



e-ISSN: 2630-6417

International Journal of
Social, Humanities and
Administrative Sciences
(JOSHAS JOURNAL)

Vol: 8 Issue: 58
Year: 2022 November
Pp: 1594-1606

Arrival
03 October 2022
Published
30 November 2022

Article ID
66148
Article Serial Number
11

DOI NUMBER
<http://dx.doi.org/10.29228/JOSHAS.66148>

How to Cite This Article
Oğuz, F. ve Akıncı, A. Y.
(2022). "Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumlarının Araştırılması (Antalya Örneği)", Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences, 8(58):1594-1606



International Journal of
Social, Humanities and
Administrative Sciences is
licensed under a Creative
Commons Attribution-
NonCommercial 4.0
International License.
This journal is an open
access, peer-reviewed
international journal.

Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumlarının Araştırılması (Antalya Örneği)

Investigation of Social Media Attitudes of High School Students (Example of Antalya)

Fatma Oğuz Abdullah Yavuz Akıncı

Öğretmen., MEB, Antalya, Türkiye
Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Spor Yöneticiliği Bölümü, Isparta, Türkiye

ÖZET

Pandemi döneminde lise öğrencileri arasında kötüleşen ruh sağlığı, dünya çapında ciddi bir sağlık sorunu olmuştur. Covid-19 pandemisi sırasında uzaktan eğitim gören lise öğrencilerinin yüz yüze sosyalleşme fırsatlarının azalması, sosyal ağların ve sosyal medya kullanımında önemli bir artışa neden olmuştur. Bununla birlikte, aşırı kullanım, bu platformlara yönelik bağımlılık eğilimlerini destekleyebilir ve lise öğrencilerinin ruh sağlığı açısından olumsuz sonuçlar doğurabilir.

Araştırmada, lise öğrencilerinin eğitimde sosyal medya kullanımına yönelik tutumlarının farklı değişkenlere göre incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın örneklemini, Antalya ilinde bir Anadolu Lisesinin 10, 11 ve 12 sınıflarında okuyan basit tesadüfi yöntemle seçilmiş 319 öğrenci oluşturmuştur. Araştırma nicel araştırma modellerinden, betimsel tarama şeklinde tasarlanmıştır ve ölçme aracı olarak, 23 maddeden oluşan ve Otrar ve Argın (2015) tarafından geliştirilen 'Sosyal Medya Tutum Ölçeği' kullanılmıştır. Ergen bireylerin, sosyal medya kullanım amaçlarının cinsiyet, sınıf düzeyi, ailenin gelir, ailenin eğitim ve ailenin çalışma durumu, sosyal medyada geçirdikleri süre, sosyal medyada edindikleri arkadaş sayısı değişkenlerine göre değerlendirilmiştir. Araştırmada parametrik istatistik analiz testleri kullanılmış olup, ikili değişkenler için t-testi ile üç ve fazla değişkenler için Anova Testi uygulanmıştır.

Sonuç olarak öğrencilerin sosyal medya tutum seviyelerinin ortalama düzeyde olduğu tespit edilirken, cinsiyet değişkeni açısından kadınlar ve erkekler arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bunun yanında sınıf değişkenine göre sosyal yetkinlik ve paylaşma ihtiyacı alt boyutlarında; Sosyal medya üyeliği değişkenine göre paylaşım ihtiyacı alt boyutunda; sosyal medya kullanım sıklığı değişkenine göre sosyal yetkinlik ve paylaşım ihtiyacı alt boyutlarında; sosyal medyada harcanan süre değişkenine göre sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı ve sosyal izolasyon alt boyutlarında; sosyal medya arkadaş sayısı değişkenine göre sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı alt boyutları ve toplamda anlamlı ilişkinin olduğu tespit edilmiştir.

Bu durumun Lise düzeyinde öğrenim gören öğrencilerin genelinde sosyal medya alışkanlığının olduğu, sıklıkla sosyal medya kullandıkları sadece 12 sınıf düzeyindeki öğrencilerin sınav kaygısı olması sebebiyle düşük olduğu, paylaşım ihtiyaçlarının yüksek olmasının sebebinin ise kendini beğendirmeye, sosyal medyada var olma, takdir ve beğeni toplama duygularının yüksek olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Lise Öğrencileri, Sosyal Medya, Sosyal Medya Tutumu

ABSTRACT

Worsening mental health among high school students during the pandemic has been a serious health problem worldwide. The decrease in face-to-face socialization opportunities of high school students studying distance education during the Covid-19 pandemic has led to a significant increase in the use of social networks and social media. However, overuse can support addiction tendencies towards these platforms and have negative consequences for the mental health of high school students.

The aim of this study is to examine the attitudes of high school students towards the use of social media in education according to different variables. The sample of the study consisted of 319 students selected by simple random method, studying in the 10th, 11th, and 12th grades of an Anatolian High School in Antalya. The research was designed as a descriptive survey, one of the quantitative research models, and the 'Social Media Attitude Scale' consisting of 23 items developed by Otrar and Argın (2015) was used as a measurement tool. Adolescents' social media usage purposes were evaluated according to the variables of gender, class level, family income, family education and family working status, time spent on social media, and the number of friends they made in social media. In the research, t-Test was used for independent tests for binary variables, and Anova Test for three or more variables, which is one of the parametric statistical analysis tests.

As a result, while it was determined that the students' social media attitude levels were at an average level, there was no significant difference between women and men in terms of gender variable. In addition, according to the class variable, in the sub-dimensions of social competence and need for sharing; According to the social media membership variable, in the sub-dimension of sharing need; According to the variable of frequency of social media use, in the sub-dimensions of social competence and sharing need; According to the variable of time spent on social media, in the sub-dimensions of social competence, need for sharing and social isolation; According to the variable of the number of social media friends, it has been determined that there is a significant relationship between social competence, sharing need sub-dimensions and the total. This is since students studying at the high school level generally have social media habits and frequently use social media; only 12th grade students are low due to test anxiety; It is thought that the reason for the high sharing needs is due to the high feelings of self-liking, presence in social media, appreciation, and appreciation.

Keywords: High School Students, Social Media, Social Media Attitude

1. GİRİŞ

Genelde internet, özelde da akıllı cep telefonları gibi iletişim araçları kullanımına bağlı olarak, günümüzde sosyal medya araçlarının hızla benimsenerek kullanımının arttığı gözlenmektedir. Sosyal medyada en fazla zaman geçiren ülkenin günlük 4.3 saat ile Arjantin, en az zaman geçirenin ise günlük 0.8 saat ile Japonya olduğu, Türkiye'nin ise günlük 2.5 saat ile dünya ortalamasının üzerinde olduğu bilinmektedir (Işık ve Kaptangil, 2018).

Yapılan araştırmalar sosyal medyanın toplumun tüm kesimlerinde kabul görmesine rağmen, gençler tarafından

yaygın olarak kullanıldığını ortaya koymaktadır. Social (2020) ikinci çeyrek raporuna göre, dünya nüfusunun %49'u sosyal medya, %59'u internet, %66'sı ise mobil kullanıcısıdır. Bunun yanında Instagram, Youtube ve Facebook kullanıcıları en fazla olan sosyal medya platformlarıdır. Instagram kullanıcılarının %64'ü Facebook kullanıcılarının ise %56'sı, 18-34 yaş aralığında yer almaktadır.

Sosyal medya; geliştirilebilen, etkileşimli, topluluklara ev sahipliği yapan ve toplulukları birbirine bağlayan çevrimiçi iletişim kanalları şeklinde tanımlanırken (Otrar ve Arın, 2015; Comm ve Burge, 2009) Kim ve arkadaşları (2010) sosyal medyayı kullanıcılar tarafından oluşturulan içerik olarak tanımlamaktadır. Ayrıca Akar (2010), çevrimiçi medya türlerinin çoğunun veya tamamının katılım, açıklık, karşılıklı iletişim, topluluk ve bağlantılılık gibi ortak özelliklere sahip olduğunu belirtmiştir.

