



Article Info/Makale Bilgisi

Received/Geliş: 10.09.2020 Accepted/Kabul: 01.10.2021 Published/Yayınlama: 22.02.2022

Ortaokul, Lise ve Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumlarının Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi

Fatih KALEMKUŞ¹, Yalın Kılıç TÜREL²

Öz

Bu araştırma ortaokul, lise ve üniversite öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının farklı değişkenler açısından incelenmesi amacı ile yapılmıştır. Tarama modeli kullanılarak gerçekleştirilen araştırmanın örneklemini 92 ortaokul, 100 lise ve 107 üniversite öğrencisi olmak üzere toplam 299 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırma verileri Sosyal Medya Tutum ölçeği ve kişisel bilgiler anketi kullanılarak elde edilmiştir. Araştırma sonucunda öğrencilerin cinsiyeti ve mobil telefona sahip olma durumları açısından anlamlı bir farklılığın olmadığı belirlenmiştir. Ancak öğrencilerin öğrenim durumları, sosyal medya kullanma bilgi ve beceri düzeyleri ve sosyal medyada geçirilen sürelerle bağlı olarak anlamlı farklılık gösterdikleri belirlenmiştir. Sosyal yetkinlik alt boyutunda erkek öğrenciler lehine, öğrenim durumunda ortaokul öğrencileri lehine, sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeyinde ileri düzey lehine ve sosyal medyada fazla vakit geçiren öğrenciler lehine anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir. Paylaşım ihtiyacı ve öğretmenlerle ilişki alt boyutlarında öğrenim durumunda ortaokul öğrencileri lehine, sosyal medya kullanımına yönelik bilgi ve beceri düzeyinde ileri düzey lehine ve sosyal medyada fazla vakit geçiren öğrenciler lehine anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir. Sosyal izolasyon alt boyutunda öğrenim durumunda ortaokul öğrencileri lehine ve sosyal medyada fazla vakit geçiren öğrenciler lehine anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya tutumu, sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı, sosyal izolasyon

¹Öğr. Gör., Kafkas Üniversitesi, Uzaktan Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi, Kars, Türkiye, kalemkus@gmail.com , 0000-0001-7218-955X

²Prof. Dr., Fırat Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü, Elazığ, Türkiye, ytural@gmail.com , 0000-0002-0021-0484

DOI:<https://doi.org/10.33907/turkjes.793436>

The Investigation of Social Media Attitudes of Secondary School, High School And University Students in terms of Different Variables

Abstract

This research was conducted to examine the social media attitudes of secondary school, high school and university students in terms of different variables. The sample of the research, which was carried out using the survey model, consists of 92 middle school, 100 high school and 107 university students in total, 299 students. Research data was obtained using the Social Media Attitude scale and personal information questionnaire. As a result of the study, it was determined that there was no significant difference in terms of students' gender and their possession of mobile phones. However, it has been determined that students differ significantly depending on their educational status, knowledge and skill levels of using social media and the time spent in social media. It is determined that there is a significant difference in favor of male students in the sub-dimension of social competence, in favor of secondary school students in case of education, in the level of knowledge and skills to use social media and in favor of students who spend much time in social media. It was determined that there was a significant difference in favor of secondary school students, advanced level of knowledge and skills for social media use and in favor of students who spend a lot of time in social media, in terms of sharing needs and relationship with teachers. It was determined that there is a significant difference in favor of secondary school students and in favor of students who spend a lot of time in social media in case of learning in the social isolation sub-dimension.

Keywords: Social media attitude, social competence, sharing needs, social isolation

1. GİRİŞ

İnsanoğlu varoluşundan beri sürekli olarak sosyalleşme ihtiyacı duyduğu söylenebilir. Bu araştırma neticesiyle ortaya çıkan teknolojinin baş döndürücü bir şekilde gelişmesiyle birlikte toplumsal iletişim şekli de buna paralel olarak değişmeye devam etmektedir. Geçmiş dönemlerde büyük ölçüde azınlığın iletişim, istek ve beğenilerine imkân tanıyan eski teknolojiler, yerini çoğunluğun kendi istediği enformasyona ulaşmasına izin verdiği yeni teknolojilere bırakmıştır (Timisi, 2003). Bu değişime öncülük eden internet teknolojisi bireylerin sosyal iletişimlerinin neredeyse vazgeçilmez unsuru haline gelmiştir. İnternet teknolojilerinin insan hayatına ciddi bir şekilde tesir ettiği günümüzü bazı sosyologlar “enformasyon toplumu” olarak tanımlamaktadırlar (Webster, 2014; Mayfield, 2008; Lister, Dovey, Giddings, Grant, ve Kelly, 2008). Bireylerin günlük yaşamlarını etkileyen farklı enformasyonlara kolay ulaşmalarını sağlayan, bu enformasyonları bilgiye dönüştürüp kendilerinin geliştirmelerini sağlayan enformasyon toplumu ile bilgi toplumu arasında bir fark yoktur (İrzık, 2002). Bunun yanı sıra, bireylerin yaygın bir şekilde bilgiyi üretme ve paylaşımlarına öncülük ederek, devamlı bir şekilde öğrenmenin getirdiği değişim ve gelişimlerin zaruri hale gelmesiyle oluşan toplumsal örgütlenmelerde bilgi

toplumuna işaret eder (Öğüt, 2003). Bilginin paylaşılmasına ve hızla yaygınlaşmasına öncülük eden bilgi toplumunda özellikle bireyler ya da toplumlar arasında bilginin yaygınlaşmasına, istenilen yer ve zamanda düşük maliyetle iletişim imkânı sunan sosyal medya araçları ön plana çıkmaktadır. Bireylerin, ürettikleri içerikleri, yayınladıkları, paylaştıkları ve birbirleriyle iletişim kurdukları bir platform olan sosyal medya (Öztürk, 2015), 21. Yüzyıl bilgi toplumunun iletişiminde önemli araçlara sahiptir. Sosyal medya başlığı altındaki araçlar sürekli güncellemekte ve bireylerin iletişiminde ihtiyaca göre bir araç yerini farklı bir iletişim aracına bırakabilmektedir. Sosyal medyanın bu durumu bireyler arasındaki popülaritesini her geçen gün artırmakta ve kullanan kullanıcı nüfusunun genişlemesine sebep olmaktadır. Bireylerin sadece okumalarına imkân tanıyan ve iletişim imkânlarını oldukça kısıtlayan web 1.0 teknolojilerinin yerini bireyler arasında etkileşim olanağı sunan web 2.0 teknolojilerine bırakmasıyla toplumsal iletişim biçimi de hızlıca değişime uğramıştır. Bireylerin kendi içeriklerini girebilmelerine, profillerini oluşturabilmelerine ve diğer bireyler tarafından paylaşılan içeriklere yorum yazıp/beğenmelerine olanak tanıyan web 2.0 teknolojileri sosyal medya araçlarını oluşturmaktadır (Özüdoğru, 2014). Son zamanlarda teknolojinin gelişmesiyle ortaya çıkan semantik web dediğimiz web 3.0 teknolojileri, önemli derecede yenilikleri kapsamaktadır (Yağcı, 2011). Web 3.0, İnternetin veri tabanı haline gelmesinin yanı sıra bu verilerden yola çıkılarak makineler yardımıyla veriler arasında ilişkilerin kurulabildiği ve makinelerin hem başka makineler ile ilişki kurabildiği hem de kullanıcıların sorularına yanıtlar verebildiği teknoloji olarak tanımlanır (Doğan ve Kesken, 2007). Tüm bu teknolojik gelişmeler doğrultusunda bireylerin istenilen yer ve zamanda etkileşim kurmasına imkân veren, çevrimiçi araçlar olarak da ifade edilen bilgi toplumunun en yaygın iletişim araçlarından olan sosyal medya araçları için, mikro-blog siteleri, forumlar, bloglar, sosyal ağ siteleri, wikiler ve paylaşım siteleri örnek olarak verilebilir (Nash, 2009). Bunların yanı sıra kullanıcılar tarafından postcast, içerik paylaşım siteleri, web siteleri ve mesaj panoları da sosyal medya araçları olarak kullanılabilir (Ök, 2013). Bireyler dünyada yaygın olarak kullanılan (Tablo 1) bu araçlar vasıtasıyla resimler, videolar, yazılar paylaşabilmekte ve istedikleri bireylere anlık mesajlar gönderebilmektedirler (Tablo 3). Bu durum bireyler arasında güçlü iletişimin gelişmesine katkıda bulunmasının yanı sıra işbirliği kurmalarına da vesile olmaktadır (Tablo.3). Bu nedenle sosyal medyanın hemen her yaş grubu tarafından çeşitli amaçlar doğrultusunda kullanılabilir hale geldiği söylenebilir (Tablo 2).

Tablo 1. Dünyada 2018 ve 2019 yılları sosyal medya, internet ve mobil kullanıcı istatistikleri ve yıllık değişim oranları (Wearesocial, 2019).

Kullanıcı	Kullanıcı Sayısı	Dünya	
		Nüfusunun % kaç?	Yıllık Değişim Sayısı / Artış %'si
İnternet	2019 Yılı 4.388 Milyar	% 56	367 Milyon / % 9.1 artış

	2018 Yılı	4.020 Milyar	% 53	
Sosyal Medya	2019 Yılı	3.484 Milyar	% 45	288 Milyon / % 9 artış
	2018 Yılı	3.190 Milyar	% 42	
Mobil Telefon	2019 Yılı	5.112 Milyar	% 67	100 Milyon / % 2 artış
	2018 Yılı	5.130 Milyar	% 68	
Mobil Sosyal Medya	2019 Yılı	3.256 Milyar	% 42	297 Milyon / % 10 artış
	2018 Yılı	2.950 Milyar	% 39	

Tablo 1 incelendiğinde internet, sosyal medya, mobil telefon ve mobil sosyal medya kullanıcı sayısında önceki yıla oranla önemli derecede artışlar olduğu söylenebilir. Bu durumun kullanıcıların internet ve teknolojiye erişim olanaklarının artmasıyla sosyal medya kullanıcılarının sayısının da her geçen yıl artırabileceğinin gösterdiği söylenebilir.

Tablo 2. Dünyada 2019 yılı yaşa göre internet kullanım istatistikleri (Wearesocial, 2019).

Yaş Grubu	Kullanıcı Sayısı	Dünya Nüfusunun % Kaçı?
0 – 12	1.690 Milyar	% 22
13 – 24	1.451 Milyar	% 19
25 – 44	2.222 Milyar	% 29
45 – 64	1.609 Milyar	% 21
65 ve üstü	704.4 Milyon	% 9.2

Tablo 2 incelendiğinde 0-12 ve 13-24 yaş aralıklarındaki internet kullanıcısı sayısının dikkate değer aralarda olduğu anlaşılmaktadır. Bu yaş gruplarını öğrencilerin oluşturduğu düşünüldüğünde öğrencilerin sosyal medyada zaman geçirmelerinin de kaçınılmaz olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 3. Dünyanın en çok ziyaret edilen web siteleri (Wearesocial, 2019).

Sıra No	Web Sitesi	Kategori	Ziyaret Başına Süre
1	Google.com	Arama	9 milyon / 12 saniye
2	Youtube.com	Video	21 milyon / 36 saniye
3	Facebook.com	Sosyal	11 milyon / 44 saniye
4	Baidu.com	Arama	6 milyon / 53 saniye
5	Wikipedia.org	Kaynak	3 milyon / 45 saniye
6	Yahoo.com	Portal	6 milyon / 26 saniye
7	Twitter.com	Sosyal	9 milyon / 14 saniye
8	Yandex.ru	Arama	10 milyon / 43 saniye
9	Instagram	Sosyal	6 milyon / 25 saniye

Tablo 3 incelendiğinde sosyal medya sitelerinin belli saniyelerde milyonlarca kullanıcının ziyaret ettiği görülmektedir. Bu durum saniyede milyonlarca kullanıcının sosyal paylaşım ağlarında etkileşime girdiğini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla öğrencilerin milyonlarca kullanıcı ile sosyal

paylaşım ağlarında etkileşime girmesinin kendilerinde sosyal medyaya karşı ne gibi tutumlar oluşturduğunun dikkate değer bulunduğu söylenebilir.

