

**ERGENLERİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ
AKADEMİK BAŞARILARIYLA İLİŞKİSİ VE
ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ**

Hatice GÖKSU

Yüksek Lisans Tezi

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Mücahit GÜLTEKİN

Haziran, 2019

Afyonkarahisar

T.C
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

ERGENLERİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ
AKADEMİK BAŞARILARIYLA İLİŞKİSİ VE ÇEŞİTLİ
DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ

Hazırlayan

Hatice GÖKSU

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Mücahit GÜLTEKİN

AFYONKARAHİSAR, 2019

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “Ergenlerin Sosyal Medya Bağımlılığının Akademik Başarılarıyla İlişkisi ve Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça’da gösterilen eserlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

13/06/2019

Hatice GÖKSU

TEZ JÜRİSİ KARARI VE ENSTİTÜ ONAYI

JÜRİ ÜYELERİ

Tez Danışmanı : Dr. Öğr. Üyesi Mücahit GÜLTEKİN
Jüri Üyeleri : Prof. Dr. Erdal HAMARTA
: Dr. Öğr. Üyesi Fatih ÖZDİNÇ

İmza



Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi Hatice GÖKSU'nun "**Ergenlerin Sosyal Medya Bağımlılığının Akademik Başarılarıyla İlişkisi ve Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi**" başlıklı tezi, 13.06.2019 günü saat 15:30'da Afyon Kocatepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Sınav Yönetmeliği'nin ilgili maddeleri uyarınca yukarıda isim ve imzaları bulunan jüri üyeleri tarafından değerlendirilerek kabul edilmiştir.

Doç. Dr. Elbeyi PELİT
MÜDÜR

ÖZET

ERGENLERİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞININ AKADEMİK BAŞARILARIYLA İLİŞKİSİ VE ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ

Hatice GÖKSU

AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI

Haziran 2019

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Mücahit GÜLTEKİN

Bu araştırmanın amacı ergenlerin sosyal medya bağımlılığının akademik başarılarıyla ilişkisi ve çeşitli değişkenler açısından incelemektir. Araştırma betimsel bir araştırma olup; araştırmada ilişkisel tarama yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemini Afyonkarahisar ili, Çay ilçesinden uygun örnekleme yöntemi ile seçilmiş olan 810 lise öğrencisinden oluşmaktadır. Veri toplama aracı olarak “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği” (Tutgun-Ünal, 2015) kullanılmıştır. Verilerin analizinde frekans ve yüzdeler, sıra ortalaması, Kruskal Wallis H- Testi, Mann Whitney U-Testi ve Spearman Brown Korelasyon Analizi kullanılmıştır. Araştırmanın sonucunda lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları ile akademik başarıları arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Ergenlerin sosyal medya bağımlılık düzeyi cinsiyet, sınıf düzeyi ve okul türüne göre değişmezken; akademik başarılarında cinsiyet, sınıf düzeyi ve okul türüne göre anlamlı bir farklılık belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, sosyal medya bağımlılığı, akademik başarı

ABSTRACT

EXAMINATION OF SOCIAL MEDIA ADDICTION OF ADOLESCENTS WITH THE RELATION OF ACADEMIC SUCCESS IN TERMS OF SOME VARIABLES

Hatice GÖKSU

**AFYON KOCATEPE UNIVERSITY
THE INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES
DEPARTMENT OF EDUCATIONAL SCIENCES**

June 2019

Supervisor: Asst. Prof. Dr. Mücahit GÜLTEKİN

The purpose of this study is to examine social media addiction of adolescents with the relation of academic success in terms of some variables. This descriptive study employs a correnational survey design. The sample of the study in volves 810 high school learners randomly selected from high schools in Çay, Afyonkarahisar. Data were collected through the “Social Media Addiction Scale” (Tutgun-Ünal, 2015). In the analys is of the data, frequencies, percentages and mean ranks, Kruskal-Wallis H Test, Mann-Whitney U Test, Spearman Brown Correlation were used. Findings indicate that there is a significant negative relationship between social media addiction of high school students and academic achievement. Social media addiction level of high school students do not differ according to gender, class level and type of school. However, academic achievement significantly differ according to gender, class level and type of school.

Keywords: Social media, social media addiction, academic achievement.

ÖNSÖZ

Bu araştırmada ergenlerin sosyal medya bağımlılığının akademik başarıları ile ilişkisi incelenmiştir. Bu amaç doğrultusunda ergenlerin sosyal medya bağımlılığının akademik başarıları ile ilişkisinin bazı değişkenlere göre farklılaşma durumları tespit edilmiştir.

Öncelikle tez çalışmam esnasında bana her daim değerli katkı ve önerilerini eksik etmeyen tez danışmanım Sayın Dr. Öğr. Üyesi Mücahit GÜLTEKİN'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Tez çalışmamda kolaylık sağlayan araştırmayı gerçekleştirdiğim okullardaki meslektaşlarıma, bana birçok konuda yardımcı olan öğretmen arkadaşlarıma ve araştırmaya katılan öğrencilere, emeği geçen tüm herkese sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

Tüm hayatım boyunca yanımda olan, manevi desteğini her zaman yürekten hissettiğim sevgili aileme, sevgili abim Beytullah GÖKSU'ya, yüksek lisans eğitimi boyunca birlikte yürüdüğümüz, öneri ve yardımlarını esirgemeyen eşsiz dostum, Sema MAZILI'ya teşekkürlerimi sunarım.

Hatice GÖKSU

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
YEMİN METNİ	iii
TEZ JÜRİSİ ONAYI VE ENSTİTÜ ONAYI.....	iv
ÖZET	v
ABSTRACT	vi
ÖNSÖZ	vii
İÇİNDEKİLER	viii
TABLolar LİSTESİ	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xii

GİRİŞ	1
ARAŞTIRMANIN KONUSU	1
ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ	3
PROBLEM CÜMLESİ	4
ARAŞTIRMANIN AMACI	5
ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI	5
ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI	5
TANIMLAR	5

BİRİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ LİTERATÜR

1.KURAMSAL ÇERÇEVE	7
1.1.İNTERNET	7
1.2.SOSYAL MEDYA KAVRAMI	8
1.2.1. Sosyal Medyanın Ortaya Çıkışı	9
1.2.2. Sosyal Medyanın Kullanılma Sebepleri	15
1.2.3. Sosyal Medyanın Etkileri	16
1.2.4. Sosyal Medya Ekonomisi	17
1.2.5. Sosyal Medya Bağımlılığı	18
1.2.6. Dünyada ve Ülkemizde Sosyal Medya Kullanımı Yaygınlığı	19
1.2.7. Sosyal Medya Araçlarının Eğitim Alanında Kullanılması	26
1.3. AKADEMİK BAŞARI	27
1.4. KONUSU İLE İLGİLİ YAPILAN ARAŞTIRMALAR	29

1.4.1. Yurt İçinde Yapılan Araştırmalar	29
1.4.2. Yurt Dışında Yapılan Araştırmalar	33

İKİNCİ BÖLÜM

YÖNTEM

1.ARAŞTIRMANIN MODELİ	40
2.EVREN VE ÖRNEKLEM	40
3.VERİ TOPLAMA ARACI	41
3.1. SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI ÖLÇEĞİ	41
3.2. AKADEMİK BAŞARININ BELİRLENMESİ	43
4.VERİLERİN TOPLANMASI	43
5.VERİLERİN ANALİZİ	43

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR VE YORUM

1.BETİMSSEL İSTATİSTİKLER	45
2.ARAŞTIRMANIN ALT PROBLEMLERİNE İLİŞKİN BULGULAR	47
2.1.ERGENLERİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI DÜZEYİ NEDİR? ...	47
2.2.ERGENLERİN AKADEMİK BAŞARI DÜZEYİ NEDİR?	51
2.3.ERGENLERİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI DÜZEYİ VE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI ÖLÇEĞİNİN ALT BOYUTLARI CİNSİYETE GÖRE ANLAMLI DÜZEYDE FARKLILAŞMAKTA MİDİR?	52
2.4.ERGENLERİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI DÜZEYİ SINIF DÜZEYİNE GÖRE ANLAMLI DÜZEYDE FARKLILAŞMAKTA MİDİR?.....	53
2.5.ERGENLERİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI DÜZEYİ VE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI ÖLÇEĞİNİN ALT BOYUTLARI OKUL TÜRÜNE GÖRE ANLAMLI DÜZEYDE FARKLILAŞMAKTA MİDİR?.....	56
2.6.ERGENLERİN AKADEMİK BAŞARI DÜZEYİ CİNSİYETE GÖRE ANLAMLI DÜZEYDE FARKLILAŞMAKTA MIDİR?.....	58
2.7.ERGENLERİN AKADEMİK BAŞARI DÜZEYİ SINIF DÜZEYİNE GÖRE ANLAMLI DÜZEYDE FARKLILAŞMAKTA MIDİR?.....	58
2.8.ERGENLERİN AKADEMİK BAŞARI DÜZEYİ OKUL TÜRÜNE GÖRE ANLAMLI DÜZEYDE FARKLILAŞMAKTA MIDİR?.....	60
2.9.ERGENLERİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI DÜZEYİ VE AKADEMİK BAŞARI DÜZEYİ ARASINDA ANLAMLI İLİŞKİ VAR MİDİR?.....	61

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER64
KAYNAKÇA71
EKLER.....	.81

TABLolar LİSTESİ

	Sayfa
Tablo 1. Ergenlerin Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımı	45
Tablo 2. Ergenlerin Okul Türüne Göre Dağılımı	45
Tablo 3. Ergenlerin Sınıf Düzeyine Göre Dağılımı	45
Tablo 4. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'nin Maddelerinin Frekans, Yüzde ve Madde Ortalamaları	45
Tablo 5. Ergenlerin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri	45
Tablo 6. Ergenlerin Akademik Başarılarına Göre Dağılımı	45
Tablo 7. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinden Ve Alt Boyutlarından Alınan Puanların Cinsiyete Göre Farklılığını Gösteren Mann Whitney U Testi	53
Tablo 8. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinden ve Alt Boyutlarından Alınan Puanların Sınıf Düzeyine Göre Farklılığını Gösteren Kruskal Wallis H Testi	54
Tablo 9. Sınıf Düzeyine Göre Ergenlerin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinin Duygu Durum Düzenleme ve Tekrarlama Alt Boyutlarından Aldıkları Puanlar Arasındaki Anlamlı Farklılığın Kaynağını Gösteren Mann Whitney U Testi	55
Tablo 10. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinden Ve Alt Boyutlarından Alınan Puanların Okul Türüne Göre Farklılığını Gösteren Mann Whitney U Testi	57
Tablo 11. Akademik Başarı Düzeylerinin Cinsiyete Göre Farklılığını Gösteren Mann Whitney U Testi	58
Tablo 12. Akademik Başarı Düzeyi ile Sınıf Düzeyine Göre Farklılığını Gösteren Kruskal Wallis H Testi	59
Tablo 13. Sınıf Düzeyine Göre Ergenlerin Akademik Başarıları Arasındaki Anlamlı Farklılığın Kaynağını Gösteren Mann Whitney U Testi	60
Tablo 14. Akademik Başarı Düzeylerinin Okul Türüne Göre Farklılığını Gösteren Mann Whitney U Testi	61
Tablo 15. Sosyal Medya Bağımlılığı ile Akademik Başarı Düzeyi Arasındaki İlişki	62

ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa
Şekil 1. Sosyal Medyanın Temel Kavramları	9
Şekil 2. 2018 Dünya Sosyal Medya İstatistikleri	20
Şekil 3. 2018 Dünya’da En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları	21
Şekil 4. Ocak 2018’de Ülkelere Göre Sosyal Medyada Harcanan Zaman	22
Şekil 5. 2018 Türkiye İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanıcı İstatistikleri	23
Şekil 6. 2018 Türkiye’de Sosyal Medya Kullanımı İstatistikleri	24
Şekil 7. Türkiye’de En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları	25
Şekil 8. 2018 Türkiye’de Medyada Harcanan Zaman İstatistikleri	26

GİRİŞ

ARAŞTIRMANIN KONUSU

İnsanlık tarihinin başlangıcından günümüze kadar iletişim, bireylerin yaşamında etkin bir rol oynamaktadır. İletişim olgusu, insanoğlu için temel ihtiyaç olmasının yanında insanların haklarından biri olarak görülmektedir (Büyükaslan ve Kırık, 2016).

Teknolojik gelişmeler iletişim araçlarının çeşitlenmesini de beraberinde getirmiştir. İlkel iletişim teknolojileri yerini “kağıt ve yazı, televizyon, elektrik, radyo, telgraf” gibi buluşlara bırakmış; bilgisayarın icadı ile “bilgi teknolojileri” de hayatımıza dahil olmuştur. Bilgisayarların geliştirilmesi ve yaygınlaşması; bilgisayarlar arası bağlantı ve iletişim kuran internetin ortaya çıkması bireysel ve sosyal hayatı dikkat çekici bir şekilde etkilemiştir (Feyzioğlu, 2016).

Dijital teknolojinin hızlı bir şekilde gelişmesi ile birlikte yeni iletişim teknolojisi ve sosyal medya hayatımızın önemli bir kısmını etkilemektedir. Teknoloji öğrenme, eğlenme, arkadaş edinme gibi birçok amaçla kullanılmaktadır. Teknolojik gelişmelerle birlikte bireyler, içeriklerin üretilmesine katkıda bulunmakta ve aktif olarak içeriğe dahil olmaktadır (Çemrek, Baykuş ve Özaydın, 2014).

Teknolojik gelişmeler, günümüz insanını “sanal dünya” adı verilen bir ortam ile tanıştırmıştır. Teknolojinin hızla geliştiği bu çağda, insanlar sanal dünya aracılığıyla her türlü alışveriş yapabilmekte, istediği ürünü alıp satabilmekte, istediği kişilerle iletişim kurabilmekte ancak bununla beraber gerçek dünya ile bağları azalmaktadır. Bireyler, yüz yüze yaptığı birçok faaliyeti artık akıllı telefon ve bilgisayar üzerinden yapabilmektedir (Polat, 2016).

İnsanların İnternet ortamında, kendilerini tanımlayarak farklı kültürlerden her türlü kullanıcı ile iletişime geçtiği, aynı zamanda sosyal yaşamda kullanılan normal jest ve mimik hareketlerini simgeleyen sembollerle düşünce ve duygularını sanal ortamda belirtebildiği ve sosyal açıdan iletişim kurduğu ortamlar “sosyal ağ” kavramı olarak tanımlanmaktadır. İnternetin oldukça geniş bir alana yayıldığı göz

önünde bulundurulduğunda, sosyal ağların sayısının da fazla olduğu görülmektedir. Kategorileri ya da kullanım amaçları farklı olsa da sosyal ağlar, insanların sosyal ortamda etkileşim içinde olma, iletişim kurma ve öğrenme süreci gibi sağladığı olanaklar ile gerçek sosyal yaşamdaki süreçleri yeniden şekillendirmiştir (Altunay, 2010).

Konu ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde günümüzde ülkemizin sosyal ağları kullanma açısından dünyada beşinci sırada olduğu ve bu durumun Avrupa ortalamasını geride bıraktığı görülmektedir. Ayrıca Avrupa'nın en çok online video (Youtube, Vimeo, Dailymotion) izleyen 2. ülkesi olan Türkiye'de diğer sosyal ağların kullanımı da hızla artmaktadır. Bu sitelerin kullanım oranları ergenlik döneminde oldukça yüksektir. Üniversite öğrencilerinin en çok kullandığı sosyal medya sitelerinin Facebook ve Twitter olduğu ifade edilmektedir (Tektaş, 2014).

Kamiloğlu ve Yurttaş, (2014) tarafından yapılan araştırmaya göre lise öğrencilerinin neredeyse tamamının facebook hesabı bulunmakta; bunun yanında öğrencilerin yarısının ise sosyal medyada etkin bir mikroblog olan twitter hesabının olduğu ifade edilmektedir. Araştırmaya göre öğrencilerin bilgi edinmek üzere başvurdukları ilk kaynak internet olup 6.sırada ise sosyal medya platformu olan Facebook olduğu görülmüştür. Bu sonuca göre gençler bu ortamları sadece eğlenmek ve boş vakit geçirmek amacıyla kullanmamaktadır. Facebook ve Twitter gibi ortamları gençlerin eğitim-öğretim, kişisel gelişim ve gündemi yakından takip edebilmek amacıyla kullanmaktadır.

Sosyal medya araçlarından eğitim-öğretimi olumlu yönde etkileyecek biçimde yararlanılabilir. Facebook ile öğrenciler; hızlı iletişim kurarak işbirlikli öğrenebilir ya da tartışma yöntemini kullanabilir, diğer kişiler ile öğretim materyallerini (video dosyaları, resimler vb. web siteleri) paylaşabilir, güncel kişi ve olayları takip edebilir. Yine güncel olayları ve haberleri takip etmek, düşüncelerini paylaşmak, tartışmak ya da bilgi edinmek amacıyla Twitter'ı eğitim ve öğretim sürecine dahil edebilir.

Flickr aracılığı ile görsel sunular, videolar ya da koleksiyonlar etkili bir şekilde hazırlanabilir, etkili e-portfolyo oluşturulmasında görsel açıdan dikkat çeken beyin fırtınası, tartışma vb. çalışmalar yapılabilir (Gülbahar, Kalelioğlu ve Madran, 2010).

Araştırmalar internet kullanımının, bilgi edinmenin ve paylaşmanın hızlanması ve buna bağlı zaman kaybının azalması gibi olumlu yönleri olduğunu göstermektedir. Ancak internet kullanımının artması bireyleri yalnızlığa sürüklemesi, iletişimin kalitesini düşürmesi ve bireylerin sosyal ortamına zarar vermesi gibi pek çok olumsuzluğu da beraberinde getirmektedir. Teknolojik gelişmelerle birlikte internet kullanımı artmakta ve özellikle gençlerde bağımlılığa neden olmaktadır. Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanımının giderek yaygınlaşması, bu gruba yönelik çalışmaların yapılmasını gerektirmektedir (Şişman Eren, 2014). Bu nedenle bireylerin sosyal medya kullanımı düzeylerini belirlemek birçok problemin tespit edilmesinde ve önlenmesinde yararlı olabilir (Akin, Özbay ve Baykut, 2015).

Hinduja ve Patchin (2009), ergenlerin İnternet'i hatalı kullanmaya başladığını ve bu hatalı kullanım sonucunda sosyal ilişkilerinde problemler, okul başarisında düşüş, depresyon, stres gibi ruh sağlığında bozulmaların meydana geldiğini belirtmiştir (Peker, 2015).

Ergenlik döneminde bireyler, internet ortamında vakit geçirdiklerinden dolayı önemli işlerini aksatmaktadırlar. İnternet ile vakit geçiren ergenler diğer işlerini ertelemektedirler. Böyle bir durum da akademik başarılarının azalmasına neden olabilmektedir. Ergenler ders çalışmak için kullanmaları gereken zamanı internete ayırdıklarında akademik başarıları olumsuz yönde etkilenebilmektedir (Duman, 2016).

ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

İnsanların bilgi toplumuna geçmesi ile birlikte endüstri toplumunda kullandıkları düşük hızlı sayısal hatlar da yerini dijital iletişim ağlarına bırakmış ve bu ağların kapsamı genişlemiştir. Sosyal medya araçlarının kullanım amaçları oldukça çeşitlidir. İnternet ve sosyal medyanın temel olarak eğlence amaçlı kullanıldığı gibi bilgi edinme sürecinin alternatif bir kaynağı olarak da kullanılmaktadır. Ayrıca bireyler iletişim kurmak, dosya, resim vb. paylaşmak gibi birçok faaliyeti sosyal medya üzerinden yapabilmektedir. Sosyal medya kullanımının artması bazı olumsuz durumlara da neden olabilmektedir. Sosyal medya kullanımı kişilerin günlük sorumluluklarını ertelemesine ya da yerine getirmemesine yol açabilmektedir. Özellikle ergenlerin ders çalışmaları gereken süreyi sosyal medyada geçirmeleri

akademik başarılarını olumsuz etkileyebilir. Bu çalışma ile ergenlerin sosyal medya bağımlılığı ile akademik başarıları arasındaki ilişki tespit edilmeye çalışılmıştır.

Literatür incelendiğinde ergenlerin sosyal medya bağımlılığı ve akademik başarıyla ilişkisini inceleyen çalışmaya rastlanmamıştır. Sosyal medyanın eğitim-öğretim ortamında aktif olarak kullanıldığı ve kullanılması planlandığı göz önünde bulundurulursa ergenlerin sosyal medya bağımlılığı düzeyi ve sosyal medyanın akademik başarıya olumsuz etkisinin tespit etmeyi amaçlayan bu çalışmanın ilgili alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

PROBLEM CÜMLESİ

Araştırmada “Ergenlerin sosyal medya bağımlılığı ile akademik başarı düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?” sorusu problem cümlesi olarak belirlenmiştir.

Araştırmada şu alt problemlere yer verilmiştir:

1. Ergenlerin sosyal medya bağımlılık düzeyi nedir?
2. Ergenlerin akademik başarı düzeyi nedir?
3. Ergenlerin sosyal medya bağımlılığı düzeyi ve sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin alt boyutları cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılaşmakta mıdır?
4. Ergenlerin sosyal medya bağımlılığı düzeyi sınıf düzeyine göre anlamlı düzeyde farklılaşmakta mıdır?
5. Ergenlerin sosyal medya bağımlılığı düzeyi ve sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin alt boyutları okul türüne göre anlamlı düzeyde farklılaşmakta mıdır?
6. Ergenlerin akademik başarı düzeyi cinsiyete göre anlamlı düzeyde farklılaşmakta mıdır?
7. Ergenlerin akademik başarı düzeyi sınıf düzeyine göre anlamlı düzeyde farklılaşmakta mıdır?
8. Ergenlerin akademik başarı düzeyi okul türüne göre anlamlı düzeyde farklılaşmakta mıdır?
9. Ergenlerin sosyal medya bağımlılığı düzeyi ve akademik başarı düzeyi arasında anlamlı ilişki var mıdır?

ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu çalışmanın amacı; ergenlerin sosyal medya bağımlılığının akademik başarıları ile ilişkisini ve çeşitli değişkenler açısından incelemektir. Ergenlerin sosyal medya bağımlılıklarını ve akademik başarı düzeylerini belirleyebilmek amaçlanmıştır. Ergenlerin sosyal medya bağımlılığının akademik başarı ile ilişkisi açısından farklılaşma durumları tespit edilmeye çalışılacaktır.

Sosyal medya kullanımının ve sosyal medya bağımlılığı ergenlerin akademik başarıları üzerindeki etkisi belirlenmeye çalışılmıştır.

ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Bu çalışma aşağıda belirtilen bazı sınırlıklar çerçevesinde yürütülmüştür:

1. Bu araştırmanın örneklemini 2017 - 2018 eğitim-öğretim yılı içerisinde Afyonkarahisar ilinin Çay ilçesinde öğrenim görmekte olan lise öğrencileri oluşturmaktadır.
2. Çalışma, araştırmaya katılan öğrenciler ve ölçekte yer alan maddeler ile sınırlıdır.
3. Akademik başarı düzeyleri öğrencilerin beyanına dayanmaktadır.
4. Araştırmada elde edilen bilgiler öğrencilerin ölçeğe verdikleri cevaplarla sınırlıdır.

ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI

1. Araştırmaya katılan ergenler uygulanan ölçme aracını içtenlikle cevaplamışlardır.

TANIMLAR

Sosyal Medya: Sosyal medya, zaman ve mekân sınırlaması olmadan (mobil tabanlı), paylaşımın, tartışmanın esas olduğu bir insanî iletişim şeklidir. “Teknoloji, telekomünikasyon, sosyal iletişimin kelimeler, görseller, ses dosyaları yolu ile sağlandığı bir yapıya sahiptir” (Akıncı Vural, Z. B. ve Bat,M., 2010).

Sosyal Medya Bağımlılığı: Sosyal medya bağımlılığı, bilişsel, duyuşsal ve davranışsal süreçler ile gelişerek kişinin hayatındaki özel, iş/akademik, sosyal alan gibi günlük yaşamının pek çok alanında meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma gibi problemlere yol açan psikolojik bir sorundur (Tutgun Ünal, 2015, s.93).

Akademik Başarı : Akademik başarı, ergenlerin yılsonu not ortalamalarını ifade etmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ LİTERATÜR

1. KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1.İNTERNET

İnternet kelimesi İnternational ve Network kelimelerinin bir araya getirilmesiyle oluşturulmuştur ve kişilerin, kurumların kendi ürettikleri, edindikleri bilgileri paylaşabilecekleri ve her türlü bilgiye kolay ve hızlı bir şekilde ulaşabilecekleri bir araçtır. Başka bir tanıma göre internet, “milyonlarca insanın amaçlarına uygun olarak ve bilgisayarlar aracılığı hem iletişim kurabildiği hem de bilgi alışverişinde bulunabildiği bir sistemdir” (Odabaşı, Çoklar ve Kabakçı, 2007).

Yaşamımızın önemli kısmını etkileyen internetin temeli Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve Sovyet Rusya arasındaki rekabete dayanmaktadır. ABD Savunma Bakanlığı, bilim ve teknolojinin orduya en iyi şekilde uygulanması için bir proje başlatmış ve bir bilgisayar ağı tasarlamıştır. Devam eden çalışmalar sonucunda birçok ağ kurularak bilgisayar sistemleri oluşturulmuştur (Arısoy, 2009).

Kısa zamanda hızlı gelişme gösteren internete erişim olanakları artmıştır. Gelişen teknoloji ile birlikte tablet bilgisayar ve cep telefonu ile her an her yerde internete girmek olanaklıdır. İnternete erişimin kolaylaşması iletişim, eğitim, sosyal yaşam, ekonomi gibi birçok alanda değişikliğe neden olmuştur. İnsanlar farklı kültür ve coğrafyadan olan diğer insanlar ile rahatça iletişim kurabilmektedirler. Web 2.0 teknolojilerinin sağladığı dinamik yapı ile internet kullanıcıları içerik üretme sürecine dahil olabilmektedir (Filiz, Erol, Dönmez ve Kurt, 2014).

Web 2.0 teknolojisinin kullanılması sonucunda insanlar, web tasarımı ve kodlama bilgisi olmadan istediği fotoğrafları, videoları, anlatmak istedikleri teknik ya da sosyal içerikleri, ziyaret ettikleri siteleri çok sayıda insan ve toplulukla rahatlıkla paylaşabilmektedir (Alikılıç ve Onat, 2007, s.902).

1.2. SOSYAL MEDYA KAVRAMI

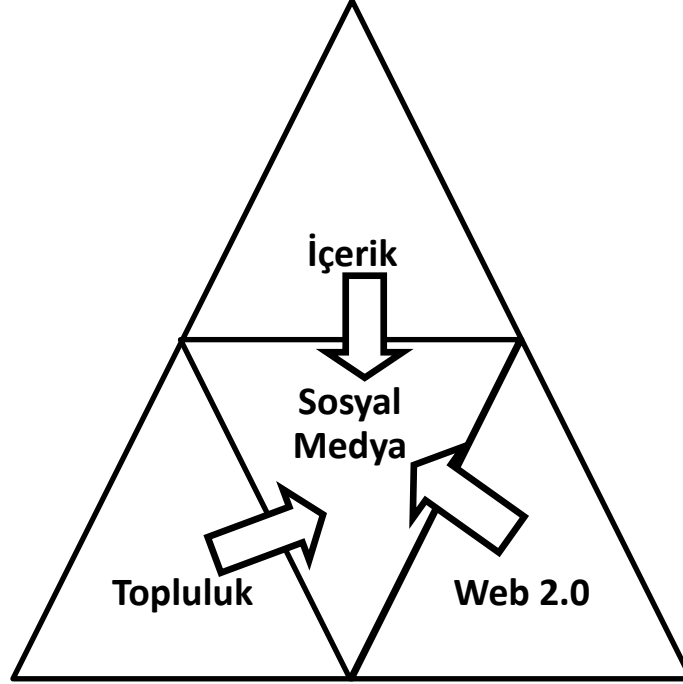
İnternetin dünya genelinde hızla yayılması ve Web 2.0 teknolojisinin geliştirilmesi ile birlikte sosyal medya kavramı ortaya çıkmıştır (Büyükaslan ve Kırık, 2016). Sosyal medya; bilgi, haber, içeriği paylaşma, keşfetme ve okuma alışkanlıklarının değişmesidir. Sosyal medya ile birlikte, teknoloji ile sosyolojinin iç içe geçerek, bir kişiden çok kişiye iletişim yerine çok kişiden çok kişiye olan iletişim yaygınlaşmıştır. Sosyal medya ile kullanıcılar kişisel veya gruplar içinde medya içeriği oluşturabilir ve karşılıklı paylaşım imkanı bulabilir (Polat, 2016).

Büyükaslan ve Kırık (2016) sosyal medyayı “kullanıcıların birbirleriyle bilgi, görüş ve ilgi alanlarını paylaşarak etkileşim kurmaları için olanak sağlayan online araçlar ve web sitelerini içermektedir. Sosyal medya, teknolojiyi, sosyal girişimciliği kelimeler, resimler, videolar ve ses dosyaları ile birleştiren şemsiye bir kavramdır” şeklinde tanımlamaktadır (s.47).

Sosyal medya içerisinde medya kelimesi olmasına rağmen geleneksel medya kavramından farklı özelliklere sahiptir. Geleneksel medyadan ayrılan en önemli özelliği, sosyal medyanın içeriğini herhangi bir kişinin oluşturabilmesi, yorumda bulunabilmesi ve sosyal medyaya katkı sağlayabilmesidir (Solmaz, Tekin, Herzem ve Demir, 2013). Sosyal medyada bireyler, ilgi duyduğu merak ettiği konular hakkında etkileşimde bulunabilmektedir. Sosyal medya kullanıcıları oluşturdukları resim, video, ses, yazı gibi içerikleri paylaşabilmektedir (Doğruluk, 2017).

Sosyal medya, internette var olabilmenin göstergelerinden biridir. Sosyal medyanın Youtube, Facebook, Twitter gibi platformlarda kullanıcılarına nerede, ne yaptıkları, duygu ve düşüncelerini paylaşabilmeleri imkanı sağlaması içeriklerin kullanıcılara özgü olması önemli bir avantajıdır (Büyüksener, 2009).

Şekil 1. Sosyal Medyanın Temel Kavramları



Kaynak: Kara, 2013,s.55.

Sosyal medya kavramı, web 2.0 alt yapısına dayanan etkileşimli uygulamaların genel adıdır. Kişiler sosyal medya ile diğer bireylerle tanışıp, iletişime geçebilir ve onlarla paylaşımlarda bulunabilir. Bu nedenle sosyal medya kavramı Şekil 1.'de yer alan kavramları kapsayan şemsiye niteliğindedir (Kara, 2013).

Sosyal ağlar, kişisel ve sosyal hayata kattığı değerlerin dışında ekonomik açıdan da çeşitli etkilere neden olabilmektedir. Kurumların sosyal ağları kullanarak şirket cirolarına yüksek değerlerde katkı sağladıkları, bu ağlar aracılığı ile sadece şahsi olarak değil kurumsal olarak da önemli yükselişin olduğu belirtilmektedir (Büyüksener, 2009).

1.2.1. Sosyal Medyanın Ortaya Çıkışı

W. Christensen ve R. Suess'in 1978 yılında arkadaşlarıyla iletişim kurmak için geliştirdikleri BBS adı verilen yazılım, sosyal medyanın başlangıcı olarak kabul edilmektedir. 1989 yılından sonra İsviçre'de arkadaş gruplarının bir araya toplanmasını sağlayan MIRC ve ICQ kullanılmaya başlandı. Web2.0 teknolojilerinin kullanılmaya başlanmasıyla birlikte 1995 yılında "Classmates.com" sitesi ve

1997 yılında kurulan “SixDegrees.com” sitesi oluşturulmuş ancak benzerleriyle rekabete giremeyip 2001 yılında kapanmıştır (Gürültü, 2016).

Boyd ve Ellison tarafından sosyal medyanın tarihçesi ile ilgili ilk kronolojik araştırma yapıldı. 1997 yılında google kurulurken, web sitesi sayısı 1 milyona ulaştı. Yüksek hızlı internet erişiminin yaygınlaşması ile birlikte 2003 yılında Myspace, 2004’te Youtube ve Facebook, 2006’ da Twitter kuruldu. 2009 yılında WhatsApp hizmete sunuldu. 2010 yılında sosyal ağlar üzerinde rekabetin arttı ve fotoğraf paylaşım ağı olan Instagramın, sosyal ağlara yeni boyut getirdi. 2012 yılında Pinterest kullanılmaya başlandı (Kara, 2013). 2015 yılında Periscope, twittera ait canlı yayın platformu olarak kuruldu ve yine aynı yıl içerisinde scorp video paylaşım odaklı bir sözlük denemesi olarak tanıtıldı (Feyzioğlu, 2016). Sosyal ağların artmasıyla birlikte ilerleyen günlerde sosyal hayatımızda önemli sosyal farklılıklar görülebilir.

Sosyal Medya Türleri: Sosyal medya siteleri, kullanıcıların kişisel profil oluşturmalarına, tanıdıklarını davet ederek grup olmalarına, oyun oynamalarına, üyelerin birbirlerine e-posta veya anlık ileti göndermelerine izin veren ağ tabanlı uygulamalardır. Genellikle sosyal ağ siteleri ücretsiz olarak kullanılabilir (Kara, 2013).

Blog: İngilizce “Web” ve “Log” kelimelerinin birleşmesi ile meydana gelen “Weblog” kavramı Türkçe’de “ağ günlüğü” olarak tanımlanmaktadır. Zamanla “Blog” olarak adlandırılan bu kavram, HTML bilgisi olmadan, dosya transferi işlemlerine ve özel bir yazılıma ihtiyaç duymadan web sayfası oluşturmayı ve düzenlemeyi sağlayan yazarlık sistemleridir (Alper, 2012).

Blogger: Türkiye’ de en çok kullanılan blog servsidir. Kullanıcılar istenilen her konuda istediğini yazabilir, blogunaadsense ile reklam alabilir ve para kazanabilir (Polat, 2016).

Wordpress: En çok kullanılan blog sitelerinden olan WordPress, 2003 yılında kurulan güçlü bir kişisel yayın platformudur ve kullanımı ücretsizdir. Açık kaynaklı bir yazılım olan WordPress sayesinde kullanıcılar kendi blog sitelerini oluşturabilir ve yönetebilirler. WordPress kullanıcılarına basitlik, esneklik, kolay yayınlama, araç

ekleme, kullanıcı yönetimi, medya yönetimi, kolay tema sistemi, arama motorlarına kayıt seçeneği, topluluk oluşturma gibi birçok özelliği bir arada sunmaktadır (Doğruluk, 2017).

Blogcu: Türkiye'nin ilk blog platformu olan Blogcu, okumayı ve yazmayı seven yüz binlerin tanıştığı, blogları yazıp okuduğu, düşündüklerini paylaştığı, her yaştan internet kullanıcısının yararlanabildiği ücretsiz bir sitedir. Blogcu, 2005 yılından beri kullanılabilir. Üye olunduktan birkaç dakika sonra blog yayına hazır olacaktır. Blogcu'nun hazır şablonlarını kullanarak, blogun görünümü istenildiği zaman değiştirilebilir. Bloga yazı, resim eklenebilir, yazılar yeniden formatlanabilir. Bloga eklenen yazılar herkese açılabilir (Kılıç, 2016).

Microblog: Blog kavramının bir sonraki adımı sayılabilen Microblog'un en önemli özelliği anlık ve kısa içerikler aracılığıyla başkalarıyla içerik paylaşılmasını sağlamaktır. Özellikle profesyoneller tarafından bilgi ve haber paylaşımı amaçlı kullanılan microbloglar, insanların anlık olarak yaptıklarını başkaları ile paylaşabilirler (Kara, 2013).

Twitter: Paylaşımların 140 karakter ile yayımlanabileceği, tarih sırası ile kayıt edilen bir microblog sitesidir. Anlık durum paylaşımları, o an yaşanan bir olay, duyurmak istenilen bir haber, bilgi verilmek istenen bir konu, düzenlenen bir kampanya, firmalar hakkındaki gelişmeler vb. kullanıcılar tarafından, izleyenlerine twitter üzerinden yayımlanabilir. En çok kullanılan microblog türü olan Twitter'in kullanımı oldukça yaygındır ve kullanıcı sayısı gün geçtikçe artmaktadır (Gürültü, 2016).

Tumblr: Kullanımı kolay, fonksiyonel ve dünya çapında oldukça popüler olan bir mikroblog türüdür. Tumblr üzerinden diğer bloglarda olduğu gibi kullanıcılar fotoğraf, ses, video, metin paylaşımı yapabilir. Tumblr üzerinden renkler, kullanılan temanın HTML kodları gibi birçok özellik, kullanıcı tarafından kişiselleştirilebilir (Tekin, 2016).

Wikiler: Wiki ismi Hawaii dilinde çabuk anlamına gelen WikiWiki kelimesinden türetilmiştir. Türkçe karşılığı alanyazında 'wiki'dir. Kullanıcıların herhangi bir konu hakkında bildiklerini ilgili başlık altına yazmalarını sağlayan

Wikiler, çeşitli konular hakkında bir bilgi havuzu oluşturulabilen sayfalardır (Kara, 2013).

Wikiler, diğer internet sayfalarından farklı olarak çoklu yazarlar tarafından güncellenebilmekte ve herhangi bir konu hakkında bilgi sunarken metin içerisindeki bağlantılarla, köprülerle farklı bilgilere kolayca ulaşılabilmektedir (Alper, 2012).

Wikipedia: Viki ile oluşturulmuş bir sözlük uygulamasıdır. Özgür Belgeleme Lisansı adı altında kullanıcıların yeni sayfa yaratmasına, sayfalarda düzenlemeler yapmasına ve bu sayfaları birbirine bağlamasına olanak sağlayan yazılımdır (Polat, 2016). Ücretsiz kullanım olanağı sağlayan ve en sık kullanılan Viki ortamı olan ansiklopedik arşiv özelliği taşıyan Wikipedia'nın birçok dil desteği bulunmaktadır. Wikipedia'nın kimlik doğrulamalarından uzak olması, her kullanıcının kolaylıkla kayıt yaptırabilmesi bu yazılımın güvenli olmadığını göstermektedir (Alper, 2012).

Sosyal İşaretleme: İnternet kullanıcılarının internette yer alan sayfa ve sitelerden beğendiklerini başkaları ile paylaşması sosyal işaretleme olarak adlandırılmaktadır. Sosyal işaretleme aracılığıyla çeşitli içerikler arasından insanların ilgisini çekebilecek videolar, yazılar ve resimler ön plana çıkarılabilmektedir. Bu siteler etiketler aracılığıyla kullanıcıların paylaştıkları linkleri ve içerikleri listelemektedir (Kılıç, 2016).

İçerik Paylaşım Siteleri: Sosyal paylaşım sitelerinin içerik ve medya paylaşımına imkan sağlayan web servisleri olan içerik paylaşım siteleri, dosyaları çeşitli kategoriler altında paylaşma olanağı sunar. Youtube, Swarm ve Flickr en yaygın kullanılan sosyal paylaşım siteleridir. Son yıllarda kullanım sıklığı artan Instagram ise fotoğraf paylaşım sitesidir (Kılıç, 2016).

Youtube: Youtube, 2005 yılında Chad Hurley, Steve Chen, San Mateo ve Jawed Karim adlı üç Amerikalı tarafından kurulmuş olan video barındırma ve paylaşım sitesidir. Kullanıcılar, youtube ortamında sitede var olan videoları izleyebildikleri gibi kendi video görüntülerini siteye yükleyebilmektedir. Youtube'da film, televizyon programları, kişisel videolar ve müzik videoları yer almaktadır. Ayrıca video paylaşan insanların birbirleriyle mesajlaştığı ve arkadaş olabildiği bir sosyal ağdır. İçerik paylaşım sitelerinin ilki ve en büyüğü Youtube'dur (Alper, 2012).

Youtube, kurulduktan sonraki iki yıl içerisinde online video siteleri arasında en çok takip edilen site olmuş ve 2006 yılında Google şirketine satılmıştır (Tiryaki, 2015).

Flickr: Fotoğraf ve video paylaşımına odaklanmış bir sosyal paylaşım ağıdır. Flickr ile kişilerin fotoğraf ve videoları dünyadaki diğer insanlarla paylaşılabilir ve kişiler fotoğraf havuzundaki fotoğraflara ulaşabilir. Bu paylaşım ağı ile kişiler, arkadaş edinilebilir, fotoğraf paylaşılabilir veya arkadaşlarının fotoğraflarına yorum yapılabilir. Flickr, fotoğraf temelli bir sosyal ağ olması ile diğer sosyal ağlardan farklılaşmaktadır (Alper, 2012). Kullanım için ücret ödeyen kullanıcılar sınırsız, ücret ödemeyenler ise 1 Terabayt boyutunda fotoğraf gönderebilir. Bu siteyi ücretsiz kullananların tüm hakları fotoğraf sahibinde kalabilir ya da Creative Commons lisansı ile yayımlanabilir (Kalender, 2016).

Instagram: 2010 yılı sonunda Kevin Systrom ve Mike Krieger adlı iki girişimcinin kurduğu bir fotoğraf paylaşım uygulamasıdır. Instagram ile fotoğraflara hızlı ve etkileyici filtrelerin uygulanabilmesi bu sosyal ağın oldukça dikkat çekici olmasını sağlamıştır. Bu filtreler sayesinde normal hayatta rastladığımız en basit nesnelere bile sanki bir sanatçının elinden çıkmış gibi fotoğraflanabilmektedir (Gürültü, 2016, s.25). Fotoğraf paylaşma ve düzenleme ücretsiz olarak yapılmaktadır (Polat, 2016). Instagram, Facebook ve Twitter gibi sosyal ağlarla entegredir ve Instagram aracılığı ile bu ağlar üzerinden de hızlı bir şekilde fotoğraf paylaşımı yapılabilir (Sönmez, 2013).

Swarm: Gidilen yeri paylaşma imkanı sağlayan Foursquare tarafından ortaya çıkarılan Swarm, 2014 yılında kullanılmaya başlanmıştır. Web tabanlı uygulaması bulunmadığı için android ve ios sistem akıllı telefon uygulamalarında kullanılabilir. Bu ağ, kullanıcıların anlık olarak buldukları yeri bildirmelerini ve bu kullanıcının arkadaşlarının ona olan uzaklıklarını öğrenmelerini sağlar (Kalender, 2016).

Podcast: Genellikle dizi şeklindeki dijital medya ürünlerinin internet üzerinden bildirim yoluyla taşınabilir cihazlara ve bilgisayarlara indirilmeye uygun olarak yayınlanıp indirilmiş dosyalara ‘podcast’ denir (Kılıç, 2016). Apple’ın dijital ses dosya oynatıcısı olarak çıkardığı i pod ile ortaya çıkmıştır. Bu servisler, ses ve video dosyalarının internet aracılığıyla paylaşılması için oluşturulmuş bir

teknolojidir. Podcast ile kullanıcılar bu siteye abone olabilir ve yüklenen dosyaları istedikleri zaman izleyebilir (Gürültü, 2016).