Teknolojideki hızlı gelişim ve internetin erişiminin yaygınlaşması, iletişim sürecinde sosyal medya araçlarının özellikle genç nüfus tarafından yoğun bir şekilde kullanımına olanak tanımıştır. Arın (2013)'e göre Web 2.0 teknolojilerinin gelişimiyle birlikte sosyal etkileşimi, paylaşımı ve iş birliğini ön planda tutan içerik paylaşım siteleri, microbloglar, bloglar ve sosyal ağlar gibi ortamlar sosyal medya olarak tanımlanmaktadır. Sosyal medya, erişim kolaylığının yanında, güncellemeler (Öztürk ve Talas, 2015) iletişim ve etkileşimi üst düzeye çıkarma açısından potansiyel bir güç sağlamaktadır. Bireylerin günlük yaşamlarında aktif kullanabildikleri sosyal medya araçları, her anlarını doğrudan etkileyebilmektedir. Dolayısıyla ister keyfi ister zorunluluk olsun sosyal medya kullanımı, bağımlılığa neden olabilmektedir (Babacan, 2016).

Sosyal medya bağımlılığı, problemli sosyal medya kullanımı ve kompulsif sosyal medya kullanımı gibi terimler, bağımlılık benzeri semptomlar ve/veya azaltılmış öz-düzenleme ile karakterize edilen uyumsuz sosyal medya kullanımı olgusuna atıfta bulunmak için birbirinin yerine kullanılmaktadır. Bu terimler arasında en yaygın olarak kullanılan sosyal medya bağımlılığıdır ve davranışsal bağımlılık belirtilerinin ortaya çıktığı ölçüde Sosyal Medya Bağımlılığı uyumsuz bir psikolojik bağımlılık olarak tanımlanmaktadır. Bununla birlikte, "bağımlılık" terimi ile madde kullanım bozuklukları arasındaki tarihsel bağlantı nedeniyle, bazı araştırmacılar "sosyal medya bağımlılığı" teriminin geleneksel psikiyatrik bozuklukların şiddetini azaltabileceğinden ve bu konuyu patolojikleştirmenin erken olduğundan endişe etmektedir (Carbonell ve Panova, 2017). Bu nedenle bazı araştırmacılar, bu tür uyumsuz İnternet kullanımlarını resmi klinik koşullardan ayırt etmek için "problemli kullanım" terimini savunmaktadır (Lee vd., 2017). Ancak problemli sosyal medya kullanımının tanımlanması ve ölçülmesi alan yazında hiçbir şekilde tutarlı değildir. Bazı araştırmacılar problemli kullanımı kullanım amacına veya bağlama göre ölçmüştür (Flynn vd., 2018); bazıları, Caplan'ın genelleştirilmiş problemli İnternet kullanım modelindeki tanımı ve ölçümü benimsemiş (Assuncao vd., 2017), davranışsal bağımlılıkların paradigma ve semptomlarına dayalı ölçümleri benimsemiştir (M'erele vd., 2017). Ayrıca, "problemli sosyal medya kullanımı" o kadar geniş bir terimdir ki, sosyal medyanın yasa dışı, etik olmayan veya sosyal olarak kabul edilemez faaliyetler (örneğin, çevrimiçi takip, siber zorbalık ve dolandırıcılık ve yanlış bilgi yayma) için kullanılmasına atıfta bulunabilir.

Yapılan alan yazın taramasında farklı örneklemelerin sosyal medya kullanım sıklıkları, amaçları ve tercihleri konuları araştırılmış, eğitim, haber okuma, tanışma, oyun oynama amaçlarla sorgulanmıştır (Tutgun-Ünal, 2019; 2015; Tutgun-Ünal ve Deniz, 2019; 2016; Yılmazsoy ve Kahraman, 2017; Tutgun Ünal ve Katmer-Bayraklı, 2014;).

Ülkemizde ve yurt dışında lise seviyesindeki öğrencilerin sosyal medya tutumları, farklı açılardan araştırılmıştır. Lise öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının öğretmenlerle ilişki paylaşım ihtiyacı, sosyal izolasyon ve sosyal yetkinlik alt boyutlarında eğitim, öğretim ve iletişim kavramları dahilinde incelendiği mevcut çalışmada ulaşılan bulguların alan yazındaki diğer bulgulara da katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2. YÖNTEM

2.1 Araştırmanın Modeli

Çalışmada geçmiş ya da devam etmekte olan bir durumu ortaya koymayı amaçlayan betimsel tarama (Karasar, 2004) yöntemi kullanılmıştır.

2.2 Araştırma Grubu

Çalışmaya 2021-2022 eğitim öğretim yılında Antalya İl Milli Eğitim Müdürlüğü'ne bağlı bir Anadolu Lisesinde öğrenim gören 675 öğrenci arasından 10,11 ve 12. Sınıf öğrencileri arasından basit tesadüfi yöntem (Çingir, 1994) ile seçilmiş 319 öğrenci katılmıştır.

Tablo 1. Katılımcıların demografik özellikleri

Değişkenler	Gruplar	N	%
Cinsiyet	Erkek	114	35,7
	Kadın	205	64,3
Sınıf	10	124	38,9
	11	68	21,3
	12	127	39,8
Sosyal Medya Üyeliği	Evet	258	80,9
	Hayır	61	19,1
Sosyal medya kullanım süresi	1 yıldan az	18	5,6
	1-2 yıl	42	13,2
	2-3 yıl	83	26,0
	4+ yıl	176	55,2
Sosyal Medya Kullanım Sıklığı	Her gün 1 kere	90	28,2
	Her gün 1 kereden fazla	199	62,4
	Haftada 1 kere	5	1,6
	Haftada 1 kereden fazla	9	2,8
	Ayda birkaç kere	16	5,0
Sosyal medyada ortalama harcanan süre	5-10 dk	57	17,9
	11-30 dk	102	32,0
	31-60 dk	76	23,8
	61-120 dk	42	13,2
	121+ dk	42	13,2
En Fazla Kullanılan Siteler	Twitter	21	6,6
	Whatsapp	10	3,1
	Youtube	23	7,2
	Çevrimiçi Oyun Siteleri	14	4,4
	Instagram	227	71,2
	Diğer	24	7,5
Sosyal medya arkadaş sayısı	0-500	274	85,9
	501-1000	31	9,7
	1001-5000	10	3,1
	5000+	4	1,3
Toplam		319	100

Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların %35,7'sinin erkek, %64,3'ünün kadın olduğu görülmüştür. Sınıf düzeyine göre katılımcıları %38,9'unun 10. sınıf, %21,3'ünün 11. sınıf ve %39,8'inin 12. Sınıflarda öğrenim gördüğü anlaşılmaktadır. Sosyal medya üyeliği durumu incelendiğinde %80,9'unun üyeliğinin bulunduğu %19,1'inin ise üyeliğinin olmadığı görülmektedir. Sosyal medya kullanım süresi incelendiğinde 1 yıldan az süredir üyeliği olan %5,6, 1-2 yıl arası üyeliği olan %13,2, 2-3 yıl arası üyeliği olan %26,0, 4+ yıl üyeliği olanların ise %55,2 oranında olduğu görülmüştür. Sosyal medya kullanım sıklığı maddesi incelendiğinde her gün 1 kere sosyal medyaya giriş yapanların %28,2 olurken, her gün 1 kereden fazla sosyal medyaya giriş yapanların %62,4, haftada 1 kere girenlerin %1,6, haftada 1 kereden fazla sosyal medyaya giriş yapanların %2,8 ve ayda birkaç kere girenlerin oranının %5,0 olduğu görülmüştür. Sosyal medyada ortalama harcanan süre incelendiğinde sosyal medyada 5-10 dk vakit geçirenlerin oranı %17,9, 11-30 dk vakit geçirenlerin oranı %32,0, 31-60 dk arası vakit geçirenlerin oranı %23,8, 61-120 dk arası vakit geçirenlerin oranı %13,2 ve 121+ dk vakit geçirenlerin oranı %13,2 olduğu görülmüştür.