Alan yazın incelendiğinde, ortaokul, lise ve üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımları ile ilgili bazı incelemeler olduğu görülmektedir. Baştürk Akça, Sayımer ve Ergül (2015) tarafından ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ve siber zorbalık deneyimleri hakkında bilgi vermek amacıyla Ankara ilindeki 200 ortaokul öğrencisinin katılımıyla yapılan çalışmada, öğrencilerini çoğunluğunun evinde internet bağlantısı olduğu ve günlük olarak en az bir kere sosyal ağ sitesine giren öğrencilerin en çok facebook sitesini kullandığı belirlenmiştir. Akgündüz (2013) tarafından gerçekleştirilen araştırmada ise fen eğitiminde sosyal medya destekli ve harmanlanmış öğrenmenin motivasyona, akademik başarıya, tutma ve kendiliğinden öğrenme becerisine etkisi incelenmiştir. Çalışmaya 7. sınıfa devam eden 74 öğrenci katılmış ve çalışma sonucunda sosyal medyanın öğrencilerin motivasyonunu, tutumunu, başarısını ve kendi kendilerine öğrenme yeteneklerini olumlu etkilediği fakat yüz yüze öğrenmeye göre anlamlı bir farklılık oluşturmadığı belirlenmiştir. Alican ve Saban (2013) tarafından gerçekleştirilen araştırma, öğrencilerin sosyal medya kullanımına ilişkin tutumlarını belirlemek amacıyla 172 ortaokul ve 181 lise öğrencisinin katılımıyla Ürgüp'te gerçekleştirilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda genel olarak öğrencilerin sosyal medyaya yönelik tutumları kısmenken, erkeklerin kızlara göre daha olumlu tutum sergiledikleri belirlenmiştir. Sosyal medyaya yönelik tutum bakımından ortaokul ve lise arasında anlamlı bir farklılık olmadığı ortaya konulmuştur. Bor (2018) tarafından gerçekleştirilen araştırmada ergenlerin sosyal kaygı ve gelişmeleri kaçırma kaygısı ile sosyal medya tutumları arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmaya Gaziantep ilinin Şahinbey ilçesinden 14-18 yaş aralığında 500 öğrenci katılmıştır. Çalışma sonucunda sosyal medyaya yönelik tutum ile sosyal ortamlarda gelişmeleri kaçırma korkusu, sosyal kaygı arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Demir (2016) tarafından 714 lise öğrencisi ile Çanakkale ilinde gerçekleştirilen araştırmada öğrencilerin sosyal medya kullanım düzeyi ile aile içi iletişim arasındaki ilişki incelenmiştir ve çalışma sonunda sosyal medya kullanım süresi ve kullanım sıklığı ile aile içi iletişim arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Tanrıverdi ve Sağır (2014) tarafından 1167 lise öğrencisinin katılımıyla İstanbul ili Pendik ilçesinde sosyal ağ kullanım amacının ve sosyal ağları benimseme düzeyinin öğrenci başarısına etkisini belirlemek amacıyla yapılan çalışma sonucunda, öğrencilerin sosyal ağ kullanım amaçlarının ve sosyal ağları benimseme düzeyinin başarıları üzerinde anlamlı etkisinin olduğu ortaya konulmuştur.

Küçükali (2016) tarafından öğrencilerin sosyal medya kullanım amaçlarını belirlemek amacıyla yapılan çalışmaya ise Atatürk Üniversitesi İİBF Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümünde öğrenim gören öğrenciler katılmıştır. Çalışma sonucunda öğrencilerin sosyal medya kullanım sebepleri, akrabalık, dostluk ve kültürel yapılarının yoğunlukta olduğu belirlenmiştir. Aydın (2016) tarafından öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını belirlemek amacıyla Anadolu Üniversitesinde

yapılan çalışmaya 16-24 yaş aralığında 4000 öğrenci katılmıştır. Çalışma sonucunda öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarından en çok Facebook kullandıkları, sosyal ağları arkadaşları ile iletişim kurmak amacıyla kullandıkları belirlenmiştir. Mustafa (2018) tarafından sosyal medyanın gelişiminin toplumdaki sosyal medya kullanım alışkanlıklarına etkisinin incelendiği çalışma Selahaddin Üniversitesinden 750 öğrencinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda sosyal medya kullanımının toplumsal gelişime katkı sağladığı ve kullanıcıların sosyal medyayı çoğunlukla arkadaş çevresi edinmek için kullandıkları belirlenmiştir. Dhume, Pattanshetti, Kamble ve Prasad (2012) tarafından işletme eğitimi öğrencilerinin sosyal medyayı kabulünü incelemek için yapılan çalışmaya 145 işletme öğrencisi katılmıştır. Çalışma sonucunda sosyal medyanın öğrencilerin yönetim kararları almasında, eğitimde başarılı olmalarında etkili olduğu belirlenmiştir

Alan yazın incelendiğinde, çalışmaların genellikle yalnızca bir öğretim kademesinde gerçekleştirildiği, ortaokul, lise ve üniversite kademelerini tümünü kapsayan herhangi bir araştırmanın olmadığı belirlenmiştir. Sosyal medya tutumunun eğitim kademeleri arasında nasıl bir değişim gösterdiğinin belirlenmesi, sosyal medyanın daha bilinçli kullanılması için öğrencilerde ve eğitim paydaşlarında farkındalık oluşturulması için yol gösterici olabilir. Bu çalışmada ortaokulda, lisede ve üniversitede öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya tutumlarının farklı değişkenler açısından incelenerek eğitim kademeler arasında karşılaştırma yapılması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda araştırma sonucunda aşağıdaki alt problemlere yanıt aranmıştır.

1. Ortaokul, lise ve üniversite öğrencilerinin sosyal medya tutumları cinsiyetlerine göre farklılaşmakta mıdır?
2. Ortaokul, lise ve üniversite öğrencilerinin sosyal medya tutumları öğrenim kademelerine göre farklılaşmakta mıdır?
3. Ortaokul, lise ve üniversite öğrencilerinin sosyal medya tutumları mobil telefona Sahip olup olmama durumlarına göre farklılaşmakta mıdır?
4. Ortaokul, lise ve üniversite öğrencilerinin sosyal medya tutumları sosyal medya kullanım beceri düzeylerine göre farklılaşmakta mıdır?
5. Ortaokul, lise ve üniversite öğrencilerinin sosyal medya tutumları sosyal medyada geçirilen süreye göre farklılaşmakta mıdır?

2. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, araştırmanın örnekleme, veri toplama, verilerin analizi ile ilgili çalışmalarının süreçleri anlatılmıştır. Çalışmanın yürütülme süreci bu bölüm altında detaylı olarak açıklanmıştır.

Araştırma Modeli

Bu araştırmada nicel araştırma türlerinden betimsel araştırma yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Betimsel araştırmalar, bir durumu açığa çıkarmak, olaylar arasındaki ilişkileri değerlendirerek açıklamak için yapılır (Çepni, 2007). Bu araştırmanın deseni, ilişkisel tarama modelidir. Tarama modeli, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekilde betimlemeyi amaçlayan bir araştırma modelidir (Karasar, 2005). İlişkisel tarama modeli iki ya da daha fazla değişken arasında birlikte değişim olup olmadığını belirlemeyi amaçlayan bir tarama yaklaşımıdır (Karasar, 2005).

Çalışma Grubu

Araştırmanın evrenini ortaokul, lise ve üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Örneklemini ise 2018/2019 eğitim-öğretim yılında, Kars Merkezinde bir Ortaokul, bir Anadolu Lisesi ve bir Meslek Yüksek Okulunda öğrenim gören gönüllü öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırmacılarından birinin yaşadığı bölge olması nedeniyle veri toplanması sürecinde kolaylık sağlayacağı düşünüldüğünden uygun örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Verilerin toplanmasında ulaşılan 302 öğrenciye basılı anketler dağıtılmıştır. Dağıtılan anketlerden 3 tanesi eksik doldurulduğu için araştırmaya dâhil edilmemiştir. Çalışma kapsamında elde edilen verilere, 159 (% 53,2) kız ve 140 (% 46,8) erkek öğrenci olmak üzere toplam 299 öğrencinin anketlere verdiği yanıtlardan ulaşılmıştır. Araştırmanın örneklemini oluşturan öğrencilerin demografik özellikleri Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Öğrencilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans (f) ve Yüzde (%) Dağılımları (N=299).

Değişken	Grup	F	%
Cinsiyet	Kız	159	53,2
	Erkek	140	46,8
Öğrenim Aşaması	Ortaokul	92	30,8
	Lise	100	33,4
	Üniversite	107	35,8
Mobil telefona sahip olma durumu	Var	224	74,9
	Yok	75	25,1
Sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeyi	Düşük Düzey	16	5,4
	Orta Düzey	108	36,1
	İleri Düzey	175	58,5
Sosyal medyada günlük geçirilen süre	0-1 Saat	93	31,1
	2-4 Saat	111	37,1
	5-7 Saat	63	21,1
	8+ Saat	32	10,7

Veri Toplama Aracı

Çalışmada öğrencilerin sosyal medyaya yönelik tutumları, Otrar ve Argın (2015) tarafından geliştirilen “Sosyal Medya Tutum Ölçeği” kullanılarak elde edilmiştir. Ölçek, sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı, öğretmenlerle ilişki ve sosyal izolasyon olmak üzere dört boyuttan oluşmaktadır. Toplamda 23 maddeden oluşan ölçeğin altı maddesi sosyal yetkinlik, sekiz maddesi paylaşım ihtiyacı, üç maddesi öğretmenlerle ilişki ve altı maddesi ise sosyal izolasyon boyutunu oluşturmaktadır. Otrar ve Argın (2015) tarafından ölçeğin güvenirlik katsayısı 0,83 olarak hesaplanmıştır. Bu çalışmada ise Cronbach’s Alpha katsayısı 0,84 olarak hesaplanmıştır. Öğrenciler ölçekteki maddelere “Kesinlikle Katılmıyorum” ve “Kesinlikle Katılıyorum” arasında 1’den 5’e kadar puanlar vererek yanıt vermişlerdir.

Verilerin İşlenmesi ve Analizi

Araştırmada nicel araştırma yöntemleri kullanılarak likert tipi maddeler analize tabi tutulmuştur. Anketteki maddeler ve katılımcıların kişisel bilgileri SPSS 22.0 paket programında analiz edilmiştir. Öğrencilerin kişisel bilgileri için frekans ve yüzde teknikleri kullanılmıştır. Veri grubunun normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek için Kolmogorov Smirnov, Shapiro-Wilk testlerinden yararlanılmıştır. Öğrencilerin tutumlarına göre anketin geneli ve alt boyutları için ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Öğrencilerin cinsiyet ve mobil telefona sahip olma durumlarının anlamlı farklılık gösterip göstermediği anlamak için bağımsız gruplar t-testi yapılmıştır. Öğrencilerin öğrenim durumları, sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeyi ve sosyal medyada geçirdikleri değişkenleri açısından farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için ANOVA testi kullanılmış olup, farklılık varsa hangi gruptan kaynaklandığını belirlemek için Scheffe testi kullanılmıştır.

3. BULGULAR

Bu bölüm içerisinde araştırmanın amacına bağlı olarak veri toplama araçlarıyla elde edilen verilerin analizi sonucunda ortaya çıkan bulgular verilecektir. Bu araştırmanın alt amaçları doğrultusunda araştırma sorularına ilişkin bulgular sırasıyla bu bölümde sunulmuştur. Sosyal medya tutum (SMT) ölçeğinin genel ortalaması bakımından araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyetlerine göre farklılaşım farklılaşmadığını belirlemek için yapılan bağımsız gruplar t-testi Tablo 5’te verilmiştir.

