

ORTAOKUL VE LİSE DE ÖĞRENİM GÖREN ÖĞRENCİLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIMINA İLİŞKİN TUTUMLARI: ÜRGÜP ÖRNEĞİ

Cafer ALİCAN*

Yrd. Doç. Dr. Aslihan SABAN**

Öz

Bu çalışma ortaokul ve lise de öğrenim görmekte olan öğrencilerin sosyal medya kullanımına ilişkin tutumlarını belirlemek, sosyal medyaya ilişkin tutumları arasında farklılık olup olmadığını araştırmak ve çeşitli değişkenlerin etkili olup olmadığını ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Araştırmada betimsel tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini, 2013-2014 eğitim öğretim yılında Nevşehir ili Ürgüp ilçe merkezindeki devlet okullarında öğrenim görmekte olan ortaokul ve lise öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme ise basit tesadüfî, oransız küme örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Örneklem belirlenirken rastgele bir ortaokul ve lise kura ile seçilerek Argın (2013) tarafından geliştirilen sosyal medya tutum ölçeği (Cronbach $\alpha=0.85$) 172 ortaokul, 181 lise olmak üzere toplamda 353 öğrenciye uygulanmıştır. Çalışmanın bulgularına göre öğrencilerin sosyal medyaya yönelik tutumlarının kısmen olumlu olduğu, erkeklerin kızlara göre sosyal medyaya yönelik daha olumlu tutuma sahip oldukları, ortaokul ile lisede öğrenim gören öğrencilerin sosyal medyaya yönelik tutumları arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir.

SECONDARY AND HIGH SCHOOL STUDENTS' ATTITUDES IN TERMS OF SOCIAL MEDIA USAGE: ÜRGÜP SAMPLING

Abstract

The present study is conducted to determine secondary and high school students' attitudes in terms of social media usage, to find out whether there are differences or not and to reveal whether different variables are effective or not. In the present study descriptive survey model was used. The population of the study is formed with secondary and high school students studying in public schools of Ürgüp in Nevşehir during 2013-2014 education terms. The sample of the study is determined via simple random sampling, unequal cluster sample method. While deciding on the sample both schools secondary and high school were chosen randomly by lot. After determining the schools, Social Media Attitude Scale (Cronbach $\alpha=0.85$), which was developed by Argın (2013), was applied to

* MEB Öğretmen, caferalican@hotmail.com

** Necmettin Erbakan Üniversitesi, A.K. Eğitim Fakültesi, aslihansaban@gmail.com

353 students who are studying in these schools. According to the findings of the present study, the following results are found; students' attitudes towards social media are positive to a certain extent, considering the gender difference, boys have more positive attitudes towards social media than girls do and finally there were no meaningful differences in attitudes of students towards social media who are studying in secondary and high schools.

1. GİRİŞ

Geçmişten bugüne kadar insanların en önemli ihtiyaçlarından biri iletişimdir. İnsanlar birbirleri ile daima iletişim kurma ihtiyacı içindedirler. Günümüzde iletişim teknolojilerine yapılan yatırımlar azımsanamayacak kadar fazladır. İletişim teknolojileri içerisinde bilgisayar ve internet temel yapı taşlarıdır fakat bunlar iletişimi sağlamak için tek başlarına yeterli değildir. Sosyal medya dediğimiz iletişim ortamları burada devreye girmektedir. Sosyal Medya; web 2.0 üzerinde ideolojik ve teknolojik içeriklerin, yapılanmaların kullanıcı merkezli bir şekilde üretilmesine ve geliştirilmesine izin veren internet tabanlı uygulamaların bütününe denilmektedir.¹

Web 1.0'da kullanıcılar sadece okuyucuydu ve sadece bilgiyi alabilen konumdaydı. İnsan etkileşimi olmayan Web 1.0 internette önümüze hazır sunulan bilgilerin pasif bir şekilde alınmasından oluşmaktaydı.² Fakat Web 2.0 denilen, kullanıcının diğer kullanıcılarla ve içinde bulunduğu ağ ile etkileşim kurmasına imkan tanıyan gelişim, hem internet mecrasını değiştirdi hem de bu mecranın kullanım alanlarını hiç tahmin edilmeyen bir şekilde çeşitlendirdi.³ Web 2.0 'ın gelişmesine bağlı olarak sosyal ağlarda gelişim göstermiştir.