Sosyal Ağlar: İletişim ve bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeler insanların bilgiye erişimini ve kişiler arası iletişimini kolaylaştırmıştır. Web 2.0 araçlarının gelişmesiyle sosyal ağlar ortaya çıkmıştır (Tiryaki, 2015). Sosyal ağlar aracılığı ile kullanıcılar istedikleri bilgilere ulaşabilir, birbirleri ile tanışabilir ve iletişim ve etkileşimde bulunabilir. Ayrıca sosyal ağlar ile bilgiler hızlı bir şekilde istenilen her yere ulaştırılabilir (Sönmez, 2013). En çok kullanılan sosyal ağ olan Facebook ve bu ağa bir çok açıdan benzerlik gösteren Myspace hakkında bazı bilgilere yer verilecektir.

Facebook: İletişim, eğitim, eğlence gibi birçok alanda pek çok amaçla kullanılmaktadır (Alper, 2012). Sosyal medya araçlarından en çok kullanılan ağ Facebook'tur (Polat, 2016). 2004 yılında Harvard Üniversitesi öğrencisi Mark Zuckerberg tarafından kurulmuştur. İlk kurulduğunda üyelik sadece bu üniversite ile sınırlı tutulurken ilerleyen yıllarda bu koşul herkes için eşit duruma gelmiştir (Tekin, 2016).

Facebook kullanıcıları, kişisel profil oluşturabilirler, profillerinde eğitim durumu, yaş, cinsiyet ve ilgi alanlarına ait bilgilere yer verebilirler (Tiryaki, 2015). Facebook, insanlarla sanal iletişim kurmanın ötesine geçerek eski arkadaşlarınıza bakma ve çevirm içi/dışı sohbet etme, karşıdaki kişiye özel mesaj gönderebilme, arkadaşlık isteği gönderebilme ve arkadaşlarının duvarlarına istedikleri iletileri girme imkanı sağlamaktadır. Kullanıcılar, istedikleri fotoğrafı ve içeriği paylaşabilir, arkadaş oldukları kişilerin fotoğrafını beğenebilir ve bu fotoğraflara yorum yazabilir. Facebook, bünyesindeki oyunlar ile eğlenceli vakit geçirme olanağı sağlar. Ayrıca kullanıcılar profillerine ait gizlilik ayarlarını yapabilirler (Alper, 2012). Facebook'un etkinlikler eklentisi ile kullanıcılar birçok konuda organizasyon, toplantı düzenleyebilir, bu etkinliklere davet gönderebilir ve arkadaşları da katılıp katılmayacağına dair geri bildirimde bulunabilir. Facebook kullanıcıları sanatçı, film yıldızı, müzik grupları, yazarlar ya da eğlence üzerine kurulmuş sayfaları takip edebilir, bu sayfaların paylaştığı videoları izleyebilir ve onları paylaşabilir (Sönmez, 2013).

Facebook'a cep telefonu ya da taşınabilir cihazlar ile bağlanılabilir. Facebook, yaptığı güncellemeler ile dinamik, rekabetçi ve kullanıcı hale gelmektedir (Tiryaki, 2015).

Myspace: Sanal ortamda arkadaşlık kurulabilen, resimlerin, kişisel profillerin, müzik ve videoların, grupların kullanıcı denetiminde saklanabilen bir sosyal iletişim web sayfasıdır. Myspace kişilerden telif hakkını almadan, sanatçı adaylarına ücretsiz bir şekilde şarkılarını siteye yükleme ve büyük kitlelere sunma imkanı sağlar. Myspace, fotoğraf ve kişisel bilgi eklenebilen bedava reklam sitesi işlevi görür (Alper, 2012). 2003 yılında hizmete giren Myspace, yapı olarak Facebook'a benzemektedir. Ancak metin tabanlı ve multimedya tabanlı paylaşım yapabilme açısından diğer sosyal ağlardan ayrılır (Tiryaki, 2015).

Profesyonel Ağ Siteleri: *Linkedin*, Meslekler ve iş yaşamı ile ilgilenen önemli bir sosyal ağıdır. Bu sosyal paylaşım ağı iş arayanların, çalışanların ve iş dünyasındaki profesyonellerin kullanması amacı ile tasarlanmıştır. Bu ağ aracılığı ile iş dünyası ile ilgili haber, güncelleme ve iş ilanlarına erişilebilir (Uysal,2013). *Linkedin*, 200 ülke ve bölgede, 200 milyon üyesi ile dünya çapında en büyük profesyonel sosyal iletişim ağıdır. Bu sosyal ağın Türkiye'de 600.000 kullanıcısı bulunmaktadır (Tekin, 2016).

1.2.2. Sosyal Medyanın Kullanılma Sebepleri

Sosyal medyanın kullanımı sade ve basittir, bu ağ siteleri kullanıcıların kolaylıkla kullanabileceği biçimde geliştirilmiştir. Sosyal medya ağları, kişilerin çift yönlü iletişim kurmasını sağlar. Sosyal medya ile zaman ya da mekan fark etmeksizin kolaylıkla iletişim sağlanabilmektedir (Tekin, 2016). Sosyal medya ağlarının birçoğu bağlantısaldır yani; ilgili konu ve kişiler hakkında sitelere, kişilere, kaynaklara erişilebilecek linklere sosyal medya ağlarında yer verilir (Uysal, 2013).

Polat (2016, s.23)' a göre sosyal medyanın tercih edilme nedenleri şöyle sıralanmıştır:

- ✓ Etkileşime açıktır.
- ✓ Yaygın ve ucuzdur.
- ✓ Hızlıdır.

- ✓ Eğlencelidir.
- ✓ İnsanın egosunu tatmin eder.
- ✓ Merak duygusunu besler.
- ✓ Hedef kitleye ulaşmak kolaydır.

1.2.3.Sosyal Medyanın Etkileri

Sosyal medya ile kişiler, kendilerini rahat bir şekilde ifade edebilmektedir. Bireyler düşüncelerini, deneyimlerini, yaşadıklarını ve yorumlarını çok geniş kitlelerle paylaşabilirler. Bir yandan sosyal medya kullanıcıları bireyselleşirken, diğer yandan da toplumsallaşmaktadır. Sosyal medyadan önce iletişim genellikle yüz yüze ve belli şartlarda gerçekleşirken sosyal medya ile birlikte zaman ve mekan sınırı olmadan farklı yerde bulunan insanlar çok kolay bir şekilde iletişim kurarak toplumsallaşmaktadır (Tekin, 2016).

Sosyal medyanın çocuklar üzerinde birçok etkisi vardır. Çocukların sosyal medya sayesinde sosyal becerileri gelişir ve arkadaş grubuna dahil olarak aidiyet duyguları artar. Sosyal medya aracılığıyla çocuklar kendi kimliklerini ve karakterlerini tanırlar ve geliştirir. Çocuklar akranları ile düşüncelerini paylaşarak kendileri ile aynı fikirde olan kişilerden destek bulur. Kimliklerini açıklamadan sağlık vb. sorunları ile bilgiye kolaylıkla ulaşır ve diğer kişilerle görüşlerini tartışma imkanı bulur (Ulusoy ve Bostancı, 2014)

Sosyal medyanın olumlu etkilerinin yanında olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Günümüzde sosyal medyanın aşırı kullanılmasının bağımlılığa ve psikolojik bir rahatsızlığa neden olabileceği konusu araştırılmakta ve tartışılmaktadır. Sosyal medya araçları ile insanlar, yedikleri yemekleri, gittikleri yerleri, kimlerle olduklarını, memnun oldukları ve şikayet ettikleri durumları diğer insanlarla paylaşır hale gelmiştir. Paylaşılan video ve fotoğrafların, güncellenen durumların beğenilme ve onaylanma isteği kullanıcıların hayatında önemli yer tutmaktadır. Bu durum, sosyal medya kullanıcılarının psikolojisini olumsuz etkileyerek sosyal medya kullanmadıklarında agresiflik, depresiflik, insanlarla iletişim kurmama gibi tepkilere neden olmaktadır (Uysal, 2013). Sosyal medyada çocukların karşılaşabileceği olumsuz durumlara örnek olarak; paylaşmaması gereken kişisel ve mahrem bilgileri paylaşmak, siber zorbalığa maruz kalmak, yetersiz fiziksel aktivite, cinsel içerikli

paylaşımlar ve kötü niyetli kişilerin paylaşımlarına maruz kalmak sayılabilir (Ulusoy ve Bostancı, 2014). Çocuk ve ergenlerin fazla internet kullanımının gerçek hayattaki okul, arkadaş ve aile etkileşimini olumsuz etkilediği; gerçek hayattaki iletişimin yerini elektronik arkadaşlıklara bırakarak ilişki kurma ve ilişkiyi sürdürme becerilerini olumsuz etkilediği ifade edilmektedir (Yanık Düşünceli, 2016).

Sosyal medya ile kişiler mahrem olan birçok şeyi kamusal alanda yapabilmektedir. Kullanıcılar özel yaşam alanlarını oldukça sınırlandırabilmektedir. Kullanıcılar, kişisel bilgilerin korunması konusunda yeterli bilgiye sahip olmayabilirler. Bu durum kişisel bilgilerin gizliliği konusunu gündeme getirmektedir (Tiryaki, 2015). Kişinin bilgileri; tıbbi, finansal, eğitim ve vergi verilerinin korunamayarak yasa dışı yollarla sosyal medya sitelerinden ve online alışveriş işlemlerinden edinilmektedir. Kullanıcıların isimleri, adresleri, doğum tarihleri, banka hesap numaraları vb. birçok bilgisi çalıntı kimliklerle elde edilebilmektedir (Goodman, 2016).

1.2.4. Sosyal Medya Ekonomisi

Gelişen teknoloji ile birlikte ekonomik faaliyetler çeşitlenmektedir. Sosyal medya, ekonominin farklı açılardan gelişmesini sağlayarak yeni kazanç kaynakları ortaya çıkarmaktadır (Kalender, 2016). Sosyal medya, iletişim kurmak, paylaşımlarda bulunmak gibi işlevlerinin yanında pazarı bölümlenme, geniş kitlelere hitap edebilme, kendiliğinden oluşan veri tabanı ile doğru kişiye doğru mesajı iletebilme özelliği ile pazarlama faaliyetlerini çok düşük maliyetlerle yapabilme imkanı sağlamaktadır. Karşıdaki kişiye gönderilmek istenen mesajı özelleştirebildiği gibi müşteriden geri bildirim alınabilmesini kolaylaştırmaktadır (Dikbiyık, 2016). Girişimcilerin daha fazla insana hitap edebilecek ağ sistemli uygulamalar geliştirmesi, yeni nesil pazarlama stratejileri geliştirilmesi, sosyal medya ajanslarının artması ve şirketlerin bu alana yönelik departmanlar oluşturmaları dünya ekonomisinde yeni bir dönüşümün gerçekleştiğinin göstermektedir (Kara, 2013). İşletmeler, dijital pazarlama adı altında yürüttükleri çalışmalar ile müşterilerle karşılıklı iletişim kurabilmekte ve onların görüşlerini öğrenebilmektedirler. Ayrıca işletmeler, kendi markalarının değeri konusunda marka imajlarına olumlu yönde katkı sağlayabilmektedir (Çinkay, 2017).

Sosyal medyada içerik kullanıcılar tarafından oluşturulur, yani kullanıcılar aynı zamanda hem üretici hem de üreticidir. Kullanıcılar, üretimin karşılığında bu siteleri ücretsiz bir şekilde kullanabilmektedir (Uzgören ve Korkmaz, 2015).

Sosyal paylaşım siteleri, her gün milyonlarca kişi tarafından ziyaret edildiği için etkili bir reklam aracı olarak görülmektedir. Sosyal medya aracılığı ile tüketiciler, ürünlerle ilgili memnuniyetlerini, deneyimlerini paylaşabilir ve paylaşımlar hızlı bir şekilde diğer kullanıcılara ulaşabilir. Üreticiler, marka bilinci oluşturabilmek, pazar araştırması yapabilmek ve yeni müşteriler bulabilmek için sosyal ağları kullanmaktadır (Hacıfendioğlu, 2011). Özellikle bloglarda kişiler, belli bir alan ve konu üzerinde yazılar yazar, yorumlar yapar. Birden fazla kişi tarafından yönetilen, bir alana odaklanmış bloglar profesyonel bir şekilde yürütülmektedir (Dikbıyık, 2016).

1.2.5. Sosyal Medya Bağımlılığı

Bir davranışın sosyal medya bağımlılığı olarak tanımlanabilmesi için bazı bileşenlerle birlikte açıklanmalı ve bu bileşenlerin internet bağımlılığı modeli bağlamında geçerlilik kazanmalıdır.

‘Sosyal medya bağımlılığı, bilişsel, duyuşsal ve davranışsal süreçler ile gelişerek kişinin hayatındaki özel, iş/akademik, sosyal alan gibi günlük yaşamının pek çok alanında meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma gibi problemlere yol açan psikolojik bir sorundur’ (Tutgun-Ünal,2015,s.93).

Sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olduğu öngörülen bileşenler şöyle sıralanmaktadır (Şentürk, 2017) :

1-Belirginlik: Bir faaliyetin kişinin düşünce, davranış ve duygularına hakim olarak en önemli etkinliği haline gelmesidir. Kişiler, sosyal medya kullanmadıkları zamanlarda dahi sosyal medya ile geçirecekleri zamanı düşünmekten kendilerini alıkoyamamaktadır.

2- Duygu durum düzenleme: İnsanların sosyal medya kullanımlarının farklı zamanlarda farklı duygular uyandırarak öznel deneyimler oluşturmasıdır.

3- Tolerans: Sosyal medya kullanımının geçmişte yaşanan olumlu deneyimler neticesinde giderek artmasıdır.

4-Çekilme belirtileri: Kişinin sosyal ağlarda paylaşım yapamaması durumunda ortaya çıkan olumsuz duygulanım durumudur.

5-Çatışma: Bireyin sosyal ağlarla yoğun uğraşları sonucu kendisi ile (intrapsişik çatışma) ve çevresi ile (iş hayatı, akademik performans) yaşadığı sorunlardır.

6-Tekrarlama: Bireyin sosyal medya kullanımını sonlandırmak amacıyla kısa veya uzun süreli çaba göstermesine rağmen kullanıma yeniden başlamasıdır.

Sosyal medya bağımlılığı kavramı internet/bilgisayar bağımlılığı ile iç içedir. İnternet/bilgisayar bağımlılığı, olağan bağımlılık kriterlerine uygun olarak bilgisayarlarla ve sunduğu görüntülerle yoğun bir şekilde meşgul olma durumudur. İnternet ve bilgisayar bağımlılık yapma konusunda nadir ortam sağlarken; seks, oyunlar, kumar, suç, kimlik manipülasyonu ve madde suistimali gibi bu ortamdan iletilen mesajlar bağımlılığa yol açabilmektedir (Tarhan ve Nurmedov, 2011). Bireyler, internet ile erişebildikleri birçok şeyi sosyal medya ağları ile de yapabilmektedir. Sosyal medya bağımlılığı, internet bağımlılığı ile paralel olarak artmaktadır. Sosyal medya kullanımının artması bireyin hayattan kopmasına ve işlerini aksatmasına yol açmaktadır. Evlilik, iş hayatı, akademik performans, yüz yüze sosyal ilişkiler, yetersiz uyku ve eksik dinlenme gibi birçok konuda problemlere neden olmaktadır (Tutgun-Ünal, 2015).

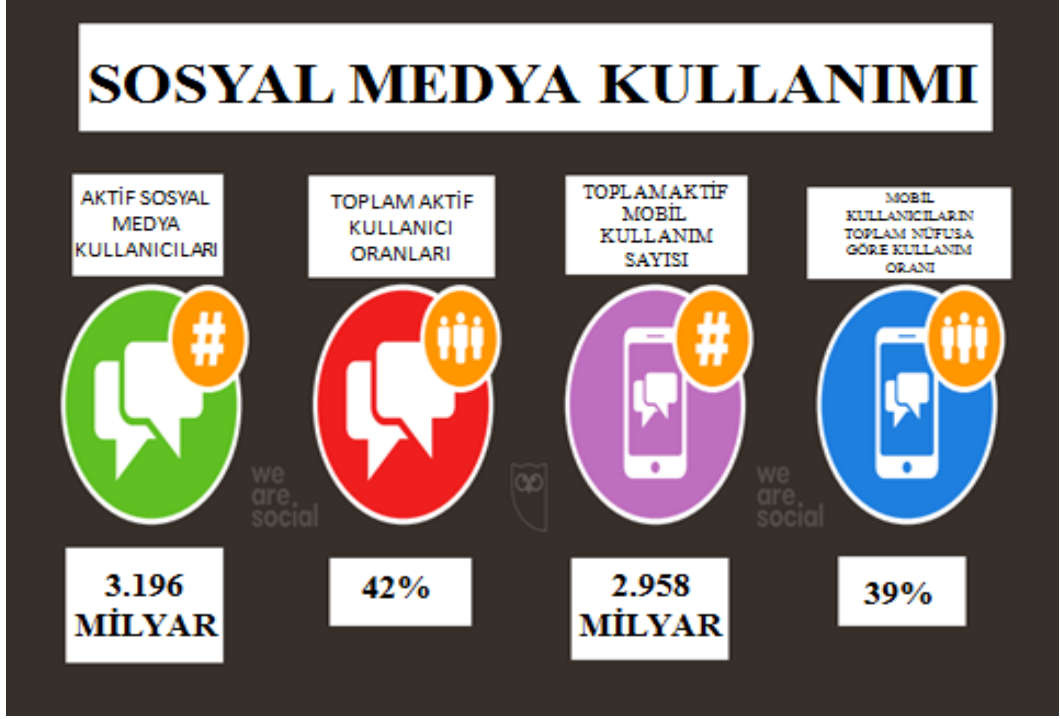
İnternet bağımlılığı tedavisinde sigara, alkol ya da madde bağımlılığından farklı olarak tedavi sürecinde bağımlılık yapan maddeden uzak durmak daha zordur. Çünkü günlük hayatta internet ve sosyal medya uygulamaları birçok işte kullanılmaktadır. Sosyal medyanın hayatla iç içe olması bağımlılıktan kurtulma sürecini zorlaştırmaktadır (Tutgun-Ünal, 2015).

1.2.6. Dünyada ve Ülkemizde Sosyal Medya Kullanımı Yaygınlığı

İnternet ve sosyal medya kullanımı dünyada ve ülkemizde her geçen gün artmaktadır. Ocak 2018 wearesocial.sg internet sitesinin verilerine göre Dünya'da ve Türkiye'de sosyal medya kullanım oranlarına ve sürelerine Şekil 2'de yer verilmiştir:

Ocak 2018 tarihi itibari ile Dünya genelinde yaklaşık 3.2 milyar insan, sosyal medyayı ayda en az bir kez kullanmış ve kullanıcıların %91'inden fazlası sosyal medyayı mobil cihazlarla çalıştırmıştır.

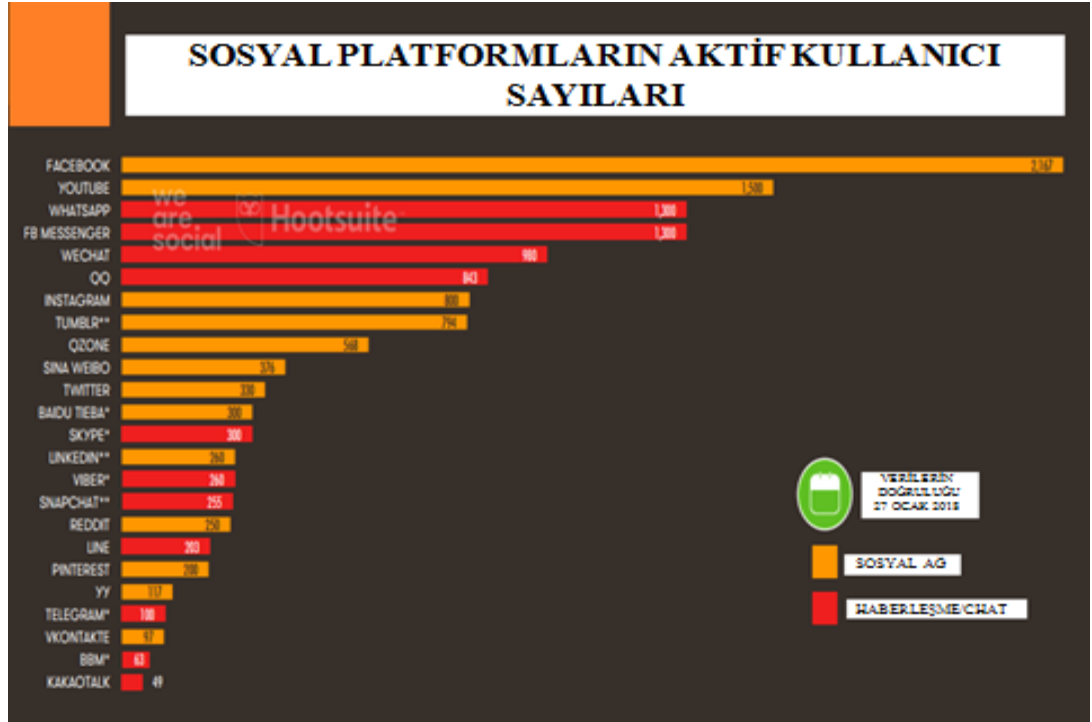
Şekil 2. 2018 Dünya Sosyal Medya İstatistikleri



Kaynak: <https://wearesocial.com/sg/blog/2018/01/global-digital-report-2018>.

Dünya üzerinde sosyal medya kullanıcılarının sayısı 2017 yılında 3.02 milyar iken 2018 yılı istatistiklerine bakıldığında 3.2 milyara ulaşmıştır. Dünya nüfusunun %42'si sosyal medyayı aktif olarak kullanmaktadır. Telefonla internete erişen 2.9 milyar sosyal medya kullanıcısı vardır. Sosyal medyayı telefonla kullanan aktif kullanıcı sayısı toplam nüfusun %39'unu oluşturmaktadır.