En fazla kullanılan siteler incelendiğinde katılımcıların Twitter %6,6, Whatsapp %3,1, Youtube %7,2, Çevrimiçi oyun siteleri %4,4, Instagram 71,2 ve diğer uygulamaların oranının ise %7,5 olduğu görülmüştür. Sosyal medya arkadaş sayısı incelendiğinde katılımcılardan 0-500 arası arkadaşına sahip olanların oranı %85,9 olduğu görülürken, 501-1000 arası %9,7 olduğu, 1001-5000 arası %3,1 ve 5000+ arkadaş sayısına sahip katılımcıların oranının %1,3 olduğu görülmüştür.

2.3. Veri Toplama Araçları ve Yöntemi

Veri toplanması amacıyla 08.12.2021 ile 15.12.2021 tarihleri arasındaki zaman değerlendirilmiştir. 03.12. 2021 tarihli İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü izin yazısı Okul İdaresi tarafından iletilmiş, takip eden süreçte çalışmaya katılan gönüllü 319 lise öğrencisinden kişisel bilgi formu ve Sosyal Medya Tutum Ölçeğini doldurmaları istenmiştir.

Kişisel bilgi formu; çalışmada yer alan öğrencilerin cinsiyet, sınıf seviyesi, aile gelir durumu, anne ve baba eğitim durumları, anne ve baba çalışma durumları, sosyal medya üyeliği, sosyal medya kullanım süresi, kullanım sıklığı, ortalama harcanan süre, en fazla kullanılan siteler ve sosyal medya arkadaş sayısı özelliklerini içeren on üç soru uygulanmıştır.

Sosyal Medya Tutum Ölçeği; Otrar ve Arğın (2015) tarafından Öğrencilerin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarını Belirlemeye Yönelik geliştirilen ve 23 maddeden oluşan ölçekte Paylaşım İhtiyacı, Sosyal İzolasyon, Sosyal Yetkinlik ve Öğretmenlerle İlişki olmak üzere toplam dört alt boyut bulunmaktadır. Ölçeğin Güvenirliğini ölçmek için Cronbach Alpha katsayısı kullanılmış olup, Paylaşım İhtiyacı alt boyutu .805, Sosyal İzolasyon alt boyutu .792, Sosyal Yetkinlik alt boyutu .814, Öğretmenlerle ilişki alt boyutu .814 ve ölçek toplamı .852 olarak belirlenmiştir.

Ölçek toplam puanı hesaplanırken tamamı ters maddeden oluşan Sosyal İzolasyon alt boyutuna ait maddeler ters kodlanarak hesaplanmış olup, 5’li likert kullanılmıştır.

2.4. Verilerin analizi

Tablo 2: Katılımcıların ölçek puanlarının çarpıklık-basıklık değerleri

	N	Çarpıklık	Basıklık	p
Paylaşım İhtiyacı	319	-.595	.149	
Sosyal Yetkinlik	319	.383	-.242	
Sosyal İzolasyon	319	.676	.542	
Öğretmenlerle İlişki	319	.635	-.243	
Sosyal Medyaya İlişkin Tutum Toplam	319	-.179	.266	

Tablo 2’de çarpıklık basıklık değerlerinin ± 1 aralığında olduğu gözlemlenmiştir. Normallikten aşırı sapmalar olmadığı görülmüş olup, alan yazında çarpıklık ve basıklık değerlerinin ideal olarak ± 1 arasındaki değerlerin de kabul edilebilir (George ve Mallery, 2016) olduğu açıklanmaktadır. Bu durumda, parametrik istatistik analiz testlerinden ikili değişkenler için t-testi ile üç ve fazla değişken için Anova Testi uygulanmıştır.

3. BULGULAR

Tablo 3: Ölçeklerden elde edilen puanların betimsel istatistiği

	N	Min	Max	X \pm Sd
Paylaşım İhtiyacı	319	8.00	40.00	26.702 \pm 6.581
Sosyal Yetkinlik	319	6.00	30.00	14.185 \pm 5.113
Sosyal İzolasyon	319	6.00	27.00	11.740 \pm 4.320
Öğretmenlerle İlişki	319	3.00	15.00	6.533 \pm 2.977
Sosyal Medyaya İlişkin Tutum Toplam	319	23.00	111.00	59.160 \pm 14.368

Tablo 3 incelendiğinde, katılımcıların Sosyal Medyaya İlişkin Tutum alt boyutlarından Paylaşım İhtiyacının 26.702 \pm 6.581, Sosyal Yetkinliğin 14.185 \pm 5.113, Sosyal İzolasyonun 11.740 \pm 4.320, Öğretmenlerle İlişkinin 6.533 \pm 2.977 düzeyinde olduğu ve Sosyal Medyaya İlişkin Tutum Toplam puanının 59.160 \pm 14.368 olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4: Öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının cinsiyet değişkenine göre incelenmesi

		N	X \pm Sd	T	P
Paylaşım İhtiyacı	Erkek	114	13,763 \pm 5.174	-1,638	,102
	Kadın	205	14,420 \pm 5.076		
Sosyal Yetkinlik	Erkek	114	25,895 \pm 6.746	-1,099	,273
	Kadın	205	27,151 \pm 6.460		
Sosyal İzolasyon	Erkek	114	6,579 \pm 2.998	-,712	,477
	Kadın	205	6,503 \pm 2.972		
Öğretmenlerle İlişki	Erkek	114	11,509 \pm 4.674	,206	,837
	Kadın	205	11,868 \pm 4.116		
Sosyal Medya Üyeliği Toplam	Erkek	114	57,746 \pm 15.520	-1,312	,190
	Kadın	205	59,946 \pm 13.662		

Tablo 4’te görüldüğü gibi cinsiyet değişkenine göre ölçek genel toplamı ve tüm alt boyutlarda anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir.

Tablo 5: Öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının Sınıf düzeyi değişkenine göre incelenmesi.

	Sınıf	N	X± Sd	f	P
Paylaşım İhtiyacı	10. sınıf	124	27,726±6.057	7.088	.001
	11. sınıf	68	27,956±6.410		
	12. sınıf	127	25,032±6.852		
Sosyal Yetkinlik	10. sınıf	124	15.266±5.036	4.663	.010
	11. sınıf	68	13.603±5.359		
	12. sınıf	127	13.441±4.903		
Sosyal İzolasyon	10. sınıf	124	12,379±4.172	2.238	.108
	11. sınıf	68	11,338±4.447		
	12. sınıf	127	11,331±4.350		
Öğretmenlerle İlişki	10. sınıf	124	6,476±2.890	.078	.925
	11. sınıf	68	6,485±2.909		
	12. sınıf	127	6,614±3.114		
Sosyal Medyaya İlişkin Tutum Toplam	10. sınıf	124	61,847±13.385	4.594	.011
	11. sınıf	68	59,382±14.215		
	12. sınıf	127	56,417±14.966		

Tablo 5'te görüldüğü gibi sınıf değişkenine göre sosyal yetkinlik ve paylaşma ihtiyacı alt boyutları ile toplamda anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Sosyal yetkinlik alt boyutunda 10. Sınıflarda en yüksek oranda iken, 11. Sınıfta orta, 12. Sınıflarda en düşük oranda anlamlılık olduğu görülmektedir. Paylaşım ihtiyacı alt boyutunda 10. Sınıfta orta düzeyde iken, 11. Sınıfta yüksek düzeyde olduğu, 12. Sınıfta ise düşük düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Toplamda ise, sosyal yetkinlik alt boyutuna paralel şekilde 10. Sınıflarda yüksek, 11. Sınıfta orta, 12. Sınıflarda ise düşük düzeyde anlamlılık olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 6: Öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının Sosyal Medya Üyeliği değişkenine göre incelenmesi.