Sosyal medya web siteleri, bloglar, podcast, mesaj panoları, içerik paylaşım siteleri ve çok yaygın bir şekilde kullanılmakta olan sosyal ağ siteleri ile kullanıcıların dikkatini çekmektedir.⁴ Sosyal medyada iletişim resimler, videolar, kelimeler ve ses dosyaları ile sağlanır. İnsanlar tecrübelerini, hayat hikâyelerini ve durumlarını burada paylaşabilirler. İçerik tamamen kullanıcılar tarafından belirlenebilmekte ve bu sayede etkileşim sağlanmaktadır. Kısaca etkileşim, paylaşım ve tartışmanın esas olduğu, zamandan ve mekândan bağımsız uygulamalardır.⁵

Modern anlamda tanınan ilk sosyal ağ sitesi sixdegrees.com 1997 yılında yayınlanmıştır. Sixdegrees.com kullanıcılarına profil oluşturma, arkadaşlarını listeleme ve

¹ Andreas M. Kaplan, Michael Haenlein, "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media", Business Horizons 2010, 53(1): 59-68.

² A. Ergenç, *Web 2.0 ve Sanal Sosyalleşme: Facebook Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, İstanbul 2011.

³ E. Büyükşener, "Türkiye'de Sosyal Ağların Yeri ve Sosyal Medyaya Bakış" 14. Türkiye'de İnternet Konferansı, 2009.

⁴ F. ÖK, *Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları Ve Motivasyonları*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ 2013, s. 12.

⁵ Mustafa Bostancı, *Sosyal Medyanın Gelişimi Ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri 2010, s. 36.

1998 başlarında arkadaş listelerinde dolaşma imkanı vermiştir. Sonraki sosyal ağ siteleri dalgası Ryze.com'un insanların kendi iş ağlarını geliştirmelerine yardımcı olmak üzere yayınlanmasıyla başlamıştır. 2003 ve 2004 yıllarında ise Myspace ve Facebook gibi sosyal ağ siteleri oluşturulmuş ve kavram popüler hale gelmiştir.⁶ Aynı zamanda bir sosyal ağ ve mikroblog sitesi olan Twitter ise 2006 yılında Jack Dorsey tarafından geliştirilmesinden bu yana dünya çapındaki popülaritesini gün geçtikçe arttırmış ve içerdiği uygulamaların programlama ara yüzünün kısa mesaj gönderim ve alımı konusundaki olanaklarıyla internet dünyasının SMS (Kısa Mesaj)'i olarak anılmaya başlanmıştır.⁷

Vural ve Bat (2010) tarafından Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine öğrencilerine yönelik "Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya" isimli bir çalışma yapılmıştır. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerinin tamamının internet kullandığı saptanmıştır. Bunun yanında sosyal medyanın ne demek olduğu bilinirken sosyal ağlara ilginin büyük olduğu, birçok öğrencinin internette geçirdiği zamanın çoğunu sosyal ağlarda geçirdiği bulunmuştur. Sosyal medyada bulunan içeriklere %70 civarında yorum yazdığını söyleyen kişiler, video paylaşmaktan kaçındıkları halde yorum yazmaktan ya da fikirlerini paylaşmaktan çekinmediklerini söylemişlerdir.⁸

Dikme (2013), "Üniversite Öğrencilerinin İletişimde Ve Günlük Hayatta Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları" adlı çalışmasını Kadir Has Üniversitesi son sınıfta öğrenim gören 103 öğrenciye yönelik hazırladığı bir anketle uygulamıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerden %95'inin sosyal ağlara girmek için interneti kullandığı, %75,7'sinin favori web sitesinin Facebook olduğu, %99,0'ının her gün internet kullandığı, %16,4'ü sosyal ağları online sohbet etmek için kullandığı, %82,5'inin üniversitelerin faaliyetlerinden sosyal medya (facebook, twiter, blog) aracılığıyla haberdar olduğu sonucuna ulaşılmıştır.⁹

Ergenç (2011) tarafından yapılan "Web 2.0 ve Sanal Sosyalleşme: Facebook Örneği" adlı yüksek lisans tezinde, katılımcıların %59'unun Facebook'ta gereğinden fazla zaman harcıyıp günlük rutin işlerini aksattığı, %48'in Facebook'ta kendimi gerçek hayattakinden çok daha rahat hissediyorum ifadesine katıldığı bulgularına ulaşılmıştır. Katılımcıların yaklaşık %73'ü her gün birden fazla Facebook hesabını ziyaret etmektedir. Sonuçta Facebook'un üzerimizde büyük bir yer edindiği ve kullanıcılarının rutini haline geldiği belirtilmiştir.¹⁰

Aksüt vd. (2011) "İlk ve Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Paylaşım Sitelerine İlişkin Tutumları (Facebook Örneği)" adlı çalışmasını 177 ortaöğretim, 180 ilköğretim olmak üzere toplam 357 öğrenciyle gerçekleştirmiştir. Buna göre; ilköğretim öğrencilerinde

⁶ Bostancı, *age.*, s. 36.

