

Acil Yardım ve Afet Yönetimi Öğrencilerinin Sosyal Medyaya Yönelik Tutumlarını Etkileyen Faktörler

Mine TAŞKIN* 

ÖZ

Gelişen teknolojiyle birlikte öğrencilerin günlük hayatta aktif olarak kullandıkları sosyal medya giderek daha popüler hale gelmektedir. Acil Yardım ve Afet Yönetimi (AYAY) öğrencileri de bu duruma dahildir ancak literatürde AYAY öğrencilerinin sosyal medya kullanımlarını ve görüşlerini araştıran herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmanın amacı, AYAY öğrencilerinin sosyal medyaya yönelik tutumlarını etkileyen faktörlerin incelenmesidir. Tanımlayıcı kesitsel tipteki bu araştırmanın evrenini bir yüksekokulun Acil Yardım ve Afet Yönetimi bölümünde öğrenim gören 145 öğrenci üniversite öğrencisi oluşturmaktadır. Veriler araştırmacı tarafından 45 soruluk anket formunun yüz yüze uygulanması ile toplanmıştır. Verilerin değerlendirilmesi Statistical Package for Social Sciences (SPSS) 26.0 programı ile yapıldı. Öğrencilerin Sosyal Yetkinlik puan ortalamasının $20,43 \pm 4,93$, paylaşım ihtiyacı puan ortalamasının $19,49 \pm 5,79$, öğretmenlerle ilişki puan ortalamasının $9,18 \pm 3,05$ ve sosyal izolasyon puan ortalamasının $20,39 \pm 11,33$ ve toplam puan ortalamasının $75,61 \pm 13,02$ olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin bazı kişisel özellikleri sosyal medyaya yönelik tutumlarını etkilemezken, kullanılan sosyal medya türüne göre öğrencilerin sosyal medyaya yönelik tutumları üzerinde etkiye sahiptir.

Anahtar Kelimeler: Tutum, Sosyal Medya, Acil Yardım ve Afet Yönetimi.

Factors Affecting Emergency Aid and Disaster Management Students' Attitudes Towards Social Media

ABSTRACT

With the developing technology, social media, which students actively use in daily life, is becoming increasingly popular. Emergency Aid and Disaster Management (EDM) students are also included in this situation, but there is no study in the literature investigating EDM students' social media use and opinions. The population of this descriptive cross-sectional study consisted of 145 students studying in the EDM department of a college. The aim of this study is to examine the factors affecting AYAY students' attitudes towards social media. The population of this descriptive cross-sectional study consists of 145 university students studying in the EDM department of a college. The data were collected by the researcher through face-to-face application of a 45-question questionnaire form. Data were evaluated with the Statistical Package for Social Sciences (SPSS) 26.0 program. It was determined that the mean score of the students' Social Competence was $20,43 \pm 4,93$, the mean score of the need for sharing was $19,49 \pm 5,79$, the mean score of the relationship with teachers was $9,18 \pm 3,05$ and the mean score of social isolation was $20,39 \pm 11,33$. In addition, the total mean score of the Social Media Attitude Scale was 75.61 ± 13.02 . While some personal characteristics of students do not affect their attitudes towards social media, the type of social media used has an effect on students' attitudes towards social media.

Keywords: Attitude, Social Media, Emergency Aid and Disaster Management.

1. Giriş

Günümüzde internet, teknolojiye gelişmelerle birlikte her alanda hayatımızın önemli bir parçası haline gelmiştir (Sevinç & Taş, 2020). Modern insanın bilgi ihtiyaçlarını karşıladığı, iletişim, eğlence, günlük iş, mali işler ve toplantı gibi faaliyetlerini internet üzerinden kolaylıkla gerçekleştirdiği aşikârdır (Buneviciene & Bunevicius, 2021). Hızla gelişen bilgi teknolojisi ve iletişim araçları, bilgiye etkin bir şekilde erişmek ve bilgiyi kullanma ihtiyacı duyan insanlar için vazgeçilmez hale gelmiştir. Günümüzde bilgiye ulaşmanın en hızlı ve pratik yolu şüphesiz internettir. İnternet hem dünya üzerinde milyonlarca insanı birbirine bağlayan bir ağ hem de binlerce sosyal grubu birbirine bağlayan bir ortamdır (Tektas, 2014). Modern iletişim sistemlerinin en büyük destekçisi olan internet 1970'lerde ortaya çıkmış ve özellikle 1990'lardan sonra hızla

* **Corresponding Author/Sorumlu Yazar**, Doç. Dr./Assoc. Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi/Selçuk University, mastkin@selcuk.edu.tr

Makale Gönderim ve Kabul Tarihleri/Article Submission and Acceptance Dates: 25.08.2023-28.10.2023

Citation/Atf: Taşkın, M. (2023). Acil yardım ve afet yönetimi öğrencilerinin sosyal medyaya yönelik tutumlarını etkileyen faktörler. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 52, 309-320. <https://doi.org/10.52642/susbed.1349755>

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License



gelişerek her kesimden ve her yaştan insanda büyük ilgi uyandıran bir noktaya ulaşmıştır. İnternet, insanların daha hızlı ve daha etkili iletişim kurmasına, yaşamdaki anlık değişiklikleri gözlemlemesine, kişisel deneyimlerini ve görüşlerini paylaşmasına olanak tanımaktadır. İnternetin kendisi zararsız ve hatta oldukça işlevsel bir araçtır. Ancak aşırı ve yanlış kullanımı bağımlılık riskini beraberinde getirmektedir (Yen vd., 2008). Dünya çapındaki internet kullanıcılarının sayısı, 2021'de ek 782 milyon (%10,2) ile pandemi sırasında önemli ölçüde artmıştır (Nations, 2021). Dünya çapında sosyal medya (ör. Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, TikTok) kullanıcıları, hesaplarına erişmek için günde ortalama 145 dakika harcamaktadır (Dixion, 2022).