	Sosyal Medya Üyeliği	N	X± Sd	T	P
Paylaşım İhtiyacı	Evet	258	27,345±6.367	3.657	.000
	Hayır	61	23,984±6.828		
Sosyal Yetkinlik	Evet	258	14,275±5.110	.648	.518
	Hayır	61	13,803±5.147		
Sosyal İzolasyon	Evet	258	11,702±4.422	-.325	.745
	Hayır	61	11,902±3.885		
Öğretmenlerle İlişki	Evet	258	6,426±2.969	-1.316	.189
	Hayır	61	6,9847±2.992		
Sosyal Medya Üyeliği Toplam	Evet	258	59,748±14.171	1.507	.133
	Hayır	61	56,672±15.042		

Tablo 6'da görüldüğü gibi sosyal medya üyeliği değişkenine göre ölçek genel toplamı ve diğer alt boyutlarda bir ilişki görülmezken, paylaşım ihtiyacı alt boyutunda anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Anlamlılığın sosyal medya üyeliği olanlar lehinde olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 7: Öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının Sosyal Medya Kullanım Süresi düzeyi değişkenine göre incelenmesi.

	Sosyal Medya Kullanım Süresi	N	X± Sd	f	P
Paylaşım İhtiyacı	1 yıldan az	18	23,722±8.295	4.803	.003
	1-2 yıl	42	24,357±7.341		
	2-3 yıl	83	26,289±5.979		
	4+ yıl	176	27,761±6.261		
Sosyal Yetkinlik	1 yıldan az	18	12,944±6.131	.974	.405
	1-2 yıl	42	13,476±4.835		
	2-3 yıl	83	14,012±4.618		
	4+ yıl	176	14,563±5.286		
Sosyal İzolasyon	1 yıldan az	18	10,778±3.353	.586	.624
	1-2 yıl	42	11,286±4.296		
	2-3 yıl	83	12,024±4.228		
	4+ yıl	176	11,813±4.464		
Öğretmenlerle İlişki	1 yıldan az	18	7,222±3.335	.347	.971
	1-2 yıl	42	6,429±2.821		
	2-3 yıl	83	6,518±2.873		
	4+ yıl	176	6,494±3.039		

Sosyal Medya Kullanım Süresi Toplam

1 yıldan az	18	54,667±16.751	2.122	.097
1-2 yıl	42	55,548±15.410		
2-3 yıl	83	58,843±13.621		
4+ yıl	176	60,631±14.067		

Tablo 7’de görüldüğü gibi sosyal Medya Kullanım Süresi değişkenine göre paylaşım ihtiyacı alt boyutunda anlamlı bir ilişki görülmektedir. Anlamlılık 1 yıldan az olanlarda en düşük düzeyde iken, yıllara göre periyodik olarak artarak, 4 yıl ve daha fazla sosyal medya kullanan öğrencilerde en yüksek orana çıktığı görülmektedir.

Tablo 8: Öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının Sosyal Medya Kullanım Sıklığı düzeyi değişkenine göre incelenmesi.

	Sosyal Medya Kullanım Sıklığı	N	X± Sd	f	P
Paylaşım İhtiyacı	Her gün 1 kere	90	25,456±6.396	8.887	.000
	Her gün 1 kereden fazla	199	28,080±5.796		
	Haftada 1 kere	5	22,400±7.956		
	Haftada 1 kereden fazla	9	21,111±8.477		
	Ayda birkaç kere	16	21,063±9.139		
Sosyal Yetkinlik	Her gün 1 kere	90	13,211±4.884	3.217	.013
	Her gün 1 kereden fazla	199	14,920±4.936		
	Haftada 1 kere	5	10,400±2.881		
	Haftada 1 kereden fazla	9	12,667±6.557		
	Ayda birkaç kere	16	12,563±6.633		
Sosyal İzolasyon	Her gün 1 kere	90	11,211±4.786	1.127	.344
	Her gün 1 kereden fazla	199	12,126±4.111		
	Haftada 1 kere	5	10,800±3.271		
	Haftada 1 kereden fazla	9	11,000±4.062		
	Ayda birkaç kere	16	10,625±4.395		
Öğretmenlerle İlişki	Her gün 1 kere	90	6,756±2.943	.440	.780
	Her gün 1 kereden fazla	199	6,498±2.932		
	Haftada 1 kere	5	7,000±3.937		
	Haftada 1 kereden fazla	9	6,111±4.045		
	Ayda birkaç kere	16	5,813±3.016		
Sosyal Medya Kullanım Sıklığı Toplam	Her gün 1 kere	90	56,633±14.015	5.213	.000
	Her gün 1 kereden fazla	199	61,623±13.258		
	Haftada 1 kere	5	50,600±16.682		
	Haftada 1 kereden fazla	9	50,889±19.042		
	Ayda birkaç kere	16	50,063±18.731		

Tablo 8’de görüldüğü gibi sosyal medya kullanım sıklığı değişkenine göre sosyal yetkinlik ve paylaşım ihtiyacı alt boyutları ile toplamda anlamlılık tespit edilmiştir. Anlamlılığın sosyal yetkinlik alt boyutunda her gün 1 kereden fazla girenlerde en yüksek oranda iken, haftada bir kere girenlerde ise en düşük oranda olduğu görülmektedir. Paylaşım ihtiyacı alt boyutunda her gün bir kereden fazla girenlerde en yüksek düzeyde iken, ayda birkaç kere girenlerde en düşük düzeyde olduğu, toplamda ise her gün bir kereden fazla girenlerde en yüksek düzeyde iken, ayda birkaç kere girenlerde en düşük oranda olduğu görülmüştür.

Tablo 9: Öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının Sosyal Medyada Harcanan Süre düzeyi değişkenine göre incelenmesi.

	Sosyal Medyada Harcanan Süre	N	X± Sd	f	P
Paylaşım İhtiyacı	5-10 dk.	57	22,175±7.548	11.347	.000
	11-30 dk.	102	26,657±5.863		
	31-60 dk.	76	28,184±5.445		
	61-120 dk.	42	27,214±5.800		
	121+ dk.	42	29,762±6.570		
Sosyal Yetkinlik	5-10 dk.	57	11,509±4.590	10.951	.000
	11-30 dk.	102	13,275±4.595		
	31-60 dk.	76	15,145±5.014		
	61-120 dk.	42	15,143±5.121		
	121+ dk.	42	17,333±4.991		
Sosyal İzolasyon	5-10 dk.	57	10,053±4.060	6.983	.000
	11-30 dk.	102	11,147±3.852		
	31-60 dk.	76	11,868±3.700		
	61-120 dk.	42	12,905±4.333		
	121+ dk.	42	14,071±5.479		
	5-10 dk.	57	6,281±3.040		

Öğretmenlerle İlişki	11-30 dk.	102	6,471±2.720		
	31-60 dk.	76	6,711±3.132	.282	.889
	61-120 dk.	42	6,810±3.014		
	121+ dk.	42	6,429±3.255		
Sosyal Medyada Harcanan Süre Toplam	5-10 dk.	57	50,018±16.081		
	11-30 dk.	102	57,549±12.668	12.387	.000
	31-60 dk.	76	61,908±11.685		
	61-120 dk.	42	62,071±12.514		
	121+ dk.	42	67,595±15.101		

Tablo 9’da görüldüğü gibi sosyal medyada harcanan süre değişkenine göre sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı ve sosyal izolasyon alt boyutları ile toplamda anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Sosyal yetkinlik alt boyutunda süre arttıkça anlamlılığın arttığı görülürken, paylaşım ihtiyacı alt boyutunda 61-120 dakika aralığında bir düşme görülürken süre arttıkça anlamlılığın arttığı, sosyal izolasyon alt boyutunda ve ölçek toplamında aynı şekilde süre arttıkça anlamlılığın arttığı görülmektedir.

Tablo 10: Öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının En Fazla Kullanılan Siteler değişkenine göre incelenmesi.