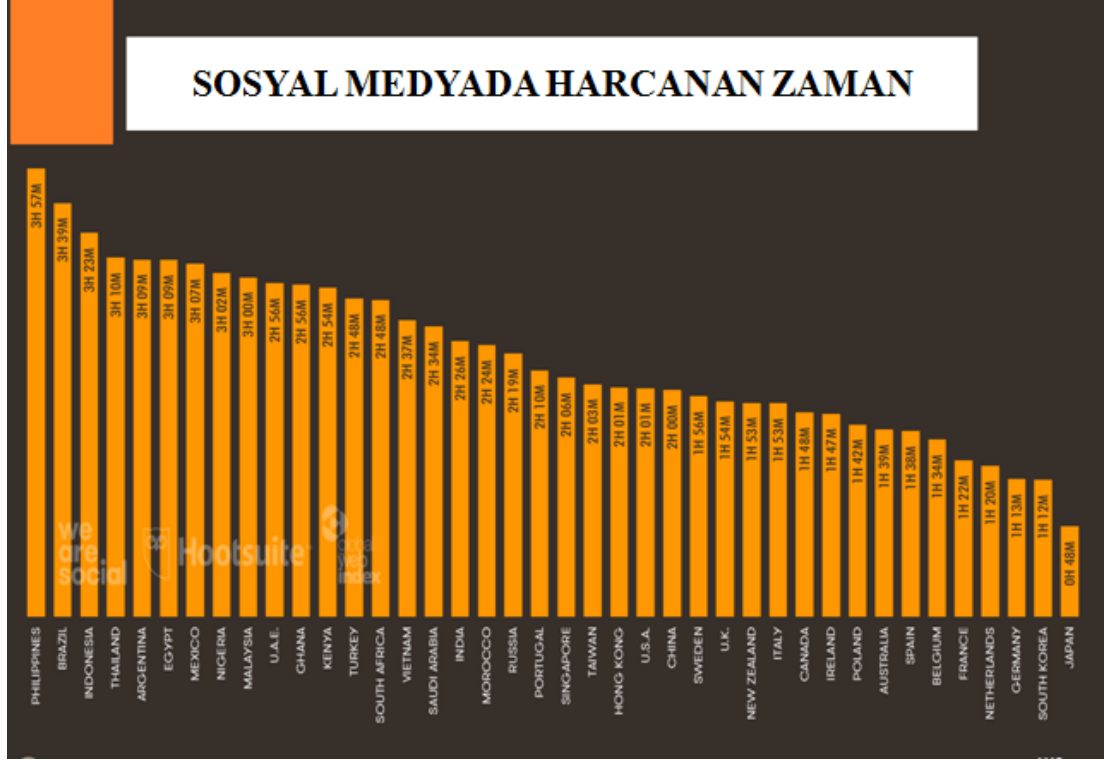
Şekil 3. 2018 Dünya’da En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları



Kaynak: <https://wearesocial.com/sg/blog/2018/01/global-digital-report-2018>.

Sosyal platformlar içinde, dünyada 2018 yılı sosyal medya kullanım istatistiklerine göre Facebook 2.1 milyar kullanıcı ile birinci sırada yer almaktadır. En çok kullanılan ikinci platform ise 1.5 milyar kullanıcısı ile Youtube, onu 1.3 milyar kullanıcı ile whatsapp takip etmektedir.

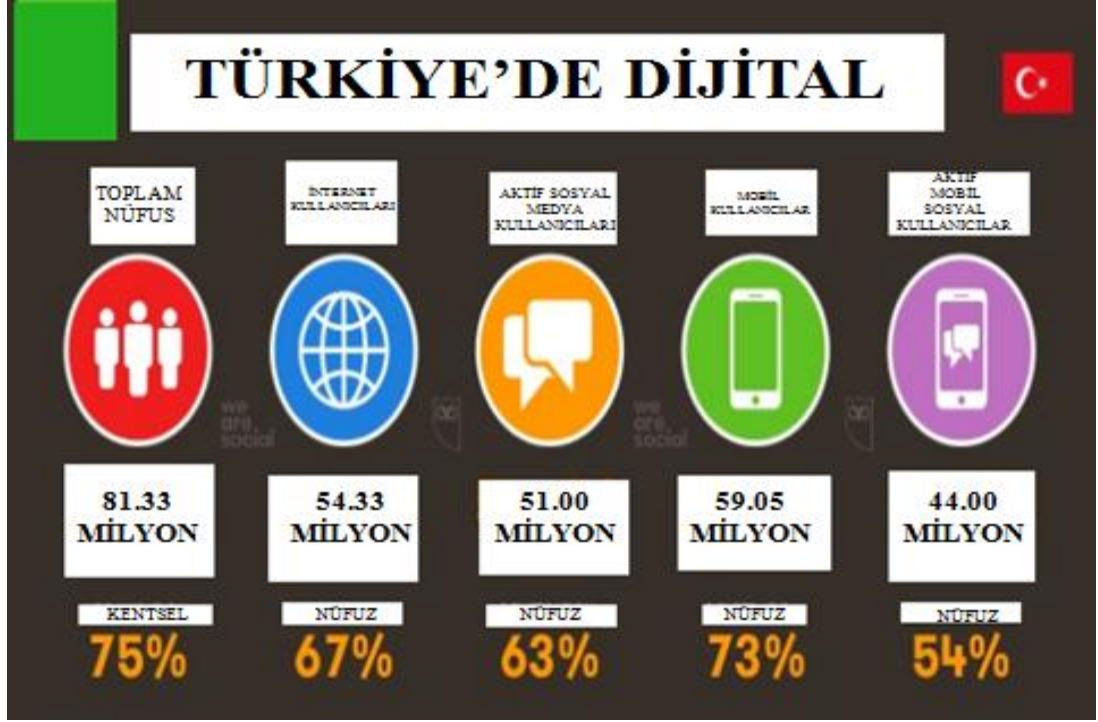
Şekil 4. Ocak 2018’de Ükelere Göre Sosyal Medyada Harcanan Zaman



Kaynak: <https://wearesocial.com/sg/blog/2018/01/global-digital-report-2018>.

Sosyal medya kullanıcılarının bütün sosyal ağlarda günlük harcadığı ortalama saat oranı incelendiğinde 3,57 saatle Filipinler’in ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Filipinler’i 3,39 saatle Brezilya ve 3,23 saatle Endonezya takip etmektedir. Sosyal medyada harcanan zamana bakıldığında Türkiye günlük 2.48 saatle 13. sırada yer almaktadır.

Şekil 5. 2018 Türkiye İnternet, Sosyal Medya ve Mobil Kullanıcı İstatistikleri

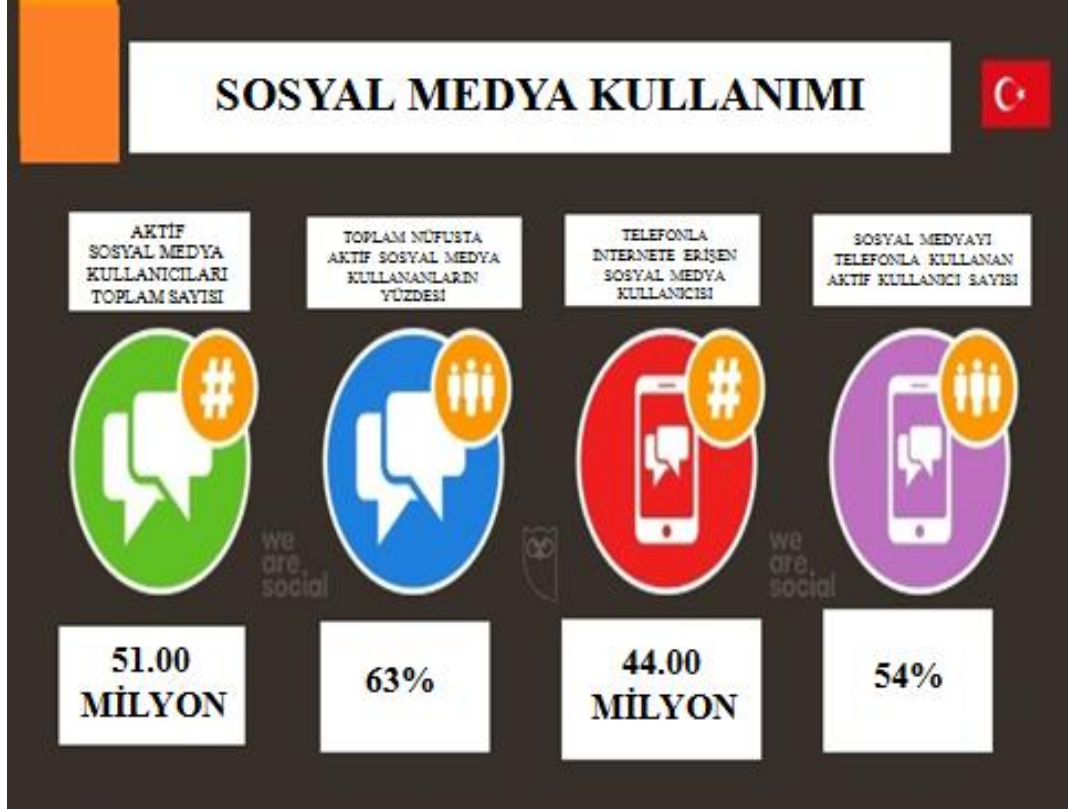


Kaynak: <https://wearesocial.com/sg/blog/2018/01/global-digital-report-2018>.

81 milyon nüfusa sahip ülkemizin internet ve sosyal medya kullanım oranları şöyledir:

- 54.3 milyon internet kullanıcısı ülke nüfusunun %67'sini,
- 51 milyon aktif sosyal medya kullanıcısı ülke nüfusunun %63'ünü,
- 44 milyon aktif mobil sosyal medya kullanıcısı ülke nüfusunun %54'ünü oluşturmaktadır.

Şekil 6. 2018 Türkiye’de Sosyal Medya Kullanımı İstatistikleri



Kaynak: <https://wearesocial.com/sg/blog/2018/01/global-digital-report-2018>.

Türkiye’de sosyal medyayı aktif olarak kullanan kişi sayısı 51 milyonu bulmuştur. Türkiye nüfusunun %63’ü sosyal medyayı aktif olarak kullanmaktadır. Telefonla internete erişen 44 milyon sosyal medya kullanıcısı vardır. Sosyal medyayı telefonla kullanan aktif kullanıcı sayısı toplam nüfusun %54’ünü oluşturmaktadır.

Şekil 7. Türkiye’de En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları



Kaynak: <https://wearesocial.com/sg/blog/2018/01/global-digital-report-2018>.

Ülkemizde %55 kullanım oranı ile en fazla aktif kullanılan sosyal medya platformu **Youtube'** dir. Onu hemen %53 ile **Facebook** ve %50 **Instagram** takip etmektedir. Tumblr ise en az tercih edilen sosyal medya platformudur.

Şekil 8. 2018 Türkiye’de Medyada Harcanan Zaman İstatistikleri



Kaynak: <https://wearesocial.com/sg/blog/2018/01/global-digital-report-2018>.

Ülkemizde insanlar medyada günlük **ortalama 7 saat** geçirmektedir. Bu sürede;

- Günde ortalama 2 saat 48 dk. **sosyal medyada**
- Günde ortalama 2 saat 44 dk. **televizyon** başında
- Ve son olarak günde ortalama 1 saat 22 dk. **müzik dinleyerek** vakit geçirmektedirler.

1.2.7. Sosyal Medya Araçlarının Eğitim Alanında Kullanılması

İnternet ve bilgisayarın günlük hayatımıza girmesi ile birlikte birçok işlem hızlı bir şekilde internette yapılabilmektedir. İnternet aracılığı ile haberleşmek, internet ile görüntülü konuşmak, para transferi yapmak, internet ortamında elektronik kaynaklara ulaşmak, internet ortamında online eğitimleri-konferansları takip etmek mümkün hale gelmiştir. Önceden bir öğrenci ödev yapmak ve bilgiye ulaşabilmek

için kütüphanelere gidip saatlerce kitaplar arasında araştırma yaparken, şu an kütüphanelerin e-kaynaklar hizmeti ya da e-kitaplar yardımıyla güncel bilgilere ulaşabilmekte ve ödevlerini rahatlıkla kısa sürede yapabilmektedir. İnternet ve sosyal medya yaşamın her alanında olduğu gibi, eğitim alanında da birçok kolaylık sağlamaktadır (Günlü, 2016). Sosyal medya araçları ile öğrenciler, okul temelli kitapları alıp vermek, grup ödevleri yapmak, birçok uygulama yapmak için kullanmaktadır. Bütün sosyal ağlar düşünüldüğünde eğitim amaçlı en çok kullanılan ağ Facebook'tur. Özellikle ülkemizde en çok kullanılan ağ olduğu ve her yaş grubundan insanın aktif kullandığı göz önünde bulundurulursa öğrencilere, eğitimcilere önemli katkı sağlayacaktır. Öğrenciler öğretmenlerini arkadaş olarak ekleyebilir, konularına ait grup oluşturarak veriler toplayabilir, tarih, edebiyat gibi derslerde kültürel rehberler hazırlayabilir. Oluşturulan gruplarda resim ve video paylaşımı, ilgili linklerin verilmesi, tartışma ortamları yaratılması vb. sağlanabilir. Twitter ile bilgi araması ve paylaşımı yapılabilir, günlük etkinliklerin takibi yapılabilir, kişi ve kurumların takibi, etkinliklerin izlenmesi ve raporlaştırılması sağlanabilir. Youtube ile öğrenci ve öğretmenler kanal sahibi olup bu kanal aracılığı ile videolar yayınlatabilir, kanallara abone olabilir, kişisel listeler oluşturabilir, videolara yapılan yorumlarla soru sorabilir ve birbirleri ile fikir alışverişinde bulunabilir. Flickr ile öğrenciler, birçok ders için resim edinebilir, resim paylaşabilir, sanal müze turu oluşturulabilir, kelimeler öğrenebilir, dijital öykü oluşturulabilir. Sosyal medya araçları ile öğrenciler kendilerini sosyal bir ağın parçası olarak görerek işbirliği içinde çalışır, fikirlerini rahatça ifade eder, bütün bunlar da öğrencinin özgüven gelişimini destekler (Alper, 2012).

1.3. AKADEMİK BAŞARI

Literatür incelendiğinde “başarı” kavramının “akademik başarı” kavramı ile iç içe olduğu görülmektedir. Bazı kaynaklarda başarı kelimesi akademik başarıyı kapsamaktadır. Başarı, okul ortamlarında belirli bir ders ya da akademik programlardan bireyin yararlanma düzeyinin bir ölçüsü ya da göstergesidir. Akademik bir programdaki derslerden öğrencinin aldığı notların ya da puanların ortalaması ise okul başarısı olarak adlandırılabilir (Güleç ve Alkış, 2003).

Demirtaş ve Çınar (2004) ise başarıyı güdülen amaca erişme, istenen çabaya ulaşma ve isteneni elde etmek olarak tanımlamışlardır. Eğitim açısından düşünüldüğünde başarı; program hedefleriyle tutarlı davranışlar bütünü ve genellikle okulda okutulan derslerde geliştirilen ve öğretmenler tarafından takdir edilen notlarla, test puanları ile veya her ikisi ile belirlenen beceriler ya da kazanılan bilgiler de “Akademik Başarı” kavramı olarak ifade edilmektedir.

Akademik başarı, öğrencinin aldığı eğitim-öğretim sonucunda duyuşsal ve psikomotor gelişimin yanında bütün program alanlarında meydana gelen davranış değişiklikleridir. Öğrencilerin istenen davranış değişikliği yalnızca bilişsel süreçlerinde yaşanmamalıdır (Erdoğan, 2006).

Kuh, Buckley, Bridges&Hayek (2006), öğrencilerin üniversite sürecinde aldıkları eğitimin üniversite sonrası iş bulma, terfi etme, mesleki yeterlilik gelişimlerini akademik başarının göstergesi olarak kabul etmektedir.

Okul ve eğitim faaliyetlerinin temel kavramını öğrenci başarısı oluşturmaktadır. Öğrencilerin derslerdeki kazanımları gerçekleştirmeleri öğrenci başarısı açısından önemlidir. Bu nedenle öğrencilerin aynı ortamda aynı koşullarda aldıkları eğitimin sonucunda akademik başarılarının farklılaşması eğitim araştırmacılarının üzerinde durduğu konulardan biridir (Arıcı, 2008).

Literatür incelendiğinde akademik başarıyı etkileyen etmenler oldukça çeşitlidir. Bu etmenler öğrencinin bireysel ilgi ve yeteneğinin yanında çevresel faktörlerden de kaynaklanmaktadır. Öğrenciden kaynaklanan etmenler olarak öğrencinin ilgisizliği, motivasyonu, ders çalışma alışkanlıkları, benlik algısı, televizyon seyretme alışkanlıkları, sınav kaygısı, bilgisayar ve telefon kullanımı, yaş, cinsiyet, zihinsel faktörler vb. sıralanabilir. Çevresel faktörler ise genel çevre özellikleri, ailenin nitelikleri (gelir durumu, eğitime ilgisizliği, ebeveyn eğitim düzeyi, sosyo ekonomik özellikler...), okul ve eğitim koşullarının niteliği (öğretmen tutum ve davranışları, dersin ve eğitim araçlarının niceliği-niteliği, okul yöneticisinin liderliği...) ve çocuğun içinde bulunduğu akran grubunun normları-değerleri ve benzerleridir (Şevik, 2014).

Ülkemizde sınav sisteminin gereği olarak akademik başarı, çocukların geleceğinin belirlenmesinde önemli rol oynamaktadır. Akademik başarıyı olumsuz etkileyebilecek etkenlerin en aza indirgenmesi gerekmektedir. Sosyal medya bağımlılığı ile akademik başarı arasındaki ilişki incelenerek, başarının olumsuz etkilenmesi konusunda gerekli tedbirler alınabilir.

1.4. KONU İLE İLGİLİ YAPILAN ARAŞTIRMALAR

Sosyal medyanın popülerliğinin artması, bu ağlara ‘bağımlı’ hale gelerek bireylerin gerçek hayattan soyutlanmaya başlaması, sosyal hayatlarında olumsuz gelişmelere neden olması araştırmacıların ilgisini çekmiş ve bu kavram literatürde daha fazla yer edinmeye başlamıştır. Bu bölümde sosyal medya bağımlılığı ve akademik başarı ile ilgili alan yazında yapılmış araştırmaların sonuçlarına yer verilmiştir.

1.4.1. Yurt İçinde Yapılan Araştırmalar

Esen (2010) tarafından İzmir’de öğrenim görmekte olan 700 lise öğrencisi ile gerçekleştirilen çalışmada; ergenlerde internet bağımlılığını yordayan psiko-sosyal değişkenler incelenmiştir. Araştırmanın değişkenleri algılanan sosyal destek, yalnızlık, karşı cinsle romantik ilişki durumu, yaşam doyumu, cinsiyet, algılanan akademik başarı ve sosyoekonomik düzey olarak belirlenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre algılanan akademik başarının, ergenlerde internet bağımlılığını yordadığı belirlenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre algılanan akademik başarısı yüksek olan öğrencilerin internet bağımlılığı düzeyleri, algılanan akademik başarısı düşük olan öğrencilerin internet bağımlılığı düzeyleri anlamlı derecede düşük olduğu tespit edilmiştir.

Tutgun Ünal ve Köroğlu (2013) ise 428 öğretmen adayıyla yaptıkları çalışmada, öğrencilerin %31.8’inin 3-5 yıldır sosyal paylaşım sitelerini kullandığı ve daha az zamandır kullananlara göre sosyal medyada daha fazla zaman geçirdikleri görülmüştür. Meşguliyet ve duygu durum düzenleme alt ölçek puanlarına göre sosyal medyanın kullanım yılı açısından farklılaştığı görülmüş ve uzun zamandır kullananların daha bağımlı olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca öğrencilerin sosyal medya

ile daha fazla meşgul olduğu ve sosyal medyadan duygusal destek aldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Odacı ve Berber Çelik (2011), üniversite öğrencilerinin problemleri internet kullanımı ile akademik öz-yeterlilik, akademik erteleme davranışı arasındaki ilişki incelemek amacıyla 661 üniversite öğrencisi ile araştırma yapmıştır. Araştırma sonuçlarına göre problemleri internet kullanımı ile akademik öz-yeterlilik arasında negatif bir ilişki bulunurken, problemleri internet kullanımı ve akademik erteleme davranışı arasında herhangi bir ilişki bulunmamıştır. Ayrıca problemleri internet kullanımının bilgisayar kullanma sıklığına ve bilgisayar sahibi olup olmama durumuna göre farklılık göstermezken, öğrenim görülen fakülteye ve cinsiyet değişkenine göre farklılık gösterdiği ifade edilmiştir.

Akdemir (2013), ilköğretim öğrencilerinin Facebook tutumları ile akademik ertelemeleri ve akademik başarıları arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla 478 ilköğretim öğrencisi ile çalışma yapmıştır. Bu çalışmada ilköğretim öğrencilerinin Facebook tutumları ile akademik erteleme davranışı ve akademik performansları arasındaki ilişki incelenmiş ve araştırma sonucunda, Facebook tutumu ile akademik erteleme davranışı arasında pozitif yönde anlamlı ilişki, akademik ortalama puanı ile akademik erteleme davranışı toplam puanı arasında negatif yönde bir ilişki bulunmuştur. Araştırmada ayrıca öğrencilerin akademik erteleme davranışı eğilimleri kendine ait odaya sahip olma, anne eğitim durumu, baba eğitim durumu, okul, interneti kullanım geçmişi ve günlük internet kullanım süresi, Facebook'ta günlük harcanan zaman açısından anlamlı düzeyde farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Akademik erteleme davranışı eğilimi ile kendine ait bilgisayara sahip olma, sınıf seviyesi, Facebook kullanım sıklığı, cinsiyet, Facebook arkadaş sayısı değişkenleri arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır.