Sosyal medya, kullanıcılara kişisel bir profil oluşturma, kullanıcı tarafından oluşturulan içeriği destekleme, diğer kullanıcılarla bağlantı kurma ve üyelerin işbirliği yapma yollarını destekleme hakkı veren web tabanlı hizmetlerdir (Quan-Haase & Sloan, 2017). Sosyal medya, bursiyerlerin istatistikleri alması ve ihtiyaç duyduklarında görsel olarak incelemeleri için en değerli araçtır (Shafiq & Parveen, 2023). Bireysel farklılıklar sosyal medyanın kullanım amacını etkilemektedir. Bazı kişiler fotoğraflarını, videolarını ve blog içeriklerini paylaşır, bazıları ise bunu arkadaşlarıyla iletişim halinde kalmak ve yeni arkadaşlar bulmak için kullanır (Yıldız & Koçak, 2020). Sosyal medya aracılığıyla, üniversite öğrencileri performanslarını geliştirebilir, öğretmenlerden uygun çözümler alabilir ve hatta diğer öğrencilere sorular ve görüşler sunabilir. Covid-19 salgını sırasında modern dijital iletişim ve sosyal medya platformları, öğrencileri güvende, bilgili ve birbirine bağlı tutmak için fırsatlar sunmuştur. Popülerlik açısından yüz yüze toplantıların yerini sanal etkileşimler aldı ve kişisel görüntülü konuşmalar hızla halka açık toplantıların yerini aldı (Dumford vd., 2023). Ancak sosyal medyanın ilişkileri bozmak ve zaman kaybına neden olmak gibi birkaç olumsuz etkisi de bulunmaktadır. Ayrıca gayri resmi, eksik, doğrulanmamış bilgilerin paylaşılması kanıta dayalı olmayan bilgilerin yayılmasına yol açmakta, kişisel kimliğin teşhiri nedeniyle güvenlik ve etik sorunlar yaşanabilmektedir (Ventola, 2014).

Sağlık sistemlerinin teknolojik gelişmelere paralel olarak gelişmesi tele-tıp gibi uygulamaların ortaya çıkmasını sağlamıştır (Işık & Güler, 2010). Tele sağlık hasta eğitimi, tanı, tedavi, sağlık sorunları konusunda bilinçlendirme gibi tüm konuları kapsamakta ve tele tıp ile birlikte mobil sağlık da kapsamaktadır (WHO, 2010). Sağlık profesyonelleri kadar öğrencilerinde tele sağlık uygulamalarını kullanması gerekmektedir. 2019 yılında ABD'de gerçekleştirilen mobil sağlık çalışmasında, katılımcıların cep telefonlarına ve akıllı saatlerine indirilen bir uygulama yardımıyla 12 hafta boyunca tansiyonları ve kalp atış hızları ölçülmüştür. Çalışma sonucunda, kardiyovasküler hastalık risk faktörlerini tanımlayan bir e-kohort tanımlanmıştır (McManus vd., 2019). Bunun yanında sosyal medya, sağlık hizmetine ihtiyacı olan kişilerin internet ve çeşitli web siteleri aracılığıyla bakım hizmeti almalarına yardımcı olur (Ventola, 2014). Sağlık okuryazarlığı kazanan bireyler, sağlıkları hakkında bilinçli kararlar verebilir ve web tabanlı sağlık eğitiminden yararlanabilirler (Çopurlar & Kartal, 2016). Gelecekte sağlık hizmetlerinin internet ve sosyal medya siteleri üzerinden sunulması giderek yaygınlaşacaktır. Sağlıkla ilgili alanlarda eğitim gören öğrencilerin büyük çoğunluğu sosyal medya platformlarını çeşitli şekillerde kullanmaktadır (Price vd., 2018). Acil Yardım ve Afet Yönetimi öğrencilerinin çoğu, kendilerini Afet Yönetimi eğitimi sosyal medyada tartışabilecek kadar yetkin görmektedir. Sosyal medya son yıllarda Acil Yardım ve Afet Yönetimi eğitiminde de öne çıkmaktadır. Literatürde hemşirelik öğrencilerinin sosyal medya kullanımına yönelik çalışmalar bulunmaktadır. Örneğin hemşirelik öğrencilerinin bilişsel ve yazma becerilerini geliştirmelerine ve mesleki bağlılıklarını teşvik etmelerine yardımcı olduğu tespit edilmiştir (Jackson vd., 2018). Ancak literatürde Türkiye'de sağlık sisteminin bir üyesi olma potansiyeli bulunan, Afet ve Acil Durum Yönetim Başkanlığı ve belediyeler bünyesinde itfaiye eri olarak çalışan, arama-kurtarma faaliyetlerine katılan Acil Yardım ve Afet Yönetimi öğrencilerinin sosyal medyaya yönelik tutumlarını içeren herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu sebeple bu araştırma Acil Yardım ve Afet Yönetimi öğrencilerinin sosyal medyaya yönelik tutumlarını değerlendirmek amacıyla yapılmıştır. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

- Öğrencilerin kişisel ve sosyal medya alışkanlıkları nelerdir?
- Öğrencilerin sosyal medyaya karşı tutumları nasıl?
- Öğrencilerin kişisel ve sosyal medya alışkanlıkları ile sosyal medya tutum ölçeği arasında istatistiksel olarak anlamlı fark var mıdır?

2. Materyal-Metot

2.1. Araştırma Türü

Bu çalışma tanımlayıcı-kesitsel tipte bir araştırmadır.

2.2. Araştırma Örnekleme

Bu çalışma 16.01.2023 ve 31.01.2023 tarihleri arasında bir devlet üniversitesi bünyesinde AYAY bölümünde gerçekleştirilmiştir. Üniversitede AYAY bölümüne kayıtlı toplamda 200 öğrenci vardı. 145 öğrenci ankete başvurmayı kabul etti (anket yanıt oranı %72,50). Evren sayısı bilindiğinde önerilen formül kullanılarak örneklem büyüklüğü hesaplanmıştır. Bu formüle göre minimum örneklem büyüklüğü %95 güven aralığı ve %5 örnekleme hatası ile 132 olmalıdır. Anketler öğrencilerin ders saatlerinde yüz yüze uygulanmıştır.

2.3. Veri Toplama Aracı

Veri toplama aracı olarak Öğrenci Bilgi Formu ve Sosyal Medya Tutum Ölçeği kullanılmıştır. Öğrenci bilgi formunda yaş, cinsiyet, bölüm, akademik yıl gibi sosyodemografik özellikleri ve sosyal medya platformlarını kullanım sıklığı, sosyal medya platformlarını kullanım amacı, sosyal medyaya ayrılan süre, sosyal medyaya erişim için kullanılan cihaz gibi diğer faktörleri sorgulayan toplam 15 maddeden oluşmaktadır. Facebook, Linked in, Twitter, Foursquare [Swarm], Instagram, Snapchat, whatsapp, youtube sosyal medya platformlarıyla ilgili sorular “Hiç”, “Nadiren”, “Bazen”, “Sık sık”, “Sürekli” şekliyle 5 li likert tipi cevaplanmıştır.