	En Fazla Kullanılan Siteler	N	X± Sd	f	P
Paylaşım İhtiyacı	Twitter	14	27,929±7,437	2,235	,050
	Whatsapp	4	30,750±8,461		
	Youtube	4	22,250±5,315		
	Çevrimiçi Oyun Siteleri	227	27,159±6,111		
	Instagram	3	20,667±14,189		
	Diğer	67	25,194±7,218		
Sosyal Yetkinlik	Twitter	14	14,571±5,331	1,573	,167
	Whatsapp	4	20,250±9,179		
	Youtube	4	12,250±4,193		
	Çevrimiçi Oyun Siteleri	227	14,304±4,797		
	Instagram	3	12,667±9,866		
	Diğer	67	13,522±5,558		
Sosyal İzolasyon	Twitter	14	13,000±4,368	,905	,478
	Whatsapp	4	13,750±8,180		
	Youtube	4	8,750±2,754		
	Çevrimiçi Oyun Siteleri	227	11,643±4,207		
	Instagram	3	10,333±4,042		
	Diğer	67	11,925±4,514		
Öğretmenlerle İlişki	Twitter	14	7,571±2,472	,623	,682
	Whatsapp	4	7,500±5,447		
	Youtube	4	5,500±2,082		
	Çevrimiçi Oyun Siteleri	227	6,537±2,930		
	Instagram	3	5,667±3,055		
	Diğer	67	6,343±3,136		
En Fazla Kullanılan Siteler Toplam	Twitter	14	63,071±15,588	1,960	,084
	Whatsapp	4	72,250±28,111		
	Youtube	4	48,750±8,846		
	Çevrimiçi Oyun Siteleri	227	59,643±13,552		
	Instagram	3	49,333±30,665		
	Diğer	67	56,985±14,825		

Tablo 10’da En Fazla Kullanılan siteler değişkenine göre Paylaşım İhtiyacı alt boyutunda anlamlı bir ilişki görülmektedir. Anlamlılığın Instagram kullananlarda en düşük düzeyde iken, whatsapp kullananlarda en yüksek düzeyde olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 11: Öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının Sosyal Medya Arkadaş Sayısı düzeyi değişkenine göre incelenmesi.

	Sosyal Medya Arkadaş Sayısı	N	X± Sd	f	P
Paylaşım İhtiyacı	0-500	274	26,245±6.513	4.786	.003
	501-1000	31	29,161±5.447		
	1001-5000	10	32,500±6.115		
	5000+	4	24,500±11.030		
Sosyal Yetkinlik	0-500	274	13,766±4.919	5.249	.002
	501-1000	31	16,097±4.166		
	1001-5000	10	18,800±7.786		
	5000+	4	16,500±9.037		
Sosyal İzolasyon	0-500	274	11,610±4.116	2.208	.087
	501-1000	31	12,807±4.629		
	1001-5000	10	10,400±6.132		
	5000+	4	15,750±8.261		
Öğretmenlerle İlişki	0-500	274	6,464±2.896	1.247	.293
	501-1000	31	6,613±2.526		
	1001-5000	10	8,300±5.376		
	5000+	4	6,250±3.775		
Sosyal Medya Arkadaş Sayısı Toplam	0-500	274	58,084±13.865	4.148	.007
	501-1000	31	64,677±11.697		
	1001-5000	10	70,000±21.515		
	5000+	4	63,000±28.284		

Tablo 11’da görüldüğü gibi sosyal medya arkadaş sayısı değişkenine göre paylaşım ihtiyacı, sosyal yetkinlik alt boyutları ve ölçek toplamında anlamlılık tespit edilmiş olup, alt boyutlar ve ölçek toplamında 5000 arkadaş sayısına kadar anlamlılık artarken, 5000 üstü arkadaş sayısı olanlarda düştüğü görülmektedir.

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Günümüzde farklı öğrenci grupları üzerinde yapılan benzer çalışmalarda öğrencilerin sosyal medyaya yönelik olumlu tutum sergiledikleri ortaya konulmuştur (Terzi vd. 2019; Ünsal ve Vayvay, 2018). Sosyal varlıklar olan insanların sosyalleşmeleri zamanla değişebildiği gibi, paylaşım ihtiyaçları da artabilir (Akıncı, 2019). Sosyal medya, gençlerin bilgi ve materyallere hızlı ve kolay erişimi ile arkadaşları arasında iletişimi kolaylaştırması açısından farklı avantajlar sağlamaktadır (Goel vd. 2016). İnsanlar sosyal medya yoluyla araştırıp sorgulayarak bilgiye ulaşır ve problem çözme becerilerini geliştirir (Bedir, 2016).

Çalışmamızda öğrencilerin sosyal medya tutum seviyelerinin ortalama düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca göre lise öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının hem toplam puanda hem de tüm alt boyut puanlarında “kısmen olumlu tutum” düzeyinde olduğu anlaşılmaktadır. Öğretmenlerle ilişki kurma alt boyutunda öğrencilerin puanlarının daha düşük düzeyde olduğu görülmektedir. Bu bulgu öğrencilerin, öğretmenleriyle sosyal medya aracılığıyla iletişim kurmayı yüksek düzeyde önemsemediklerini göstermektedir. Karakaya vd. (2018), Alican ve Saban (2013) tarafından yapılan araştırmalarda da lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları araştırmamızı destekleri nitelikte orta düzeyde çıkmıştır. Aküzüm ve Saraçoğlu (2017) çalışmalarında, üniversite öğrencilerin sosyal medyanın sosyal yetkinlik kazandırdığına yönelik tutumlarının en düşük, sosyal izolasyona sebep olduğu yönündeki tutumlarının ise en yüksek düzeyde olduğunu tespit etmişler ve sosyal medya ağları ile internette çok fazla zaman geçiren öğrencilerin sosyal hayattan uzaklaşarak yalnızlaştıklarını ileri sürmüşlerdir.

Elde edilen bulgulara göre cinsiyet değişkeni açısından kadınlar ve erkekler arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Alan yazında çalışmamızı destekler nitelikte cinsiyet değişkenine göre bireyler arasında farklılık olmadığını gösteren çalışmalar bulunmaktadır (Smahel vd, 2012; Ceyhan, 2011; Batıgün ve Hasta, 2010). Alan yazındaki araştırmalar incelendiğinde bulguların, erkeklerin problemleri internet kullanımlarının kadınlardan oldukça yüksek olduğunu gösteren çalışmalar bulunmaktadır (Şahan & Eraslan Çapar, 2017; Yılmaz vd., 2014; Siyez, 2014; Zorbaz ve Tuzgöl Dost, 2014; Berber Çelik & Odacı, 2012; Batıgün ve Kılıç, 2011). Bu durumun cinsiyet temelli rollerdeki farklılıklardan kaynaklanabileceği, çünkü internet ortamında sunulan faaliyet ve aktivitelerin daha çok erkeklerle hitap etmesinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Bunun yanında erkeklerin teknoloji ile daha fazla ilgilenmeleri, değişimleri ve gelişmeleri yakından takip etmeleri, oyun salonlarına ve internet kafelere rahat gidebilmeleri gibi sebeplerden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Çalışmamızda sınıf değişkenine göre sosyal yetkinlik ve paylaşım ihtiyacı alt boyutları ile toplamda anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Sosyal yetkinlik alt boyutunda 10. Sınıflarda en yüksek oranda iken, 12. Sınıflarda en düşük oranda, Paylaşım ihtiyacı alt boyutunda 11. Sınıfta en yüksek düzeyde olduğu, 12. Sınıfta ise en düşük oranda, toplamda ise,

10. Sınıflarda en yüksek, 12. Sınıflarda ise düşük oranda anlamlılık olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçların 10. Sınıfta gelişim dönemleri gereği sosyalleşme dönemlerinde olmaları, 11. Sınıfta ilgi ve beklentinin düşmesi, 12. sınıfta ise sınav kaygısı vb., beklentiler nedeniyle en düşük seviyede olduğu anlaşılmaktadır. Yılmaz vd. (2014) Lise öğrencilerinin internet bağımlılık düzeyleri, Doğan (2013) İnternet bağımlılığı yaygınlığı, Çakır vd. (2011) Üniversite Öğrencilerinin İnternet ve Oyun Bağımlılığı, Ceyhan (2010) internet kullanım amacının ve cinsiyetin yordayıcılığı, İnan (2010) İlköğretim II. Kademe ve Ortaöğretim Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı üzerine yaptığı çalışmalar, çalışmamızı destekleyen bulgular ortaya koymuşlardır. Alan yazında farklı sonuçlar elde edildiği görülmektedir. Tükenmez vd. (2019), sosyal yetkinlik ve öğretmenlerle iletişim boyutlarında Spor Bilimleri Fakültesi 1. sınıf öğrencilerinin diğer gruplara göre daha yüksek puanlar elde ettiklerini, Bodur ve Korkmaz (2017) İlahiyat Fakültesi öğrencileri, Bulu vd. (2016) ise ortaokul öğrencileri ile yaptıkları çalışmalarda, sınıf düzeylerine göre sosyal medya tutumlarında anlamlı bir değişim olmadığı tespit etmişlerdir. Otrar ve Arğın (2014) sınıf düzeyi ile sosyal medya tutumlarının ters orantılı olduğunu, sınıf düzeyi arttıkça tutumun düştüğünü ifade etmişlerdir.