⁷ <http://tr.wikipedia.org>,

⁸ M. Bat-Z. B. Vural, "Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma" Journal of Yasar University, 2010, 20(5) 3348-3382.

⁹ G. Dikme, *Üniversite Öğrencilerinin İletişimde Ve Günlük Hayatta Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları: Kadir Has Üniversitesi Örneği*, Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul 2013.

¹⁰ A. Ergenç, *age.*,

görselliğin ön plana çıktığı, ortaöğretim öğrencilerinde güvenlik ve internete kolay bağlanabilmenin önemsendiği görülmüştür. İlköğretim öğrencilerinin ana babaların kontrolü konusunda gönülsüz oldukları görülürken, orta öğretim öğrencilerinin oyun oynama ve özel resimleri paylaşmayı tercih etmedikleri saptanmıştır.¹¹

Argın (2013), “Ortaokul Ve Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının İncelenmesi” isimli yüksek lisans tezinde öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarını belirlemek ve öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarında çeşitli değişkenlerin etkili olup olmadığını ortaya koymayı amaçlamıştır. Çalışmayı 2012-2013 eğitim öğretim yılında İstanbul ili Çekmeköy ilçesindeki devlet okullarının 8., 9., 10., 11. ve 12. sınıflarında öğrenim gören 735 öğrenci ile gerçekleştirmiştir. Araştırmanın bulgularına göre öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının yüksek düzeyde olduğu ve sosyal medyaya yönelik olumlu tutum geliştirdikleri, ortaokulda öğrenim gören öğrencilerin lisede öğrenim gören öğrencilere göre sosyal medyaya ilişkin tutumlarının daha yüksek olduğu, öğrencilerin sınıf düzeylerinin yükselmesiyle -yani yaşlarının artmasıyla- ters orantılı olarak sosyal medyaya ilişkin tutumlarının azaldığı bilgisine ulaşılmıştır.¹²

Ök (2013), “Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve motivasyonları” isimli yüksek lisans tezinde ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının nasıl olduğunu saptayabilmek ve motivasyonlarının neler olduğunu ortaya koyabilmeyi amaçlamıştır. Araştırmanın sonuçları sosyal medyanın insanların günlük hayatlarında önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir. Sosyal medyayı insanlar daha çok “eğlence ve zaman geçirme” aracı olarak görmektedirler.¹³

Yapılan çalışmalara bakıldığında kullanıcılar ile sosyal medya platformları arasında birbirini doğrudan etkileyen bir bağ bulunmaktadır. Sosyal medya platformlarındaki değişiklikler ve gelişmeler yeni kullanıcıların ilgisini çekmekte ve kullanıcıların sayıları hızla artmakta iken artan bu kullanıcı sayıları sosyal medya platformlarını geliştirmeye ve yenilenmeye zorlamaktadırlar. Bu çalışmada kullanıcıların sosyal medyaya ilişkin tutumları incelenmiştir.

2. AMAÇ

Bu çalışma ortaokul ve lise de öğrenim görmekte olan öğrencilerin sosyal medya kullanımına ilişkin tutumlarını belirlemek, sosyal medyaya ilişkin tutumları arasındaki farklılık olup olmadığını araştırmak ve çeşitli değişkenlerin etkili olup olmadığını ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Araştırma kapsamında aşağıdaki sorulara yanıtlar aranmıştır.

- a. Ortaokul ve Lise öğrencilerinin demografik özellikleri nasıldır?
- b. Ortaokul ve Lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları nasıldır?

¹¹ M. Aksüt, S. Ateş, S. Balaban, A. Çelikkat, “İlk ve Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Paylaşım Sitelerine İlişkin Tutumları (Facebook Örneği)”, 2012.

¹² F.S. Argın, *Ortaokul Ve Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının İncelenmesi*, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul 2013.

¹³ ÖK, *age*.

- c. Ortaokul ve lisede öğrenim görmekte olan öğrencilerin, cinsiyetlerine göre sosyal medyaya ilişkin tutumlarında anlamlı bir farklılık var mıdır?
- d. Ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?
- e. Ortaokul ve lisede öğrenim görmekte olan öğrencilerin, sosyal medya kullanım sürelerine göre, sosyal medyaya ilişkin tutumlarında anlamlı bir farklılık var mıdır?