Çetinkaya (2013), İzmir'de öğrenim gören 476 ilköğretim öğrencisi ile yaptığı çalışmada, ilköğretim öğrencilerinin internet bağımlılığını incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre ilköğretim öğrencilerinin internet bağımlılığı puan ortalamaları sınıf düzeyi, algılanan akademik başarıları, cinsiyet, ailelerinin ekonomik düzeyleri ve evlerinde internet bağlantısı olup olmaması arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Öğrenciler internet kullanım amaçlarını şöyle

sıralamışlardır: 418'i ödev hazırlamak, 300'ü oyun oynamak, 285'i film seyretmek ve eğlenmek, 268'i bilgi edinmek, 240'ı sohbet (chat) etmek, 209'u boş zamanlarını değerlendirmek. Araştırma sonuçlarına göre erkek öğrencilerin İnternet Bağımlılığı Ölçeği'nden aldığı puanların daha fazla olduğu görülmüştür. Ayrıca öğrencilerin algıladıkları akademik başarıları ile internet bağımlılığı ölçeğinden aldıkları puanlar arasında negatif yönde bir ilişki tespit edilmiştir. Yani internet bağımlılığı algılanan akademik başarıyı olumsuz etkilemektedir.

Tanrıverdi ve Sağır (2014) lise öğrencilerinin sosyal ağ kullanım amaçlarının ve sosyal ağları benimseme düzeylerinin öğrenci başarısı üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla araştırma yapmıştır. İstanbul'da öğrenim gören 1167 lise öğrencisi ile gerçekleştirilen araştırmanın sonuçlarına göre yılsonu not ortalaması yüksek olan öğrencilerin, sosyal medyada daha az zaman geçiren öğrenciler olduğu görülmüştür. Ayrıca erkek öğrencilerin sosyal medyayı daha fazla benimsediği ve bunun sonucunda daha az başarılı olduğu belirlenmiştir.

Vural ve Bat (2010) tarafından Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerine yönelik sosyal medyanın kullanım alışkanlıkları hakkında araştırma yapılmıştır. Araştırma verileri anket yoluyla elde edilmiştir. Bu çalışmaya göre öğrencilerinin çoğunluğu interneti hemen hemen her gün kullanmakta ve zamanının büyük bir kısmını sosyal ağlarda geçirmektedir. Öğrencilerin %70'i sosyal medyada paylaşılan içeriklere yorum yazdıklarını belirtmişlerdir.

Gürcan (2010), Konya'da 710 ortaöğrenim öğrencisi ile yaptığı çalışmada ergenlerin problemlili internet kullanımları ile uyumları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Ergenlerin problemlili internet kullanımları (internetin olumsuz sonuçları, sosyal fayda/sosyal rahatlık, aşırı kullanım) ile uyum puanları (anti sosyal davranış, öfke kontrol problemi, duygusal sıkıntılar, olumlu benlik) arasında anlamlı düzeyde ilişki bulunmuştur. Araştırma sonuçlarına göre erkek öğrencilerin kız öğrencilerine göre problemlili internet kullanım oranları yüksektir. Öğrencilerin sınıf düzeyleri ve okul türlerine göre ergenlerin problemlili internet kullanım oranlarına bakıldığında anlamlı farkın olmadığı görülmüştür. Taçyıldız (2010)'ın ergenlerle yaptığı araştırmasında ise kızların erkeklere (internet bağımlısı olan kız % 22.2; erkek % 77.8) göre daha düşük oranda internet bağımlısı oldukları görülmüştür. Akademik

not ortalaması ile internet bağımlılığı arasındaki ilişki incelendiğinde ise akademik ortalaması yüksek olan bireylerin internet bağımlılık düzeyi düşüktür. Ayrıca internet bağımlısı olan lise öğrencilerinin aileleriyle ve arkadaşlarıyla ilgili algıladıkları sosyal destek düzeyi de düşüktür.

Bayhan (2011)'ın lise öğrencilerinde internet kullanma alışkanlığı ve internet bağımlılığı üzerine yaptığı çalışmada, örneklemin internet kullanım oranlarına bakıldığında % 62'sinin bir saat; % 23'ünün iki saat; % 8'inin üç saat; % 8'inin dört saat ve üzeri internet kullandığı, cinsiyete göre ise erkeklerin interneti kullanma oranı ve dolayısıyla internet bağımlılık oranı kızlara göre daha fazla olduğu belirlenmiştir. Örneklemin % 51'inin chat, msn, facebook için, % 36'sının ödev ve araştırma için kullandığı sonucu elde edilmiştir. Örneklemin % 18'inin kendini internet bağımlısı olarak gördüğü belirlenmiştir. Öğrencilerin ekonomik gelir düzeyi yükseldikçe bilgisayar ve evde internet bağlantısı artmakta ve bunun sonucunda da internet kullanma oranı artmaktadır. Bu çalışmada öğrencilerin derslerdeki başarı oranı düşüktükçe kendilerini bağımlı olarak adlandıranların oranının arttığı gözlenmiştir.

Derin (2013)'in lise öğrencileriyle yaptığı çalışmada ise erkeklerin kızlara göre daha yüksek düzeyde internet bağımlısı olduğu; akademik başarısı düşük olanların internet bağımlısı olma olasılıklarının akademik başarısı yüksek olanlara göre daha fazla olduğu sonucu elde edilmiştir. Sınıf ve okul türünün ise internet bağımlılığı üzerinde bir etkisi olmadığı belirlenmiştir. İnternete genellikle evden ve telefondan bağlanan, interneti daha çok oyun ve sosyal medya amacıyla kullanan, internete altı saat ve daha fazla süre bağlanan öğrencilerin internet bağımlılığı puanlarının anlamlı derecede diğerlerine göre yüksek olduğu sonucu elde edilmiştir. Öznel iyi oluş açısından sonuçlara bakıldığında ilişkide doyum ve olumlu duygular arttıkça internet bağımlılığı düzeylerinde azalma olduğu, yaşam doyumunu arttıkça internet bağımlılık olasılığının ise arttığı belirtilmiştir. Aile ilişkilerinde doyumun ise internet bağımlılığı üzerinde önemli bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Yıldız (2016), pansiyonlu ve pansiyonsuz anadolu liselerinde okuyan öğrencilerin sosyal medya kullanımlarının ders başarıları üzerine etkisi incelemek amacıyla Gaziantep ilinde 129 ortaöğrenim öğrencisi ile araştırma yapmıştır. Elde edilen sonuçlara göre öğrencilerin sosyal medyayı büyük oranda kullandığını ve bir

alışkanlık haline getirdiklerini gösterdiği, fakat araştırma sonucunda sosyal medya kullanımlarının ders başarılarına etkisi incelediğinde pansiyonlu ya da pansiyonsuz olma arasında anlamlı farkının olmadığı tespit edilmiştir.

Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçları ve sosyal medya kullanımlarına ilişkin tutumlarını incelediği çalışmada Tuğlu (2017), ortaokul öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçlarını belirlemek ve sosyal medyaya ilişkin tutumlarının çeşitli değişkenler göz önünde bulundurularak anlamlı farklılık olup olmadığını belirlemeyi amaçlamıştır. Araştırma 500 ortaokul öğrencisi ile yapılmıştır. Araştırmaya göre öğrencilerin sosyal medya kullanım tutumları yaş, sınıf düzeyi, cinsiyet ve okul türü değişkenlerine göre anlamlı farklılık olduğu ve sosyal medyayı kullanım amacının en çok arkadaşlarıyla iletişim kurmak olduğu sonucuna ulaşmıştır. Erkek öğrenciler kız öğrencilere göre çeşitli amaçlar doğrultusunda daha fazla zaman harcamakta olduğu, 5. ve 6.sınıf öğrencilerin sosyal medya kullanım sıklıkları 8. sınıf öğrencilerine göre daha yüksek olduğu ve başarısı yüksek okullarda öğrencilerin internet kullanım sıklıklarının başarısı düşük okullarda öğrenim gören öğrencilere göre daha az olduğu tespit edilmiştir.

Bedir (2016), sosyal medya kullanımının üniversite öğrencilerinin akademik başarılarına ve tutumlarına etkisini incelemiştir. Araştırma sonucunda, öğrencilerin sosyal medyayı sıklıkla gündemi takip etmek ve arkadaşlarıyla iletişim kurmak için kullandıkları belirlenmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin en sık kullandıkları sosyal medya uygulamasının “Facebook” olduğunu görülmüştür. Bu çalışmaya göre; öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının sınıf düzeyi, okul türü, sosyal medya uygulamalarına üye olup olmama durumu, sosyal medyayı kullanma süresi, sosyal medyayı kullanma sıklığına göre anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca öğrencilerin sosyal medya kullanım süresi akademik başarılarını olumsuz yönde etkilemektedir.

1.4.2. Yurt Dışında Yapılan Araştırmalar

Pew İnternet tarafından 3-10 Ocak 2018 tarihlerinde yapılan, 18 yaş ve üzeri, ABD’ de yaşayan 2.002 yetişkin ile görüşme yöntemi kullanılarak araştırma yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre ABD yetişkinlerinin üçte ikisi (% 68) Facebook kullanıcısı olduklarını bildirmekte ve bu kullanıcıların yaklaşık dörtte üçü

Facebook'a her gün erişmektedir. Ancak sosyal medya kullanımı Facebook dışındaki platformlarda da aktif kullanılmaktadır. Video paylaşım sitesi olan YouTube, ABD yetişkinlerinin yaklaşık dörtte üçü ve 18-24 yaş arasındakilerin% 94'ü tarafından kullanılmaktadır. 18 - 29 yaş arasındakilerin% 88'i herhangi bir sosyal medya kullandığını belirtmekte, bu oran 30 ila 49 yaşları arasında% 78'e, 50 ila 64 yaşları arasında% 64'e, 65 yaş ve üstü Amerikalılar için% 37'ye düşmektedir. Ayrıca genç yetişkin nüfus içinde çeşitli sosyal medya platformlarının kullanımında belirgin farklılıklar görüldüğü, 18 - 24 yaş arası Amerikalıların, 20'li yaşların ortalarına kıyasla, Snapchat, Instagram ve Twitter gibi platformları kullanma olasılıkları oldukça fazla olduğu belirtilmektedir (www.pewinternet.org, 2018).

Tsai ve Lin (2003), Tayvanlı ergenlerin internet bağımlılığı ile ilgili bir dizi araştırmanın devamı olan çalışmalarından 700 lise öğrencisi arasından bir dizi anket analiziyle tespit ettikleri Tayvanlı 10 internet bağımlısı ergen ile derinlemesine görüşmeler yapmışlardır. Bu görüşmeler sonucunda internet bağımlılığı belirtileri olan zorunlu kullanım ve geri çekilme, hoşgörü ve okul, sağlık, aile, finans, ilgili gibi problemlerin hemen hemen tamamını sergiledikleri belirlenmiştir. Çalışmaya katılan ergenlerin büyük çoğunluğu internet üzerindeki mesajların, kendileri için birincil bilgi kaynağını oluşturduğunu söylemiştir. Ergenler internet bağımlılıklarının nedeni olarak, internet üzerinden gerçekleştirdikleri aktiviteler ve mesajlar olduğunu belirtmiştir. Ayrıca, ergenler internet dünyasını depresyonlarını açığa çıkarıp stres atabilecekleri platform olarak gördüklerini ve internet bağımlılığı ile başa çıkma yöntemini bilmediklerini ifade etmiştir.

Mythily ve arkadaşları (2008) Singapur'da 2735 ergen ile yaptıkları çalışmada, aşırı internet kullanımının yaygınlığını ve çeşitli değişkenlerle olan ilişkisini araştırmıştır. Günlük 5 saatten fazla internet kullanımı araştırmacılar tarafından aşırı internet kullanımı olarak tanımlanmıştır. Araştırmaya katılanların % 25'i her gün internete girmediğini, % 17.1'i her gün 5 saatten fazla internet kullandığını belirtmiştir. Erkek öğrencilerin kızlara oranla iki kat daha fazla internet kullandıkları ve aşırı internet kullanıcılarının kendilerine güvenilmediklerini düşündükleri belirtilmektedir. İnterneti aşırı kullanan gençler internet kullanımının ders notlarında ve okul performanslarında düşüşe sebep olduğunu söylemiştir. Folaranmi (2013), Nijerya'da üniversite öğrencilerinin Facebook kullanım

özelliklerini incelemiştir. Araştırmada öğrencilerin Facebook hesaplarını kontrol etme sıklıkları sorgulanmıştır. Buna göre, 994 öğrencinin katıldığı araştırmada öğrencilerin %31'i "saat içinde", %22,3'ü "iki saat arayla", %22'si ise "hergün" Facebook hesaplarına eriştiği ortaya çıkmıştır. Sosyal medya hesaplarının günde 4 defa kontrol edilmesinin sosyal medyanın aşırı kullanımı ve bağımlılığın göstergesi olduğu belirtilmiş ve buna göre araştırmaya katılan öğrencilerin yaklaşık yarısının bu eğilimde olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Wei ve Wang (2011), Çin'deki kolej öğrencilerinin sosyal medya kullanım özelliklerini araştırmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, erkek öğrenciler, kadınlara göre sosyal medyayı daha yoğun olarak sosyalleşmek için kullanmaktadır. Yine araştırma sonuçlarına göre sosyal medya popülerlik açısından oyunların yerini almıştır.

Kirschner ve Karpinski (2010), Facebook kullanımı ile akademik başarı arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. 219 üniversite öğrencisinin katıldığı araştırmaya göre Facebook kullanan öğrencilerin notlarının ortalamasının altında olduğu görülmüş ve bu öğrencilerin sosyal medya kullanmayan öğrencilere göre ders çalışmak için daha az vakit ayırdıkları belirlenmiştir. Facebook kullananların %26'sı, bu durumun yaşamlarını etkilediğini, %74'ü dersleri ihmal etme, dikkatin dağılması ve zayıf zaman yönetimi gibi adlandırmalarla olumsuz etkileri ifade etmişlerdir. Roblyer, McDaniel ve diğerleri (2010) ise 120 öğrenci ve 62 öğretmen ile yaptıkları çalışmalarında, ortaöğretim düzeyinde öğretmenlerin ve öğrencilerin eğitim alanında facebook kullanımları hakkında görüşlerini incelemiştir. Elde edilen verilere göre öğrencilerin %62,5'i Facebook'un eğitim alanında uygulanabilirliği görüşünü savunurken, öğretmenlerin %75'ine göre Facebook bireyin özel alanıdır ve eğitim için kullanılması uygun bulunmamıştır.

Wolniczak ve diğerlerinin (2013) yaptığı çalışmada, Peru'lu üniversite öğrencilerinin Facebook bağımlılığı ile kalitesiz uyku arasındaki ilişkiyi değerlendirilmiştir. Facebook bağımlılığı ile düşük uyku kalitesi arasında anlamlı ilişki bulunmuştur. Araştırmaya katılan öğrencilerin yarısından fazlası (% 55,0) kalitesiz uykuya sahip olduğunu belirtmişlerdir. Araştırma sonucuna göre, az veya kalitesiz uyku gençlerin akademik başarılarını olumsuz etkilemektedir. Dolayısıyla,

sosyal medya bağımlılığı olan gençlerin akademik performans, uyku kalitesi gibi birçok özellikleri birlikte değerlendirilmelidir.

Ellison vd. (2007) tarafından yapılan çalışmada Facebook'a üye olan ve olmayan 286 öğrenciye anket uygulanmıştır. Öğrencilerin yaş, cinsiyet, etnik kimlik, gelir durumu, internet kullanım sıklığı gibi bilgilerini ve internet kullanım amaçları belirlemek amaçlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre Facebook'a üyesi olan öğrenciler ile olmayanlar arasında demografik açıdan bir farklılık olmadığı görülmüştür. Bu duruma nedenleri arasında Facebook'un belirli sosyal grupları dışlamaması ve geniş bir çekiciliğe sahip olması neden olabilir.

Subrahmanyam vd.'nin (2008) 18-29 yaşları arasındaki 110 üniversite öğrencisiyle yapmış olduğu çalışmada öğrencilerin %78'inin sosyal ağ sitelerini kullandığı ve kullanıcıların %25'inin sosyal medya sitelerini aynı gün içerisinde birçok kez ziyaret ettiği görülmüştür. Yine katılımcıların %36'sının yarım saat veya daha az, %18'inin bir saat ve %10'unun günde 2 veya 3 saatten daha fazla sosyal medyada zaman geçirdiği tespit edilmiştir. Ayrıca öğrenciler, çevrimiçi aktivite olarak sosyal ağ sitelerinde dolaştıklarını, anlık mesajlaştıklarını ve görüntülü konuştuklarını belirtmişlerdir.

Lenhart, Purcell, Smith ve Zickuhr'un (2010), gençler ve genç yetişkinlerde sosyal medya ve mobil internet kullanımı adlı çalışmasını 12-17 yaş aralığındaki 800 ve 18 yaş üstü 2253 kişi ile yapmıştır. Araştırmaya katılanların Facebook kullanım durumları incelenmiş; 12-13 yaşlarındaki gençlerin %55'inin, 14-17 yaş aralığındaki gençlerin %82'sinin, 18-29 yaş arası bireylerin ise %72'sinin sosyal ağları kullandığı belirlenmiştir.

O'Brien (2011), 160 üniversite öğrencisi ile yaptığı çalışmada; öğrencilerin Facebook kullanım sıklığı, süresi, yoğunluğu ve akademik performansa etkisini incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre araştırmaya katılan öğrencilerin günlük ortalama 1.8 saat akademik çalışmalara, 2.5 saat eğlenceye, 2 saat de internet ve Facebook'a zaman harcadıkları tespit edilmiştir. Yine araştırma sonuçlarına göre öğrenciler Facebook hesaplarını kontrol etmek için bekledikleri zamanları akademik okumalar ve çalışmalar yaparak değerlendirmektedir. Bu sonuçlar daha önce yapılan

birçok araştırmayla ters düşmekte olup, Facebook için harcanan zaman ile akademik çalışmaya ayrılan zaman arasında pozitif bir ilişki ortaya koymuştur.

Rouis, Limayem ve Salehi-Sangari (2011) tarafından Facebook kullanımının öğrencilerin akademik başarısına etkisini incelemek amacıyla İsveç Lulea Teknoloji Üniversitesi'nde okuyan 239 öğrenci ile araştırma yapılmıştır. Bu çalışmaya göre, aşırı Facebook kullanan ve dışa dönük kişilik özelliğine sahip öğrencilerin düşük akademik performansına sahip olduğu görülmüş ve bu platformların akademik başarı üzerinde negatif bir etkisi olduğuna ulaşılmıştır.

Ahmed ve Qazi (2011) tarafından Pakistan'da 6 üniversitenin farklı fakültelerinden 726 öğrenci ile yapılan araştırmada; öğrencilerin sosyal medya kullanım durumları ve akademik performansı arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırma sonucunda Sosyal medya kullanımının öğrencilerin akademik performansı üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca öğrencilerin zamanı verimli bir şekilde yönettiği ve derslerine gerekli zamanı ayırdığı görülmüştür.

Junco (2012), 2368 lise öğrencisi ile gerçekleştirdiği araştırmada; Facebook kullanım sıklığı ve Facebook aktivitelerine katılım ile derse katılım arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre Facebook kullanımı sıklığı ile derse katılım arasında negatif bir ilişki bulunmuştur. Öğrencilerin Facebook kullanımının derse katılımlarını önemli ölçüde olumsuz etkilediği belirlenmiştir.

Paul ve Lee (2012) tarafından Hong Kong'da yaşayan 9-19 yaşları arasındaki 718 ergenle araştırma yapmışlardır. Bu araştırmanın amacı; ergenlerin internet okuryazarlığı, internet bağımlılığı belirtileri, internet aktiviteleri ile akademik performans arasındaki ilişkiyi incelemektir. Araştırma sonuçlarına göre, internet bağımlılığının en fazla erkek ergenlerde ve düşük gelirli ailelerin çocuklarında olduğu görülmüştür. İnternet okuryazarlığının, sosyal medya kullanımının ve çevrimiçi oyunların internet bağımlılığını artırdığı ve eğlence amaçlı internet kullanımının internet bağımlılığını arttırabileceği belirlenmiştir. Yine elde edilen sonuçlarda sosyal medya araçlarını etkin kullanmanın iyi bir akademik başarı getireceği beklentisi oluşsa da sosyal medyayı daha az kullananların akademik başarılarının daha fazla olduğu ortaya çıkmıştır.

Glass, Prichard, Lafortune ve Schwab (2013) tarafından Amerika Birleşik Devletleri'nde özel bir üniversitede okuyan 255 (160 erkek, 95 Bayan) öğrenci ile Facebook kullanımının öğrencilerin akademik performansına etkisini araştırmışlardır. Öğrencilerin Facebook'ta geçirdiği süre baz alınarak değerlendirilen araştırma sonuçlarına göre, öğrenciler Facebook'u sosyal becerilerini geliştirmek ve iletişim kurmak için kullanmaktadır. Ayrıca öğrencilerin Facebook'ta zaman yani sosyal medya kullanımları akademik performanslarını olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Yeboah ve Ewur (2014), araştırmalarında öğrencilerin Whatsapp kullanımı ve akademik performansları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Gana'da 418 üniversite öğrencisi ile gerçekleştirilen araştırmanın sonuçlarına göre; Whatsapp kullanımı akademik erteleme davranışına sebep olmakta ve akademik performansı olumsuz etkilemektedir. Bunun yanı sıra Whatsapp, yazım ve dilbilgisi kurallarını uygulamamasına, ödevlerini yapmamasına ve ders sırasında konsantrasyon eksikliğine yol açabilmektedir.

Mingle ve Adams (2015) tarafından öğrencilerin sosyal medya sitesini kullanım amaçlarını belirlemek için Gana'nın en önemli 4 lisesinde 526 (244 erkek, 282 bayan) öğrenci ile araştırma yapılmıştır. Sosyal medyanın öğrencilerin dilbilgisi kurallarına uymalarındaki etkisi, akademik performansları arasındaki ilişki incelenmiş ve bu amaçla öğrencilere bir anket uygulanmıştır. Araştırmaya katılanların büyük çoğunluğunun arkadaş edinmek ve sohbet için Facebook ve Whatsapp'ı kullandığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak bu öğrencilerin kötü bir dilbilgisine ve daha az ders çalışarak kötü akademik performansa sahip oldukları ortaya çıkmıştır.