Sosyal medya üyeliği değişkenine göre genel toplamda bir ilişki görülmezken, paylaşım ihtiyacı alt boyutunda anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Anlamlılığın sosyal medya üyeliği olanlar lehinde olduğu anlaşılmaktadır. Çalışmamız Altınay Bor (2018), Aksak (2017) ve Otrar ve Arğın (2014)'ın yaptıkları çalışma sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Altınay Bor (2018)'un ergenler üzerine yaptığı araştırmada sosyal medya üyeliği bulunmayanların sosyal medyaya yönelik tutumlarının, bulunanlara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bunun aksine Aksak (2017) ile Otrar ve Arğın (2014) tarafından lise öğrencileri üzerine yapılan araştırmalarda üyeliği bulunanların öğrencilerin tutumlarının, bulunmayan öğrencilere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Sosyal Medya Kullanım Süresi değişkenine göre paylaşım ihtiyacı alt boyutunda anlamlı bir ilişki görülmektedir. Anlamlılık 1 yıldan az olanlarda en düşük düzeyde iken, yıllara göre periyodik olarak artarak, 4 yıl ve daha fazla sosyal medya kullanan öğrencilerde en yüksek orana çıktığı görülmektedir. Alan yazında çalışmamızı destekleyen çalışmaların yanında farklı sonuçlar elde edilen çalışmalar bulunmaktadır. Aküzüm ve Saraçoğlu (2017) ile Otrar ve Arğın (2015) 3-4 yıl ile 4 yıldan fazla süredir sosyal medya sitelerini kullanan katılımcıların 1 yıldan daha az süredir kullanan katılımcılara göre sosyal medyanın paylaşım ihtiyacını karşılama ve sosyal yetkinlik kazandırmaya ilişkin tutumlarının daha yüksek olduğunu, 3 yıl ve daha uzun süredir sosyal medya ağlarını kullanan öğrencilerin sosyal medya tutumlarının daha olumlu düzeyde olduğunu tespit etmişler. Coşar ve Gedik (2021), Alican ve Saban (2013), kullanım süresindeki artışla paralel, öğrencilerin sosyal medya tutumlarının da pozitif yönde geliştiğini belirtmişlerdir.

Sosyal medya kullanım sıklığı değişkenine göre sosyal yetkinlik ve paylaşım ihtiyacı alt boyutları ile toplamda anlamlılık tespit edilmiştir. Anlamlılığın sosyal yetkinlik alt boyutunda her gün 1 kereden fazla girenlerde en yüksek oranda iken, haftada bir kere girenlerde en düşük oranda olduğu görülmektedir. Paylaşım ihtiyacı alt boyutunda sırasıyla her gün bir kereden fazla girenler, her gün bir kere girenler, haftada bir kere girenler, haftada bir kereden fazla girenler ve ayda birkaç kere girenler sırasını takip ettiği görülmüştür, Toplamda ise her gün bir kereden fazla girenlerde en yüksek düzeyde iken, ayda birkaç kere girenlerde en düşük oranda olduğu görülmüştür. Çalışmamızı destekler nitelikte Genel (2021), lise ve ön lisans öğrencilerinin %61,6'sının her gün bir kereden fazla, Amaghani ve Akbağ (2018) %75,6, Otrar ve Arğın'ın (2014) ise %56,7 oranında olduğunu ortaya koymuştur. Çalışmamızdan farklı olarak Ezen vd., (2019), sosyal medya kullanım sıklığı ile sosyal medya bağımlılığı toplam ve alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığını ortaya koymuştur. Bu durumun yaş gurubu, öğrencilerin sosyo kültürel yapısı, okulun bulunduğu yerleşim yeri ve ulaşım imkanlarındaki farklılıklardan kaynaklandığı düşünülmektedir.

Sosyal medyada harcanan süre değişkenine göre sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı ve sosyal izolasyon alt boyutları ile toplamda anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Sosyal yetkinlik alt boyutunda süre arttıkça anlamlılığın arttığı görülürken, paylaşım ihtiyacı alt boyutunda 61-120 dakika aralığında bir düşme görülürken süre arttıkça anlamlılığın arttığı, sosyal izolasyon alt boyutunda ve toplam aynı şekilde süre arttıkça anlamlılığın arttığı görülmektedir. Çalışmamızı destekler nitelikte Coşar ve Gedik (2021) öğretmen adaylarının, Ezen vd., (2019) hemşirelik öğrencilerin, sosyal medyada harcadıkları süre arttıkça sosyal medya bağımlılık oranlarının arttığını ifade etmişlerdir. Çalışmamızdan farklı olarak Deniz ve Gürültü (2018), lise öğrencilerinin ölçek toplamında günlük ortalama 30 dakikanın üzerine çıktıklarını ortaya koymuştur. Bu durumda, lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının süre ile paralel olarak aşamalı şekilde artmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Pandemi sırasında, lise öğrencilerinin sosyal iletişiminin çoğunlukla whatsapp aracılığıyla, bunun yanında twitter üzerinden gerçekleştiği anlaşılmaktadır. Çalışmamızda, whatsapp ve twitteri diğer sosyal medya platformlarından fazla kullandığını bildiren öğrencilerin, kullanmayanlara göre daha yüksek sosyal medya bağımlılığı riski taşıdığı görülmektedir. Sadece instagram kullanan öğrencilerin, sosyal medya bağımlılığının en düşük seviyede olduğu anlaşılmaktadır. Literatürde çalışmamızı destekleyen (Yaşar ve Uğurhan, 2021; Smith, 2017 (Akt. Göncü, 2018); Yazıcı, 2015) çalışmalar bulunmaktadır. Bu durumun whatsapp ve Twitter uygulamalarının ücretsiz olması, eğlence

amaçlı hikâye paylaşılabılır olması, gurup sohbetine açık olması gibi cazip yönlerinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Literatürde mevcut çalışmadan farklı olarak, COVID-19 salgını sırasında instagramın popülaritesinde Ürkmez ve Eskicumalı (2021), Molla (2021) %43'lük, Salici ve Öcal (2020) %81,6'lık oranla şaşırtıcı bir artış yaşadığını ve pandemi döneminde sosyal medya kullanımının, artan bağımlılık riski potansiyeli ile bağlantılı bir durum ortaya koyduğunu (Zhao ve Zhou, 2021) belirten çalışmalar da bulunmaktadır. Bu durumun instagramın bilgiye ulaşmayı ve paylaşmayı kolaylaştırması, sosyal etkileşim sağlaması, bireylerin kolaylıkla kendilerini ifade edebilmeleri, eğlenceli zaman geçirmeleri gibi etmenlerden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Sosyal medya arkadaş sayısı değişkenine göre sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı alt boyutları ve toplamda anlamlılık tespit edilmiştir. Tüm alt boyutlar ve toplamda 5000 arkadaş sayısına kadar anlamlılık artarken, 5000 üstü arkadaş sayısı olanlarda düştüğü görülmektedir. Mevcut çalışmayı destekler nitelikte Akbulut ve Günüş (2012), arkadaş sayısı ile sosyal medya kullanım düzeylerinin azaldığı sonucuna ulaşmışlardır. Alan yazında çalışmamızdan farklı olarak Atlı vd., (2021), arkadaş sayılarına göre sosyal medya bağımlılık düzeylerinin değişmediğini ortaya koymuştur.

