuals with high social anxiety levels were high. As social media dependency level decreases, so does the level of social anxiety.

Keywords: Social Media, Social Anxiety, Social Media Addiction.

¹Uşak Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Medya Bölümü 4. Sınıf Öğrencisi ekmelkiloc@hotmail.com / www.ekmelkiloc.wordpress.com

GİRİŞ

Bilgi teknolojilerinin hızlı bir şekilde gelişim ve yayılım göstermesi toplumun hemen her kesimini etkilemiştir. Bu etkilenim ile beraber iletişim, günümüzün en önemli bilim dalı haline gelmiştir. Böylece iletişim, psikolojiden edebiyata, antropolojiden tarihe, siyasetten felsefeye kadar çeşitli bilim dalları ile etkileşime girmeye başlamıştır. Bu haliyle disiplinler arası bir görünüme sahip olan iletişim, yeni medya ile beraber daha önemli bir konum kazanmıştır (Kırık, 2017). Yeni medyada en çok sosyal medya kullanımı tercih edilmektedir. Sosyal medya haber takibi, eğitim, bilgi paylaşımı, arkadaşlık kurmak gibi farklı ilgi alanları sunmaktadır. Bireyler sosyal medyayı tanıdıkları ile görüşmek, mesajlaşmak, fotoğraflara bakmak, gönderileri takip etmek, bilgi paylaşmak ve boş zamanlarında eğlenmek için kullanmaktadır (Baz, 2018). Sosyal medyanın ebeveyn veya öğretmen denetiminde olmaması, özellikle ergenlerin olumsuz içeriklerle karşılaşmasını ve bunlardan etkilenmesine neden olabilmektedir. Günümüzde oldukça popüler olan Facebook, Instagram, Twitter gibi sosyal medya platformları dünyada ve ülkemizde uzun yıllardır kullanılmaktadır. Görülen o ki kullanımlar azalmanın aksine artış göstermeye devam edecektir. Sosyal medya kullanım miktar ve sürelerinin yoğunlaşması, “bağımlılık” sorununu beraberinde getirmektedir. Gerçek ortamda istediklerini elde edemeyen ve diyemeyen bireyler, sanal ortamda bunları

aramakta ve diyebilmektedir. Bu tür eylemler, sosyal medyanın kullanım sürelerini arttırmakta, bu da bağımlılık olgusunu gündeme getirmektedir (Çiftçi, 2018). Kimi araştırmacılar bağımlılık düzeyinde bir internet kullanımının kişiyi yalnızlaştırdığına, gerçek sosyal ortamlardan uzaklaştırıp sosyal izolasyona, günlük rutinlerin aksamasına ve depresif belirtilerin artmasına neden olduğunu söylemektedir (Savcı, 2017). Yine aynı şekilde, kendini ifade etmekte zorlanan ve yalnızlık duygusunu taşıyan ergenlerin İnterneti bir kaçış olarak gördüğü ifade edilmektedir (Belli, 2018). Hayırcı (2019) da akıllı telefon kullanımının abartı bir hale dönüşmesinin bağımlılığa neden olduğunu; sosyal kaygı ve yalnızlığın da akıllı telefon bağımlılığının ortaya çıkmasında birer etmen olabileceğini söylemektedir.

Bu çalışmada, literatür taraması yöntemi kullanılarak sosyal medya bağımlılığı ile sosyal kaygı arasındaki ilişki incelenmiştir. Öncelikle sosyal medya, sosyal kaygı ve sosyal medya bağımlılığı kavramaları açıklanmış, sonrasında sosyal medya bağımlılığı ile sosyal kaygı arasındaki ilişki, yapılmış olan araştırmalar bağlamında incelenmiştir.

SOSYAL MEDYA

Sosyal medya web 2.0 temeline dayanan, içeriğin kullanıcılar tarafından üretilip paylaşıldığı internet tabanlı uygulamalardır. Buradan da anlaşılacağı üzere sosyal medya kullanıcıların üretimleri ile ortaya çıkmaktadır. Geleneksel medyadaki monologlar sosyal medyada diyaloglara dönüşmüş, böylece insanlar düşüncelerini rahat ve özgür bir şekilde tartışabilecekleri yeni bir mecra bulmuştur (Sosyal Medya, 2013).

Sosyal medya platformlarında, her yaşta kullanıcı birbiriyle iletişim kurabilmekte yazı, fotoğraf ve video paylaşabilmekte ve bunları kimlerle yapacağını seçebilmektedir. Kullanıcılar sosyal medyada paylaşım yapmanın yanında kişi ve kurumlar hakkında bilgi sahibi olabilir, yeni arkadaşlıklar kurabilir, ürün ve hizmetlerden haberdar olabilir (Kırık, 2017).