2.1. Sınırlılıklar

Araştırma;

1. 2013-2014 eğitim-öğretim yılı ile sınırlıdır.
2. Araştırmanın örnekleme, Nevşehir ili Ürgüp ilçesi ile sınırlıdır.

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın amaçları doğrultusunda araştırmanın modeli, evren ve örneklem, veri toplama araçları, verilerin toplanması ve verilerin çözümlenmesine ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada betimsel tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modeli, geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımıdır. Araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne, kendi koşulları içinde ve olduğu gibi tanımlamaya çalışır. Onları, herhangi bir şekilde değiştirme, etkileme çabası gösterilmez.¹⁴

3.2. Araştırma Evreni

Bu araştırmanın evrenini, 2013-2014 eğitim öğretim yılında Nevşehir ili Ürgüp ilçe merkezindeki devlet okullarında öğrenim gören ortaokul öğrencileri ile lise öğrencileri oluşturmaktadır. Aşağıda öğrenci sayılarını gösterir bilgi verilmiştir.

	5.Sınıf	6.Sınıf	7.Sınıf	8.Sınıf	Toplam
Ali Baran Numanoğlu Ortaokulu	86	73	63	55	277
Atatürk Ortaokulu	26	30	65	59	180
Hacı Ahmet Toksöz Ortaokulu	49	66	70	68	253
Mehmet Diker Ortaokulu	48	70	42	41	201
İmam Hatip Ortaokulu	92	83			175

¹⁴ N. Karasar, *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara 2007.

Aksalur İbrahim Aydın Ortaokulu	10	10	19	18	57
Toplam	311	332	259	241	1143

Tablo 1. Ürgüp Merkez Ortaokul Öğrenci Sayıları

Ürgüp Lisesi	9.Sınıf	10.Sınıf	11.Sınıf	12.sınıf	Toplam
Ürgüp Anadolu Sağlık Meslek Lisesi	3	55	55	61	174
Hayri Mehmet Ürgüplü Anadolu Lisesi	90				90
Ürgüp Tesan An. Öğretmen Lisesi	68	60	64	61	253
Ürgüp Kız Teknik ve Meslek Lisesi	68	54	56	62	240
Ürgüp Anadolu İmam Hatip Lisesi	28	102	79	81	290
Çok Programlı Lise	133	25	20	19	197
Toplam	390	296	274	284	1244

Tablo 2. Ürgüp Merkez Lise Öğrenci Sayıları

3.3. Araştırmanın Örnekleme

Araştırmanın örnekleme ise basit tesadüfî, oransız küme örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Örnekleme belirlenirken rastgele bir ortaokul ve lise kura ile seçilerek ölçek buradaki 172 ortaokul, 181 lise olmak üzere toplamda 353 öğrenciye uygulanmıştır. Ancak 6 öğrenci ölçege eksik cevap vermiş ya da kodlama yapmamıştır. Bu nedenle analiz dışı bırakılmışlardır.

3.4. Veri Toplama Araçları ve Verilerin Toplanması

Kişisel Bilgi Formu: Örnekleme oluşturan öğrencilerin sosyal medyayı kullanma durumlarını ve demografik özelliklerini belirlemek amacıyla geliştirilmiş bir formdur.

Sosyal Medya Tutum Ölçeği: Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarını tespit etmek amacıyla Argın (2013) tarafından geliştirilmiş 23 maddelik bir ölçektir. Sosyal Medya Tutum Ölçeğinin(SMTÖ) Alpha değeri 0,85 olarak hesaplanmıştır.

Veriler araştırmacı tarafından kişisel bilgi formu ve sosyal medya tutum ölçeği ile bizzat toplanmıştır.

3.5. Verilerin Çözümlemesi

Ölçek ve form aracılığıyla toplanan veriler SPSS 15.0 programı ile analiz edilmiş, anlamlılık düzeyi, 05 olarak alınmıştır. Ölçekteki verilere ilişkin frekans ve yüzde dağılımları hesaplanmış, tablo ile gösterilmiştir. T-testi ve ANOVA hipotez testleri kullanılmıştır. 3., 7., 11., 14., 22. ve 23. maddeler olumsuz olduğu için ters kodlanmıştır. Verilerin ortalama puanları 1-2,33 arasında olanlar “olumsuz tutum”, 2,34 ile 3,66 arasında olanlar “kısmen olumlu tutum”, 3,67 ile 5 arasında olanlar “olumlu tutum” olarak değerlendirilmiştir.