Sonuç olarak çalışmamızda öğrencilerin sosyal medya tutum seviyelerinin ortalama düzeyde olduğu, cinsiyet değişkeni açısından kadınlar ve erkekler arasında anlamlı bir farklılık bulunmazken, sınıf değişkenine göre sosyal yetkinlik ve paylaşım ihtiyacı alt boyutlarında, Sosyal medya üyeliği değişkenine göre paylaşım ihtiyacı alt boyutunda, Sosyal medya kullanım sıklığı değişkenine göre sosyal yetkinlik ve paylaşım ihtiyacı alt boyutlarında, Sosyal medyada harcanan süre değişkenine göre sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı ve sosyal izolasyon alt boyutlarında, Sosyal medya arkadaş sayısı değişkenine göre sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı alt boyutları ve toplamda anlamlı ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Bu durumun Lise düzeyinde öğrenim gören öğrencilerin genelinde sosyal medya alışkanlığının olduğu, sıklıkla sosyal medya kullandıkları sadece 12 sınıf düzeyindeki öğrencilerin sınav kaygısı olması sebebiyle düşük olduğu, paylaşım ihtiyaçlarının yüksek olmasının sebebinin ise kendini beğendirme duygusunun yüksek olmasından ve sosyal medyada var olma duygusunun baskın olması, takdir ve beğeni toplama duygularının yüksek olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

4.1. Öneriler

- ✓ Sosyal medya ağlarında zamanlarının önemli bir kısmını geçiren öğrencilerin sosyal yaşamdan uzaklaşmamaları için aile ve okullar tarafından önlem alınmalıdır.
- ✓ Sosyal medyayı verimli kılan uygulamalar genç kullanıcılara tanıtılmalıdır.
- ✓ Sosyal ağları eğitim için kullanmaları yönünde bilgi verilmeli.
- ✓ Sosyal medya bağımlılığı ile bunun zihinsel ve fiziksel sağlık üzerindeki etkileri konusunda önleme kampanyaları başlatılmalıdır.

KAYNAKÇA

1. Akar, E., *Sosyal Medya Pazarlaması*. İstanbul: Elif Yayınevi, 2010.
2. Akbulut, Y. ve Günüş, S. (2012). Perceived social support and Facebook use among adolescents. *International Journal of Cyber Behavior, Psychology and Learning*, 2(1), 30-41.
3. Akıncı, AY. (2019). *Beden Eğitimi, Sosyalleşme İlişkisi*, Mauritius, Lap Lambert Academic Publishing.
4. Aksak, M. (2017). *Farklı lise türlerine devam eden lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları ile yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi (Gaziosmanpaşa ilçesi örneği)* (Doctoral dissertation, Marmara Üniversitesi (Turkey)).
5. Aküzüm, C., Saraçoğlu, M., 2017. Investigation of attitudes of university students towards social media. *Dicle Univ. J. Ziya Gökalp Fac. Educ.* 32, 803–817. <https://doi.org/10.14582/DUZGEF.789>.
6. Alican, C., & Saban, A. (2013). Ortaokul ve lise de öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya kullanımına ilişkin tutumları: Ürgüş örneği. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(35), 1-14.
7. Altınay Bor, H. (2018). Ergenlerde sosyal medyaya yönelik tutum, sosyal medya kullanımında gelişmeleri kaçırma korkusu ve sosyal kaygı arasındaki ilişkiler. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul*.
8. Altıntaş, S., & Öztapak, M. (2016). Orta okul öğrencilerinin problemleri internet kullanımları ile anne-baba tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Eğitim ve İnsani Bilimler Dergisi*, 7(13), 109-128.

9. Amaghani, F. F. ve Akbağ, M. (2018). Gençlerde sosyal medyaya yönelik tutumlar ve yalnızlık: İlişkisel bir inceleme. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 6(15), 5-42.
10. Arın, S. F. (2013). *Ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi (Çekmeköy örneği)*. (Yayınlanmamış Yüksek lisans tezi). Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden edinilmiştir. (Tez No.327660)
11. Assuncao, R. S., Matos, P. M., Assuncao, R. S., Matos, P. M., Assuncao, R. S., & Matos, P. M. (2017). The generalized problematic Internet use scale 2: Validation and test of the model to Facebook use. *Journal of Adolescence*, 54, 51–59. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.11.007>.
12. Atlı, F., Buğa, A., Mammadli, T. & Yıldırım Atlı, A. (2021). Türkiye’de üniversite öğrenimi gören öğrencilerin öz-anlayışları ile sosyal medya bağımlılıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Academia Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 59-77.
13. Babacan, M. E. (2016). Sosyal Medya Kullanım Alanları ve Bağımlılık İlişkisi. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 3(1), 7-28.
14. Batıgün Durak, A., & Hasta, D. (2010). İnternet bağımlılığı: yalnızlık ve kişilerarası ilişki tarzları açısından bir değerlendirme. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 11, 213-219.
15. Batıgün Durak, A., & Kılıç, N. (2011). İnternet bağımlılığı ile kişilik özellikleri, sosyal destek, psikolojik belirtiler ve bazı sosyo-demografik değişkenler arasındaki ilişkiler. *Türk Psikoloji Dergisi*, 26 (67), 1-10.
16. Bedir, A., (2016). *The Effect of Using Social Media on Collage Academic Success and Attitude*. Master’s Thesis. Atatürk University Institute of Educational Sciences Computer and Instructional Technology Education, Erzurum.
17. Berber Çelik, Ç., & Odacı, H. (2012). Kendilik algısı ve benlik saygısının problemli internet kullanımını üzerindeki yordayıcı rolü. *E-Journal of New World Sciences Academy*, 7, (1), 433-441.
18. Bodur, H.E., Korkmaz, S. (2017). “İlahiyat Öğrencilerinde Sosyal Medya Kullanımı ve Dindarlık İlişkisi”. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 15/30, 329-351.
19. Bulu, S., Numanoglu, M., & Keser, H. (2016). “Examination of The Attitudes of Middle School Students Towards Social Media”. *Cypriot Journal of Educational Sciences* 11/1, 43-48.
20. Ceyhan, E. (2010). Problemli internet kullanım düzeyi üzerinde kimlik statüsünün, internet kullanım amacının ve cinsiyetin yordayıcılığı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 10(3), 1323-1355.
21. Ceyhan, A. A. (2011). İnternet kullanma temel nedenlerine göre üniversite öğrencilerinin problemli internet kullanımı ve algıladıkları iletişim beceri düzeyleri. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 11(1), 59-77.
22. Carbonell, X., & Panova, T. (2017). A critical consideration of social networking sites’ addiction potential. *Addiction Research and Theory*, 25(1), 48–57. <https://doi.org/10.1080/16066359.2016.1197915>.
23. Comm, J. And Burge, K., (2009). *Twitter Power, How to Dominate Your Market One Tweet at a Time*, Published by John Wiley&SonsInc, New Jersey.
24. Coşar, H. A., & Gedik, H. (2021). Öğretmen adaylarının sosyal medya bağımlılığı ve akademik erteleme davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Bayterek Uluslararası Akademik Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 32-65.
25. Çakır, Ö., Ayas, T., & Horzum, M. B. (2011). An investigation of university student’s internet and game addiction with respect to several variables. *Ankara University, Journal of Faculty of Educational Sciences*, 44 (2), 95-117. DOI: 10.1501/Egifak_0000001226.
26. Çıngı, H. (1994). *Örnekleme Kuramı*, H.Ü. Fen Fakültesi Yayınları, Ankara, 346.
27. Deniz, L., & Gürültü, E. (2018). Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 26(2), 355-367.
28. Doğan, A. (2013). *İnternet bağımlılığı yaygınlığı* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
29. Eftekin, P. (2015). *Ergenlik dönemindeki öğrencilerin internet bağımlılığı ve anne baba tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek lisans tezi). Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden edinilmiştir. (Tez No.382058)