Tablo 5. SMT ölçeğinin genelinden elde edilen toplam puanların katılımcı grupların cinsiyetlerine göre bağımsız gruplar t-testi ile incelenmesi.

Cinsiyet	N	\bar{x}	S	t	Sd	P
Kız	159	3,16	,68			
Erkek	140	3,28	,72	-1,38	297	,16

*Fark $p < .05$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 5 incelendiğinde araştırmaya katılan kızların ortalamaları ($\bar{X}=3,16$) ile erkeklerin ortalamalarının ($\bar{X}=3,28$) birbirlerine yakın olduğu ve gruplar arasında SMT ölçeğinin genel ortalaması açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir ($t=-1,38$ ve $p>,05$). Bu sonuca göre erkek ve kız öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının aynı olduğu söylenebilir. SMT ölçeğinden elde edilen genel ortalamasının öğrencilerin mobil telefona sahip olma durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan bağımsız gruplar t-testi Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6. SMT ölçeğinden elde edilen toplam puanların katılımcı grupların akıllı telefona sahip olma durumuna göre bağımsız gruplar t-testi ile incelenmesi

Mobil Telefon	N	\bar{x}	S	t	Sd	P
Var	223	3,23	,69	0,50	293	,61
Yok	72	3,18	,75			

*Fark $p< .05$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 6 incelendiğinde mobil telefona sahip olan öğrencilerin ortalamaları ($\bar{X}=3,23$) ile mobil telefona sahip olmayan öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=3,18$) birbirlerine yakın olduğu ve gruplar arasında SMT ölçeğinin genel ortalaması açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir ($t=0,50$ ve $p>,05$). Bu sonuca göre öğrencilerin sosyal medyaya karşı tutumlarının mobil telefona sahip olma durumlarına göre değişmediği söylenebilir. SMT ölçeğinden elde edilen genel ortalamasının öğrencilerin öğrenim durumlarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan ANOVA testi Tablo 7’de verilmiştir. Verilerin ANOVA testi için normal dağılım gösterdiği belirlenmiştir.

Tablo 7. SMT ölçeğinden elde edilen toplam puanların katılımcı grupların öğrenim durumlarına göre ANOVA testi ile incelenmesi.

Öğrenim Durumu	N	\bar{x}	S	F	P
Ortaokul	92	3,58	,63	20,35	,00
Lise	100	3,07	,72		
Üniversite	107	3,22	,62		

*Fark $p< .05$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 7 incelendiğinde öğrenim durumu ortaokul olan öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=3,58$), lise olan öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=3,07$) ve üniversite olan öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=3,22$) birbirlerine yakın olmadığı ve gruplar arasında SMT ölçeğinin genel ortalaması açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir ($F=20,35$ ve $p<,05$). Bu sonuca göre farklı öğrenim durumuna sahip olan öğrencilerin sosyal medya tutumlarının farklı olduğu söylenebilir. Dolayısıyla

öğrencilerin öğrenim durumlarına göre ANOVA testi sonucunda ortaya çıkan farklılaşmanın hangi gruplar arasında oluştuğunu belirlemek için yapılan Scheffe testi Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8. ANOVA testi sonrasında öğrenim düzeylerinin hangileri arasında fark olduğunu tespit etmeye yönelik yapılan Scheffe testi.

Grup (I)	Grup (J)	Ortalama Farkı (I-J)	Standart Hata	P
Ortaokul	Lise	,51*	,09	,00
	Üniversite	,54*	,09	,00
Lise	Ortaokul	-,51*	,09	,00
	Üniversite	,03	,09	,93
Üniversite	Ortaokul	-,54*	,09	,00
	Lise	-,03	,09	,93

*Fark $p < .05$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 8 incelendiğinde gruplar arasındaki ortalama farkına göre ortaokul öğrencileri ile lise öğrencileri arasında (I-J=,51 ve $p < ,05$) ortaokul öğrencileri lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu ve ortaokul öğrencileri ile üniversite öğrencileri arasında da (I-J=,54 ve $p < ,05$) ortaokul öğrencileri lehine istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Ancak lise öğrencileri ile üniversite öğrencileri arasında (I-J=,03 ve $p > ,05$) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı belirlenmiştir. Bu sonuca göre ortaokul öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının lise öğrencilerine ve üniversite öğrencilerine göre daha olumlu olduğu söylenebilir. Bir başka durum ise öğrenim seviyesi arttıkça sosyal medya tutumlarının azaldığı söylenebilir. SMT ölçeğinden elde edilen genel ortalamasının öğrencilerin sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeyine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan ANOVA testi Tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9. SMT ölçeğinden elde edilen toplam puanların katılımcı grupların sosyal medya kullanacak bilgi ve beceriye sahip olma düzeyine göre ANOVA testi ile incelenmesi

Sosyal Medya Bilgi ve Beceri Düzeyi	N	\bar{x}	S	F	P
Düşük Düzey	16	2,57	,6	16,64	,00
Orta Düzey	108	3,04	,67		
İleri Düzey	175	3,38	,67		

*Fark $p < .05$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 9 incelendiğinde sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeyi düşük düzey olan öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=2,57$), orta düzey olan öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=3,04$) ve ileri

düzye olan öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=3,38$) birbirlerine yakın olamadığı ve gruplar arasında SMT ölçeğinin genel ortalaması açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir ($F=16,64$ ve $p<,05$). Bu sonuca göre sosyal medyayı kullanabilme düzeyi farklı olan öğrencilerin sosyal medya tutumlarının farklı olduğu söylenebilir. Dolayısıyla öğrencilerin sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeylerine göre ANOVA testi sonucunda ortaya çıkan farklılaşmanın hangi gruplar arasında oluştuğunu belirlemek için yapılan Scheffe testi Tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 10. ANOVA testi sonrasında sosyal medya kullanma bilgi ve beceri düzeylerinin hangileri arasında fark olduğunu tespit etmeye yönelik yapılan Scheffe testi

Grup (I)	Grup (J)	Ortalama Farkı (I-J)	Standart Hata	p
Düşük Düzey	Orta Düzey	-,47*	,17	,03
	İleri Düzey	-,81*	,17	,00
Orta Düzey	Düşük Düzey	,47*	,17	,03
	İleri Düzey	-,34*	,08	,00
İleri Düzey	Düşük Düzey	,81*	,17	,00
	Orta Düzey	,34*	,08	,00

*Fark $p<,05$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 10 incelendiğinde gruplar arasındaki ortalama farkına göre sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeyi düşük düzey olan öğrenciler ile orta düzey olan öğrenciler arasında ($I-J=-,47$ ve $p<,05$) sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeyi orta düzey olan öğrencilerin lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu, sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeyi düşük düzey olan öğrenciler ile ileri düzey olan öğrenciler arasında ($I-J=-,81$ ve $p<,05$) sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeyi ileri düzey olan öğrencilerin lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu ve sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeyi orta düzey olan öğrenciler ile ileri düzey olan öğrenciler arasında ($I-J=-,34$ ve $p<,05$) sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeyi ileri düzey olan öğrencilerin lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre öğrencilerin sosyal medyayı kullanabilecekleri bilgi ve beceri düzeyleri arttıkça sosyal medyaya karşı tutumlarında olumlu yönde arttığı söylenebilir. SMT ölçeğinden elde edilen genel ortalamasının öğrencilerin sosyal medyada günlük geçirdikleri süreye göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan ANOVA testi Tablo 11'de verilmiştir.

Tablo 11. SMT ölçeğinden elde edilen toplam puanların katılımcı grupların sosyal medyada geçirdikleri süreye göre ANOVA testi ile incelenmesi.

Sosyal Medyada Geçirilen Süre	N	\bar{x}	S	F	P
-------------------------------	---	-----------	---	---	---

0-1 Saat	93	3,08	,78		
2-4 Saat	111	3,24	,59	3,32	,02
5-7 Saat	63	3,21	,65		
8+ Saat	32	3,53	,85		

*Fark p< .05 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 11 incelendiğinde sosyal medyada günlük 0-1 saat aralığında vakit geçiren öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=3,08$), 2-4 saat aralığında vakit geçiren öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=3,24$), 5-7 saat aralığında vakit geçiren öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=3,21$) ve 8 saat ve üzeri vakit geçiren öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=3,53$) birbirlerine yakın olmadığını ve gruplar arasında SMT ölçeğinin genel ortalaması açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir ($F=3,32$ ve $p<,05$). Öğrencilerin sosyal medyada günlük geçirdikleri süreye göre ANOVA testi sonucunda ortaya çıkan farklılaşmanın hangi gruplar arasında oluştuğunu belirlemek için yapılan Scheffe testi Tablo 12’de verilmiştir.

Tablo 12. ANOVA testi sonrasında sosyal medyada geçirilen süreler arasındaki farklılığı tespit etmeye yönelik yapılan Scheffe testi.

Grup (I)	Grup (J)	Ortalama Farkı (I-J)	Standart Hata	P
	2-4 Saat	-,16	,09	,44
0-1 Saat	5-7 Saat	-,12	,11	,75
	8+Saat	-,44*	,14	,02
	0-1 Saat	,16	,09	,44
2-4 Saat	5-7 Saat	,03	,11	,99
	8+Saat	-,28	,13	,24
	0-1 Saat	,12	,11	,75
5-7 Saat	2-4 Saat	-,03	,11	,99
	8+Saat	-,32	,15	,21
	0-1 Saat	,44*	,14	,02
8+Saat	2-4 Saat	,28	,13	,24
	5-7 Saat	,32	,15	,21

*Fark p< .05 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 12 incelendiğinde gruplar arasındaki ortalama farkına göre sosyal medyada günde 0-1 saat aralığında vakit geçiren öğrenciler ile 8 saat ve üzerinde vakit geçiren öğrenciler arasında ($I-J=-,44$ ve $p<,05$) sosyal medyada günlük 8 saat ve üzerinde vakit geçiren öğrencilerin lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Diğer gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir. Bu sonuca öğrencilerin sosyal medyada çok fazla vakit geçirmelerinin sosyal medyaya karşı daha fazla olumlu tutum sergilemelerine sebep olduğu söylenebilir. SMT ölçeğinin

alt boyutlarından elde edilen ortalamaların öğrencilerin sosyal cinsiyetlerine göre farklılaşım farklılaşmadığını belirlemek için yapılan bağımsız gruplar t-testi Tablo 13'te verilmiştir.

Tablo 13. SMT ölçeğinin alt boyutlarının cinsiyet değişkenine göre bağımsız gruplar t testi ile incelenmesi

Alt Boyutlar	Cinsiyet	N	\bar{x}	S	t	Sd	p
Sosyal Yetkinlik	Kız	159	2,47	2,47	-4,01	297	,00
	Erkek	140	2,94	2,94			
Paylaşım İhtiyacı	Kız	159	3,40	3,40	-,80	297	,42
	Erkek	140	3,49	3,49			
Öğretmenlerle İlişki	Kız	159	2,97	2,97	1,43	297	,15
	Erkek	140	2,76	2,76			
Sosyal İzolasyon	Kız	159	3,64	3,64	,48	297	,62
	Erkek	140	3,58	3,58			

*Fark $p < .05$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 13 incelendiğinde sosyal yetkinlik alt boyutu açısından araştırmaya katılan kızların ortalamaları ($\bar{X}=2,47$) ile erkeklerin ortalamalarının ($\bar{X}=2,94$) birbirlerine yakın olmadığı ve gruplar arasında SMT ölçeğinin sosyal yetkinlik alt boyutu ortalaması açısından erkek öğrenciler lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir ($t=-4,01$ ve $p < .05$). Bu sonuca göre sosyal medya kullanan erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre sosyal yetkinliğinin daha olumlu düzeyde olduğu söylenebilir.