4. BULGULAR, YORUMLARI VE TARTIŞMA

Araştırma kapsamında öğrencilerin demografik bilgileri, sosyal medyaya yönelik tutumları ve bu tutumların farklı değişkenler açısından incelenmesi başlıklar halinde verilmiştir.

4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Tablo 3’te araştırmaya katılan 353 öğrencinin demografik özellikleri verilmiştir.

Değişkenler		N	%
Cinsiyet	Kız	189	53,5
	Erkek	164	46,5
Üye olma	Üye	315	89,2
	Değil	38	10,8
Okul Türü	Ortaokul	172	48,7
	Lise	181	51,3
Kullanım Sıklığı*	Günde birkaç kez	78	22,1
	Günde bir kez	64	18,1
	Haftada birkaç kez	91	25,8
	Haftada bir kez	47	13,3
	Ayda birkaç kez	62	17,6
Sosyal Medya Sitesi*	Facebook	251	71,1
	Twitter	41	11,6
	Youtube	47	13,3
	Wikipedia	2	,6
TOPLAM			

* Bazı bilgiler öğrenciler tarafından verilmemiştir.

Tablo 3. Öğrencilerin Demografik Özellikleri

Tablo 3 incelendiğinde öğrencilerin cinsiyetlerinin yaklaşık bir dağılıma sahip olduğu söylenebilir. Kızlar %53.5 orandayken, erkeklerin oranı ise %46.5'tir. Diğer yandan öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun bir sosyal medyaya üye olduğu görülmektedir. Öğrencilerin %89,2'si üye olduğunu ifade ederken, sadece %10.8'i üye olmadığını belirtmiştir. Öğrencilerin %25,8'i sosyal medya sitelerini haftada birkaç kez kullandığını belirtirken,%22,1'i ise günde birkaç kez kullandığını belirtmiştir. Öğrencilerin büyük çoğunluğu (%71,1) facebook kullanırken, %11,6'sı twitter, %13,3'ü youtube'u kullanmaktadır. Ortaokul ve lise öğrencileri arasında facebook kullanımının çok yaygın olduğu söylenebilir.

4.2. Öğrencilerin Sosyal Medyaya Yönelik Tutumları

Araştırma alt amaçları doğrultusunda öncelikle öğrencilerin sosyal medyaya yönelik tutumları maddeler şeklinde ve ölçek geneli için analiz edilmiş, elde edilen bulgular Tablo 4'te verilmiştir.

Sıra No	Madde	X	Ss
1	Sosyal medya siteleri sayesinde arkadaşlarımın beni fark etmesini isterim.	3,21	1,377
2	Sosyal medya siteleri sayesinde yeni bir kişilik kazandığımı hissediyorum.	2,51	1,370
3	Sosyal medya sitelerinin beni arkadaşlarımdan uzaklaştırdığını düşünüyorum.	3,85	1,261
4	Sosyal medya sitelerinde gördüğüm paylaşımları arkadaşlarımla sohbet konusu yapmak hoşuma gidiyor.	3,77	1,196
5	Sosyal medya sitelerindeki içerikler hakkında yorum yapmak hoşuma gidiyor.	3,44	1,280
6	Sosyal medya sitelerinde yazı, video, müzik vb. paylaşımlarda bulunmaktan hoşlanıyorum.	3,68	1,240
7	Sosyal medya sitelerinin beni ailemden kopardığımı düşünüyorum.	3,81	1,370
8	Sosyal medya siteleri sayesinde yalnızlıktan kurtulduğumu düşünüyorum.	2,46	1,375
9	Sosyal medya sitelerinde öğretmenlerimi takip etmeyi seviyorum.	2,31	1,347
10	Öğretmenlerimin yazdıklarını takip etmesi hoşuma gidiyor.	2,29	1,332
11	Sosyal medya siteleri yüzünden aileme yeterince vakit ayıramıyorum.	3,89	1,341