Singh ve Barmola (2015), tarafından Hindistan'da yaşları 14 ve 16 arasında değişen 120 lise öğrencisiyle gerçekleştirilen araştırmada internet bağımlılığının zihinsel sağlık ve öğrencilerin akademik performanslarına etkilerini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Çalışmanın bulgularına göre, internet bağımlılığı öğrencilerin akademik performansı ve zihinsel sağlıkları üzerinde önemli bir etkisi olduğu, akademik performansı olumsuz etkilediği ve zihinsel sağlıklarında zararlı etkilerinin bulunduğu belirtilmektedir.

Zaffar, Mahmood, Saleem ve Zakaria (2015) tarafından Pakistan'ın Bahawalpur Bölgesi'nde 150 lise ve üniversite öğrencisi (75 erkek, 75 bayan) ile yapılan araştırmada; öğrencilerin Facebook bağımlılıkları ve akademik performansları arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırma bulgularına göre, öğrencilerin Facebook bağımlılıkları ve akademik performansları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Ancak Facebook'ta maksimum zaman harcayan öğrencilerin, Facebook bağımlılıkları zihinsel ve sosyal yaşamlarını olumsuz etkilemektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın amaçları doğrultusunda araştırmanın modeli, araştırmanın evreni ve örnekleme, araştırmada kullanılan ölçme aracı ve verilerin çözümlenmesinde kullanılan istatistiksel yöntem ve teknikler açıklanmıştır.

1. ARAŞTIRMANIN MODELİ

Araştırmada, ergenlerin sosyal medya bağımlılığının akademik başarıları ile ilişkisinin incelenmesi ve sosyal medya bağımlılıkları ve akademik başarılarının çeşitli değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığının belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma, genel tarama desenlerinden ilişkisel tarama modeline uygun olarak yapılmıştır. Çünkü var olan bir durumu var olduğu bir biçimdeki değişkenleri arasındaki ilişkiyi betimlemek amaçlanmaktadır (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2011). İlişkisel tarama modeli, iki ve daha çok sayıdaki değişken arasında birlikte değişim derecesini belirlemeyi amaçlayan araştırma modelidir (Karasar, 2007).

2. EVREN VE ÖRNEKLEM

Araştırmanın çalışma evreni Afyonkarahisar ili seçilmiş ve örneklem olarak Afyonkarahisar ili Çay ilçesinde öğrenim görmekte olan lise (9, 10, 11 ve 12.sınıf) öğrencileri seçilmiştir. Örneklemin seçilmesinde çalışmanın amacına bağlı olarak bilgi açısından zengin durumların seçilerek derlenmesine ve araştırma yapılmasına olanak tanıyan uygun örnekleme yöntemi kullanılmıştır (Büyüköztürk vd. 2011). Araştırma grubu 2017–2018 yılları arasında Afyonkarahisar ilinin Çay ilçesinde bulunan Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı eğitim öğretim kurumlarına devam etmekte olan öğrenciler arasından seçilmiştir. Çalışma Çay ilçesinde bulunan Anadolu Lisesi ve Mesleki ve Teknik Liseler'de öğrenim gören 9, 10, 11 ve 12. sınıf öğrencileri üzerinde yapılmıştır. Uygulanan form ve ölçeklere ait cevap kâğıtlarının genel

kontrolleri yapılarak, eksik ya da birden fazla seçenek işaretlenmiş olan formlar değerlendirme dışı bırakılmış ve 40 lise öğrencisinin verisi bu nedenlerle analiz kapsamının dışına alınmıştır. Sonuç olarak araştırmanın örneklemini 810 lise öğrencisi oluşturmuştur.

3. VERİ TOPLAMA ARACI

Araştırmada verilerinin toplanması amacıyla ergenlerin sosyo-demografik özelliklerini betimleyen sorular sorulmuş ve ergenlerin, sosyal medya bağımlılıklarını ölçmek için Tutgun-Ünal (2015) tarafından geliştirilen “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği” ve veri toplama araçları aşağıda genel olarak tanıtılmış ve ölçeğe ekler bölümünde yer verilmiştir.

3.1. SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI ÖLÇEĞİ

Ergenlerin sosyal medya bağımlılık düzeylerini belirleyebilmek amacıyla Tutgun-Ünal (2015)'in geliştirdiği “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği” (SMBÖ) kullanılmıştır. 5'li likert tipinde geliştirilen bu ölçek, “Her zaman”, “Sık sık”, “Bazen”, “Nadiren” ve “Hiçbir zaman” aralığındaki sıklık ifadeleri ile derecelendirilmekte ve 4 faktörlü bir yapı sergilemektedir. Ölçek 41 maddeden oluşmaktadır. Ölçekten alınabilecek puan 205-41 aralığındadır. Öğrencilerin ölçekten alacağı puanlar; 41-73 arası: “Bağımlılık yok”, 74-106 arası: “Az bağımlı”, 107-139 arası: “Orta Seviyede bağımlı”, 140-172 arası: “Yüksek bağımlı”, 173-205 arası: “Çok yüksek bağımlı” seviyesindedir. İlk faktör olan “meşguliyet” tek başına varyansın %17'sini, “duygu durum düzenleme” olarak adlandırılan ikinci faktör tek başına varyansın %9,8'ini, “tekrarlama” olarak adlandırılan üçüncü faktör tek başına varyansın %8,8'ini, “çatışma” olarak adlandırılan dördüncü faktör ise tek başına varyansın %23,5 ve tüm faktörleri toplam varyansın %59'unu açıklamaktadır. Araştırmada bulunan %59'luk oranın, sosyal bilimlerde oldukça iyi bir orandır.

Ölçeğin faktörlerinden birinci alt boyutu 12 madde ile “Meşguliyet”, ikinci alt boyutu 5 madde ile “Duygu durum düzenleme”, üçüncü alt boyutu 5 madde ile “Tekrarlama”, dördüncü alt boyutu ise 19 madde ile “Çatışma” boyutudur.

Ölçeğin alt boyutlarında; *meşguliyet*, kişinin sosyal medya faaliyetlerini ya da aktivitelerini yoğun bir şekilde düşünmesi ve bu aktivitelerle uğraşması diğer bir

ifade ile meşgul olması anlamındadır. *Duygu durum düzenleme*, sosyal medya aktivitelerinin kişinin ruh halini değiştirmesi anlamında olup, aktiviteler esnasında kişinin duygu durumunda değişimler meydana gelmektedir. *Tekrarlama*, sosyal medyadan uzak durma veya kontrol davranışından sonra aktivitenin önceki kalıplarına geri dönülmesine karşı bir eğilim anlamında olup, kişi sosyal medyadan bir süre uzak kaldığında veya sosyal medya kullanımına sınırlama getirmeye çalıştığında her seferinde önceki kullanım alışkanlıkları nüksetmektedir. *Çatışma*, sosyal medya aktivitelerinin kişinin ilişkilerinde, iş/egitim ve diğer aktivitelerinde tezatlığa neden olması, sosyal medyanın kişinin yaşamını olumsuz etkilemesi anlamında olduğu ifade edilmiştir (Tutgun-Ünal, 2015, s. 151).

Tutgun-Ünal (2015)'a göre, ölçeğin toplam puanının yüksek çıkması ise sosyal medya bağımlılığının yüksek olduğunu göstermektedir. Ölçeğin ve alt ölçeklerin puanları ilgili maddelerin toplamı ile yapılmaktadır, Bu kapsamda 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12 numaralı maddeler "Meşguliyet" (Occupation) boyutu; 13, 14, 15, 16, 17 numaralı maddeler "Duygu Durum Düzenleme" (Mood Modification) boyutu; 18, 19, 20, 21, 22 numaralı maddeler "Tekrarlama" (Relapse) boyutu ve 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41 numaralı maddeler "Çatışma" (Conflict) boyutu ile ilgilidir. Ölçekte tersine dönmüş madde bulunmamaktadır (s. 217).

SMBÖ ve alt boyutları için hesaplanan iç tutarlılık Cronbach α katsayıları 0.892'nin üzerinde ve tüm iç tutarlılık katsayısı ise 0.967'dir. Test tekrar test güvenilirlik katsayısının her bir alt boyut için 0.892 - 0.958; $p < .001$ ile anlamlı olduğu ve tüm ölçek için korelasyon katsayısının 0.967; $p < .001$ ile manidar olduğu, ölçeğin güvenilir ve geçerli olduğu saptanmıştır. Yine mevcut araştırma için hesaplanan iç tutarlılık Cronbach α katsayılarının 0.849'un üzerindedir, tüm iç tutarlılık katsayısı ise 0.953'tür (Tutgun-Ünal, 2015).

Bu çalışmada Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'ne ilişkin yapılan güvenilirlik analizi sonucu Cronbach Alpha Güvenirlik Katsayısı 0.97 olarak bulunmuştur. Ölçeğin alt boyutlarının Güvenirlik Katsayısı Meşguliyet alt boyutu 0.91, Duygu Durum Düzenleme alt boyutu 0.86, Tekrarlama alt boyutu 0.81 ve Çatışma alt

boyutu 0.95 olarak hesaplanmıştır. Buna göre Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinin ve bu ölçeğin alt boyutlarının güvenilir olduğu söylenebilir.

3.2.AKADEMİK BAŞARININ BELİRLENMESİ

Araştırmada ergenlerin akademik başarısını belirlemek için bir önceki eğitim-öğretim yılına ait yılsonu not ortalaması kullanılmıştır.

4. VERİLERİN TOPLANMASI

Araştırma 2017-2018 eğitim öğretim yılında Afyonkarahisar ili Çay ilçesindeki lise öğrencilerine yönelik gerçekleştirilmiştir. Gerekli resmi izinlerin alınmasının ardından ölçekler araştırmacı tarafından birebir uygulanmış, öğrencilerin öğrenim gördükleri okullarda sınıflarının içerisinde gerçekleştirilmiştir. Öğrencilere “Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği” uygulanmış ve ölçeğe yılsonu başarı notu, cinsiyet gibi değişkenleri yazmaları istenmiş, öğrencilere örnekleme yöntemine uygun olarak belirlenen okul ve sınıflarda öğrencilerden kimlik bilgisi istenmeden uygulanmıştır. Uygulama öncesinde araştırmacı tarafından araştırmayla ilgili açıklamalar yapılmış ve uygulama ortalama 30 dakika sürmüştür. Uygulama sırasında herhangi bir problem yaşanmamıştır. Araştırma için 850 ölçek uygulanmış, ölçeklere ait cevap kağıtları kontrol edilerek eksik ya da yanlış doldurulan 40 ölçek değerlendirme dışına çıkarılarak, 810 ölçek araştırmada kullanılmıştır.

5. VERİLERİN ANALİZİ

Çalışmanın verileri SPSS 22,0 programı kullanılarak bilgisayar ortamında analiz edilmiştir. Öğrencilerin kişisel bilgilerini betimleyebilmek için yüzde ve frekans hesaplanmıştır.

Verilerin normal dağılıma sahip olup olmadığı test edilmiştir. Normal dağılım testi yapılırken grup büyüklüğü 50’den küçük ise Shapiro-Wilks testi, 50’den büyük ise Kolmogorov-Smirnov (K-S) testi yapılır. Bu çalışmanın grup büyüklüğü 50’den büyük olduğu için Kolmogorov-Smirnov (K-S) testi yapılmıştır. Kolmogorov-Smirnov (K-S) testi sonucunda p değerinin .05’den küçük çıkması dağılımın normal olmadığını, .05’den büyük çıkması ise dağılımın normal olduğunu göstermektedir. İstatistiksel analizler yapılırken dağılımın normal çıkması durumunda parametrik

testlerin kullanılması önerilirken, dağılımın normal çıkmaması durumunda ise non-parametrik testlerin kullanılması önerilmektedir (Büyüköztürk, 2014). Bu çalışmada Kolmogorov- Smirnov (K-S) testi uygulanmış ve p değerinin .05'den küçük olduğu ($p=.00$) görülmüştür. Bu durum dağılımın normal olmadığını göstermektedir. Bu nedenle analizlerde parametrik olmayan istatistiksel testler kullanılmıştır.

Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyi ve akademik başarı düzeylerini belirlemek amacıyla aritmetik ortalama, frekans ve yüzde hesaplanmıştır.

Öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı ölçeğinden ve ölçeğin alt boyutlarından aldıkları puanlarının ve akademik başarı düzeylerinin cinsiyet ve okul türü açısından anlamlı farklılık olup olmadığını belirlemek için Mann Whitney U testi; sosyal medya bağımlılığı ölçeğinden ve alt boyutlarından aldıkları puanlarının ve akademik başarı düzeylerinin sınıf düzeyi değişkeni açısından anlamlı farklılık olup olmadığını belirlemek için ise Kruskal Wallis H testi yapılmıştır. Kruskal Wallis H testi sonucu anlamlı çıkan sonuçlarda hangi boyutlar arasında anlamlı farklılık olduğunu tespit etmek için ise grupların ikili kombinasyonlarına Mann Whitney U testi uygulanmıştır. Ayrıca lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyi ve akademik başarı düzeyi arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla korelasyon istatistik işlemi yapılmıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR VE YORUM

Çalışmanın bu kısmında ilk olarak katılımcılara dair betimsel istatistikler yapılmış daha sonrasında ise problem ve alt problemlere dair bulgulara yer verilmiştir ve sonuçlar hakkında yorumlamalarda bulunulmuştur.

1. BETİMSSEL İSTATİSTİKLER

Tablo 1,2 ve 3'te örnekleme dahil edilen ergenlerin kişisel bilgilerine ilişkin frekans ve yüzde dağılımları yer almaktadır.

Tablo 1. Ergenlerin Cinsiyet Değişkenine Göre Dağılımı

Cinsiyet	n	%
Kız	405	50,0
Erkek	405	50,0
Toplam	810	100,0

Tablo 1'e göre örnekleme dahil edilen 810 ergenin %50,0'si kız, %50,0'si erkektir.

Tablo 2. Ergenlerin Okul Türüne Göre Dağılımı

Okul Türü	n	%
Anadolu Lisesi	399	49,3
Meslek Lisesi	411	50,7
Toplam	810	100,0

Tablo 2'ye göre ergenlerin %49,3'ü anadolu liselerinde %50,7'si ise meslek liselerinde eğitim görmektedir.

Tablo 3. Ergenlerin Sınıf Düzeyine Göre Dağılımı

Sınıf Düzeyi	N	%
9.sınıf	216	26,7
10.sınıf	183	22,6
11.sınıf	205	25,3
12.sınıf	206	25,4
Toplam	810	100,0

Tablo3'e göre ergenlerin % 26,7'sinin 9. sınıf, % 22,6'sının 10. sınıf, % 25,3'ünün 11. sınıf, % 25,4'ünün ise 12. sınıf oldukları görülmektedir.

2. ARAŞTIRMANIN ALT PROBLEMLERİNE İLİŞKİN BULGULAR

Çalışmanın bu kısmında araştırmanın alt problemlerine ilişkin bulgular sırasıyla verilmiştir.

2.1.ERGENLERİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIK DÜZEYİ NEDİR?

Tablo 4. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'nin Maddelerinin Frekans, Yüzde ve Madde Ortalamaları

Madde		1	2	3	4	5	X	Sonuç
1.Yakın zamanda sosyal medyada neler olup bittiği hakkında oldukça fazla düşünürüm.	F	376	379	27	13	15		
	%	46,4	46,8	3,3	1,6	1,9	1,65	Hiç bir zaman
2.Yapmam gereken bir iş varsa öncesinde sosyal medyayı kontrol ederim.	F	158	287	220	102	43		
	%	19,5	35,4	27,2	12,6	5,3	2,48	Nadiren
3.Belli süre sosyal medyaya girmediğimde sosyal medyaya girme düşüncesi zihnimi meşgul eder.	F	199	208	217	94	92		
	%	24,6	25,7	26,8	11,6	11,4	2,59	Nadiren
4.Hayatımın sosyal medya olmadan sıkıcı, boş ve zevksiz olacağını düşünürüm.	F	256	188	198	83	85		
	%	31,6	23,2	24,4	10,2	10,5	2,44	Nadiren
5.İnternete bağlı değilken yoğun bir şekilde sosyal medyaya girmeyi düşünürüm.	F	270	166	167	97	110		
	%	33,3	20,5	20,6	12,0	13,6	2,51	Nadiren
6.Sosyal medyada neler olup bittiğini merak ederim.	F	294	182	156	73	105		
	%	36,3	22,5	19,3	9,0	13,0	2,39	Nadiren
7.Sosyal medyada düşündüğümden daha fazla zaman geçirdiğim olur.	F	276	199	162	87	86		
	%	34,1	24,6	20,0	10,7	10,6	2,39	Nadiren
8.Sosyal medya ile bağlantımı kesmeye her karar verdiğimde kendi kendime “birkaç dakika daha” derim.	F	175	219	187	112	117		
	%	21,6	27,0	23,1	13,8	14,4	2,72	Bazen
9.Sosyal medyayı uzun süre kullanmaktan bir türlü vazgeçemem.	F	235	180	185	100	110		
	%	29,0	22,2	22,8	12,3	13,6	2,59	Nadiren
10.Sosyal medyayı,	F	292	192	142	93	91		

planladığımdan daha fazla kullandığım olur.	%	36,0	23,7	17,5	11,5	11,2	2,38	Nadiren
11.Sosyal medyayı kullanırken zamanın nasıl geçtiğini anlayamam.	F	299	192	128	90	102		
	%	36,9	23,6	15,8	11,1	12,6	2,38	Nadiren
12.Sosyal medya ile ilgili eylemlere (oyun, sohbet, fotoğraflara bakmak, vs) uzun süreler ayırıyorum.	F	218	199	174	100	119		
	%	26,9	24,6	21,5	12,3	14,7	2,63	Bazen
13.Kişisel problemlerimi unutmak için sosyal medya kullanırım.	F	200	154	133	139	184		
	%	24,7	19,0	16,4	17,2	22,7	2,94	Bazen
14.Kendimi yalnız hissettiğim zamanlarda sosyal medyada vakit geçiririm.	F	201	175	170	128	136		
	%	24,8	21,6	21,0	15,8	16,8	2,78	Bazen
15.Yaşamımdaki olumsuz düşüncelerden kurtulmak için sosyal medyada gezinmeyi tercih ederim.	F	336	146	140	90	98		
	%	41,5	18,0	17,3	11,1	12,1	2,34	Nadiren
16.Problemlerimden bunaldığımda sığındığım en iyi yer sosyal medyadır.	F	240	151	181	106	132		
	%	29,6	18,6	22,3	13,1	16,3	2,67	Bazen
17.Sosyal medya kullandığım süre boyunca her şeyi unuturum.	F	310	172	135	95	98		
	%	38,3	21,2	16,7	11,7	12,1	2,38	Nadiren
18.Sosyal medya kullanımını durdurmaya çalışıp başaramadığım olur.	F	358	174	140	62	76		
	%	44,2	21,5	17,3	7,7	9,4	2,16	Nadiren
19.Sosyal medya kullanımını denetim altına almak için yoğun bir istek duyarım.	F	383	165	119	63	80		
	%	47,3	20,4	14,7	7,8	9,9	2,12	Nadiren
20.Sosyal medya kullanımını bırakmak için sonuç vermeyen çabalar gösteririm.	F	391	161	138	56	64		
	%	48,3	19,9	17,0	6,9	7,9	2,06	Nadiren
21.Sosyal medya kullanımını denetim altına almak için sonuç vermeyen çabalar gösteririm.	F	399	149	116	62	84		
	%	49,3	18,4	14,3	7,7	10,4	2,11	Nadiren
22.Sosyal medyada harcadığım zamanı azaltmaya çalışır, başarısız olurum.	F	385	181	124	65	55		
	%	47,5	22,3	15,3	8,0	6,8	2,04	Nadiren
23.Mesleğime/çalışmalarına olumsuz bir etki yapmasına rağmen sosyal medyayı daha fazla kullanırım.	F	416	143	140	50	61		
	%	51,4	17,7	17,3	6,2	7,5	2,00	Nadiren
24.Sosyal medyadan dolayı	F	401	154	104	87	64		

hobilerime, boş zaman ve dinlenme faaliyetlerime daha az öncelik veririm.	%	49,5	19,0	12,8	10,7	7,9	2,08	Nadiren
25.Eş veya aile üyelerini sosyal medyadan dolayı ihmal ettiğim olur.	F	390	166	121	69	64		
	%	48,1	20,5	14,9	8,5	7,9	2,07	Nadiren
26.Arkadaşlarımı sosyal medyadan dolayı ihmal ettiğim olur.	F	387	161	117	84	61		
	%	47,8	19,9	14,4	10,4	7,5	2,10	Nadiren
27.Sosyal medya dolayısıyla başladığım aktiviteleri zamanında bitiremem.	F	426	149	124	63	48		
	%	52,6	18,5	15,3	7,8	5,9	1,96	Nadiren
28.Sosyal medyada daha fazla zaman geçirmek için okulla veya işle ilgili çalışmalarını ihmal ederim.	F	439	159	110	58	44		
	%	54,2	19,6	13,6	7,2	5,4	1,90	Nadiren
29.Sosyal medyada zaman geçirmeyi, arkadaşlarımla zaman geçirmeye tercih ederim.	F	393	169	126	61	61		
	%	48,5	20,9	15,6	7,5	7,5	2,04	Nadiren
30.Sosyal medyada geçirdiğim zaman yüzünden okul çalışmalarım ya da işlerim sekteye uğrar.	F	420	166	109	60	55		
	%	51,9	20,5	13,5	7,4	6,8	1,96	Nadiren
31.Sosyal medya yüzünden üretkenliğim azalır.	F	431	129	89	64	97		
	%	53,2	15,9	11,0	7,9	12,0	2,09	Nadiren
32.Sosyal medyada zaman geçirmeyi, arkadaşlarımla dışarı çıkmaya tercih ederim.	F	389	164	129	62	66		
	%	48,0	20,2	15,9	7,7	8,1	2,07	Nadiren
33.İnsanlar sosyal medyada geçirdiğim zamanın miktarı konusunda beni eleştirirler.	F	416	165	113	51	65		
	%	51,4	20,4	14,0	6,3	8,0	1,99	Nadiren
34.Kendimi sosyal medyada ne kadar süre gezdiğimi saklamaya çalışırken bulurum.	F	421	115	100	64	110		
	%	52,0	14,2	12,3	7,9	13,6	2,16	Nadiren
35.Sosyal medya yüzünden yemek yemeyi unuttuğum zamanlar olur.	F	411	153	116	59	71	2,04	Nadiren
	%	50,7	18,9	14,3	7,3	8,8		
36.Sosyal medya kullanımı yüzünden kişisel bakımına daha az vakit ayırdığım olur.	F	458	139	103	53	57		
	%	56,5	17,2	12,7	6,5	7,0	1,90	Nadiren
37.Sosyal medya kullanımı yüzünden uyku düzenimde değişiklikler/bozukluklar olur.	F	522	108	81	52	47		
	%	64,4	13,3	10,0	6,4	5,8	1,75	Hiç bir zaman