Paylaşım ihtiyacı alt boyutu açısından araştırmaya katılan kızların ortalamaları ($\bar{X}=3,40$) ile erkeklerin ortalamalarının ($\bar{X}=3,49$) birbirlerine yakın olduğu ve gruplar arasında SMT ölçeğinin paylaşım ihtiyacı alt boyutu ortalaması açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir ($t=-,80$ ve $p > .05$). Bu sonuca göre sosyal medya kullanan kız ve erkek öğrencilerin sosyal medyada paylaşım ihtiyacının aynı düzeyde olduğu söylenebilir.

Öğretmenlerle ilişki alt boyutu açısından araştırmaya katılan kızların ortalamaları ($\bar{X}=2,97$) ile erkeklerin ortalamalarının ($\bar{X}=2,76$) birbirlerine yakın olduğu ve gruplar arasında SMT ölçeğinin öğretmenlerle ilişki alt boyutu ortalaması açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir ($t=1,43$ ve $p > .05$). Bu sonuca göre sosyal medya kullanan kız ve erkek öğrencilerin sosyal medya üzerinden öğretmenlerle ilişki kurmasının aynı düzeyde olduğu söylenebilir.

Sosyal izolasyon alt boyutu açısından araştırmaya katılan kızların ortalamaları ($\bar{X}=3,64$) ile erkeklerin ortalamalarının ($\bar{X}=3,58$) birbirlerine yakın olduğu ve gruplar arasında SMT ölçeğinin sosyal izolasyon alt boyutu ortalaması açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir ($t=-,48$ ve $p > .05$). Bu sonuca göre sosyal medya kullanan kız ve erkek öğrencilerin sosyal

medyada sosyal ortamlardan izole etme durumlarının aynı düzeyde olduğu söylenebilir. SMT ölçeğinin alt boyutlarından elde edilen ortalamaların öğrencilerin öğrenim durumlarına göre farklılaşım farklılaşmadığını belirlemek için yapılan ANOVA testi Tablo 14'te verilmiştir.

Tablo 14. SMT ölçeğinin alt boyutlarının öğrenim durumu değişkenine göre ANOVA testi ile incelenmesi

Alt Boyutlar	Öğrenim Durumu	N	\bar{x}	S	F	p
Sosyal Yetkinlik	Ortaokul	92	3,15	,93	14,62	,00
	Lise	100	2,57	1,12		
	Üniversite	107	2,41	,91		
Paylaşım İhtiyacı	Ortaokul	92	3,80	,86	8,50	,00
	Lise	100	3,26	1,18		
	Üniversite	107	3,31	,93		
Öğretmenlerle İlişki	Ortaokul	92	3,21	1,24	5,27	,00
	Lise	100	2,65	1,37		
	Üniversite	107	2,79	1,11		
Sosyal İzolasyon	Ortaokul	92	3,92	,97	5,85	,00
	Lise	100	3,54	1,08		
	Üniversite	107	3,43	1,05		

*Fark $p < .05$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 14 incelendiğinde sosyal yetkinlik alt boyutu açısından öğrenim durumu ortaokul olan öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=3,15$), lise olan öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=2,57$) ve üniversite olan öğrencilerin (ortalamalarının ($\bar{X}=2,41$)) birbirlerine yakın olmadığı ve gruplar arasında SMT ölçeğinin sosyal yetkinlik alt boyutu ortalaması açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir ($F=14,62$ ve $p < ,05$). Gruplar arasındaki bu farkın hangi gruptan kaynaklandığı Scheffe testi ile Tablo 15'te verilmiştir.

Paylaşım ihtiyacı alt boyutu açısından öğrenim durumu ortaokul olan öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=3,80$), lise olan öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=3,26$) ve üniversite olan öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=3,31$) birbirlerine yakın olmadığı ve gruplar arasında SMT ölçeğinin paylaşım ihtiyacı alt boyutu ortalaması açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir ($F=8,50$ ve $p < ,05$). Gruplar arasındaki bu farkın hangi gruptan kaynaklandığı Scheffe testi ile Tablo 15'te verilmiştir.

Öğretmenlerle ilişki alt boyutu açısından öğrenim durumu ortaokul olan öğrencilerin ($N=92$) ortalamalarının ($\bar{X}=3,21$), lise olan öğrencilerin ($N=100$) ortalamalarının ($\bar{X}=2,65$) ve üniversite olan öğrencilerin ($N=107$) ortalamalarının ($\bar{X}=2,79$) birbirlerine yakın olamadığı ve gruplar arasında SMT ölçeğinin öğretmenlerle ilişki alt boyutu ortalaması açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir ($F=5,27$ ve $p < ,05$). Gruplar arasındaki bu farkın hangi gruptan kaynaklandığı Scheffe testi ile Tablo 15'te verilmiştir.

Sosyal izolasyon alt boyutu açısından öğrenim durumu ortaokul olan öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=3,92$), lise olan öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=3,54$) ve üniversite olan öğrencilerin ($N=107$) ortalamalarının ($\bar{X}=3,43$) birbirlerine yakın olmadığını ve gruplar arasında SMT ölçeğinin sosyal izolasyon alt boyutu ortalaması açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir ($F=5,85$ ve $p<,05$). SMT ölçeğinin alt boyutları açısından öğrencilerin öğrenim durumlarına göre ANOVA testi sonucunda ortaya çıkan farklılaşmanın hangi gruplar arasında oluştuğunu belirlemek için yapılan Scheffe testi Tablo 15’te verilmiştir.

Tablo 15. SMT ölçeğinin alt boyutlarının ANOVA testi sonrasında öğrenim durumları arasındaki farklılığı tespit etmeye yönelik yapılan Scheffe testi

Alt Boyutlar	Grup (I)	Grup (J)	Ortalama Farkı (I-J)	Standart Hata	P
Sosyal Yetkinlik	Ortaokul	Lise	,57*	,14	,00
		Üniversite	,73*	,14	,00
	Lise	Ortaokul	-,57*	,14	,00
		Üniversite	,16	,13	,51
	Üniversite	Ortaokul	-,73*	,14	,00
		Lise	-,16	,13	,51
Paylaşım İhtiyacı	Ortaokul	Lise	,54*	,14	,00
		Üniversite	,49*	,14	,00
	Lise	Ortaokul	-,54*	,14	,00
		Üniversite	-,050	,13	,93
	Üniversite	Ortaokul	-,49*	,14	,00
		Lise	,05	,13	,93
Öğretmenlerle İlişki	Ortaokul	Lise	,56*	,18	,00
		Üniversite	,42	,17	,05
	Lise	Ortaokul	-,56*	,18	,00
		Üniversite	-,13	,17	,73
	Üniversite	Ortaokul	-,42	,17	,05
		Lise	,13	,17	,73
Sosyal İzolasyon	Ortaokul	Lise	,38*	,15	,04
		Üniversite	,48*	,14	,00
	Lise	Ortaokul	-,38*	,15	,04
		Üniversite	,10	,14	,75
	Üniversite	Ortaokul	-,48*	,14	,00
		Lise	-,10	,14	,75

*Fark $p<,05$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 15 incelendiğinde sosyal yetkinlik alt boyutu açısından gruplar arasındaki ortalama farkına göre ortaokul öğrencileri ile lise öğrencileri arasında ($I-J=,57$ ve $p<,05$) ortaokul öğrencileri lehine

istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu ve ortaokul öğrencileri ile üniversite öğrencileri arasında da ($I-J=,76$ ve $p<,05$) ortaokul öğrencileri lehine istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Ancak lise öğrencileri ile üniversite öğrencileri arasında ($I-J=,16$ ve $p>,05$) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı belirlenmiştir. Bu sonuca göre sosyal medya kullanan öğrencilerin öğrenim seviyesi azaldıkça sosyal yetkinliklerinin arttığı anlaşılmaktadır. Bu durumun öğrencilerin sosyal medya kullanma deneyimlerinden kaynaklandığı söylenebilir.

Paylaşım ihtiyacı alt boyutu açısından gruplar arasındaki ortalama farkına göre ortaokul öğrencileri ile lise öğrencileri arasında ($I-J=,54$ ve $p<,05$) ortaokul öğrencileri lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu ve ortaokul öğrencileri ile üniversite öğrencileri arasında da ($I-J=,49$ ve $p<,05$) ortaokul öğrencileri lehine istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Ancak lise öğrencileri ile üniversite öğrencileri arasında ($I-J=-,50$ ve $p>,05$) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı belirlenmiştir. Bu sonuca göre sosyal medya kullanan öğrencilerin öğrenim seviyesi azaldıkça paylaşım ihtiyacının arttığı anlaşılmaktadır. Bu durumun öğrenim seviyesi düşük olan öğrencilerin sosyal medyada paylaşım yaparken kendilerini kanıtlama isteği, ilgi görme beklentisi ya da kendilerinin bu ortamlarda rahat hissetmelerinden kaynaklanabilir.

Öğretmenlerle ilişki alt boyutu açısından gruplar arasındaki ortalama farkına göre ortaokul öğrencileri ile lise öğrencileri arasında ($I-J=,56$ ve $p<,05$) ortaokul öğrencileri lehine istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Ancak lise öğrencileri ile üniversite öğrencileri arasında ($I-J=-,13$ ve $p>,05$) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı ve ortaokul öğrencileri ile üniversite öğrencileri arasında ($I-J=,42$ ve $p>,05$) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı belirlenmiştir. Bu durum öğrencilerin sosyal medyada öğretmenleri ile kurdukları ilişkilerde öğretmenlerinin ilişkiye verdikleri tepkiden kaynaklanabilir. Daha geniş açıklamayla öğrencinin sosyal medyada öğretmeni ile kurduğu ilişki ya da yaptığı paylaşımlarda öğretmenin yapılan paylaşıma tepki vermesi durumları öğrencilerin ilişkilerini etkileyebilir.

Sosyal izolasyon alt boyutu açısından gruplar arasındaki ortalama farkına göre ortaokul öğrencileri ile lise öğrencileri arasında ($I-J=,38$ ve $p<,05$) ortaokul öğrencileri lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu ve ortaokul öğrencileri ile üniversite öğrencileri arasında da ($I-J=,48$ ve $p<,05$) ortaokul öğrencileri lehine istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Ancak lise öğrencileri ile üniversite öğrencileri arasında ($I-J=,10$ ve $p>,05$) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı belirlenmiştir. Bu sonuca göre öğrenim seviyesi azaldıkça sosyal izolasyonun arttığı söylenebilir. Bu durum öğrencilerin sosyal medya deneyimlerinin sosyal izolasyonu etkilediğinin düşündürebilir SMT ölçeğinin alt boyutlarından elde edilen ortalamaların öğrencilerin mobil telefona

sahip olma durumlarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan bağımsız gruplar t-testi testi Tablo 16’da verilmiştir.

Tablo 16. SMT ölçeğinin alt boyutlarının mobil telefona sahip olma durumuna göre bağımsız gruplar t testi ile incelenmesi

Alt Boyutlar	Mobil Telefona Sahip Olma	N	\bar{x}	S	t	Sd	p
Sosyal Yetkinlik	Var	223	2,73	1,03	,93	293	,34
	Yok	72	2,59	1,08			
Paylaşım İhtiyacı	Var	223	3,47	1	,75	293	,45
	Yok	72	3,36	1,08			
Öğretmenlerle İlişki	Var	223	2,86	1,25	-,61	293	,54
	Yok	72	2,97	1,31			
Sosyal İzolasyon	Var	223	3,60	1,02	-,23	293	,81
	Yok	72	3,63	1,17			

*Fark $p < .05$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 16 incelendiğinde sosyal yetkinlik alt boyutu açısından mobil telefona sahip olan öğrencilerin ortalamaları ($\bar{X}=2,73$) ile mobil telefona sahip olmayan öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=2,59$) birbirlerine yakın olduğu ve gruplar arasında SMT ölçeğinin sosyal yetkinlik alt boyutu ortalaması açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir ($t=0,93$ ve $p>,05$). Bu sonuca göre mobil telefona sahip olan ve sahip olmayan öğrencilerin sosyal medyada sosyal yetkinliklerinin aynı olduğu söylenebilir.