12	Paylaşımlarımın arkadaşlarım tarafından beğenilmesinden hoşlanıyorum.	3,84	1,262
13	Sosyal medya siteleri sayesinde ortak ilgi ve amaçlara sahip olduğum kişilere ulaşabileceğimi düşünüyorum.	3,46	1,363
14	Sosyal medya siteleri yüzünden diğer sosyal aktivitelere yeterince vakit ayıramıyorum.	3,75	1,303
15	Sosyal medya sitelerinde zaman geçirmekten mutlu oluyorum.	3,63	1,216
16	Özel ilgi duyduğum arkadaşşıma sosyal medya siteleri aracılığıyla duygularımı daha rahat ifade edebiliyorum.	3,19	2,640
17	Sosyal medya siteleri sayesinde düzenlenen etkinliklerden haberim olması hoşuma gidiyor.	3,77	1,230
18	Sosyal medya siteleri sayesinde daha fazla arkadaşşımanın olacağını düşünürüm.	3,01	1,416
19	Öğretmenlerimin sosyal medya sitelerinde beni takip etmesi kendimi değerli hissetmemi sağlıyor.	2,25	1,306
20	Sosyal medya siteleri sayesinde saygınlık ihtiyacımın karşılandığını düşünüyorum.	2,44	1,320
21	Arkadaşlarımın paylaşımlarım hakkında yorum yapmaları beni mutlu ediyor.	3,52	1,295
22	Sosyal medya siteleri yüzünden derslerime yeterli özeni gösteremiyorum.	3,71	1,367
23	Sosyal medya siteleri yüzünden arkadaşşıma yeterince vakit ayıramıyorum.	3,93	1,317
ÖLÇEK GENELİ		3,2934	,62715

Tablo 14. Öğrencilerin Sosyal Medyaya Yönelik Tutum Puanları

Tablo 4 incelendiğinde öğrencilerin sosyal medyaya yönelik tutumlarının ($\bar{x}=3.29$) kısmen olumlu oldukları söylenebilir.

Bat ve Vural (2010) tarafından yapılan bir araştırmada öğrencilerin dörtte üçünden fazlasının sosyal ağları kullandığı, dörtte üçüne yakın bir kısmının sosyal medyayı bildiği, yarısından biraz fazlasının sosyal ağları her gün kullandığı sonucuna ulaşılmıştır.¹⁵

¹⁵ bk. Bat vd., *agm.*, 3348-3382.

Kahyaoğlu ve Çelik (2011) tarafından ortaöğretim ve yükseköğretimde öğrenim gören öğrencilerin internet kullanımına yönelik tutumlarını ortaya koymak amacıyla yapılan araştırmaya göre öğrencilerin olumlu tutum için oldukları belirlenmiştir.¹⁶

Çalışmada elde edilen sonuçlar literatür ile uyumludur.

4.3. Öğrencilerin cinsiyetlerine göre sosyal medya yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık var mıdır?

Çalışmanın alt amaçlarından olan öğrencilerin cinsiyetlerine göre sosyal medya yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan bağımsız örneklem t-testi sonuçları Tablo 5' te verilmiştir.

Cinsiyet	N	X	SS	Sd	t	p
Kız	189	3.19	0.670	350,266	3.199	.002*
Erkek	164	3.40	0.555			

Tablo 5. Cinsiyetlerine Göre Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Tutum

Tablo 5 incelendiğinde kızlar ile erkeklerin sosyal medyaya yönelik tutumları arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir [$t(350,266)=3.199$, $p<0.05$]. Ancak hangi grubun yüksek ortalamaya sahip olduğunu anlamak için aritmetik ortalama değerlerin incelenmiş, erkeklerin ($X=3,40$) kızlardan ($x=3,19$) sosyal medyaya yönelik daha olumlu tutuma sahip oldukları görülmüştür. Aradaki fark istatistiki olarak 0.05 düzeyinde anlamlıdır. Bir başka ifade ile erkekler sosyal medya kullanımına yönelik kızlara oranla daha olumlu bir tutum göstermektedir.

Bu bulgunun aksine Argın (2013) tarafından yapılan ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi adlı yüksek lisans tezinde öğrencilerin cinsiyetleri ile sosyal medyaya ilişkin tutumları arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.¹⁷

4.4. Ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

Çalışmanın bir diğer alt amaçlarından olan ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan bağımsız örneklem t-testi sonuçları Tablo 6' da verilmiştir.

¹⁶ M. Kahyaoğlu- H. C. Çelik, *Ortaöğretim ve Yükseköğretim Öğrencilerinin İnternet Kullanımına Yönelik Tutumlarının Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi*” 5th International Computer & Instructional Technologies Symposium, 22-24 September, Fırat University, Elazığ 2011.

¹⁷ bk. Argın, *age*.