38.Sosyal medya kullanımı yüzünden fiziksel sorunlar (sırt, baş, göz ağrıları, vb) yaşadığım olur.	F	503	127	80	50	50		
	%	62,1	15,7	9,9	6,2	6,2	1,78	Hiç bir zaman
38.Sosyal medya kullanımı benim için önemli kişilerle olan ilişkilerimde problem yaşamama neden olur.	F	346	192	124	66	82		
	%	42,7	23,7	15,3	8,1	10,1	2,19	Nadiren
40.Sosyal medya kullanımım yaşamımda sorunlar oluşturur.	F	384	166	115	70	75		
	%	47,4	20,5	14,2	8,6	9,3	2,11	Nadiren
41.Yapmam gereken işler çoğaldıkça, sosyal medya kullanma isteğim de o ölçüde artar.	F	426	151	114	57	62		
	%	52,6	18,6	14,1	7,0	7,7	2,11	Nadiren
TOPLAM							88,94	

Tablo 4'te Sosyal Medya Bağımlılığı ölçeğindeki maddelerin ortalamaları, frekans ve yüzdeleri verilmiştir. Buna göre en yüksek ortalamaya sahip ölçek maddesi 13. Madde olan “Kişisel problemlerimi unutmak için sosyal medya kullanırım.” ifadesidir. Yani öğrencilerin çoğunluğu yaşadıkları kişisel problemleri unutabilmek için sosyal medya kullanmaktadır. En düşük ortalamaya sahip madde ise 1.madde olan “Yakın zamanda sosyal medyada neler olup bittiği hakkında oldukça fazla düşünürüm ifadesidir.”Buna göre öğrenciler, sosyal medyaya girmedikleri sürede zihinlerini sosyal medyaya girme düşüncesinin meşgul etme durumlarının diğer maddelere göre daha az olduğu söylenebilir. Ayrıca öğrencilerin sosyal medya bağımlılığı puanlarının genel ortalaması 88,94'tür.

Ergenlerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin dağılımı Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Ergenlerin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyleri

Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyi	N	%
Bağımlılık Yok (41-73)	298	36,8
Az Bağımlı (74-106)	261	32,2
Orta Seviyede Bağımlı (107-139)	159	19,6
Yüksek Bağımlı (140-172)	75	9,3
Çok Yüksek Bağımlı (173-205)	17	2,1

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'nden alınabilecek minimum puan 41, maksimum puan ise 205'tir. Ölçekten alınan puanın yükselmesi sosyal medya bağımlılığının da yükselmesi anlamını taşımaktadır. Ölçeğin aralık puanları dikkate alınarak Tablo 5 incelendiğinde ergenlerin %36,8'inin bağımlı olmadığı ve % 32,2'sinin az bağımlı olduğu görülmektedir. Ergenlerin %19,6'sı orta, % 9,3'ü yüksek, %2.'i ise çok yüksek düzeyde bağımlıdır.

2.2. ERGENLERİN AKADEMİK BAŞARI DÜZEYİ NEDİR?

Ergenlerin akademik başarı düzeyinin dağılımı Tablo 6' da verilmiştir.

Tablo 6. Ergenlerin Akademik Başarılarına Göre Dağılımı

Akademik Başarı	n	%
Pekiyi (85-100)	164	20,2
İyi (70,00-84,99)	312	38,5
Orta (60,00-69,99)	202	24,9
Geçer (50.00-59,99)	103	12,7
Geçmez (0-49,99)	29	3,6
Toplam	810	100,0

Tablo 6'ya göre ergenlerin akademik başarılarının pekiyi (85-100) olan % 20,2, iyi (70,00-84,99) olan %38,5, orta (60,00-69,99) olan %24,9, geçer (50.00-59,99) not alan %12,7, ve Geçmez (0-49,99) not alan öğrencilerin %3,6 olduğu görülmektedir.

2.3.ERGENLERİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI DÜZEYİ VE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI ÖLÇEĞİNİN ALT BOYUTLARI CİNSİYETE GÖRE ANLAMLILIK DÜZEYİNDE FARKLILAŞMAKTA MIDIR?

Ergenlerin sosyal medya bağımlılığı ölçeğinden ve alt boyutlarından aldıkları puanlar arasında cinsiyet değişkenine göre anlamlı farklılığın olup olmadığını tespit etmek için Mann Whitney U testi yapılmıştır. Sonuçlar Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinden Ve Alt Boyutlarından Alınan Puanların Cinsiyete Göre Farklılığını Gösteren Mann Whitney U Testi

Boyut	Cinsiyet	N	Sıralar Ortalaması	Sıralar Toplamı	U	Z	P
Meşguliyet	Kız	405	409,29	165761,50	80478,500	-,461	,645
	Erkek	405	401,71	162693,50			
Duygu Durum Düzenleme	Kız	405	414,55	167891,00	78349,000	-1,102	,270
	Erkek	405	396,45	160564,00			
Tekrarlama	Kız	405	413,55	167488,00	78752,000	-,984	,325
	Erkek	405	397,45	160967,00			
Çatışma	Kız	405	410,60	166294,00	79946,000	-,622	,534
	Erkek	405	400,40	162161,00			
SMBÖ Toplam Puan	Kız	405	411,89	166817,00	79423,000	-,778	,437
	Erkek	405	399,11	161638,00			

Tablo 7'ye göre ergenlerin sosyal medya bağımlılığı puanı cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($p>.05$). Ayrıca meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma alt boyutlarında da, cinsiyete göre bir farklılaşmanın olmadığı görülmüştür ($p>.05$). Kız ergenlerin sosyal medya bağımlılığı ölçeğinden aldıkları puanların sıra ortalaması 411,89 iken erkek ergenlerin sosyal medya bağımlılığı ölçeğinden aldıkları puanların sıra ortalaması 399,11'dir.

2.4.ERGENLERİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI DÜZEYİ SINIF DÜZEYİNE GÖRE ANLAMLİ DÜZEYDE FARKLILAŞMAKTA MIDIR?

Ergenlerin sosyal medya bağımlılığı ölçeğinden ve alt boyutlarından aldıkları puanlar arasında sınıf düzeyi açısından anlamlı farklılığın olup olmadığını belirlemek amacıyla Kruskal Wallis H testi yapılmıştır. Sonuçlar Tablo.8'de verilmiştir.

Tablo 8. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinden ve Alt Boyutlarından Alınan Puanların Sınıf Düzeyine Göre Farklılığını Gösteren Kruskal Wallis H Testi

Boyut	Sınıf	n	Ortalama Sırası (MeanRanks)	Ki Kare (Chi-Square)	Serbestlik Derecesi (df)	Anlamlılık Düzeyi (p)	Anlamlı Fark
Meşguliyet	1(9.Sınıf)	216	416,30	2,211	3	,530	
	2(10.Sınıf)	183	417,45				
	3(11.Sınıf)	205	401,47				
	4(12.Sınıf)	206	387,57				
Duygu Durum Düzenleme	1(9.Sınıf)	216	445,44	20,586	3	,000	1-3
	2(10.Sınıf)	183	438,45				1-4
	3(11.Sınıf)	205	381,64				2-3
	4(12.Sınıf)	206	358,09				2-4
Tekrarlama	1(9.Sınıf)	216	427,72	10,058	3	,018	
	2(10.Sınıf)	183	434,34				1-4
	3(11.Sınıf)	205	390,85				2-4
	4(12.Sınıf)	206	371,17				
Çatışma	1(9.Sınıf)	216	414,13	3,139	3	,371	
	2(10.Sınıf)	183	424,96				
	3(11.Sınıf)	205	398,21				
	4(12.Sınıf)	206	386,41				
SMBÖ Toplam Puan	1(9.Sınıf)	216	422,53	6,515	3	,089	
	2(10.Sınıf)	183	429,70				
	3(11.Sınıf)	205	393,87				
	4(12.Sınıf)	206	377,71				

Tablo 8'e baktığımızda ergenlerin sınıf düzeyine göre sosyal medya bağımlılığı ölçeğinden aldıkları toplam puan arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>.05$). Ayrıca sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin meşguliyet ve çatışma boyutunda ile sınıf düzeyine göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>.05$). Ancak duygu durum düzenleme ve tekrarlama alt boyutunda anlamlı bir fark belirlenmiştir ($p<.05$). Anlamlı farkın hangi gruplar arasında ortaya çıktığını tespit etmek için grupların ikili kombinasyonları üzerinden Mann Whitney U Testi uygulanarak farkın kaynağı incelenmiştir.

Aşağıda Tablo 9'da ergenlerin sınıf düzeyine göre sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin alt boyutlarından aldıkları puanlar arasındaki anlamlı farklılığın kaynağını tespit etmek için yapılan Mann Whitney U testinin sonuçları yer almaktadır.

Tablo 9. Sınıf Düzeyine Göre Ergenlerin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinin Duygu Durum Düzenleme ve Tekrarlama Alt Boyutlarından Aldıkları Puanlar Arasındaki Anlamlı Farklılığın Kaynağını Gösteren Mann Whitney U Testi

Boyut	Sınıf Düzeyi	N	Sıralar Ortalama sı	Sıralar Toplamı	U	Z	P
Duygu Durum Düzenleme	1(9.Sınıf)	216	226,59	48944,50	18771,50	-	,007
	3(11.Sınıf)	205	194,57	39886,50	0	2,704	
	1(9.Sınıf)	216	233,92	50527,50	17404,50	-	,000
	4(12.Sınıf)	206	187,99	38725,50	0	3,875	
	2(10.Sınıf)	183	208,66	38184,50	16166,50	-	,019
	3(11.Sınıf)	205	181,86	37281,50	0	2,354	
	2(10.Sınıf)	183	216,06	39539,00	14995,00	-	,000
	4(12.Sınıf)	206	176,29	36316,00	0	3,489	
Tekrarlama	1(9.Sınıf)	216	225,91	48795,50	19136,50	-	,013
	4(12.Sınıf)	206	196,40	40457,50	0	2,496	
	2(10.Sınıf)	183	211,35	38677,00	15857,00	-	,007
	4(12.Sınıf)	206	180,48	37178,00	0	2,716	

Tablo 9'a göre ergenlerin sosyal medya bağımlılığı ölçeği duygu durum düzenleme ve tekrarlama alt boyutundan aldıkları puanları ile sınıf düzeyi arasında

anlamli bir farklılık vardır ($p < .05$). Sıra ortalamalarına baktığımızda ergenlerin duygu durum alt boyutu puanları; 9.sınıf olanların ($\bar{X}=226,59$) 11.sınıf olanlara ($\bar{X}=194,57$) göre, 9.sınıf ($\bar{X}=233,92$) 12.sınıf olanlara göre ($\bar{X}=187,99$), 10.sınıf olanların ($\bar{X}=208,66$) 11.sınıf olanlara göre ($\bar{X}=181,86$) ve 10.sınıf olanların ($\bar{X}=216,06$) 12.sınıf olanlara göre ($\bar{X}=176,29$) daha fazla olduğu söylenebilir. Tekrarlama alt boyutu puanları ise, 9.sınıf ($\bar{X}=225,91$) 12.sınıf olanlara göre ($\bar{X}=196,40$), 10.sınıf olanların ($\bar{X}=211,35$) 12.sınıf olanlara göre ($\bar{X}=180,48$) daha fazla olduğu söylenebilir.

2.5. ERGENLERİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI DÜZEYİ VE SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI ÖLÇEĞİNİN ALT BOYUTLARI OKUL TÜRÜNE GÖRE ANLAMLI DÜZEYDE FARKLILAŞMAKTA MIDIR?

Ergenlerin sosyal medya bağımlılığı ölçeğinden ve alt boyutlarından aldıkları puanlar arasında okul türüne göre anlamlı farklılığın olup olmadığını tespit etmek için Mann Whitney U testi yapılmıştır. Sonuçlar Tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 10. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeğinden Ve Alt Boyutlarından Alınan Puanların Okul Türüne Göre Farklılığını Gösteren Mann Whitney U Testi

Boyut	Okul Türü	N	Sıralar Ortalaması	Sıralar Toplamı	U	Z	P
Meşguliyet	Anadolu Lisesi	399	386,73	154305,00	74505,000	-	,024
	Meslek Lisesi	411	423,72	174150,00		2,251	
Duygu Durum Düzenleme	Anadolu Lisesi	399	386,77	154323,00	74523,000	-	,025
	Meslek Lisesi	411	423,68	174132,00		2,248	
Tekrarlama	Anadolu Lisesi	399	391,12	156056,50	76256,500	-	,083
	Meslek Lisesi	411	419,46	172398,50		1,731	
Çatışma	Anadolu Lisesi	399	369,70	147509,50	67709,500	-	,000
	Meslek Lisesi	411	440,26	180945,50		4,297	
SMBÖ Toplam Puan	Anadolu Lisesi	399	382,74	152715,00	72915,000	-	,004
	Meslek Lisesi	411	427,59	175749,00		2,862	

Tablo 10'a göre ergenlerin sosyal medya bağımlılığı puanı okul türüne göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ($p < .05$). Meslek lisesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ölçeğinden aldıkları puanların sıra ortalaması 427,59 iken anadolu lisesi öğrencilerinin 382,74 'tür. Bu nedenle meslek lisesi öğrencilerinin anadolu lisesi öğrencilerine göre sosyal medya bağımlılıklarının daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 10'a göre anadolu lisesi ile meslek lisesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin meşguliyet alt boyutundan aldıkları puanların arasında anlamlı bir farklılık söz konusudur ($p < .05$). Sıra ortalamalarına bakıldığında meslek lisesi öğrencilerinin sıra ortalaması 423,72 iken anadolu lisesi öğrencilerinin sıra ortalaması 386,73'tür. Bu sonuçlara göre meslek lisesi öğrencilerinin anadolu lisesi öğrencilerine göre daha çok sosyal medya bağımlısı olduğu söylenebilir.

Ergenlerin sosyal medya ölçeğinin duygu durum düzenleme alt boyutundan aldıkları puanları da okul türüne göre anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır ($p<.05$). Tablo.10'a bakıldığında meslek lisesi öğrencilerinin sıra ortalaması 423,68 iken anadolu lisesi öğrencilerinin sıra ortalaması 386,77'dir. Ancak tekrarlama alt boyutunda okul türüne göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($p>.05$). Çatışma alt boyutunda ise; okul türüne göre anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır ($p<.05$). Meslek lisesi öğrencilerinin sıra ortalaması 440,26 iken anadolu lisesi öğrencilerinin sıra ortalaması 369,70'tir.

2.6.ERGENLERİN AKADEMİK BAŞARI DÜZEYİ CİNSİYETE GÖRE ANLAMLIL DÜZEYDE FARKLILAŞMAKTA MIDIR?

Ergenlerin akademik başarı düzeyi cinsiyet değişkenine göre anlamlı farklılığın olup olmadığını tespit etmek için Mann Whitney U testi yapılmıştır. Sonuçlar Tablo 11'de verilmiştir.

Tablo 11. Akademik Başarı Düzeylerinin Cinsiyete Göre Farklılığını Gösteren Mann Whitney U Testi

Cinsiyet	N	Sıralar Ortalaması	Sıralar Toplamı	U	Z	P
Kız	405	374,94	151852,00	69637,000	-3,882	,000
Erkek	405	436,06	176603,00			

Tablo 11'e göre ergenlerin akademik başarı düzeyi, cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir ($p<.05$). Erkek ergenlerin madde toplam puan ortalamaları 436,06 iken kızların 374,94 olarak bulunmuştur. Yani erkeklerin akademik başarı düzeyleri, kızlara göre daha yüksektir.

2.7.ERGENLERİN AKADEMİK BAŞARI DÜZEYİ SINIF DÜZEYİNE GÖRE ANLAMLIL DÜZEYDE FARKLILAŞMAKTA MIDIR?

Ergenlerin akademik başarılarının, sınıf düzeyi açısından anlamlı farklılığın olup olmadığını belirlemek amacıyla Kruskal Wallis H testi yapılmıştır. Sonuçlar Tablo 12'de verilmiştir.

Tablo 12. Akademik Başarı Düzeyi ile Sınıf Düzeyine Göre Farklılığını Gösteren Kruskal Wallis H Testi

Sınıf	n	Ortalama Sırası (Mean Ranks)	Ki Kare (Chi-Square)	Serbestlik Derecesi (df)	Anlamlılık Düzeyi (p)	Anlamlı Fark
9.Sınıf	216	270,95	110,885	3	,000	1-2
10.Sınıf	183	484,12				1-3
11.Sınıf	205	441,73				1-4
12.Sınıf	206	440,69				

Tablo 12'ye baktığımızda ergenlerin sınıf düzeyine göre akademik başarı düzeyleri arasında anlamlı farklılık bulunmuştur ($p<.05$). Anlamlı farkın hangi gruplar arasında meydana geldiğini tespit etmek amacıyla grupların ikili kombinasyonları üzerinden Mann Whitney U Testi uygulanarak farkın kaynağı incelenmiştir.

Aşağıda Tablo 13'te ergenlerin sınıf düzeyine göre sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin alt boyutlarından aldıkları puanlar arasındaki anlamlı farklılığın kaynağını tespit etmek için yapılan Mann Whitney U testinin sonuçları yer almaktadır.

Tablo 13. Sınıf Düzeyine Göre Ergenlerin Akademik Başarıları Arasındaki Anlamlı Farklılığın Kaynağını Gösteren Mann Whitney U Testi

	Sınıf Düzeyi	N	Sıralar Ortalaması	Sıralar Toplamı	U	Z	P
Gruplar	1(9.Sınıf)	216	155,74	33639,00	10203,000	-	,000
	2(10.Sınıf)	183	252,25	46161,00		8,671	
	1(9.Sınıf)	216	166,52	35968,00	12532,000	-	,000
	3(11.Sınıf)	205	257,87	52863,00		8,076	
Akademik Başarı	1(9.Sınıf)	216	165,69	35789,50	12353,500	-	,000
	4(12.Sınıf)	206	259,53	53463,50		8,327	
	2(10.Sınıf)	183	207,32	37939,00	16412,000	-	,026
	3(11.Sınıf)	205	183,06	37527,00		2,223	
	2(10.Sınıf)	183	208,56	38166,50	16367,500	-	,019
	4(12.Sınıf)	206	208,56	37688,50		2,353	

Tablo 13'e göre ergenlerin akademik başarıları ile sınıf düzeyi arasında anlamlı bir farklılık vardır ($p < .05$). Sıra ortalamalarına baktığımızda lise öğrencilerinin; 10.sınıf olanların ($\bar{X}=252,25$) 9.sınıf olanlara ($\bar{X}=155,74$) göre, 11.sınıf ($\bar{X}=257,87$) olanların 9.sınıf olanlara göre ($\bar{X}=166,52$), 12.sınıf olanların ($\bar{X}=259,53$) 9.sınıf olanlara göre ($\bar{X}=165,69$) ve 10.sınıf olanların ($\bar{X}=207,32$) 11.sınıf olanlara göre ($\bar{X}=183,06$) ve 10.sınıf ($\bar{X}=208,56$) 12.sınıf olanlara göre ($\bar{X}=208,56$) akademik başarılarının daha yüksek olduğu söylenebilir.

2.8. ERGENLERİN AKADEMİK BAŞARI DÜZEYİ OKUL TÜRÜNE GÖRE ANLAMLILIK DÜZEYİNDE FARKLILAŞMAKTA MIDIR?

Ergenlerin akademik başarı düzeyi okul türüne göre anlamlı farklılığın olup olmadığını tespit etmek için Mann Whitney U testi yapılmıştır. Sonuçlar Tablo 14'te verilmiştir.

Tablo 14. Akademik Başarı Düzeylerinin Okul Türüne Göre Farklılığını Gösteren Mann Whitney U Testi

Okul Türü	N	Sıralar Ortalaması	Sıralar Toplamı	U	Z	P
Anadolu Lisesi	399	413,45	164966,00	78823,000	-,995	,320
Meslek Lisesi	411	397,78	163489,00			

Tablo 14'e göre ergenlerin akademik başarı düzeyi, okul türüne göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($p > .05$). Anadolu lisesi öğrencilerinin sıra ortalamaları 413,45 iken meslek lisesi öğrencilerinin 397,78 olarak bulunmuştur.

2.9. ERGENLERİN SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞI DÜZEYİ VE AKADEMİK BAŞARI DÜZEYİ ARASINDA ANLAMLILIK İLİŞKİ VAR MIDIR?

Ergenlerin sosyal medya bağımlılığı ölçeği ve ölçek alt boyutlarından puanları ile akademik başarı düzeyi arasında bir ilişkinin olup olmadığını incelemek için yapılan Spearman Sıra Korelasyon analizleri Tablo 15'te verilmiştir.