Paylaşım ihtiyacı alt boyutu açısından mobil telefona sahip olan öğrencilerin ortalamaları ($\bar{X}=3,47$) ile mobil telefona sahip olmayan öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=3,36$) birbirlerine yakın olduğu ve gruplar arasında SMT ölçeğinin paylaşım ihtiyacı alt boyutu ortalaması açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir ($t=0,75$ ve $p>,05$). Bu sonuca göre mobil telefona sahip olan ve sahip olmayan öğrencilerin sosyal medyada paylaşım ihtiyaçlarının aynı düzeyde olduğu söylenebilir.

Öğretmenlerle ilişki alt boyutu açısından mobil telefona sahip olan öğrencilerin ortalamaları ($\bar{X}=2,86$) ile mobil telefona sahip olmayan öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=2,97$) birbirlerine yakın olduğu ve gruplar arasında SMT ölçeğinin öğretmenlerle ilişki alt boyutu ortalaması açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir ($t=-,61$ ve $p>,05$). Bu sonuca göre mobil telefona sahip olan ve sahip olmayan öğrencilerin sosyal medyada öğretmenlerle ilişki kurmalarının aynı düzeyde olduğu söylenebilir.

Sosyal izolasyon alt boyutu açısından mobil telefona sahip olan öğrencilerin ortalamaları ($\bar{X}=3,60$) ile mobil telefona sahip olmayan öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=3,63$) birbirlerine yakın olduğu ve gruplar arasında SMT ölçeğinin sosyal izolasyon alt boyutu ortalaması açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir ($t=-,23$ ve $p>,05$). Bu sonuca göre mobil telefona sahip olan ve sahip olmayan öğrencilerin sosyal medyada sosyal izolasyonlarının aynı düzeyde olduğu söylenebilir. SMT ölçeğinin alt boyutlarından elde edilen ortalamalarının öğrencilerin sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeylerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan ANOVA testi Tablo 17’de verilmiştir.

Tablo 17. SMT ölçeğinin alt boyutlarının sosyal medya kullanma bilgi ve beceri düzeyine göre ANOVA testi ile incelenmesi

Alt Boyutlar	Sosyal Medya Kullanım Bilgi-Beceri Düzeyi	N	\bar{x}	S	F	p
Sosyal Yetkinlik	Düşük Düzey	16	1,97	1,11	10,37	,00
	Orta Düzey	108	2,47	,94		
	İleri Düzey	175	2,90	1,03		
Paylaşım İhtiyacı	Düşük Düzey	16	2,38	1,13	15,56	,00
	Orta Düzey	108	3,25	1,01		
	İleri Düzey	175	3,66	,94		
Öğretmenlerle İlişki	Düşük Düzey	16	2,02	1,24	4,02	,01
	Orta Düzey	108	2,88	1,19		
	İleri Düzey	175	2,95	1,28		
Sosyal İzolasyon	Düşük Düzey	16	3,68	1,22	2,92	,05
	Orta Düzey	108	3,42	1,12		
	İleri Düzey	175	3,73	,99		

*Fark $p < .05$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 17 incelendiğinde sosyal yetkinlik alt boyutu açısından sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeyi düşük düzey olan öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=1,97$), orta düzey olan öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=2,47$) ve ileri düzey olan öğrencilerin ($N=175$) ortalamalarının ($\bar{X}=2,9$) birbirlerine yakın olamadığı ve gruplar arasında SMT ölçeğinin sosyal yetkinlik alt boyutu ortalaması açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir ($F=10,37$ ve $p < ,05$). Gruplar arasında ortaya çıkan bu farklılaşmanın hangi gruplar arasında oluştuğunu belirlemek için yapılan Scheffe testi Tablo 18’de verilmiştir.

Paylaşım ihtiyacı alt boyutu açısından sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeyi düşük düzey olan öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=2,38$), orta düzey olan öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=3,25$) ve ileri düzey olan öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=3,66$) birbirlerine yakın olamadığı ve gruplar arasında SMT ölçeğinin paylaşım ihtiyacı alt boyutu ortalaması açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın

olduğu görülmektedir (F=15,56 ve p<,05). Gruplar arasında ortaya çıkan bu farklılaşmanın hangi gruplar arasında oluştuğunu belirlemek için yapılan Scheffe testi Tablo 18’de verilmiştir.

Öğretmenlerle ilişki alt boyutu açısından sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeyi düşük düzey olan öğrencilerin ortalamalarının (\bar{X} =2,02), orta düzey olan öğrencilerin ortalamalarının (\bar{X} =2,88) ve ileri düzey olan öğrencilerin ortalamalarının (\bar{X} =2,95) birbirlerine yakın olmadığını ve gruplar arasında SMT ölçeğinin Öğretmenlerle ilişki alt boyutu ortalaması açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir (F=4,02 ve p<,05). Ancak sosyal izolasyon alt boyutu açısından sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeyi düşük düzey olan öğrencilerin ortalamalarının (\bar{X} =3,68), orta düzey olan öğrencilerin ortalamalarının (\bar{X} =3,42) ve ileri düzey olan öğrencilerin ortalamalarının (\bar{X} =3,73) birbirlerine yakın olduğu ve gruplar arasında SMT ölçeğinin sosyal izolasyon alt boyutu ortalaması açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir (F=2,92 ve p<,05). SMT ölçeğinin alt boyutları açısından öğrencilerin sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeylerine göre ANOVA testi sonucunda ortaya çıkan farklılaşmanın hangi gruplar arasında oluştuğunu belirlemek için yapılan Scheffe testi Tablo 18’de verilmiştir.

Tablo 18. SMT ölçeğinin alt boyutlarının ANOVA testi sonrasında sosyal medya kullanma bilgi ve beceri düzeyleri arasındaki farklılığı tespit etmeye yönelik yapılan Scheffe testi

Alt Boyutlar	Grup (I)	Grup (J)	Ortalama Farkı (I-J)	Standart Hata	P
Sosyal Yetkinlik	Düşük Düzey	Orta Düzey	-,49	,27	,19
		İleri Düzey	-,92*	,26	,00
	Orta Düzey	Düşük Düzey	,49	,27	,19
		İleri Düzey	-,43*	,12	,00
	İleri Düzey	Düşük Düzey	,92*	,26	,00
		Orta Düzey	,43*	,12	,00
Paylaşım İhtiyacı	Düşük Düzey	Orta Düzey	-,87*	,26	,00
		İleri Düzey	-1,27*	,25	,00
	Orta Düzey	Düşük Düzey	,87*	,26	,00
		İleri Düzey	-,4*	,12	,00
	İleri Düzey	Düşük Düzey	1,27*	,25	,00
		Orta Düzey	,4*	,12	,00
Öğretmenlerle İlişki	Düşük Düzey	Orta Düzey	-,86*	,33	,03
		İleri Düzey	-,92*	,32	,01
	Orta Düzey	Düşük Düzey	,86*	,33	,03
		İleri Düzey	-,06	,15	,9
	İleri Düzey	Düşük Düzey	,92*	,32	,01
		Orta Düzey	,06	,15	,9

*Fark p< .05 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 18 incelendiğinde sosyal yetkinlik alt boyutu açısından gruplar arasındaki ortalama farkına göre sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeyi düşük düzey olan öğrenciler ile ileri düzey olan öğrenciler arasında ($I-J=-,92$ ve $p<,05$) sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeyi ileri düzey olan öğrencilerin lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu, sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeyi orta düzey olan öğrenciler ile ileri düzey olan öğrenciler arasında ($I-J=-,43$ ve $p<,05$) sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeyi ileri düzey olan öğrencilerin lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Ancak sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeyi düşük düzey olan öğrenciler ile orta düzey olan öğrenciler arasında ($I-J=-,49$ ve $p>,05$) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir. Bu sonuca göre sosyal medya kullanma bilgi ve beceri düzeyinin artmasının öğrencilerin sosyal medyada sosyal yetkinliklerinin olumlu yönde etkilediği söylenebilir.

Paylaşım ihtiyacı alt boyutu açısından gruplar arasındaki ortalama farkına göre sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeyi düşük düzey olan öğrenciler ile ileri düzey olan öğrenciler arasında ($I-J=-1,27$ ve $p<,05$) sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeyi ileri düzey olan öğrencilerin lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu, sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeyi orta düzey olan öğrenciler ile ileri düzey olan öğrenciler arasında ($I-J=-,4$ ve $p<,05$) sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeyi ileri düzey olan öğrencilerin lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu ve sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeyi düşük düzey olan öğrenciler ile orta düzey olan öğrenciler arasında ($I-J=-,87$ ve $p>,05$) sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeyi orta düzey olan öğrencilerin lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Bu sonuca öğrencilerin sosyal medya kullanım bilgi ve beceri düzeyi arttıkça sosyal medyada paylaşım ihtiyacına yönelik tutumlarında buna paralel olarak olumlu yönde arttığı söylenebilir.

Öğretmenlerle ilişki alt boyutu açısından gruplar arasındaki ortalama farkına göre sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeyi düşük düzey olan öğrenciler ile ileri düzey olan öğrenciler arasında ($I-J=-,92$ ve $p<,05$) sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeyi ileri düzey olan öğrencilerin lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu, sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeyi düşük düzey olan öğrenciler ile orta düzey olan öğrenciler arasında ($I-J=-,86$ ve $p<,05$) sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeyi orta düzey olan öğrencilerin lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Ancak sosyal medya kullanacak bilgi ve beceri düzeyi orta düzey olan öğrenciler ile ileri düzey olan öğrenciler arasında ($I-J=-,06$ ve $p>,05$) istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir. Bu sonuca göre sosyal medya kullanım bilgi ve beceri düzeyinin yüksek olmasının sosyal medyada öğretmenlerle ilişki kurmayı olumlu yönde etkilediği söylenebilir. SMT ölçeğinin alt boyutlarından elde edilen ortalamanın öğrencilerin sosyal medyada günlük geçirdikleri süreye göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için yapılan ANOVA testi Tablo 19’da verilmiştir.

Tablo 19. SMT ölçeğinin alt boyutlarının sosyal medyada geçirilen günlük süreye göre ANOVA testi ile incelenmesi

Alt Boyutlar	Sosyal Medyada Günlük Geçirilen Süre	N	\bar{x}	S	F	P
Sosyal Yetkinlik	0-1 Saat	93	2,48	1,03	2,87	,06
	2-4 Saat	111	2,73	,94		
	5-7 Saat	63	2,76	1,04		
	8+ Saat	32	3,07	1,24		
Paylaşım İhtiyacı	0-1 Saat	93	3,11	1,13	5,67	,00
	2-4 Saat	111	3,6	,89		
	5-7 Saat	63	3,48	,89		
	8+ Saat	32	3,8	1,16		
Öğretmenlerle İlişki	0-1 Saat	93	2,77	1,28	1,32	,26
	2-4 Saat	111	3,06	1,23		
	5-7 Saat	63	2,71	1,18		
	8+ Saat	32	2,84	1,44		
Sosyal İzolasyon	0-1 Saat	93	3,81	1,04	4,33	,00
	2-4 Saat	111	3,38	1,02		
	5-7 Saat	63	3,55	1,12		
	8+ Saat	32	3,98	,9		

*Fark $p < .05$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 19 incelendiğinde sosyal yetkinlik alt boyutu açısından sosyal medyada günlük 0-1 saat aralığında vakit geçiren öğrencilerin ortalamaları ($\bar{X}=2,48$), 2-4 saat aralığında vakit geçiren öğrencilerin ortalamaları ($\bar{X}=2,73$), 5-7 saat aralığında vakit geçiren öğrencilerin ortalamaları ($\bar{X}=2,76$) ve 8 saatin üzerinde vakit geçiren öğrencilerin ortalamaları ($\bar{X}=3,07$) belirlenmiş ve gruplar arasında SMT ölçeğinin sosyal yetkinlik alt boyut ortalaması açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür ($F=2,87$ ve $p > .05$). Gruplar arasında ortaya çıkan bu farklılaşmanın hangi gruplar arasında oluştuğunu belirlemek için yapılan Scheffe testi Tablo 20’de verilmiştir.