Okul Türü	N	X	SS	Sd	t	p
Ortaokul	172	3,27	,683	-,454	351	,650
Lise	181	3,30	,569			

Tablo 6. Okul Türüne Göre Sosyal Medyaya İlişkin Tutumların Anova Sonuçları

Tablo 6 incelendiğinde ortaokul ile lisede öğrenim gören öğrencilerin sosyal medyaya yönelik tutumları arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir [$t(454)=351$, $p<0.05$]. Bir başka ifade ile ortaokul($X=3,27$) ve lisede($X=3,30$) öğrenim gören öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumları birbirine yakınlık göstermektedir. Her iki grupta kısmen olumlu tutum sergilemektedir.

4.5. Ortaokul ve lisede öğrenim görmekte olan öğrencilerin, sosyal medya kullanım sürelerine göre, sosyal medyaya ilişkin tutumlarında anlamlı bir farklılık var mıdır?

Ortaokul ve lisede öğrenim görmekte olan öğrencilerin, sosyal medya kullanım sürelerine ilişkin betimsel istatistikler Tablo 7’de sunulmuştur.

	N	X	Ss	Standart Hata
A- 1 yıldan az	56	2,86	,660	,088
B- 1-2 yıl	70	3,38	,604	,072
C- 3-4 yıl	114	3,48	,56	,047
D- 4 yıldan fazla	105	3,32	,586	,057
Genel Ortalama	345	3,31	,612	,032

Tablo 7. Öğrencilerin sosyal medya kullanım sürelerine ilişkin betimsel istatistikleri

Tablo 7’de görüldüğü üzere sosyal medyaya ilişkin en yüksek olumlu tutum içinde olan grup 3-4 yıldır($X=3,48$) sosyal medyayı kullanan öğrenciler çıkarken ikinci olarak 1-2 yıldır ($X=3,38$)sosyal medyayı kullananlar, üçüncü olarak ta 4 yıldan($X=3,32$) fazladır sosyal medyayı kullananlar olmuştur. En düşük tutum ise 1 yıldan($X=2,86$) az zamandır sosyal medyayı kullananların olmuştur.

Ortaokul ve lisede öğrenim görmekte olan öğrencilerin, sosyal medya kullanım sürelerine göre, sosyal medyaya ilişkin tutumları arasındaki farklılığı incelemek için yapılan ANOVA sonuçları Tablo 8’de verilmiştir.

	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamli Fark
Gruplar Arası	14,817	3	4,939	14,724	,000	A-B, A-C, A-D
Gruplar İçi	114,380	341	,335			
Toplam	129,197	344				

Tablo 8. Sosyal medya kullanım sürelerine göre, sosyal medyaya ilişkin tutumların ANOVA Sonuçları

Analiz sonuçları, öğrencilerin, sosyal medya kullanım sürelerine göre, sosyal medyaya ilişkin tutumlarında anlamlı bir farklılık olduğunu göstermektedir [$F_{(3-341)}=14.72$, $p<0.05$]. Bir başka deyişle öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumları, kullanım sürelerine göre anlamlı bir şekilde değişmektedir. Birimler arası farkların hangi gruplar arasında olduğunu bulmak amacıyla yapılan Scheffe testinin sonuçlarına göre, sosyal medya kullanım süresi 4 yıldan fazla olanların sosyal medyaya ilişkin tutumları($X=3,32$), 3-4 yıl arasında olanların sosyal medyaya ilişkin tutumları($X=3,48$) ve 1-2 yıl arasında olanların sosyal medyaya ilişkin tutumları($X=3,38$), 1 yıldan az olanların sosyal medyaya ilişkin tutumlarına($X=2,86$) göre daha olumludur. Bu sonuca göre öğrencilerin sosyal medya kullanım süresi arttıkça, sosyal medyaya ilişkin tutumları olumlu yönde gelişmektedir.

Argın (2013) tarafından yapılan ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi adlı yüksek lisans tezinde de öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının sosyal medya sitelerini kullanma süresi değişkenine göre farklılaşma durumunu belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucunda gruplar arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur. Sosyal medya sitelerini 3-4 yıldır kullanan öğrencileri ile 4 yıldan fazla süredir kullanan öğrencilerin puanları 1 yıldan az süredir kullanan öğrencilere göre daha yüksektir.¹⁸

5. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre ortaokul ve lise öğrencilerinin genel olarak sosyal medyaya yönelik tutumlarının kısmen olumlu oldukları söylenebilir. Ölçek uygulanan öğrencilerin %89,2 sinin bir sosyal medya sitesine üyeliğinin bulunması da öğrencilerin kısmen olumlu tutum içinde olmalarını desteklemektedir.