Anketin ikinci kısmı Otrar ve arkadaşları tarafından 2015 yılında geliştirilen sosyal medya tutum ölçeği dört boyut ve 23 maddeden oluşmaktadır (Otrar vd., 2014). Ölçeğin alt boyutları Sosyal Yeterlilik (6 madde), Paylaşma İhtiyacı (8 madde), Öğretmenle İlişki (3 madde) ve Sosyal İzolasyon (6 madde) şeklindedir. Ölçeğin boyut puanları herhangi bir değişiklik yapılmadan hesaplanmıştır. Ancak sosyal izolasyon boyutunu oluşturan tüm maddeler ters çevrilmiş maddeler olduğundan, bu boyuta ait toplam puanlar hesaplanırken bu boyuta ait maddeler ters kodlanmıştır. Ölçek 13-18 yaş arası gençler üzerinde geliştirilmiş ve aynı zamanda üniversite öğrencilerinin sosyal medyaya yönelik tutumlarını belirlemek için kullanılmıştır. Orijinal ölçeğin Cronbach alfa değeri 0.85'tir.

2.4. Veri Analizi

Verilerin analizinde SPSS 26.0 istatistik paket programı (IBM Corporation, Armonk, NY, ABD) kullanıldı. Veri analizinde sıralı değişkenler aritmetik ortalama ve standart sapma ile, minimum, maksimum ve nominal değişkenler frekans ve yüzde kullanılarak değerlendirildi. Gruplar arasında istatistiksel olarak farklılıkları belirlemek için iki grubun ortalamaları arasındaki farkı belirlemek için t testi, ikiden fazla grup arasındaki farkı belirlemek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanıldı. Anlamlılık düzeyi 0.05 olarak kabul edildi.

2.5. Etik İzin

Çalışmanın yürütülmesi için Selçuk Üniversitesi Tıp Fakültesi Yerel Etik Kurulu'ndan etik onay alındı (E-70633468-050.01.04-414809, 08.12.2022). Veriler toplanmadan önce tüm katılımcılara çalışmanın amacı hakkında bilgi verildi ve çalışmaya başlamadan önce sözlü onamları alındı.

3. Bulgular

Tablo 1. Öğrencilerin Sosyo-Demografik Özellikleri (n=145)

Tanımlayıcı istatistikler	n	%
Yaş (Yıl, ortalama \pm std) (n=145)	21,41 \pm 1,48	
Cinsiyet		
Kız	85	58,6
Erkek	60	41,4
Sınıf		
Birinci sınıf	37	25,5
İkinci sınıf	14	9,7
Üçüncü sınıf	45	31,0
Dördüncü sınıf	49	33,8
Medeni durum		
Evlü	5	3,4
Bekâr	140	96,6
İkamet ettiğiniz yer neresidir		
Aile yanında	26	17,9
Öğrenci yurdunda	113	77,9
Bireysel evde	6	4,1

Öğrencilerin temel sosyodemografik özellikleri Tablo 1'de gösterilmiştir. Katılımcıların yaş ortalaması 21,41 (\pm 1,48) olmakla birlikte, %58,6'sı kızdır. Öğrencilerin tamamına yakının bekâr sadece 5 öğrenci evlidir. Öğrencilerin yaklaşık %33,8'i dördüncü sınıf öğrencileri ve %31,0'ı üçüncü sınıfa kayıtlıdır. Öğrencilerin büyük bir kısmı (%77,9) öğrenci yurdunda kalırken %4,1'i bireysel evde kalmaktadır (Tablo 1).

Tablo 2. Öğrencilerin Sosyal Medya Tutum Ölçeği Puanlarının Dağılımı (n=145)

Alt boyutlar	Puan aralığı	Minimum	Maksimum	Ortalama (STD)
Sosyal yetkinlik	6-30	6	30	20,43 \pm 4,93
Paylaşım ihtiyacı	8-40	8	40	19,49 \pm 5,79
Öğretmenlerle ilişki	3-15	3	15	9,18 \pm 3,05
Sosyal izolasyon	6-30	6	30	20,39 \pm 11,33
Toplam	23-115	23	115	75,61 \pm 13,02

Öğrencilerin SMTÖ alt boyut puanları incelendiğinde Sosyal Yetkinlik puan ortalamasının 20,43 \pm 4,93, paylaşım ihtiyacı puan ortalamasının 19,49 \pm 5,79, öğretmenlerle ilişki puan ortalamasının 9,18 \pm 3,05 ve sosyal izolasyon puan ortalamasının 20,39 \pm 11,33 ve toplam puan ortalamasının 75,61 \pm 13,02 olduğu tespit edilmiştir (Tablo 2).

Tablo 3. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Puanlarının Öğrencilerin Kişisel ve Sosyal Medya Alışkanlıklarına Göre Dağılımı

Kişisel ve Sosyal Medya Alışkanlıklarının Özellikleri	n (%)	Sosyal yetkinlik	Paylaşım ihtiyacı	Öğretmenlerle ilişki	Sosyal izolasyon	Toplam
			Yaş			
18-21	71 (48,96)	21,32 \pm 4,37	20,26 \pm 5,40	9,79 \pm 3,00	24,76 \pm 9,11	76,14 \pm 11,69
22-25	74 (51,04)	19,58 \pm 5,31	18,75 \pm 6,09	8,59 \pm 3,00	28,01 \pm 13,03	75,09 \pm 14,27
		t=2,150	t=1,577	t=2,392	t=-1,728	t=0,478
		p=0,033	p=0,117	p=0,018	p=0,086	p=0,634
			Cinsiyet			
Erkek	60 (41,37)	19,70 \pm 4,99	20,95 \pm 5,52	9,78 \pm 3,22	28,47 \pm 11,28	78,88 \pm 13,65
Kadın	85 (58,63)	20,95 \pm 4,86	18,47 \pm 5,79	8,75 \pm 2,87	24,94 \pm 11,21	73,32 \pm 12,12
		t=-1,511	t=2,586	t=2,022	t=1,851	t=2,562
		p=0,133	p=0,011	p=0,045	p=0,066	p=0,011
			Medeni durum			
Bekar	140(96,55)	20,55 \pm 4,79	19,45 \pm 5,86	9,16 \pm 3,06	26,17 \pm 11,18	75,44 \pm 13,17
Evlü	5 (3,45)	17,20 \pm 8,10	20,80 \pm 3,27	9,80 \pm 2,86	32,60 \pm 15,19	80,40 \pm 7,02
		t=1,496	t=-,510	t=-,461	t=-1,248	t-,835=
		p=0,137	p=0,611	p=0,645	p=0,214	p=0,405