Paylaşım ihtiyacı alt boyutu açısından sosyal medyada günlük 0-1 saat aralığında vakit geçiren öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=3,11$), 2-4 saat aralığında vakit geçiren öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=3,6$), 5-7 saat aralığında vakit geçiren öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=3,48$) ve 8 saatin üzerinde vakit geçiren öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=3,8$) birbirlerine yakın olmadığı ve gruplar arasında SMT ölçeğinin paylaşım ihtiyacı alt boyut ortalaması açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir ($F=5,67$ ve $p < .05$). Gruplar arasında ortaya çıkan bu farklılaşmanın hangi gruplar arasında oluştuğunu belirlemek için yapılan Scheffe testi Tablo 20’de verilmiştir.

Öğretmenlerle ilişki alt boyutu açısından sosyal medyada günlük 0-1 saat aralığında vakit geçiren öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=2,77$), 2-4 saat aralığında vakit geçiren öğrencilerin ortalamalarının

($\bar{X}=3,06$), 5-7 saat aralığında vakit geçiren öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=2,71$) ve 8 saatin üzerinde vakit geçiren öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=2,84$) birbirlerine yakın olduğu ve gruplar arasında SMT ölçeğinin öğretmenlerle ilişki alt boyut ortalaması açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir ($F=1,32$ ve $p>,05$). Gruplar arasında ortaya çıkan bu farklılaşmanın hangi gruplar arasında oluştuğunu belirlemek için yapılan Scheffe testi Tablo 20’de verilmiştir.

Sosyal izolasyon alt boyutu açısından sosyal medyada günlük 0-1 saat aralığında vakit geçiren öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=3,81$), 2-4 saat aralığında vakit geçiren öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=3,38$), 5-7 saat aralığında vakit geçiren öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=3,55$) ve 8 saatin üzerinde vakit geçiren öğrencilerin ortalamalarının ($\bar{X}=3,98$) birbirlerine yakın olamadığı ve gruplar arasında SMT ölçeğinin sosyal izolasyon alt boyut ortalaması açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir ($F=4,33$ ve $p<,05$). Öğrencilerin SMT ölçeğinin alt boyutları açısından sosyal medyada günlük geçirdikleri süreye göre ANOVA testi sonucunda ortaya çıkan farklılaşmanın hangi gruplar arasında oluştuğunu belirlemek için yapılan Scheffe testi Tablo 20’de verilmiştir.

Tablo 20. SMT ölçeğinin alt boyutlarının ANOVA testi sonrasında sosyal medyada günlük geçirilen süre değişkenleri arasındaki farklılığı tespit etmeye yönelik yapılan Scheffe testi

Alt Boyutlar	Grup (I)	Grup (J)	Ortalama Farkı (I-J)	Standart Hata	P
Sosyal Yetkinlik	0-1 Saat	2-4 Saat	-,24	,14	,4
		5-7 Saat	-,28	,16	,42
		8+Saat	-,58	,21	,05
	2-4 Saat	0-1 Saat	,24	,14	,4
		5-7 Saat	-,03	,16	,99
		8+Saat	-,34	,2	,43
	5-7 Saat	0-1 Saat	,28	,16	,42
		2-4 Saat	,03	,16	,99
		8+Saat	-,3	,22	,59
	8+Saat	0-1 Saat	,58	,21	,05
		2-4 Saat	,34	,2	,43
		5-7 Saat	,3	,22	,59
Paylaşım İhtiyacı	0-1 Saat	2-4 Saat	-,49*	,14	,00
		5-7 Saat	-,36	,16	,17
		8+Saat	-,68*	,2	,01
	2-4 Saat	0-1 Saat	,49*	,14	,00
		5-7 Saat	,12	,15	,89
		8+Saat	-,19	,2	,81
5-7 Saat	0-1 Saat	,36	,16	,17	
	2-4 Saat	-,12	,15	,89	

	8+Saat	-,32	,21	,54
	0-1 Saat	,68*	,2	,01
8+Saat	2-4 Saat	,19	,2	,81
	5-7 Saat	,32	,21	,54
	2-4 Saat	,42*	,14	,03
0-1 Saat	5-7 Saat	,26	,17	,49
	8+Saat	-,16	,21	,89
	0-1 Saat	-,42*	,14	,03
2-4 Saat	5-7 Saat	-,16	,16	,79
	8+Saat	-,59*	,2	,04
Sosyal İzolasyon	0-1 Saat	-,26	,17	,49
5-7 Saat	2-4 Saat	,16	,16	,79
	8+Saat	-,43	,22	,30
	0-1 Saat	,16	,21	,89
8+Saat	2-4 Saat	,59*	,2	,04
	5-7 Saat	,43	,22	,30

*Fark $p < .05$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 20 incelendiğinde sosyal yetkinlik alt boyutu açısından gruplar arasındaki ortalama farkına göre gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir. Bu sonuca göre öğrencilerin sosyal medyada geçirdikleri sürenin sosyal yetkinliklerini etkilemediği söylenebilir.

Paylaşım ihtiyacı alt boyutu açısından gruplar arasındaki ortalama farkına göre sosyal medyada 0-1 saat aralığında vakit geçiren öğrenciler ile 2-4 saat arasında vakit geçiren öğrenciler arasında ($I-J=-,49$ ve $p < ,05$) sosyal medyada günlük 2-4 saat arasında vakit geçiren öğrencilerin lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu, 0-1 saat aralığında vakit geçiren öğrenciler ile 8 saat üzerinde vakit geçiren öğrenciler arasında ($I-J=-,68$ ve $p < ,05$) sosyal medyada günlük 8 saat ve üzerinde vakit geçiren öğrencilerin lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Diğer gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir. Bu sonuca göre öğrencilerin sosyal medyada uzun süre vakit geçirmelerinin paylaşım ihtiyacını olumlu yönde etkilediği söylenebilir.

Sosyal izolasyon alt boyutu açısından gruplar arasındaki ortalama farkına göre sosyal medyada günde 0-1 saat aralığında vakit geçiren öğrenciler ile 2-4 saat arasında vakit geçiren öğrenciler arasında ($I-J=,42$ ve $p < ,05$) sosyal medyada günlük 0-1 saat arasında vakit geçiren öğrencilerin lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu, 2-4 saat aralığında vakit geçiren öğrenciler ile 8 saat ve üzerinde vakit geçiren öğrenciler arasında ($I-J=-,59$ ve $p < ,05$) sosyal medyada günlük 2-4 saat arasında vakit geçiren öğrencilerin lehine istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Diğer gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir. Bu sonuca göre sosyal medyada az süre

harcayan öğrencilerin sosyal izolasyonlarının daha fazla olduğu söylenebilir. Bu duruma sosyal medya konusunda öğrencilerin deneyimlerinin sebep olabileceği söylenebilir.

4. TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Ortaokul, lise ve üniversite öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının farklı değişkenler açısından incelenmesi amacı ile gerçekleştirilen bu araştırma sonucunda, öğrencilerin cinsiyetleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür. Bazı araştırmalara göre erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre sosyal medya tutumları daha olumluyken. (Alican ve Saban, 2013; Atalay, 2014; Kayacı, 2021) bazı araştırmalarda ise kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre sosyal medya tutumları daha olumludur (Meltem, 2020). Ancak Ateş, Kestane ve Kellevezir (2009), Argın (2013), Saraç (2014), Çiçek (2018) ile Faiz ve Karasu Avcı'ya (2019) göre ise erkek öğrenciler ile kız öğrencilerin sosyal medya tutumları arasında herhangi bir farklılık bulunmamaktadır. Erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre interneti yoğun olarak kullandıkları (Batıgün ve Kılıç, 2011; Tanrıverdi, 2012; Dağıtmaç, 2015, Tuğlu, 2017) göz önünde bulundurulduğunda araştırmalar arasında farklı sonuçların çıkması normal olarak değerlendirilebilir. Bunun sebebi ise farklı bölgelerde teknolojiye ve internete erişim kolaylığının ya da cinsiyetler bazında farklı inançların etkili olduğu düşünülebilir. Ancak alt boyutlar incelendiğinde sosyal yetkinlik alt boyutunda erkek öğrenciler lehine anlamlı bir farklılık olduğu, diğer alt boyutlarda ise anlamlı bir farklılık olmadığı belirlenmiştir. Bazı araştırmalarda paylaşım alt boyutunda kız öğrenciler lehine (Ateş, Kestane ve Kellevezir, 2009; Kırnık Pepeler ve Özbek, 2018; Meltem, 2020), öğretmenlerle ilişki alt boyutunda kız öğrenciler lehine (Efe, 2017; Meltem, 2020) ve sosyal yetkinlik boyutunda erkek öğrenciler lehine (Saraçoğlu ve Aküzüm, 2017; Kayacı, 2021) anlamlı farklılık çıkarken sosyal izolasyon alt boyutunda farklılık çıkmamıştır. Diğer araştırmalarda ise tüm alt boyutlarda kız ve erkek öğrencilerin aynı tutuma sahip olduğu belirtilmiştir (Korkut, 2016; Çiçek, 2018; Faiz ve Karasu Avcı, 2019). Araştırmalar arasındaki bu farklılığın kız ve erkek öğrenciler arasındaki paylaşım, sosyalleşme ve öğretmenlerle ilişki kurma bakımında geleneksel, duygusal, ailesel ve internet ortamında karşılaştıkları durumsal farklılıklardan kaynaklandığı düşünülebilir

Öğrencilerin mobil telefona sahip olup-olmama durumları göz önüne alındığında öğrenciler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür. Kırnık Pepeler ve Özbek (2018) tarafından gerçekleştirilen bir araştırmada bilgisayar kullanan öğrenciler ile cep telefonu kullanan öğrencilerin sosyal medya tutumlarına bakıldığında cep telefonu kullanan öğrenciler sosyal yetkinlik alt boyutunda olumlu tutuma sahipken bilgisayar kullanan öğrencilerin ise sosyal izolasyon alt boyutunda olumlu tutuma sahip oldukları belirlenmiştir. Korkut (2016) ile Saraçoğlu ve Aküzüm (2017) tarafından gerçekleştirilen başka bir araştırmalarda ise öğrencilerin sosyal medyaya bağlandıkları yer ile sosyal medya tutumları incelenmiş ve sosyal medyaya bağlanılan ortam (ev, bilgisayar, mobil telefon v.b.)

açısından alt boyutlarında herhangi bir fark olmadığı belirlenmiştir. Dolayısıyla diğer araştırmaların sonuçlarının bu araştırma sonucunu desteklediği söylenebilir.