- 30.Ezen, M., Açıkgöz, A., Emir, B., & Özkaraman, A. (2019). Hemşirelik öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının iletişim becerilerine etkisi. *Kocaeli Medical Journal*, 8(1), 130-140.
- 31.Flynn, S., Noone, C., & Sarma, K. M. (2018). An exploration of the link between adult attachment and problematic Facebook use. *BMC Psychology*, 6(1), 1–16. <https://doi.org/10.1186/s40359-018-0245-0>.
- 32.Genel, M. G. (2021). Öğrencilerin Sosyal Medya Tutumları ve Yalnızlık Algıları: Lise ve Ön lisans Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(4), 2148-2159.
- 33.George D, Mallery P., (2016). *IBM SPSS Statistics 23 Step by Step: A Simple Guide and Reference*. New York: Routledge; 112-120.
- 34.Goel, D., Islamia, J.M., Singh, M., (2016). Impact of students attitudes towards social media use in education on their academic performance. *AIMA J. Manag. Res.* (2/4), 5–14.
- 35.Göncü, S. (2018). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde y kuşağının whatsapp kullanımı üzerine bir inceleme. *TRT akademi*, 3(6), 590-612.
- 36.Işık, M., & Kaptangil, İ. (2018). Akıllı telefon bağımlılığının sosyal medya kullanımı ve beş faktör kişilik özelliği ile ilişkisi: Üniversite öğrencileri üzerinden bir araştırma. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 695-717.
- 37.İnan, A. (2010). *İlköğretim II. Kademe ve Ortaöğretim Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı*, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden edinilmiştir. (Tez No.263788).
- 38.Karakaya, I., Mehmet, S. A. T. A., Corbaci, E. C., & Cetin, B. (2018). An Investigation of the Factors That Affect High School Students' Attitudes Towards Social Media by CHAID Analysis. *Eurasian Journal of Educational Research*, 18(76), 21-40.
- 39.Karasar, N. (2004). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Nobel yayıncılık, Ankara, 52.
- 40.Kim, W., Jeong, O. R., & Lee, S. W. (2010). On social Web sites. *Information systems*, 35(2), 215-236.
- 41.Lee, E. W. J., Ho, S. S., & Lwin, M. O. (2017). Explicating problematic social network sites use: A review of concepts, theoretical frameworks, and future directions for communication theorizing. *New Media and Society*, 19(2), 308–326.
- 42.M'erelle, S. Y. M., Kleiboer, A. M., Schotanus, M., Cluitmans, T. L. M., Waardenburg, C. M., Merelle, S. Y. M., ... van Rooij, A. J. (2017). Which health-related problems are associated with problematic video-gaming or social media use in adolescents? A largescale cross-sectional study. *Clinical Neuropsychiatry*, 14(1), 11–19.
- 43.Molla, R. (2021). <https://www.vox.com/recode/22295131/social-media-use-pandemic-covid-19-instagram-tiktok>
- 44.Otrar, M., Arğın, F.S. (2014). “Öğrencilerin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının Kullanım Alışkanlıkları Bağlamında İncelenmesi”. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi* 3/3, 1-13.
- 45.Otrar, M., & Arğın, F. S. (2015). Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 391-403.
- 46.Özer, Ş. (2013). *Problemli İnternet Kullanımının Benlik Saygısı ve Öznel İyi Oluş ile Açıklanabilirliği (Yüksek lisans tezi)*. (Yayınlanmamış Yüksek lisans tezi). Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden edinilmiştir. (Tez No.344488).
- 47.Öztürk, M. F., & Talas, M. (2015). Sosyal medya ve eğitim etkileşimi (Interaction of social media and education). *Journal of World of Turks*, 7(1), 101-120.
- 48.Salici, O., & Ocal, Z. S. S. (2020). University Students' Internet Addiction Levels under Various Variables. *European Journal of Educational Sciences*, 7(3), 109-122.
- 49.Siyez, D. M. (2014). Lise öğrencilerinde problemli internet kullanımının yordayıcıları olarak heyecan arama ve cinsiyet. *The Turkish Journal on Addictions*, 1(1), 63-97. Doi: 10.15805/addicta.2014.1.1.006.
- 50.Şahan, M., & Eraslan Çapar, B. (2017). Ergenlerin problemli internet kullanımında kişilerarası ilişkilerle ilgili bilişsel çarpıtmaların ve sosyal kaygının rolü. *Ege Eğitim Dergisi*, 2 (18), 887-913. <https://dx.doi.org/10.12984/egedfd.336391>.

51. Smahel, D. B., Brown, B. B., & Blinka, L. (2012). Associations between online friendship and internet addiction among adolescents and emerging adults. *Developmental Psychology*, 48(2), 381-388. <http://dx.doi.org/10.1037/a0027025>
52. Social, W. A. (2020). Essential Insights Into Internet, Social Media, Mobile, and E-Commerce Use Around The World.
53. Terzi, B., Bulut, S., & Kaya, N. (2019). Factors affecting nursing and midwifery students' attitudes toward social media. *Nurse education in practice*, 35, 141-149.
54. Tutgun-Ünal, A. ve Deniz, L. (2016). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının incelenmesi, *Route Educational and Social Science Journal*, 3(2), 155-181.
55. Tutgun-Ünal, A. ve Deniz, L. (2019). Sosyal medya kuşaklarının sosyal medya kullanım seviyeleri ve tercihleri. 5. Uluslararası Sosyal ve Eğitim Bilimleri Araştırmaları Kongresi, Bandırma.
56. Tutgun-Ünal, A. ve Katmer-Bayraklı, V. (2014). Öğretmen adaylarının sosyal medyanın eğitimde iletişim amaçlı kullanılmasına ilişkin görüşleri: Twitter örneği. Uluslararası 1. Avrasya Eğitim Araştırmaları Kongresi (EJER), İstanbul.
57. Tutgun-Ünal, A. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma*. Yayımlanmamış Doktora Tezi Marmara Üniversitesi, İstanbul.
58. Tükenmez, Ataman vd. (2019). "Genç Bireylerin Sosyal Medya Tutumlarının İncelenmesi". *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences* 5/20, 942-947.
59. Ünsal, S., Vayvay, N.A. (2018). Investigation of the relationship between teacher candidates' social media usage and attitudes towards e-learning. *Route Educ. Soc. Sci. J.* 5 (5), 25-40.
60. Ürkmez, S., & Eskicumalı, A. (2021). Kullanımlar ve doyumlar teorisi çerçevesinde covid-19 pandemi sürecinde bireylerin sosyal medya kullanım motivasyonları: Instagram örneği. *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(2), 111-129.
61. Yaşar, İ. H., & Uğurhan, Y. Z. C. (2021). Sosyal Medyada Güven ve Teyit: Sosyal Medya Kullanım Sıklığı Bağlamında Bir İnceleme. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İnif E-Dergi)*, 6(1), 32-52.
62. Yazıcı, T. (2015). Kişilerarası İletişimde Anlık Mesajlaşma Uygulamalarının Yeri: Whatsapp Uygulaması ile İlgili Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir İnceleme. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1 (4), 1334-1356.
63. Yılmaz, E., Şahin, Y. L., Haseski, H. İ., & Erol, O. (2014). Lise öğrencilerinin internet bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi: Balıkesir ili örneği. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi* 4(1), 133-144. <http://dx.doi.org/10.12973/jesr.2014.41.7>
64. Yılmazsoy, B. ve Kahraman, M. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medyayı eğitsel amaçlı kullanımları arasındaki ilişkinin incelenmesi: Facebook örneği, *Journal of Instructional Technologies & Teacher Education*, 6(1), 9-20.
65. Zhao, N., & Zhou, G. (2021). COVID-19 stress and addictive social media use (SMU): Mediating role of active use and social media flow. *Frontiers in Psychiatry*, 12, 85. <https://doi.org/10.3389/fpsyt.2021.635546>
66. Zorbaz, O. (2013). *Lise öğrencilerinin problemleri internet kullanımının sosyal kaygı ve ekran ilişkileri açısından incelenmesi (Yüksek Lisans Tezi)*. (Yayımlanmamış Yüksek lisans tezi). Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi'nden edinilmiştir. (Tez No.339100)
67. Zorbaz, O., & Tuzgöl Dost, M. (2014). Lise öğrencilerinin problemleri internet kullanımının cinsiyet, sosyal kaygı ve ekran ilişkileri açısından incelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(1), 298-310.