Sınıf						
Birinci sınıf	37(25,51)	21,10±3,36	20,37±4,32	9,95±2,65	25,05±8,95	76,48±10,21
İkinci sınıf	14 (9,65)	19,28±3,33	19,71±6,56	9,79±1,92	27,64±6,53	76,42±12,29
Üçüncü sınıf	45 (31,03)	20,66±6,01	19,86±6,80	9,00±3,62	26,17±12,31	75,71±14,53
Dördüncü sınıf	49 (33,79)	20,43±4,93	18,42±5,54	8,59±2,952	27,29±13,18	74,59±13,96
		F=0,614	F=0,906	F=1,637	F=0,329	F=0,167
		p=0,607	p=0,440	p=0,183	p=0,804	p=0,918
İkamet yeri						
Aile yanında	26 (17,93)	20,96 ±4,31	21,30±6,67	9,04±2,84	29,12±13,55	81,25±15,22
Yalnız	6 (4,13)	19,16±7,93	22,50±4,50	9,50±3,93	35,33±11,99	86,50±11,97
Yurtta	113 (77,93)	20,38±4,92	18,92±5,54	9,19±3,07	25,34±10,57	73,84±12,02F
		F=0,349	F=2,695	F=0,061	F=3,137	F=5,752
		p=0,706	p=0,071	p=0,941	p=0,046	p=0,004
Facebook kullanım sıklığı						
Hiç	105 (72,41)	20,84±4,87	19,80±6,05	9,32±3,19	24,94±11,24	75,08±13,19
Nadiren	28 (19,31)	20,32±4,87	18,89±5,33	8,75±2,67	27,53±9,73	75,50±13,75
Bazen	9 (6,20)	18,22±4,11	17,11±4,01	9,33±2,87	32,66±10,08	77,33±8,13
Sık sık	2 (4,4)	12,50±7,77	20,00±5,65	6,50±0,707	49,50±7,77	88,50±6,36
Sürekli	1 (0,68)	16,00	24,00	10,0	42,00	92,00
		F=2,201	F=0,682	F=0,599	F=4,054	F=0,966
		p=0,072	p=0,605	p=0,664	p=0,004	p=0,428
Twitter kullanım sıklığı						
Hiç	43 (29,65)	20,69±5,31	19,67±5,88	9,00±3,09	25,51±11,05	75,18±13,62
Nadiren	32 (22,06)	21,31±4,51	20,50±5,77	9,47±3,00	27,90±11,02	79,16±14,12
Bazen	39 (26,89)	19,84±4,71	19,05±6,06	9,33±3,15	26,89±11,40	75,57±11,86
Sık sık	23 (15,86)	20,47±5,50	17,82±5,78	9,13±3,19	25,04±12,30	72,47±12,32
Sürekli	8 (5,51)	18,25±3,65	19,87±3,83	8,38±2,61	26,87±12,91	73,37±12,45
		F=0,809	F=0,854	F=0,268	F=0,300	F=0,979
		p=0,521	p=0,494	p=0,898	p=0,877	p=0,421
WhatsApp kullanım sıklığı						
Hiç	1 (0,68)	20,00	23,00	8,00	43,00	94,00
Nadiren	1 (0,68)	22,00	16,00	12,00	40,00	90,00
Bazen	9 (6,20)	16,55±5,59	18,66±5,61	7,56±2,96	36,00±15,14	78,77
Sık sık	58 (40)	21,43±4,74	20,79±5,39	9,24±3,06	24,15±9,78	75,62
Sürekli	76 (52,41)	20,11±4,86	18,60±6,04	9,30±3,05	26,58±11,33	74,78
		F=2,149	F=1,419	F=0,921	F=3,280	F=1,012
		p=0,078	p=0,231	p=0,453	p=0,013	p=0,404
Snapchat kullanım sıklığı						
Hiç	41 (30,37)	20,26±5,49	21,78±5,36	9,02±3,31	25,02±12,27	76,07±11,77
Nadiren	25 (17,24)	20,96±4,80	19,76±6,57	9,12±2,94	29,25±14,05	79,87±16,85
Bazen	33 (22,75)	19,72±4,61	18,24±6,30	9,06±2,96	27,36±9,60	74,39±12,98
Sık sık	35 (24,13)	20,71±4,82	18,42±4,71	9,26±3,18	24,60±9,78	73,00±10,24
Sürekli	11 (7,58)	21,09±4,94	17,54±5,18	10,00±2,44	28,00±10,87	76,63±15,59
		F=0,322	F=2,724	F=0,240	F=0,858	F=1,100
		p=0,863	p=0,032	p=0,915	p=0,491	p=0,359
Instagram kullanım sıklığı						
Hiç	8 (5,5)	19,00±8,24	20,75±8,71	8,50±4,14	27,75±13,78	76,00±22,71
Nadiren	6 (4,1)	20,16±7,19	24,83±3,97	8,50±3,78	26,83±13,01	80,33±10,67
Bazen	13 (9,0)	20,30±5,61	19,76±6,09	9,00±3,10	24,66±13,96	73,50±10,94
Sık sık	62 (42,8)	20,82±4,36	20,93±5,47	9,18±3,13	26,50±11,35	77,73±12,60
Sürekli	56 (38,6)	20,26±4,69	17,08±4,89	9,39±2,78	26,41±10,54	73,45±12,34
		F=0,281	F=5,310	F=0,247	F=0,099	F=0,958
		p=0,890	p=0,001	p=0,911	p=0,983	p=0,433
Youtube kullanım sıklığı						
Hiç	3 (2,06)	20,00±2,00	24,00±4,58	7,33±1,15	34,33±10,96	85,66±13,57
Nadiren	7 (4,82)	21,57±3,20	21,42±4,68	10,14±2,03	21,57±7,82	74,71±10,87
Bazen	34 (23,44)	19,97±5,92	21,73±6,36	9,06±3,44	26,79±12,34	77,55±16,51
Sık sık	61 (42,06)	20,72±4,65	19,36±5,47	9,31±2,95	9,31±2,95	75,81±10,82
Sürekli	40 (27,58)	20,22±4,96	17,12±	9,05±3,12	9,05±3,12	72,92±13,00
		F=0,238	F=3,886	F=0,501	F=0,690	F=1,057
		p=0,917	p=0,005	p=0,735	p=0,600	p=0,381