Öğrencilerin öğrenim seviyeleri göz önüne alındığında ortaokul öğrencileri ile lise ve üniversite öğrencileri arasında ortaokul öğrencileri lehine anlamlı bir farklılık olduğu, lise ve üniversite öğrencileri arasında ise anlamlı bir farklılığın olmadığı belirlenmiştir. Alican ve Saban (2013) tarafından yapılan araştırma sonucunda ortaokul ve lise öğrencileri arasında sosyal medya tutumuna yönelik anlamlı bir farklılığın olmadığı belirlenmiştir. Otrar ve Argın'a (2015) göre sınıf seviyesi arttıkça öğrencilerin sosyal medya tutumları azalmaktadır. Tükenmez, Güler, Hoccoğlu ve Şahin'e (2019) göre ise en alt düzeydeki öğrencilerin sosyal medya tutumları üst sınıflara göre daha olumludur. Dolayısıyla diğer araştırma sonuçları bu araştırma sonucunu desteklemektedir. Kayacı'ya (2021) göre öğrenim seviyeleri arasındaki farklı sonuçlar her geçen gün daha ulaşılabilir hale gelen internete bağlanmaktan kaynaklandığı söylenebilir. Nitekim Baştürk vd. (2015) tarafından yapılan araştırmaya göre öğrencilerin çoğunluğunun evinde internet bulunmakta ve bu öğrenciler günlük olarak en çok facebook kullanmaktadırlar. Günümüzde internete erişimin artmasıyla bireylerin sosyal medyayı daha sık kullanmasını sağlamakta ve bunun da bireylerin sosyal medyaya yönelik tutumlarını etkileyebileceğini söylemek mümkün olabilir. Alt boyutlar incelendiğinde ise tüm alt boyutların öğrenim durumuna göre anlamlı bir farklılığa sahip olduğu görülmüştür. Sosyal yetkinlik alt boyutunda, paylaşım ihtiyacı alt boyutunda ve sosyal izolasyon alt boyutunda ortaokul öğrencileri ile lise ve üniversite öğrencileri arasında ortaokul öğrencileri lehine anlamlı bir farklılık varken lise öğrencileri ile üniversite öğrencileri arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı belirlenmiştir. Buna dayanarak ortaokul öğrencilerinin sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı ve sosyal izolasyon durumlarının lise ve üniversite öğrencilerine göre daha yüksek olduğunu ve bu durumda öğrencilerin tutumunu doğru orantılı etkilediği söylenebilir. Ayrıca Bor (2018) tarafından yapılan araştırmada öğrencilerin tutumları ile kaygı düzeyleri arasında negatif yönde bir ilişki olduğu bulgusuna dayanarak öğrenim düzeyinin sosyal medya kaygısını artırdığını ve bunun da tutumu olumsuz etkilediğini söylemek mümkündür. Öğretmenlerle ilişki alt boyutunda ortaokul öğrencileri ile lise öğrencileri arasında ortaokul öğrencileri lehine anlamlı bir farklılık varken ortaokul öğrencileri ile üniversite öğrencileri ve lise öğrencileri ile üniversite öğrencileri arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür.

Sosyal medya kullanım bilgi ve beceri düzeyleri düşük, orta ve yüksek şeklinde üç kategoriye ayrılmış; orta düzeyin düşük düzeyden, yüksek düzeyin ise orta ve düşük düzeylerden anlamlı şekilde farklı olduğu görülmüştür. Dolayısı ile bilgi ve beceri seviyesi arttıkça sosyal medyaya yönelik tutumunda arttığı söylenebilir. Dhume vd. (2012) ile Tanrıverdi ve Sağır (2014) tarafından yapılan araştırmalarda sosyal medyanın öğrencilerin eğitimlerinde başarılı olmalarını olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir. Araştırmalarla elde edilen bu sonuçlar birlikte incelendiğinde öğrencilerin sosyal medya kullanma bilgi

ve beceri düzeyleri arttıkça bu kazanımlarını eğitim ihtiyaçlarını karşılamak amacı ile kullandıklarını söylemek mümkün olabilir. Alt boyutlar incelendiğinde ise sosyal izolasyon alt boyutunda anlamlı bir farklılık olmazken diğer alt boyutlarda farklılık olduğu belirlenmiştir. Sosyal yetkinlik alt boyutunda ileri düzey ile düşük ve orta düzey arasında ileri düzey lehine anlamlı bir farklılık olduğu, düşük düzey ile orta düzey arasında anlamlı farklılığın olmadığı belirlenmiştir. Paylaşım ihtiyacı alt boyutuna bakıldığında bir üst düzey lehine anlamlı farklılığın olduğu görülmektedir. Öğretmenlerle ilişki alt boyutunda düşük düzey ile orta ve ileri düzey arasında orta ve ileri düzey lehine anlamlı farklılık varken ileri düzey ile orta düzey arasında anlamlı farklılık olmadığı görülmüştür.

Öğrencilerin sosyal medyada geçirdikleri süreye göre inceleme yapıldığında, 0-1 saat ile 8 saat ve üzeri vakit geçiren öğrenciler arasında 8 saat ve üzeri vakit geçiren öğrenciler lehine anlamlı farklılığın olduğu görülmüştür. Kayacı'ya (2021) göre öğrencilerin sosyal medyada geçirdikleri süre arttıkça sosyal medyaya karşı tutumlarında olumlu yönde artmaktadır. Bu sonuca dayanarak sosyal medyaya yönelik tutumun artması sosyal medyanın kullanılma sıklığını artıracakını söylemek mümkün olabilir. Alt boyutlar incelendiğinde sosyal yetkinlik ve öğretmenlerle ilişki alt boyutlarında anlamlı farklılığın olmadığı paylaşım ihtiyacı ve sosyal izolasyon alt boyutlarında anlamlı farklılığın olduğu belirlenmiştir. Paylaşım ihtiyacı alt boyutunda 0-1 saat vakit geçiren öğrencilerle 2-4 saat ve 8 saat ve üzerinde vakit geçiren öğrenciler arasında 2-4 saat ve 8 saat ve üzeri vakit geçiren öğrenciler lehine anlamlı farklılık görülmüştür. Sosyal izolasyon alt boyutunda 0-1 saat vakit geçiren öğrencilerle 2-4 saat vakit geçiren öğrenciler arasında 0-1 saat vakit geçiren öğrenciler lehine, 2-4 saat vakit geçiren öğrencilerle 8 saat ve üzeri vakit geçiren öğrenciler arasında 8 saat ve üzeri vakit geçiren öğrenciler lehine anlamlı farklılığın olduğu belirlenmiştir. Kayacı'ya (2021) göre paylaşım ihtiyacı ve sosyal izolasyon alt boyutlarında sosyal medyayı fazla kullananlar daha fazla olumlu tutuma sahipken diğer alt boyutlarda tutumlar arasında fark yoktur. Saraçoğlu ve Aküzüm'e (2017) göre ise sosyal medyayı fazla kullanan öğrencilerin paylaşım ve sosyal yetkinlik alt boyutlarında daha fazla tutum sergiledikleri belirlenmiştir. Çünkü sosyal medya sürelerindeki artış öğrencilerin tutumlarını da pozitif yönde etkilemektedir (Alican ve Saban, 2013; Otrar ve Arın, 2015; Kırnık Pepeler ve Özbek, 2018). Bunun yanı sıra Kırnık Pepeler ve Özbek'e (2018) göre sosyal medyada fazla süre geçiren öğrencilerin paylaşım alt boyutunda olumlu tutuma sahip oldukları belirlenmiştir. Çiçek'e (2018) göre ise sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı ve sosyal izolasyon alt boyutlarında sosyal medyada daha fazla vakit harcayanlar daha fazla olumlu tutuma sahiptirler. Tüm araştırmalardan yola çıkıldığında araştırma sonuçlarının genel itibarıyla bu araştırma sonucunu desteklediği söylenebilir. Sosyal medyada harcanan sürenin çokluğu ile birlikte farklı kesimlere ulaşım kolaylığı nedeniyle paylaşım, sosyal yetkinlik ve öğretmenlerle ilişki kurabilmenin kolaylaşması bu araştırma sonucunun nedenleri arasında sayılabilir.

Araştırma bulgularına bağlı olarak aşağıdaki önerilerde bulunulabilir;

1. Öğrenme – öğretme süreçlerinde sosyal medya araçları kullanılarak öğrencilerin birbirleriyle ve öğretmenleriyle paylaşımlarda bulunmalarının sağlanmasıyla akranlar arası işbirliği için bu araçlar fırsata dönüştürülebilir.
2. Öğretmenlerin ve öğretim üyelerinin öğrenme – öğretme süreçlerinde sosyal medya ağlarını bir eğitim aracı olarak daha etkin bir şekilde kullanmalarına yönelik olanaklar geliştirilebilir
3. Öğrencilerin sosyal medyada geçirdikleri sürelerin artmasıyla paylaşım, sosyal yetkinlik ve öğretmenlerle ilişki bakımından olumlu yönde etki yaptığı düşünüldüğünde sosyal medya araçları öğrenme süreçlerinde kullanılmasıyla sosyal medyada harcanan zamanın öğrenme için harcanması sağlanabilir.
4. Öğrencilerin sosyal medyada geçirdikleri sürenin hem öğrenmeleri için faydalı hale getirilmesi hemde sosyal medyadan olumsuz etkilenmelerini engellemek için kontrol altına alınması ve bilgilendirici eğitimler verilebilir.
5. Öğrencilerin sosyal medya kullanma bilgi ve beceri düzeylerinin artmasıyla sosyal medyaya karşı tutumlarını olumlu yönde arttığı göz önünde bulundurulduğunda öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin bilgi ve beceri düzeylerinin artırılmasına yönelik eğitimler verilebilir ve öğretim müfredatlarının güncellenmesinde bu durumlarda göz önünde bulundurulabilir.
6. Öğrencilerin sosyal medya ortamlarında sosyal yetkinliklerinin olumlu yönde geliştirilebilmesi için sosyal medyada karşılaşılan durumların olumlu ve olumsuz yönlerini ayırtedebilmede etkili olabilmesi için öğretim programlarının güncellenmesinde ve yeniden tasarlanmasında sosyal medya araçlarında göz önünde bulundurulabilir.
7. Öğrencilerin öğrenim seviyeleri düşükçe sosyal medyaya karşı tutumlarının olumlu yönde arttığı göz önünde bulundurulduğunda bu durum öğretmenler tarafından fırsata dönüştürülebilir. Öğretmenler öğrencilerin sosyal medyada yaptıkları paylaşımlara geri dönütler vererek onların durumlarını öğrenme – öğretme ortamlarında fırsata dönüştürebilir. Ayrıca öğretmenler sosyal medyada öğrencileri ile ilişkiler kurarak onların yaptıkları paylaşımlara yanıtlar vermeli ve onlarla ilişki kurmalıdırlar.
8. Öğrenim seviyesi düşük olan öğrencilerin sosyal yetkinliklerinin artırılabilmesi için sosyal medyada daha fazla deneyim kazanmalarına yönelik fırsatlar geliştirilebilir.
9. Öğrencilerin sosyal medyaya erişimlerinin sağlanabilmesi için mobil telefon v.b. araçlara erişimleri kolaylaştırılabilir.
10. Öğrencilerin sosyal medya kullanım bilgi ve beceri düzeyleri arttıkla sosyal medyada paylaşım ihtiyaçlarında olumlu yönde arttığı göz önünde bulundurulduğunda öğrencilerin sosyal medya kullanımına yönelik bilinçlerinin artırılarak sosyal medyada paylaşım ihtiyaçları öğretmenler tarafından öğrenme – öğretme ortamlarında fırsata dönüştürülüp öğrenciler arası işbirliklerinin geliştirilmesi sağlanabilir.