Sosyal medyanın beş temel ögesi vardır:

- **Katılımcılar:** En temel ögedir. Katılımcılar-kullanıcılar olmadan paylaşım ve etkileşim olması mümkün değildir.

- **Açıklık:** Geribildirime ve etkileşime açıklık anlamına gelir. Arada herhangi bir aracı yoktur.
- **Konuşma:** Tek yönlü değil, fakat çift yönlüdür. Dijitaldir.
- **Toplum:** Topluluklar hızlı ve kısa sürede oluşmaktadır. Herhangi bir içerik çok hızlı bir sürede diğerleri ile paylaşılabilir.
- **Bağlantılılık:** Site bağlantılarıdır. Her konuda link verilebilmektedir (Mayfield, 2008: 6'dan aktaran Kırık, 2017).

Sosyal medya platformlarını temelde sekiz ana başlık altında toplamak mümkündür:

- Bloglar
- Mikrobloglar (Twitter)
- İnternet Forumları (Google Grupları gibi)
- İnceleme ve Değerlendirme Siteleri (Yelp gibi)
- Sosyal Haber ve Sosyal İşaretleme Siteleri (Digg gibi)
- Sosyal Ağ Kurma Siteleri (Facebook, LinkedIn, gibi)
- Medya Paylaşım Siteleri (Youtube, Flickr gibi)
- Sanal Dünyalar (Second Life gibi)

Bunlar dışında da platformlar (Wikiler gibi) bulunmakta ve her geçen gün yeni sosyal medya araçları ortaya çıkmaktadır (Sosyal Medya, 2013). Bahsettiğimiz sosyal medya araçlarını her ne kadar topluluklar bir araya gelip oluşturuyor olsa da, aslında bu platformlar bireycil bir yapıya sahiptir. Bireyselleşme, kişinin birey bilincine erişerek gerçek bir birey olmasıdır. Sosyal medya bireyselleşmeyi sağlamış, bu da beraberinde eşitlik ve özgürlük getirmiştir (Kırık, 2017).

SOSYAL KAYGI

Türk Dil Kurumu kaygı kavramını, “1. Üzüntü, endişe duyulan düşünce, gam, tasa 2. Genellikle kötü bir şey olacakmış düşüncesiyle ortaya çıkan ve sebebi bilinmeyen gerginlik duygusu” şeklinde tanımlamaktadır (TDK, 2019). Kaygı terimi, anksiyete kelimesinin dilimize tercüme edilmesi yoluyla türetilmiştir (Bor, 2018). Kaygı, belirsizliğin yarattığı bir sıkıntı, korku ve endişe halidir. Olumsuz bir durumun ortaya çıkacağını ve bunun önlenemeyeceğini düşünmek, kaygıyı ortaya çıkarmaktadır

(Küçük,2019). Sosyal kaygı ise bireyin sosyal ortamda yanlış davranarak olumsuz bir izlenim bırakacağı, bunun sonucunda da olumsuz değerlendirmelere uğrayacağı endişesiyle yaşadığı bir gerilim ve rahatsızlık durumudur (Belli, 2018). Sosyal kaygı kavramı sosyal anksiyete, sosyal anksiyete bozukluğu ve sosyal fobi gibi farklı adlandırmalarla da ifade edilebilmektedir (Savcı, 2017). Sosyal kaygının üç alt boyutu vardır. Bunlar kritize edilme kaygısı, değersizlik ve kaçınmadır (Özbay ve Palancı, 2003'den aktaran Uğur, 2018) :

- **Kritize Edilme Kaygısı:** Bireyin kendisini kontrol etmek için aşırı bir çaba içerisine girmesidir. Ayrıca yanlış davranışlar gösterme, toplum içinde küçük düşme ve reddedilme kaygılarını içerir.
- **Değersizlik:** Bireyin başarısızlık, memnuniyetsizlik, eleştirilere kapalılık, kişisel özelliklerini beğenmemek ve değersizlik algılarını içerir.
- **Kaçınma:** Otorite kaygısı, iletişimden kaçınma, içine kapanıklık ve izlenilme hissine sahip olmayı içerir.

Sosyal kaygının en belirgin özelliği, kaçınma davranışdır. Bireyin kaçınma davranışını göstermesinde reddedilme ihtimali önemli rol oynamaktadır. Sosyal kaygı bozukluğunda görülen fiziksel özellikler de vardır: çarpıntı, terleme, kas gerilmesi, ağız kuruluğu, karında ağrı (Bor, 2018). Sosyal kaygı genelde ergenlik döneminde görülse de 35 yaşından sonra da görülebileceği iddia edilmektedir. Sosyal kaygı düzeyinin belirlenmesinde strese sebep olan faktör ve gereksinimler etkili olmaktadır (Uğur, 2018).

SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI

Sosyal medya bağımlılığı, İnternet bağımlılığının bir alt türü olarak görülmektedir. (Duman, 2019) Sosyal medya bağımlılığı kavramı, sosyal medyada uzun süre vakit geçirilmesi, geçirilen vaktin günden güne artması ve böylece günlük hayatın aksaması durumlarında kullanılır. Kumar, uyuşturucu, video oyunları gibi bağımlılıklar nasıl bireylerin diğer faaliyetlerini engelliyorsa, sosyal medya bağımlılığı da bireylerin diğer faaliyetlerini engellemektedir. Örneğin diğer hesapların fotoğraflarına bakma, mesajları ve durum güncellemelerini sık sık kontrol etme davranışlarına sahip bireyler aile, okul ve iş yaşamında sorunlar yaşayabilmektedirler (Ganjayeva, 2019). Sosyal medya bağımlılığının artış göstermesinin temel sebebi, İnternet teknolojilerinin hızla

yaygınlaşmasıdır. Böylece bireyler sahip oldukları cihazlarla her fırsatta güncel gelişmeler ve benzeri şeyleri takip etmek için çevrimiçi bir yarış içerisine girmektedirler (Yüksel, 2019). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım süreleri arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeylerinin de arttığı gözlemlenmiştir (Çiftçi, 2018).

Bağımlılığın üç tipolojisi vardır:

- Bilişsel
- Duygusal
- Davranışsal

Bilişsel bağımlılık tipolojisi, bireyin yaşamı ve ilgisi noktasında daha fazla bilgiye ihtiyaç duymasını, dolayısıyla bunlara bağımlılık gösterdiğini öngörmektedir.

Duygusal bağımlılık tipolojisi, sosyalleşmek veya sosyalleşmekten kaçmak, olarak ele alınabilmektedir. Sosyalleşmek için, sosyal medyanın bireye daha çok avantaj sunduğunu, bireylerin sosyal medya ile daha çok ilişki kurduklarını ve toplumda itilenlerin sosyal medyada daha kolay tutunduklarını söyleyebiliriz. Sosyalleşmekten kaçış anlamında ise, bireyin sosyal medyada kendini olduğundan daha başka –olması gerektiği gibi- göstererek beğenirlik sağlaması ve bunu gerçek yaşamda kaybetme kaygısı ile bağımlılığın artış gösterebileceği söylenebilir (Tekeli, 2019).

SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI VE SOSYAL KAYGI

Sosyal medya araçlarının bağımlılık düzeyinde kullanılması, kişilerde anksiyete yani kaygı bozukluğuna sebep olabilmekte, normal dozda kullanılmaması da sosyal alanda iletişim problemlerine yol açabilmektedir (Ünal, 2015). Literatürde sosyal kaygının sağlıklı akran ilişkileri kurmayı engellediği hem de sosyal medya kullanımını arttırdığı vurgulanmaktadır. Sosyal kaygı sahibi olan bireyler sosyal ortamlardan kaçınma eğiliminde olduğu için, diğerleri ile iletişime geçmeleri zordur. Sosyal medya onlar için daha güvenlidir. Aynı zamanda sosyal medyada değerlendirilme kaygısı da yaşamazlar. Tüm bunlar, sosyal kaygı bozukluğu yaşayan bireylerin sosyal medya kullanma sıklıklarını artırmaktadır (Savcı, 2017). Lise öğrencileri üzerinde yapılan bir araştırmada (Doğan, Tosun, 2016) lise öğrencilerinin sosyal kaygı düzeylerinin arttıkça