TikTok kullanım sıklığı						
Hiç	103 (71,03)	20,94±4,76	19,66±5,60	9,12±3,05	24,87±11,35	74,78±13,02
Nadiren	11 (7,58)	16,90±4,94	20,54±4,84	9,09±2,21	32,90±13,58	78,90±12,05
Bazen	12 (8,27)	18,91±5,85	18,91±8,22	9,42±3,75	30,75±12,21	78,00±13,72
Sık sık	12 (8,27)	20,66±4,71	19,75±5,54	10,25±3,01	29,66±7,63	80,33±14,68
Sürekli	7 (4,85)	20,71±4,82	15,85±5,81	8,00±3,31	26,28±6,79	70,85±9,40
		F=2,024 p=0,094	F=0,835 p=0,505	F=0,655 p=0,625	F=2,033 p=0,093	F=0,991 p=0,415
LinkedIn kullanım sıklığı						
Hiç	131 (90,34)	20,54±5,02	19,48±5,83	9,26±3,07	25,94±11,28	75,34±12,81
Nadiren	5 (3,44)	20,20±4,02	22,40±7,16	8,40±3,50	29,00±12,08	80,00±19,35
Bazen	4 (2,75)	18,75±3,77	16,75±3,77	7,50±2,64	36,75±12,67	79,75±16,13
Sık sık	3 (2,06)	22,33±3,78	16,33±4,16	8,67±3,78	20,33±1,52	67,66±8,32
Sürekli	2 (1,37)	14,50±2,12	23,50±0,70	10,00±0,0	37,50±6,36	85,50±9,19
		F=0,966 p=0,428	F=1,000 p=0,410	F=0,457 p=0,768	F=1,676 p=0,159	F=0,819 p=0,515
Swarm kullanım sıklığı						
Hiç	142 (97,93)	20,53±4,93	19,49±5,80	9,19±3,07	26,14±11,30	75,47±13,08
Nadiren	1 (0,68)	18,00	12,00	6,00	40,00	76,00
Bazen	-	-	-	-	-	-
Sık sık	1 (0,68)	13,00	23,00	10,00	33,00	79,00
Sürekli	1 (0,68)	16,00	24,00	10,00	42,00	92,00
		F=1,127 p=0,340	F=0,878 p=0,454	F=0,405 p=0,750	F=1,255 p=0,292	F=0,551 p=0,648
Sosyal medya platformlarını kullanmak için yardım alma durumu						
Evet	8 (5,51)	18,00±6,34	17,62±6,45	7,63±3,06	26,75±16,61	70,00±22,24
Hayır	137 (94,49)	20,57±4,83	19,60±5,76	9,27±3,04	26,37±11,03	75,94±12,32
		t=-1,439 p=0,152	t=-0,939 p=0,349	t=-1,487 p=0,139	t=0,90 p=0,928	t=-1,258 p=0,211
Günlük sosyal medyaya ayrılan süre (saat)						
0-4 saat	78 (53,8)	20,33±5,09	20,12±5,36	8,92±3,13	25,87±11,72	75,49±13,73
4-6 saat	51 (35,2)	20,76±4,43	18,76±6,26	9,75±2,53	26,56±10,836	75,84±10,98
6-10 saat	16 (11,0)	19,87±5,87	18,75±6,27	8,63±3,99	28,53±11,47	75,46±16,28
		F=0,230 p=0,794	F=1,002 p=0,370	F=1,421 p=0,245	F=0,352 p=0,704	F=0,012 p=0,988
Kullanılan sosyal medya platformlarının güvenilirliğinin teyit edilmesi						
Evet	20 (13,79)	19,80±5,40	18,60±4,27	8,55±2,92	25,20±8,39	72,15±
Hayır	125(86,21)	20,53±4,87	19,64±6,00	9,28±3,07	26,59±11,76	76,17±13,34
		t=-,617 p=0,538	t=-,744 p=0,458	t=-,992 p=0,323	t=-,508 p=0,612	t=-1,286 p=0,201
Sosyal medyanın çalışan hayatını etkileme durumu						
Evet	95 (65,51)	20,24±4,68	18,98±5,83	8,77±3,12	26,67±11,51	74,85±12,18
Hayır	50 (34,49)	20,80±5,41	20,46±5,65	9,96±2,78	25,87±11,08	77,08±14,52
		t=-,645 p=0,520	t=-1,458 p=0,147	t=-2,265 p=0,025	t=0,396 p=0,693	t=-,972 p=0,333
Sosyal medya hakkında düşünce durumu						
İyi	106(73,10)	20,34±5,04	18,76±5,71	9,10±2,99	25,76±11,33	74,14±13,08
Kötü	39 (26,90)	20,66±4,70	21,48±5,60	9,38±3,23	28,15±11,31	79,68±12,09
		t=-,342 p=0,733	t=-2,566 p=0,012	t=-,490 p=0,625	t=-1,117 p=0,266	t=-2,281 p=0,024
Sosyal medya platformları için en yaygın bağlantı yeri						
Ev	35 (24,13)	21,40±4,72	20,45±5,39	9,29±2,93	27,51±11,71	78,65±13,90
Okul	6 (4,13)	16,83±2,78	21,83±2,31	10,17±1,472	37,16±8,72	86,00±8,00
Yurt	104(71,72)	20,31±5,02	19,03±6,02	9,09±3,166	35,38±11,06	73,96±12,56
		F=2,335 p=0,101	F=1,298 p=0,276	F=0,379 p=0,685	F=3,397 p=0,036	F=3,833 p=0,024

Sosyal medya platformlarına bağlanmak için en sık kullanılan araç						
Cep telefonu	141 (97,24)	20,56±4,92	19,42±5,84	9,19±3,08	26,04±11,27	75,33±13,03
Dizüstü bilgisayar	4 (2,76)	15,75±3,09	22,00±2,70	8,75±1,50	38,75±4,64	85,25±9,06
		t=1,942	t=-,875	t=0,284	t=-2,241	t=-1,508
		p=0,054	p=0,383	p=0,777	p=0,027	p=0,134
Sosyal medya hesaplarını kullanım amacı						
Eğitim	23 (15,86)	20,60±5,72	19,78±7,12	8,26±2,94	23,86±10,93	73,31±14,83
Haber takip etme	35 (24,13)	19,08±5,24	20,37±5,76	9,57±3,27	28,97±12,35	77,91±13,13
Eğlence	73 (50,34)	20,95±4,25	18,80±5,05	9,18±2,86	25,89±10,41	74,83±12,77
Diğer	14 (9,65)	20,78±6,01	20,42±7,19	9,71±3,58	26,78±13,86	77,71±11,14
		F=1,182	F=,744	F=1,029	F=1,004	F=0,785
		p=0,319	p=0,527	p=0,382	p=0,393	p=0,504

AYAY öğrencilerinin sosyo-demografik özellikleri ile SMTÖ boyutları karşılaştırıldığında medeni durum, sınıf düzeyi, ikamet edilen yer, twitter kullanım sıklığı, tiktok kullanım sıklığı, LinkedIn kullanım sıklığı, swarm kullanım sıklığı arasında, sosyal medya platformlarını kullanma için yardım alma, günlük olarak sosyal medyaya ayrılan süre, sosyal medyanın güvenilirliğine inanma ve sosyal medya hesaplarını kullanım amacı arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilememiştir ($p<0,05$).