Öğrencilerin cinsiyetlerine göre sosyal medya yönelik tutumları arasında anlamlı farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan bağımsız örneklem t-testi sonuçlarına göre

¹⁸ bk. Argın, *age*.

erkekler sosyal medya kullanımına yönelik kızlara oranla daha olumlu bir tutum göstermektedir.

Ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Ortaokul öğrencilerinin de lise öğrencilerinin de sosyal medyaya ilişkin tutumları birbirine yakındır. Her ikisi de kısmen olumlu tutum göstermektedir.

Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumları, kullanım sürelerine göre anlamlı bir şekilde değişmektedir. Sosyal medya kullanım süresi 4 yıldan fazla olanların sosyal medyaya ilişkin tutumları, 3-4 yıl arasında olanların sosyal medyaya ilişkin tutumları ve 1-2 yıl arasında olanların sosyal medyaya ilişkin tutumları, 1 yıldan az olanların sosyal medyaya ilişkin tutumlarına göre daha olumludur. Bu sonuca göre öğrencilerin sosyal medya kullanım süresi arttıkça, sosyal medyaya ilişkin tutumları olumlu yönde gelişmektedir.

Ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medyaya yönelik kısmen olumlu tutum sergilemeleri göz önüne alındığında, sosyal medyanın eğitimin bir parçası haline getirilerek bunun bir fırsata dönüştürülmesi sağlanmalıdır. Öğretmenler sosyal medya üzerinden materyal paylaşabilir, ödev verebilir ve bunların kontrolünü yapabilirler. Bu avantajdan yararlanarak öğrencilerin ve öğretmenlerin erişebileceği 7/24 çevrimiçi bir sınıf yaratılabilir. Oluşturulan bu çevrimiçi sınıf öğrencilerle ders hakkında tartışmaya, fikir ve kavramları birbirleriyle münazara etmelerine olanak verebilir.

Öğrencilerin eğitimine katkıda bulunabilecek birçok sosyal medya uygulaması mevcuttur. Ayrıca bu uygulamaların birçoğunun mobil versiyonları da bulunmaktadır. Böylece hem sınıf içinde hem de sınıf dışında öğrenmeyi gerçekleştirebilirler.

Öğrencilerin sosyal medya siteleri yüzünden arkadaşlarına, ailelerine ve sosyal yaşantılarına yeterince vakit ayıramadıkları bulunmuştur. Ailelerin ve öğretmenlerin öğrencilerin sosyal medyaya ayırdıkları vakitleri kontrol etmeleri gerektiği, gereksiz kullanımının önlenmesi gerektiği önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Aksüt, M., Ateş, S., Balaban, S., Çelikkanat, A.; “*İlk ve Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Paylaşım Sitelerine İlişkin Tutumları (Facebook Örneği)*”, 2012.
- Argın, F.S, *Ortaokul Ve Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının İncelenmesi*, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul 2013.
- Bat, M., Vural Z.B., “*Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma*” Journal of Yasar University, 2010, 20(5) 3348-3382.
- Bostancı, Mustafa, *Sosyal Medyanın Gelişimi Ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri 2010.

- Büyükşener, E., “*Türkiye’de Sosyal Ağların Yeri ve Sosyal Medyaya Bakış*” 14. Türkiye’de İnternet Konferansı, 2009.
- Dikme, G., *Üniversite Öğrencilerinin İletişimde Ve Günlük Hayatta Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları: Kadir Has Üniversitesi Örneği*, Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Kadir Has Üniversitesi Sosyal bilimler Enstitüsü, İstanbul 2013.
- Ergenç, A., *Web 2.0 ve Sanal Sosyalleşme: Facebook Örneği*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, İstanbul 2011.
- Kahyaoğlu, M. ve Çelik, H.C., *Ortaöğretim ve Yükseköğretim Öğrencilerinin İnternet Kullanımına Yönelik Tutumlarının Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi*” 5th International Computer&Instructional Technologies Symposium, 22-24 September, Fırat University, Elazığ 2011.
- Kaplan, Andreas M.; Michael Haenlein, “*Users of the World, Unite! The challenges and Opportunities of Social Media*”, Business Horizons 2010, 53(1): 59–68.
- Karasar, N., *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara 2007.
- ÖK, F., *Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları Ve Motivasyonları*, Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ 2013.
- Twitter, <http://tr.wikipedia.org/wiki/Twitter> (01.11.2013)
- Wikipedia, <http://tr.wikipedia.org/wiki/internet>(05.11.2013)
- Wikipedia, http://tr.wikipedia.org/wiki/Web_2.0 (04.11.2013)