sosyal ağ kullanımlarının da arttığı bulunmuştur. Lise öğrencilerine yönelik yapılan bir başka araştırmada da (Yılmaz, Şar ve Civan, 2015) sosyal kaygı düzeyi yüksek olan öğrencilerin mobil telefon kullanım oranları da yüksek çıkmıştır. Savcı (2017)'nin ergenler üzerinde yaptığı bir araştırmaya göre, düşük düzeyde sosyal kaygı, akran ilişkilerinin ortaya çıkmasını ve sosyal medya bağımlılığının azalmasını sağlamaktadır. Yüksek düzeyde sosyal kaygı, sosyal medya bağımlılığı ve düşük düzeyde olumlu akran ilişkilerine neden olmaktadır. Zorbaz (2013) 682 lise öğrencisi ile yaptığı çalışma sonucunda, sosyal kaygı ve akran ilişkilerinin problemliliği internet kullanımını tahmin etmede önemli değişkenler olduğu sonucuna ulaşmıştır. Hayırcı (2019) lise öğrencilerinin sosyal kaygı düzeyleri ile akıllı telefon bağımlılık düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmasında, lise öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılık düzeylerinin arttıkça sosyal kaygı ve yalnızlık düzeylerinin de arttığı, akıllı telefon bağımlılık düzeylerinin düştükçe sosyal kaygı ve yalnızlık düzeylerinin de düştüğünü bulmuştur. Belli (2018), ergenlerin akıllı telefon bağımlılığı ile sosyal kaygı düzeyleri arasındaki ilişkisini incelediği çalışmasının sonucuna göre, akıllı telefon bağımlılığı arttıkça sosyal kaygı düzeyinin de arttığını söylemektedir. Ayrıca, sosyal kaygı yaşayanların bundan kurtulmak için daha fazla akıllı telefon kullanma eğiliminde olduklarını belirtmektedir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Literatüre baktığımız zaman, sosyal kaygı düzeyinin arttıkça sosyal medya bağımlılığının da arttığını rahatlıkla söyleyebiliriz. Yapılan araştırmalar da ortaya koymuştur ki sosyal kaygı düzeyi ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki vardır. Sosyal kaygı bozukluğu yaşayan bireyler sosyal ortamlardan kaçınma davranışı gösterirler. Böylece olumlu akran ilişkileri kuramazlar. Bunun yerine daha güvenli buldukları ve değerlendirilme kaygısı taşımayacakları sosyal medyada yer alırlar.

KAYNAKÇA

Baz, F. Ç. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Çalışma. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8 (16), 276-295.

Belli, M. (2018). *Ergenlerde Algılanan Ebeveyn Tutumu, Akıllı Telefon Kullanımı Ve Sosyal Kaygı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Doktora Tezi, , Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Kütahya Sağlık Bilimleri Üniversitesi, Kütahya.

Bor, H. A. (2018). *Ergenlerde Sosyal Medyaya Yönelik Tutum, Sosyal Medya Kullanımında Gelişmeleri Kaçırma Korkusu Ve Sosyal Kaygı Arasındaki İlişkiler*. Yüksek Lisans Tezi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.

Çiftçi, H. (2018). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (4), 417-434.

Doğan, U., Tosun, N. İ. (2016). Lise Öğrencilerinde Problemlili Akıllı Telefon Kullanımının Sosyal Kaygı Ve Sosyal Ağların Kullanımına Aracılık Etkisi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (22), 99-128.

Duman, Ö. D. (2019). *Sosyal Medya Bağımlılığı: Erzurum İli Üzerine Bir İnceleme*. Doktora Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.

Ganjayeva, N. (2019). *Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı, Eysenck'in Kişilik Envanteri Ve Özgüven Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Doktora Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üsküdar Üniversitesi, İstanbul.

Hayırcı, B. (2019). *Lise Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılık Düzeyleri İle Sosyal Kaygı Ve Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ordu Üniversitesi, Ordu.

Kırık, A. M. (2017). Yeni Medya Aracılığıyla Değişen İletişim Süreci: Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Konumu. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1 (5), 230-261.

Küçük, V. (2019). *Üniversite Öğrencilerinde Sosyal KaygınınYordayıcısı Olarak Ailesel, Bilişsel Ve Kişisel Faktörler*. Yüksek Lisans, Lisans Üstü Eğitim Enstitüsü, Trabzon Üniversitesi, Trabzon.

Özata, F. Z. (Ed.). (2013). *Sosyal Medya*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.

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

Tekeli, M. F. (2019). *Sosyal Medya Bağımlılığı Ve Din: Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Marmara Üniversitesi, İstanbul.

Türk Dil Kurumu Sözlükleri, <https://sozluk.gov.tr/> (Erişim Tarihi: 18.12.2019).

Uğur, A. (2018). *Üniversite Öğrencilerindeki Sosyal Kaygı Düzeyinin, Alkol, Yalnızlık Düzeyi ve Sosyal Medya Kullanım Sıklığı İle İlişkinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üsküdar Üniversitesi, İstanbul.

Ünal, A. T. (2015). *Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*. Doktora Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Marmara Üniversitesi, İstanbul.

Yılmaz, G., Şar, A. H, Civan, S. (2015). Ergenlerde Mobil Telefon Bağımlılığı İle Sosyal Kaygı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Online Journal Of Technology Addiction & Cyberbullying*, 2015, 2(2), 20-37.

Yüksel, E. (2019). *Sosyal Medya Bağımlılığı, Yalnızlık ve Kendini Gözleme Arasındaki İlişki: Konya Örneğinde Bir Saha Araştırması*. Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Selçuk Üniversitesi, Konya.

Zorbaz, O. (2013). *Lise Öğrencilerinin Problemlı İnternet Kullanımının Sosyal Kaygı ve Akran İlişkileri Açısından İncelenmesi*. Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.