AYAY öğrencilerinin sosyal medya alışkanlıkları ve SMTÖ alt boyutları incelendiğinde, ikamet edilen yer ile sosyal izolasyon ve SMTÖ toplam puanı; Facebook kullanım sıklığı ile Sosyal izolasyon alt boyutu; WhatsApp kullanım sıklığı ile Sosyal izolasyon alt boyutu; Snapchat kullanım sıklığı ile paylaşma ihtiyacı alt boyutu, Youtube kullanım sıklığı ile paylaşma ihtiyacı alt boyutu, sosyal medyanın çalışma hayatı ve öğrenim üzerinde etkisi olduğunu düşünme durumu ile öğretmenlerle ilişki alt boyutu; Instagram kullanım sıklığı ile paylaşma ihtiyacı alt boyutu, sosyal medya hakkında düşünce durumu ile Paylaşma ihtiyacı alt boyutu ve SMTÖ toplam puanı, Sosyal medya platformları için en yaygın bağlantı yeri ile Sosyal izolasyon ve SMTÖ toplam puanı, sosyal medya platformlarına bağlanmak için en sık kullanılan cihazlar ile Sosyal yetkinlik ve sosyal izolasyon alt boyutu arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir (Tablo 3) ($p<0,05$).

18-21 yaş aralığındaki öğrencilerin öğretmenlerle ilişki puanları 22-25 aralığında olanlara kıyasla daha yüksektir ($p<0,05$). Benzer şekilde erkek öğrencilerin öğretmenle ilişki puanları (9,78) kız öğrencilere (8,75) kıyasla daha yüksektir ($p<0,05$). Öğrencilerin cinsiyetleri ile SMTÖ karşılaştırıldığında erkek öğrencilerin paylaşma ihtiyacı, öğretmenle ilişki ve toplam SMTÖ puanları kız öğrencilere göre anlamlı derecede daha yüksektir ($p<0,05$). 18-21 yaş aralığında öğrencilerin sosyal yetkinlik ve öğretmenlerle ilişki alt boyut puanı 22-25 yaş aralığındaki öğrencilere göre daha yüksektir ($p<0,05$) (Tablo 3). Yalnız ikamet eden öğrencilerin sosyal izolasyon ve SMTÖ puanları yurtdışı ikamet edenlere göre daha yüksektir ($p<0,05$). Snapchat'i sürekli kullanan öğrencilerin paylaşma ihtiyacı puanı hiç kullanmayan öğrencilere kıyasla daha düşüktür ($p<0,05$).

4. Tartışma

Teknolojik gelişmelere paralel olarak sağlık hizmetlerinde sosyal medya platformları yaygınlaşmakta ve tıbbi uygulamalar, tıbbi muayene takipleri, yaralı tedavi ve takibi, hasta eğitimi, hemşirelik-ebelik eğitimi için kullanılmaktadır (Chippis vd., 2015). Afet ve acil durumlarda afet bölgesinde yaralıların kurtarılması bakımlarının sürdürülmesi, enkazların kaldırılması gibi önemli görevle üstlenen AYAY öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarıyla ilgili literatürde herhangi bir çalışmaya rastlanmaması çalışmanın özgünlüğünü oluşturmaktadır. Bu nedenle sağlık, arama kurtarma, lojistik desteği sunan AYAY öğrencilerinin sosyal medyaya yönelik tutumları belirlenmeli ve bu öğrencilerin sağlık hizmetlerinde sosyal medya platformlarını etkin bir şekilde kullanmalarına yönelik düzenlemeler yapılmalıdır. Bu doğrultuda AYAY öğrencilerinin sosyal medyaya yönelik tutumları belirli değişkenler açısından incelenmiştir.

Araştırma kapsamındaki öğrenciler en çok Whatsapp'ı kullanmışlardır. Öğrencilerin en fazla kullanıldığı sosyal medya araçları arasında Whatsapp ilk sırada gelmektedir (Bano et al., 2019). Bano ve ark. WhatsApp'ta geçirilen sürenin öğrencilerin psikolojik sağlığını olumlu yönde etkilediğini göstermiştir (Bano vd., 2019). Pek çok anlık mesajlaşma uygulaması mobil cihazlarda çalışırken, WhatsApp özellikle üniversite öğrencileri arasında en popüler mobil tabanlı uygulamalardan biridir (Anglano, 2014). Swarm ise en az kullanılan sosyal medya araçtır. Şaşırtıcı bir şekilde Facebook en az kullanılan sosyal medya araçlarından

biri olarak tespit edilmiştir. Yapılan bir çalışmada ise Facebook'un özellikle örgün ve yaygın eğitim için öğrenciler arasında popüler olduğunu vurgulamaktadır (Duke vd., 2017).

Sosyal medya eğitiminden eğlenceye kadar çeşitli amaçlarla kullanılmaktadır (Al-Shdayfat, 2018). Sosyal medya kullanım amaçları arasında arkadaşları takip etmek (%35,8), güncel kalmak (%17,8), gönderi paylaşmak (%12,5), vakit geçirmek (%7,0) yer almaktadır (Saraçoğlu & Aküzüm, 2017). Birkaç çalışmada, öğrenciler arasında sosyal medyanın çoğunlukla eğitim amaçlı ve nadiren mesleki amaçlı kullanıldığı tespit edilmiştir (Jones vd., 2016). Çalışmamızda öğrencilerin sosyal medya platformlarını çeşitli amaçlarla kullandıkları tespit edilmiştir.

Çalışmada öğrencilerin %53,78'i günde 0-4 saatini sosyal medyada geçirmektedir. Al-Shdayfat (2018) tarafından yapılan bir çalışmada, hemşirelik öğrencilerinin günde 3 saatten fazla sosyal medyada vakit geçirdikleri bildirilmiştir. Bu sebeple üniversite öğrencilerinin sosyal medyada kabul edilebilir bir zaman geçirdikleri söylenebilir. Çalışmadaki öğrenciler sosyal medyayı kullanmak için çoğunlukla mobil cihazları kullanmışlardır. Bu sonuç literatürdeki diğer çalışmaların sonuçları ile benzerlik göstermektedir (Işıktaş, 2016). Mobil cihazları taşımının kolay olması bu sonucun nedeni olabilir. Ayrıca yakın gelecekte mobil cihazların bilgisayarların yerini alacağı ve bu nedenle tüm bu işlemlerin mobil cihazlar üzerinden yapılacağı düşünülmektedir (Peker & Çukadar, 2016).