5. KAYNAKÇA

- Akgündüz, D. (2013). *Fen eğitiminde harmanlanmış öğrenme ve sosyal medya destekli öğrenmenin öğrencilerin başarı, motivasyon, tutum ve kendi kendine öğrenme becerilerine etkisi* (Yayın No. 349932) [Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=iTkOhwevEenJZ3onUvs52hzbBnpPLWgQPXoralRRfxgnKv7LoaYsKKq9mw2-A_A0
- Alican, C., Saban, A. (2013). Ortaokul ve lise de öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya kullanımına ilişkin tutumları: Ürgüp örneği. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(35), 1-14.
- Argın, F. S. (2013). *Ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi* (Yayın No. 327660) [Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=rcbWnuqW6HxCZ_98ARapgny_eYzE5pYusKOZW5KxR6Z5ckqpP7hGMoApkpdNZ1E_
- Atalay, R. (2014). *Lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları ile algıladıkları sosyal destek arasındaki ilişki: Bahçelievler ilçesi örneği* (Yayın No. 381759) [Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=sY7m19PfcL6F1NUw-cr80NxqNg--5ffVzsub7wLzdbxjD_PAXcBWpyXes2bConKo
- Ateş, A. M., Kestane, Ö., & Kellevezir, I. (2009). Meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları. Çakır, M. (Ed.), *Uluslararası 5. Ulusal Meslek Yüksekokulları Sempozyumu*. Selçuk Üniversitesi Yayınları.
- Aydın, İ. E. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Bir Araştırma: Anadolu Üniversitesi Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 373-386.
- Bor, H.A., (2018). *Ergenlerde sosyal medyaya yönelik tutum, sosyal medya kullanımında gelişmeleri kaçırma korkusu ve sosyal kaygı arasındaki ilişkiler* (Yayın No. 502543) [Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=MzP7PYssFqdb3WJlroAkeIITYec44idvd7ibfK6FVRgqZ2KZwraY17COPwJIIWE>
- Baştürk Akca, E., Sayımer, İ., & Ergül, S. (2015). Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımları ve siber zorbalık deneyimleri: Ankara örneği. *Global Media Journal: Turkish Edition*, 5(10), 71-86.

- Batıgün, A.D. ve 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.
- Çepni, S. (2007). *Araştırma ve proje çalışmalarına giriş* (Geliştirilmiş 3. Baskı). Celepler Matbaacılık.
- Çiçek, T. (2018). Güzel sanatlar fakültesi öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (30), 992-1018. <https://doi.org/10.14520/adyusbd.407693>
- Dağıtmaç, M. (2015). *Sosyal medya bizi neden kullanır?*. Metamorfoz Yayıncılık.
- Demir, Ü. (2016). Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi: Çanakkale'de Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk İletişim*, 9(2), 27-50. <https://doi.org/10.18094/si.99029>
- Dhume, S. M., Pattanshetti, M. Y., Kamble, S. S., & Prasad, T. (2012, January). Adoption of social media by business education students: Application of Technology Acceptance Model (TAM). In *2012 IEEE International Conference on Technology Enhanced Education (ICTEE)* (pp. 1-10). IEEE.
- Doğan, B. ve Kesken, E. (2007). Ağ 3.0 – anlamsal ağ. *Elektrik Mühendisliği*, 432 Aralık, 44-47. 24.05.2021 tarihinde https://www.emo.org.tr/yayinlar/dergi_goster.php?kodu=493&dergi=1 sitesinden alınmıştır.
- Efe, H. A. (2017). Fen alanları öğretmen adaylarının sosyal medyaya yönelik tutumlarının belirlenmesi. *Amasya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(1), 191-213.
- İrzık, G. (2002). Bilgi toplumu mu, enformasyon toplumu mu?: Analitik-eleştirel bir yaklaşım, İ. Tekeli, S.Ç. Özoğlu, B. Akşit, G. İrzık & A. İnam (Eds.), *Bilgi Toplumuna Geçiş: Sorunlar/Görüşler, Yorumlar/Eleştirel ve Tartışmalar* (s. 53-62). Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları.
- Karasar, N. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemi* (15. Baskı). Nobel Yayın Dağıtım.
- Kayacı, E. (2021). İmam hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi. *Trabzon İlahiyat Dergisi*, 8(1), 39-74.
- Kırnık, D., Pepeler, E., & Özbek, R. (2018). Öğretmen adaylarının sosyal medya kullanımına ilişkin tutumları: Malatya il örneği. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(1), 25-45.
- Korkut, K. (2016). *Lise öğrencilerinin sosyal medya yoluyla geliştirdiği tutumlar: Sakarya/Kaynarca örneği* (Yayın No. 436908) [Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=cbOXH84ZayrLjc0tI-QXKi9m0t03HR0sRFSWDxySwND5fM0gkLRv06Qg1AyvtSLN>

- Küçükali, A. (2016). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı: Atatürk Üniversitesi örneği. *Bartın Üniversitesi İİ BF Dergisi*, 7(13), 531-546.
- Lister, M., S., Dovey, Giddings, J., Grant, I., & Kelly, K. (2008). *New media: A critical introduction* (2nd Edition). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203884829>
- Mayfield, A. (2008). What is social media? 17.04.2019 tarihinde <https://tavaana.org/sites/default/files/what-is-social-media-uk.pdf> edinilmiştir.
- Meltem, A. (2020). *Lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi (Tarsus örneği)* (Yayın No. 620232) [Yüksek Lisans Tezi, Çağ Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=Eb5EkakJlp3olBdo_wNEGcYzULagv dXQ3IGBekbjgwQbAwqR-LnGur9OUxRsUWZW
- Mustafa, B. H. M., (2018). *Sosyal medyanın gelişimi ve toplumda sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Erbil salahaddin üniversitesi örneği* (Yayın No. 532717) [Yüksek Lisans Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=as2oTjW5jfr9IKSvmCdJYsdQ1fNjR2 DfKx1ifrNHDAQB8-qEzSMS4wTHWjJGhS7E>
- Nash, K. M. (2009). Social Media in the workplace: New Technology, old Problems. *HR Specialist: Employment Law*, 39(10), 7.
- Otrar, M. & Argın, F.S. (2015). Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 391-403.
- Öğüt, A. (2003). *Bilgi çağında yönetim* (2. Baskı). Nobel Yayıncılık.
- Ök, F. (2013). *Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve motivasyonları* (Yayın No. 327965) [Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=rcbWnuqW6HxCZ_98ARapgsQxbOA 9XarWgOFpmcBF67pwYs_oK0p7zFoTXBHH-817
- Öztürk, Ş. (2015). Sosyal medyada etik sorunlar. *Selçuk İletişim*, 9(1), 287-311.
- Özüdoğru, Ş. (2014). Bir web 2.0 uygulaması olarak bloglar: Blogların dinamikleri ve blog alemi. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication – TOJDAC*, 4(1), 36-50.
- Saraç, N. (2014). *8. Sınıf öğrencilerinin benlik saygısıyla sosyal medyaya ilişkin tutumları arasındaki ilişki (Beykoz ilçesi örneği)* (Yayın No. 382099) [Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.

<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=sY7m19PfcL6F1NUw-cr80D2Mt5BzBcB7sXjGxsO4XxQJsgVHOi4UBvHmJ73r50wC>

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/10.14582/DUZGEF.789>

Tanrıverdi, S. (2012). *Ortaöğretim öğrencilerinde internet bağımlılığı ile algılanan sosyal destek arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayın No. 339875) [Yüksek Lisans Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=vVNzTGHHhjH-u3WMToxQ-nt-gbSK5zknREY2oJB_60I2W4rZxBfAXG5A1hnRZ6o7

Tanrıverdi, H., & Sağır, S. (2014). Lise öğrencilerinin sosyal ağ kullanım amaçlarının ve sosyal ağları benimseme düzeylerinin öğrenci başarısına etkisi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (18), 775-822. <https://doi.org/10.14520/adyusbd.849>

Timisi, N. (2003). *Yeni iletişim teknolojileri ve demokrasi*. Dost Kitabevi.

Tuğlu, B. (2017). *Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçları ve sosyal medya kullanımlarına ilişkin tutumları* (Yayın No. 454683) [Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi. https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/TezGoster?key=DPTyuy3wRPq_qvCPSqUB69IX5biPf6UfykWEa0ZJ94SsLIq_suD9LToq-y5vS4I5

Tükenmez, A., Güler, C., Hocaoglu, M., & Şahin, S. (2019). Genç bireylerin sosyal medya tutumlarının incelenmesi. *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(20), 942-947. <http://dx.doi.org/10.31589/JOSHAS.179>

Wearesocial. (2019). Digital 2019: Global internet use Accelerates. 20.04.2019 tarihinde <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates> sitesinden alınmıştır.

Webster, F. (2014). *Theories of the information society*. Routledge.

Yağcı, Y. (2011). Web teknolojisinde yeni bilgi fırtınası: Web 3.0. İ. ERTÜRK (Ed.), *Kişisel bilgi güvenliğinin sağlanmasında steganografi biliminin kullanımı* (s. 138-147). ÜNAK 2009. https://www.academia.edu/1438991/Ki%C5%9Fisel_Bilgi_G%C3%BCvenli%C4%9Finin_Sa%C4%9Flanmas%C4%B1nda_Steganografi_Biliminin_Kullan%C4%B1m%C4%B1

Extended Abstract

Introduction

In the information society, which pioneers the sharing and rapid spread of information, social media tools that provide the opportunity of low cost communication at the desired place and time come to the fore, especially among individuals or societies. Social media is a platform where individuals create, publish, share and communicate with each other (Öztürk, 2015). With this feature, social media has important tools in the communication of the 21st century information society. The tools under the heading of social media are constantly updated and a tool can be replaced by a different communication tool according to the need in the communication of individuals. This situation of social media increases its popularity among individuals day by day and causes the population of users to expand. With the replacement of web 1.0 technologies, which allow individuals to read only and severely restrict communication possibilities, to web 2.0 technologies that allow interaction between individuals, the form of social communication has also changed rapidly. Web 2.0 technologies, which allow individuals to enter their own content, create profiles, and comment / like content shared by other individuals, constitute social media tools (Özüdoğru, 2014).

Method

This study was carried out using descriptive research method, one of the quantitative research types. The sample of the study consists of volunteer students studying at a Middle School, an Anatolian High School and a Vocational High School in the Center of Kars in the 2018/2019 academic year. Printed questionnaires were distributed to 302 students reached for data collection. Three of the distributed questionnaires were not included in the study because they were filled incompletely. The data obtained within the scope of the study were obtained from the responses of 299 students, 159 (53.2%) female and 140 (46.8%) male students. In the study, students' attitudes towards social media were obtained using the "Social Media Attitude Scale" developed by Otrar and Argin (2015). In the study, using quantitative research methods, Likert type items were analyzed. Likert type items in the questionnaire and personal information of the participants were analyzed in the SPSS 22.0 package program. Frequency and percentage techniques were used for students' personal information. Average and standard deviation values were calculated for the general and sub-dimensions of the survey according to the students' attitudes. Independent groups t-test was conducted to understand whether the gender and mobile phone ownership of the students differ significantly. The ANOVA test was used to determine whether the students differ in terms of their educational status, their knowledge and skill level to use social media and the variables they spent on social media, and if there is a difference, the Scheffe test was used to determine which group it originated from.

Results and Suggestions

As a result of this study conducted with the aim of examining the social media attitudes of middle school, high school and university students in terms of different variables, it was observed that there was no significant difference between the genders of the students. However, when the sub-dimensions were examined, it was determined that there was a significant difference in favor of male students in the social competence sub-dimension, and there was no significant difference in the other sub-dimensions.

Considering the education levels of the students, it was determined that there is a significant difference between secondary school students and high school and university students in favor of secondary school students, while there is no significant difference between high school and university students.

Social media usage knowledge and skill levels are divided into three categories as low, medium and high; It was observed that the medium level was significantly different from the low level, and the high level from the medium and low levels. Therefore, it can be said that as the level of knowledge and skill increases, his attitude towards social media increases.

When analyzed according to the time spent by the students on social media, it was observed that there was a significant difference between the students who spent 0-1 hours and 8 hours and more in favor of the students who spent 8 hours or more.

Depending on the research findings, the following suggestions can be made;

1. In order to increase the communication of students with their teachers on social media, social media should be used effectively by teachers as a teaching tool.
2. The time spent by students on social media should be aimed at a purpose.
3. It should be aimed to support the social competencies of students through real environments, not virtual environments.
4. Activities aimed at enhancing the privacy awareness of students should be organized by controlling the access and sharing of secondary school students on social networking networks.