Öğrencilerin SMTÖ puanları küçükten küçüğe sıralandığında, en yüksek puanı Sosyal İzolasyon boyutunun, en düşük puanı ise Öğretmenlerle İlişkiler boyutunun aldığı görülmüştür. SMTÖ toplam puan ortalamasına göre ($75,61 \pm 13,02$) öğrencilerin sosyal medyaya yönelik yüksek düzeyde olumlu tutum sergiledikleri söylenebilir. Bu çalışmaya benzer şekilde farklı öğrenci grupları ile yapılan diğer çalışmalarda da öğrencilerin sosyal medyaya karşı olumlu tutum sergiledikleri tespit edilmiştir (Ünsal & Vayvay, 2018). İnsan sosyal bir varlıktır ve sosyalleşme zaman içinde değişebilir, kişilerarası paylaşım ihtiyacı artabilir. Sosyal medya, özellikle genç yetişkinler için hızlı bilgi paylaşımı, eğitim materyallerine kolay erişim ve akranlar arasında anlık deneyimlerin paylaşılması gibi avantajlar sunmaktadır (Singh vd., 2016).

AYAY öğrencilerinin kullandıkları sosyal medya platformları arasında Tiktok kullanım sıklığı ile Sosyal izolasyon arasında, Youtube, Instagram ve Snapchat kullanım sıklığı ile paylaşma ihtiyacı arasında, Whatsap kullanım sıklığı ile Sosyal izolasyon arasında ve Facebook kullanım sıklığı ile sosyal izolasyon arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. Öğrencilerin Facebook'u diğer insanlarla sosyalleşmek, kişisel ve eğitimsel bağlantılar kurmak için kullandıkları düşünülebilir. Öte yandan LinkedIn daha profesyonel bir sosyal medya aracı olduğu için sadece hocalarla iletişim kurmak için kullanıldığı düşünülebilir. Ayrıca youtube öğrencilere bilgiye hızlı erişim, işbirlikçi içerik üretimi ve bilgi depolama ve paylaşma, değerlendirme ve görselleştirme için bir platform olması sebebiyle yaygın olarak kullanılabilir (Roy, 2023).

5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmanın bir sınırlılığı, sadece bir üniversiteden AYAY öğrencilerinin dahil edilmesi ve araştırma sonuçlarının örneklem grubuna genellenebilmesidir. Diğer bir sınırlılık ise Öğrenci Bilgi Formu'ndaki "sosyal medya kullanım sıklığı" sorusuna 5'li Likert ölçeği cevap anahtarı kullanılarak cevap verilmiş ancak bu cevap anahtarı için geçerlilik ve güven testi yapılmamış olmasıdır.

6. Sonuç

Bu çalışmanın literatüre ana katkısı, AYAY öğrencilerinin sosyal medyayı kullanmaya yönelik tutumlarını araştıran ilk çalışma olmasıdır. AYAY öğrencilerinin sosyal medyaya yönelik yüksek düzeydeki tutumları mesleki olarak kendilerini geliştirmek için kullanabilirler. Bu şekilde hem sosyal medyada gereksiz vakit geçişmemiş hem de sosyal izolasyondan kurtulmuş olurlar. Bu doğrultuda AYAY müfredatlarına sosyal medyanın akıllı kullanımı ile ilgili dersler eklenebilir. Sosyal medya platformlarının kullanım sıklığını değerlendirmek için bir ölçek geliştirilebilir.

7. Extended Abstract

Today, with the rapid development of communication technologies and the internet, the reflections of technology on social, cultural and economic life are visibly felt. Communication technologies, which are

seen as one of the driving dynamics of the rapid changes occurring in society, have also changed the communication habits of the individual in his social life to a certain extent. Technology's increasing focus on the center of the individual's relationship with society and its impact on daily communication habits have led to the emergence of a new socialization structure. Social media, which paves the way for the socialization of students, is a communication environment that we use a lot today in terms of meeting new people, getting information on any subject, making comments, discovering new places, accessing and sharing the latest music and videos. Social media has both positive and negative effects on students with different aspects.

The aim of this research is to determine the perceptions of students studying in the Department of Emergency Aid and Disaster Management at a state university, regarding their social media usage and attitude levels.

The universe of this study, which was planned as a descriptive cross-sectional study, consists of 145 students. Sample selection was not made and all students were included in the study. Before the questionnaire forms were distributed, verbal consent was obtained from the students that they voluntarily participated in the research. The survey consists of 2 parts. The first part consists of a total of 15 items that question sociodemographic characteristics such as age, gender, department, academic year, and other factors such as frequency of use of social media platforms. The second part consists of 23 five-point Likert-type items, 6 of which are negative and 17 of which are positive, covering four factors: students' need for sharing, social competence, social isolation and relationship with teachers. The data were evaluated with the SPSS 26.0 package program. To determine statistical differences between groups t-test was used to determine the difference between the means of the two groups, and one-way analysis of variance (ANOVA) was used to determine the difference between more than two groups.

While the mean age of the participants is 21.41 (± 1.48), 58.6% of them are girls. Almost all of the students are single, only 5 students are married. Approximately 33.8% of the students are fourth-year students and 31.0% are enrolled in the third year. Students' Social Competency mean score is 20.43 ± 4.93 , need for sharing mean score 19.49 ± 5.79 , relationship with teachers mean score 9.18 ± 3.05 , social isolation means score 20.39 ± 11.33 , and SMAS the total mean score is 75.61 ± 13.02 . The teacher-relationship scores of students aged 18-21 were higher than those aged 22-25 ($p < 0.05$). Similarly, male students' teacher relationship scores (9.78) were higher than female students (8.75) ($p < 0.05$). Students who constantly use Snapchat have a lower need to share than students who never use it. ($p < 0,05$). When the students' genders are compared with SMTS, male students' need for sharing, relationship with the teacher, and total SMTS scores are significantly higher than female students ($p < 0.05$). As a result, in this research and similar studies, it is seen that students spend most of their time on social media networks and these networks have become a part of their lives. It is thought that social media, which attracts so much attention, will affect every aspect of society and will continue to change habits. These social media networks, which students use every day and spend a lot of time on, can be turned into an educational opportunity by providing effective use in education. Social isolation and SMTS scores of students living alone are higher than those living in dormitories ($p < 0.05$).

As a result, EDM students can use their high level of attitudes towards social media to improve themselves professionally. In this way, they will not spend unnecessary time on social media and will avoid social isolation.

Keywords: Attitude, Social Media, Emergency Aid and Disaster Management.

Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

Kaynakça

- Al-Shdayfat, N. M. (2018). Undergraduate student nurses' attitudes towards using social media websites: A study from Jordan. *Nurse education today*, 66, 39-43. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.nedt.2018.03.017>
- Anglano, C. (2014). Forensic analysis of WhatsApp Messenger on Android smartphones. *Digital Investigation*, 11(3), 201-213. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.diin.2014.04.003>
- Bano, S., Cisheng, W., Khan, A. N., & Khan, N. A. (2019). WhatsApp use and student's psychological well-being: Role of social capital and social integration. *Children and youth services review*, 103, 200-208. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2019.06.002>
- Buneviciene, I., & Bunevicius, A. (2021). Prevalence of internet addiction in healthcare professionals: Systematic review and meta-analysis. *International Journal of Social Psychiatry*, 67(5), 483-491. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0020764020959093>
- Chippis, J., Pimmer, C., Brysiewicz, P., Walters, F., Linxen, S., Ndebele, T., & Gröhbriel, U. (2015). Using mobile phones and social media to facilitate education and support for rural-based midwives in South Africa. *curationis*, 38(2), 1-8. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4102/curationis.v38i2.1500>
- Çopurlar, C. K., & Kartal, M. (2016). What is Health Literacy? How to measure it? Why is it important? *Turkish Journal of Family Medicine and Primary Care*, 10(1), 40-45. <https://doi.org/10.5455/tjfm.19379696>
- Dixon, S. (2022). *Social media use during COVID-19 worldwide - Statistics & Facts*. Retrieved 24.07. from https://www.statista.com/topics/7863/social-media-use-during-coronavirus-covid-19-worldwide/#dossierContents__outerWrapper
- Duke, V. J., Anstey, A., Carter, S., Gosse, N., Hutchens, K. M., & Marsh, J. A. (2017). Social media in nurse education: Utilization and E-professionalism. *Nurse education today*, 57, 8-13. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.nedt.2017.06.009>
- Dumford, A. D., Miller, A. L., Lee, C. K., & Caskie, A. (2023). Social media usage in relation to their peers: Comparing male and female college students' perceptions. *Computers and Education Open*, 4, 100121. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.caeo.2022.100121>
- Işık, A., & Güler, İ. (2010). Mobile application study in telemedicine and analysis of mobile communications technology. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 3(1), 1-10.
- Işıktaş, S. (2016). Evaluation of highlights of vocational school students to use social media. *The Journal of Academic Social Science*, 4(35), 565-575. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.16992/ASOS.9598>
- Jackson, J., Gettings, S., & Metcalfe, A. (2018). "The power of Twitter": Using social media at a conference with nursing students. In (Vol. 68, pp. 188-191): Elsevier.
- Jones, R., Kelsey, J., Nelmes, P., Chinn, N., Chinn, T., & Proctor-Childs, T. (2016). Introducing Twitter as an assessed component of the undergraduate nursing curriculum: case study. *Journal of advanced nursing*, 72(7), 1638-1653. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/jan.12935>
- McManus, D. D., Trinquart, L., Benjamin, E. J., Manders, E. S., Fusco, K., Jung, L. S., Spartano, N. L., Kheterpal, V., Nowak, C., & Sardana, M. (2019). Design and preliminary findings from a new electronic cohort embedded in the Framingham heart study. *Journal of Medical Internet Research*, 21(3), e12143. <https://doi.org/Doi:10.2196/12143>
- Nations, U. (2021). *As Internet user numbers swell due to pandemic, UN Forum discusses measures to improve safety of cyberspace*. Retrieved 24.07 from <https://www.un.org/sustainabledevelopment/blog/2021/12/as-internet-user-numbers-swell-due-to-pandemic-un-forum-discusses-measures-to-improve-safety-of-cyberspace/>
- Otrar, M., Arğin, F., & İlkokulu, K. Ü. (2014). The examination of the students' attitudes towards social media within the context of habits. *Journal of Research in Education and Teaching*, 3(3), 1-13.
- Peker, A., & Çukadar, F. (2016). Bilişsel esneklik ile sosyal medyayı kullanmaya yönelik tutum arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Sakarya University Journal of Education*, 6(2), 66-79. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.19126/suje.03104>

Price, A. M., Devis, K., LeMoine, G., Crouch, S., South, N., & Hossain, R. (2018). First year nursing students use of social media within education: Results of a survey. *Nurse education today*, 61, 70-76. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.nedt.2017.10.013>

Quan-Haase, A., & Sloan, L. (2017). The SAGE handbook of social media research methods. *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods*, 1-728. <https://doi.org/https://doi.org/10.4135/9781473983847>

Roy, S. K. (2023). YouTube's influential factors for academic achievement: A two-stage approach. *Telematics and Informatics Reports*, 10, 100060. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.teler.2023.100060>

Saraçoğlu, M., & Aküzüm, C. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*(32), 803-817. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.14582/DUZGEF.789>

Sevinç, H., & Taş, İ. (2020). Üniversite öğrencilerinde internet bağımlılığı ile düşünme ihtiyacı ve duyguları ifade etme arasındaki ilişki. *Yaşadıkça Eğitim Dergisi*. <https://doi.org/10.33308/26674874.2020342219>

Shafiq, M., & Parveen, K. (2023). Social media usage: Analyzing its effect on academic performance and engagement of higher education students. *International Journal of Educational Development*, 98, 102738. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijedudev.2023.102738>

Singh, M., Goel, D., & Islamia, M. (2016). Impact of students attitudes towards social media use in education on their academic performance. *AIMA Journal of Management & Research*, 10(2/4), 1-14.

Tektas, N. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanımına Yönelik Bir Araştırma. *Tarih Okulu Dergisi*, 2014(XVII). <https://doi.org/https://doi.org/10.14225/Joh474>

Ünsal, S., & Vayvay, N. A. (2018). Investigation of the relationship between teacher candidates' social media usage and attitudes towards e-learning. *Educ Soc Sci J*, 5(5), 25-40.

Ventola, C. L. (2014). Social media and health care professionals: benefits, risks, and best practices. *Pharmacy and therapeutics*, 39(7), 491.

WHO. (2010). *Telemedicine: opportunities and developments in Member States: report on the second global survey on eHealth*. World Health Organization Retrieved 2022 from <https://apps.who.int/iris/handle/10665/44497>

Yen, J. Y., Ko, C. H., Yen, C. F., Chen, S. H., Chung, W. L., & Chen, C. C. (2008). Psychiatric symptoms in adolescents with Internet addiction: Comparison with substance use. *Psychiatry and clinical neurosciences*, 62(1), 9-16. <https://doi.org/doi:10.1111/j.1440-1819.2007.01770.x>

Yoldız, E., & Koçak, O. (2020). Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Algılanan Sosyal Destek Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 31(3), 1102-1126. <https://doi.org/https://doi.org/10.33417/tsh.681389>