Tablo 15. Sosyal Medya Bağımlılığı ile Akademik Başarı Düzeyi Arasındaki İlişki

Boyut	Akademik Başarı	SMBÖ Toplam	Meşguliyet	Duygu Durum Düzenleme	Tekrarlama	Çatışma
Akademik Başarı	-					
SMBÖ Toplam	p= ,008 r= -,93*	-				
Meşguliyet	p= ,000 r= -,126*	p= ,000 r= ,902*	-			
Duygu Durum Düzenleme	p= ,452 r= -,026	p= ,000 r= ,857*	p=,000 r=,814*	-		
Tekrarlama	p=,47 r=-,070*	p=,000 r= ,857*	p=,000 r= ,731*	p=,000* r= ,749	-	
Çatışma	p= ,024 r= -,079*	p= ,000 r= ,920*	p=,000 r= ,711*	p=,000 r= ,664*	p=,000 r= ,751*	-

n=810 *p<.01

Tablo 15'e göre ergenlerin sosyal medya bağımlılıkları ile akademik başarıları arasında yüksek düzeyde negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur (r=-,93; p<.01). Korelasyon katsayısının 1,00 olması mükemmel pozitif ilişkiyi; -1,00 olması mükemmel negatif bir ilişkiyi ve 0,00 olması ise ilişki olmadığını göstermektedir. Korelasyon sayısının mutlak değeri, 0,70-1,00 arasında olması yüksek düzeyde ilişkiyi, 0,70-0,30 olması orta düzey ilişkiyi ve 0,30-0,00 olması ise düşük düzey ilişkiyi göstermektedir (Büyüköztürk, 2014). Buna göre sosyal medya bağımlılığı yüksek olan ergenlerin akademik başarılarının daha düşük olduğu söylenebilir.

Ergenlerin sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin meşguliyet boyutundan aldıkları puanlar ile akademik başarıları arasında da düşük düzeyde negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($r=-,126$; $p<.01$). Bu sonuca göre ergenlerin sosyal medya ile meşgul olma durumları arttıkça akademik başarılarının azaldığı söylenebilir.

Tablo 15'e göre ergenlerin sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma alt boyutları ile akademik başarıları arasında ilişki bulunamamıştır ($p>.01$).

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Ergenlerin sosyal medya bağımlılığı ile akademik başarılarıyla arasındaki ilişki ve çeşitli değişkenler açısından incelendiği araştırmanın bu bölümünde araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre sonuçlar yorumlanarak ilgili alana katkı sağlayabilecek öneriler sunulacaktır.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu araştırmaya 2017-2018 eğitim öğretim yılında Afyonkarahisar ili Çay ilçesinde Milli Eğitim Bakanlığına bağlı liselerde öğrenim görmekte olan 810 ergen katılmıştır.

Araştırmaya katılan ergenlerin %50,0'si kız (n=405), %50,0'si erkektir (n=405). Ergenlerin %49,3'ü anadolu liselerinde %50,7'si ise meslek liselerinde eğitim görmektedir. Ayrıca ergenlerin % 26,7'si 9. Sınıf, % 22,6'sı 10. Sınıf, % 25,3'ü 11. Sınıf ve % 25,4'ü 12. sınıfa devam etmektedir.

Araştırmada ilk olarak ergenlerin sosyal medya bağımlılığının düzeyi incelenmiştir. Bu amaçla Sosyal Medya Ölçeği (SMBÖ) toplamından elde edilen puanların ortalaması hesaplanmıştır. Ölçekten elde edilen ortalama puanlar incelendiğinde, sosyal medya bağımlılığı ölçeğinden elde edilen ortalama puanın 88,94 olduğu görülmüştür.

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'nden alınabilecek minimum puan 41, maksimum puan ise 205'tir. Ölçekten alınan puanın yüksek olması sosyal medya bağımlılığının da yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Buna göre araştırmada, SMBÖ'den alınan puanın yorumlanmasına yardımcı olmak için ölçekten alınabilecek puanların ranjı belirlenmiş ve 5'li dereceleme ölçeğine uygun olarak aralık katsayıları hesaplanmıştır. Buna göre 41-73 arası "Bağımlılık yok", 74-106 arası "Az bağımlı", 107-139 arası "Orta bağımlı", 140-172 arası "Yüksek bağımlı" ve 173-205

arası da “Çok yüksek bağımlı” olarak belirlenmiştir. Ölçeğin aralık puanları dikkate alınarak araştırma bulguları incelendiğinde öğrencilerin %36,8’inin bağımlı olmadığı ve % 32,2’sinin az bağımlı olduğu görülmektedir. Ergenlerin %19,6’sı orta , % 9,3’ü yüksek, %2’i ise çok yüksek düzeyde bağımlıdır. Böylece sosyal medya bağımlılığı ölçeğinden elde edilen puanın 88,94 olması ergenlerin sosyal medyaya *az bağımlı* olduğunu göstermektedir. Tutgun-Ünal (2015), araştırmasında üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığını incelemiş ve birtakım sonuçlar bulmuştur. Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin; sosyal medya bağımlılığı toplam puanlarına göre *az bağımlı* oldukları sonucuna ulaşmıştır. Bu bulgular ile göre ergenlerin sosyal medya bağımlılığı toplam puanları yapılan çalışma paralellik göstermektedir. Vural ve Bat (2010) tarafından Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerine yönelik sosyal medyanın kullanım alışkanlıkları hakkında araştırmaya göre öğrencilerinin çoğunluğu interneti hemen hemen her gün kullanmakta ve zamanının büyük bir kısmını sosyal ağlarda geçirmektedir. Öğrencilerin %70’i sosyal medyada paylaşılan içeriklere yorum yazdıklarını belirtmişlerdir. Bayhan (2011)’ın lise öğrencilerinde internet kullanma alışkanlığı ve internet bağımlılığı üzerine yaptığı çalışmada ise örneklemin internet kullanım oranlarına bakıldığında % 62’sinin bir saat; % 23’ ünün iki saat; % 8’inin üç saat; % 8’inin dört saat ve üzeri internet kullandığı, Örneklemin % 51’inin chat, msn, facebook için, % 36’sının ödev ve araştırma için kullandığı sonucu elde edilmiştir. Örneklemin % 18’inin kendini internet bağımlısı olarak gördüğü belirlenmiştir. Buna göre öğrencilerin düzenli olarak sosyal medya ve internet kullandıkları ancak yüksek düzey bağımlı olmadıkları söylenebilir.

Ergenlerin akademik başarılarının ne seviyede olduğu incelenmiştir. Bu amaçla ergenlerin akademik başarı düzeyleri, ortaöğrenim puanlama sistemine göre gruplandırılmıştır. Buna göre, ergenlerin akademik başarı düzeyleri incelendiğinde, pekiyi (85-100) olan % 20,2, iyi (70,00-84,99) olan %38,5, orta (60,00-69,99) olan %24,9, geçer (50.00-59,99) not alan %12,7, ve Geçmez (0-49,99) not alan öğrencilerin %3,6 olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre ergenlerin akademik başarılarının iyi ve orta düzeyde yoğun olduğu görülmektedir. Işın (2015), akademik başarı düzeyi yüksek olan ergenlerin benlik saygısı ve anksiyete düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi adlı çalışmasında, araştırmaya katılan öğrencilerin akademik düzeylerinin araştırılması konusunda not ortalamalarına bakıldığında %48,3’ünün

79-84 arası, %40,6'sının 84,01-90 arası, %11,1'inin 90,01-95 arası not ortalamalarına sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır. Tarhan (2013)'in tarafından yapılan araştırma sonuçlarına göre katılan öğrencilerin akademik başarılarına bakıldığında büyük çoğunluğunun % 45,4'lük bir oranla iyi olduğu, % 33,5'inin orta derecede olduğu, % 13'ünün geçer derecede olduğu ve sadece % 8,1'inin ise pekiyi olduğu belirlenmiştir.

Ergenlerin sosyal medya bağımlılığı ölçeğinden ve alt boyutlarından aldıkları puanlar arasında cinsiyet değişkenine göre anlamlı farklılığın olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırma bulgularına göre, ergenlerin sosyal medya bağımlılığı puanı cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($p>.05$). Ayrıca meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma alt boyutlarında da, cinsiyete göre bir farklılaşmanın olmadığı görülmüştür ($p>.05$). Tutgun-Ünal (2015), üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığını incelediği araştırmasında, üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının cinsiyete göre farklılaşmadığı, diğer taraftan, sosyal medya bağımlılığı alt ölçeklerine göre meşguliyet, duygu durum düzenleme ve çatışma alt ölçeklerinde anlamlı düzeyde farklılaşmanın olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bedir (2016) de sosyal medya kullanımının üniversite öğrencilerinin akademik başarılarına ve tutumlarına etkisi adlı çalışmasında öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının cinsiyete göre kız ve erkek öğrenciler arasında anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Çalışmanın bulgusu bu araştırmaların bulgularıyla benzerlik göstermektedir. Ancak Gürcan (2010), ergenlerin problemleri internet kullanımları ile uyumları arasındaki ilişkiyi incelediği araştırma sonuçlarına göre erkek öğrencilerin kız öğrencilerine göre problemleri internet kullanım oranları yüksektir. Ayrıca Taçyıldız (2010)'ın ergenlerle yaptığı araştırmasında ise kızların erkeklere (internet bağımlısı olan kız % 22.2; erkek % 77.8) göre daha düşük oranda internet bağımlısı oldukları görülmüştür.

Ergenlerin sosyal medya bağımlılığı ölçeğinden ve alt boyutlarından aldıkları puanlar arasında sınıf düzeyi değişkenine göre anlamlı farklılığın olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırma sonuçlarına baktığımızda ergenlerin sınıf düzeyine göre sosyal medya bağımlılığı ölçeğinden aldıkları toplam puan arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ($p>.05$). Ayrıca sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin meşguliyet ve çatışma boyutunda ile sınıf düzeyine göre anlamlı bir

farklılık bulunmamıştır ($p>.05$). Tutgun-Ünal (2015) ve Gürültü (2016) yaptıkları çalışmalarda sosyal medya bağımlılığı ölçeği puanlarının sınıf düzeyi ve yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık bulunmadığını belirtmişlerdir. Ancak Tuğlu (2017), ortaokul öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçları ve sosyal medyaya ilişkin tutumlarını incelediği araştırmasında öğrencilerin sosyal medya kullanım tutumlarında, sınıf düzeyi değişkenine göre anlamlı farklılık vardır. Buna göre 5. ve 6.sınıf öğrencilerin sosyal medya kullanım sıklıkları 8. sınıf öğrencilerine göre daha yüksektir.

Sosyal medya bağımlılığı ölçeği duygu durum düzenleme ve tekrarlama alt boyutunda sınıf düzeyine göre anlamlı bir fark belirlenmiştir($p<.05$).Gürültü (2016) ise, ergenlerin sosyal medya bağımlılığı ölçeği alt boyutları puanlarının sınıf düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Araştırma sonuçlarına baktığımızda, ergenlerin duygu durum alt boyutu puanları; 9.sınıf olanların 11.sınıf olanlara göre, 9.sınıf 12.sınıf olanlara göre, 10.sınıf olanların 11.sınıf olanlara göre ve 10.sınıf olanların 12.sınıf olanlara göre daha fazla olduğu söylenebilir.Tekrarlama alt boyutu puanları ise, 9.sınıf 12.sınıf olanlara göre, 10.sınıf olanların 12.sınıf olanlara göre daha fazla olduğu söylenebilir. Yapılan çalışmada 9 ve 10. Sınıf ergenlerin duygu durum düzenleme ve tekrarlama alt boyutundan aldıkları puanların 11 ve 12. sınıf ergenlere göre fazla olduğu görülmektedir. Bunun nedeni olarak 11 ve 12. sınıf ergenlerin üniversite hazırlanma sürecinde olmaları nedeni ile daha sosyal medyada daha az vakit geçirmeleri olabilir.

Araştırma bulgularından biri ergenlerin sosyal medya bağımlılığı düzeyinin okul türüne göre anlamlı farklılığın bulunmasıdır. Bulgulara göre meslek lisesi öğrencilerinin, anadolu lisesi öğrencilerine göre sosyal medya bağımlılıkları daha yüksektir. Tutgun-Ünal (2015)'ın yaptığı araştırmanın bulgularında fakültele göre sosyal medya bağımlılığının farklılaşmasına yönelik SMBÖ'den alınan puanlar incelendiğinde Mühendislik Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin ortalama puanlarının diğer fakültele göre daha düşük seviyede olduğu ortaya çıkmaktadır. Gürültü (2016) lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı puanının cinsiyete göre farklılaşmadığını, fakat alt ölçeklere bakıldığında sadece meşguliyet boyutunda anlamlı düzeyde farklılaştığı görülmektedir. Araştırmaların bulguları, bu araştırmanın bulgularıyla benzerlik göstermektedir.

Ergenlerin sosyal medya ölçeğinin meşguliyet, duygu durum düzenleme, çatışma alt boyutundan aldıkları puanları da okul türüne göre anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır. Ancak tekrarlama alt boyutunda okul türüne göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

Araştırma bulgularına göre ergenlerin akademik başarı düzeyi, cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir ($p<.05$). Erkeklerin akademik başarı düzeyleri, kızlara göre daha yüksektir. Araştırma sonuçlarından farklı olarak Nas (2015), ortaokul öğrencilerinin fen akademik başarıları ile diğer dersler akademik başarıları arasındaki ilişkinin araştırdığı çalışmasında kız öğrencilerin tüm derslerdeki akademik başarısının, erkek öğrencilere göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Fakat etki büyüklükleri hesaplandığında, farkın çok fazla olmadığını saptamıştır.

Araştırma, ergenlerin akademik başarıları ile sınıf düzeyi arasında anlamlı farklılık olduğunu ortaya koymaktadır. Ergenlerin; 10.sınıf olanların 9.sınıf olanlara göre, 11.sınıf olanların 9.sınıf olanlara göre, 12.sınıf olanların 9.sınıf olanlara göre ve 10.sınıf olanların 11.sınıf olanlara göre ve 10.sınıf olanların 12.sınıf olanlara göre akademik başarılarının daha yüksek olduğu söylenebilir. Lise öğrencilerinin sınıf düzeyine göre akademik başarılarındaki farklılıklar 12. sınıf öğrencilerin üniversite sınavına hazırlık sürecinde olmaları nedeni ile okul notlarının da yükseltmeye çalışmalarına, 9.sınıf öğrencilerin okula uyum ve ders sayısının artmasından dolayı notlarda düşüşler yaşamalarına bağlı olabilir.

Bu araştırmada, ergenlerin akademik başarı düzeyi, okul türüne göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

Araştırma bulgularına göre ergenlerin sosyal medya bağımlılığı ölçeği ve ölçek alt boyutlarından puanları ile akademik başarı düzeyi arasında negatif yönde yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki vardır. Buna göre sosyal medya bağımlılığı yüksek olan öğrencilerin akademik başarılarının daha düşük olduğu söylenebilir. Yurt içinde ve yurt dışında yapılan araştırmalar incelendiğinde araştırmanın sonucuna paralel sonuçlar elde etmişlerdir. Esen (2010) ergenlerde internet bağımlılığını yordayan psiko-sosyal değişkenleri araştırdığı araştırmasında algılanan akademik başarısı yüksek olan öğrencilerin internet bağımlılığı düzeyleri, algılanan akademik başarısı

düşük olan öğrencilerin internet bağımlılığı düzeyleri anlamlı derecede düşük olduğu tespit edilmiştir. Duman (2016), öğrencilerde problemlili internet kullanımı arttıkça, not ortalamalarının düştüğü sonucuna ulaşmıştır. Bedir (2016) araştırma bulgularında, sosyal medyada hesabı olan öğrencilerin sosyal medyada hesabı olmayan öğrencilere göre not ortalamalarının daha düşük olduğunu tespit etmiştir. Paul ve Lee (2012) tarafından yapılan çalışmada internet okuryazarlığının, sosyal medya kullanımının ve çevrimiçi oyunların internet bağımlılığını artırdığı ve eğlence amaçlı internet kullanımının internet bağımlılığını arttırabileceği belirlenmiştir. Yine elde edilen sonuçlarda sosyal medyayı daha az kullananların akademik başarılarının daha fazla olduğu ortaya çıkmıştır. Glass vd. (2013) tarafından Amerika Birleşik Devletleri'nde üniversite öğrencileri ile yapılan çalışmada Facebook kullanımının öğrencilerin akademik performansına etkisi incelenmiştir. Öğrencilerin Facebook'ta geçirdiği süre baz alınarak değerlendirilen çalışma sonuçlarına göre, öğrenciler Facebook'u sosyal becerilerini geliştirmek ve iletişim kurmak için kullanmaktadır. Ayrıca öğrencilerin Facebook'ta zaman yani sosyal medya kullanımları akademik performanslarını olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir. Literatürde çalışmanın sonuçlarından farklı bulgular elde edilen çalışmaları da yer almaktadır. Ancak Ahmed ve Qazi (2011) tarafından Pakistan'da 6 üniversitenin farklı fakültelerinden 726 öğrenci ile yapılan çalışmada; sosyal medya kullanımının öğrencilerin akademik performansı üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca öğrencilerin zamanı verimli bir şekilde yönettiği ve derslerine gerekli zamanı ayırdığı görülmüştür.

Ergenlerin sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin meşguliyet boyutundan aldıkları puanlar ile akademik başarıları arasında da negatif yönde anlamlı bir ilişki vardır. Bu sonuca göre; lise öğrencilerinin sosyal medya ile meşgul olma durumları arttıkça akademik başarılarının azaldığı söylenebilir. Ancak ergenlerin sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma alt boyutları ile akademik başarıları arasında ilişki bulunamamıştır.

ÖNERİLER

- ✓ Araştırmanın sonuçlarına göre öğrenciler sosyal medyayı kişisel problemlerini çözmek için kullandıklarını belirtmişlerdir. Lise öğrencilerinin problem çözme becerilerini artırıcı psikolojik danışma ve rehberlik hizmeti faaliyetleri artırılabilir.
- ✓ Aile desteği sağlanarak lise öğrencilerinin yaşadığı problemler en aza indirgenebilir veya problem çözüm süreci kolaylaşabilir. Ayrıca bilinçli teknoloji kullanımı, ergenlik dönemi ve anne baba tutumları konusunda aile eğitimleri düzenlenebilir.
- ✓ Öğrencilerin sosyal medyayı problem çözen platform olarak görmelerini önlemek amacıyla bilinçli ve faydalı internet kullanımı konusunda bilgilendirme çalışmaları yapılabilir.
- ✓ Araştırmaya göre meslek lisesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı daha fazladır. Sosyal medya bağımlılığını azaltmak için öğrencilerin verimli vakit geçirebilecekleri sosyal-kültürel faaliyetler (resim çalışmaları, müzik çalışmaları, futbol turnuvaları, zeka oyunları vb.) artırılabilir. Bu faaliyetler sayesinde öğrenciler sosyal medyaya ayırdıkları vakitleri hobileri ile meşgul olarak eğlenceli bir şekilde değerlendirebilirler.
- ✓ Bilişim teknolojileri, medya okuryazarlığı gibi derslerde bilinçli teknoloji kullanımı, teknolojinin avantaj-dezavantajları etkili bir şekilde anlatılarak öğrencilerin teknolojiyi olumsuz kullanmaları en aza indirgenebilir.
- ✓ Öğrencilerin sosyal medya kullanımını engellemek yerine sosyal medya üzerinden ders etkinlikleri, konularla ilgili alıştırmalar gibi içerikler hazırlanarak sosyal medyayı olumlu kullanmaları artırılabilir.
- ✓ Derslerin daha dikkat çekici şekilde işlenmesi, ders içeriklerinin birden fazla duyuya hitap edecek şekilde düzenlenmesi öğrencilerin derslere olan ilgisini ve akademik başarısını arttırmaya yardımcı olabilir.
- ✓ Bu araştırmada örneklem olarak Afyonkarahisar ili Çay ilçesinde öğrenim gören 810 lise öğrencisi seçilmiştir. Yapılacak çalışmalar, farklı il ve ilçelerde öğrenim gören öğrencilerle ve daha büyük örneklerle yürütülebilir.

KAYNAKÇA

- Ahmed, I. ve Qazi, T.,F. (2011). A Look Out For Academic Impacts Of Social Networking Sites: A Student Based Perspective. *African Journal Of Business Management*, 5(12), 5022-5031.
- Alikılıç, Ö. ve Onat, F. (2007). Bir Halkla İlişkiler Aracı Olarak Kurumsal Bloglar. *Journal Of Yaşar University*, 8(2), 899-927
- Alper, A. (Ed.) (2012). *Sosyal Ağlar*. Ankara: Pelikan Yayıncılık
- Akdemir, T. N. (2013). *İlköğretim Öğrencilerinin Facebook Tutumları İle Akademik Erteleme Davranışları ve Akademik Başarıları Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Akın, A., Özbay, A., Baykut, İ. (2015).Sosyal Medya Kullanımı Ölçeği'nin Türkçe Formu'nun Geçerliliği ve Güvenirliği The Validity And Reliability Of The Turkish Version Of The Social Media Use Integration Scale. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi The Journal of International Social Research*,8(38), Issn: 1307-9581.
- Akıncı Vural, Z.B., Bat, M. (2010). “Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”, *Yaşar Üniversitesi Dergisi*,5(20), 3348-3382.
- Akkaya, E. (2007). *Academic Procrastination Among Faculty Of Education Students: The Role Of Gender, Age, Academic Achievement, Perfectionism and Depression*.Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi,Ankara.
- Altunay, U. (2010). Gündelik Yaşam ve Sosyal Paylaşım Ağları: Twitter ya da “Pıt Pıt Net”.*Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (12), 31-56. Retrievedfrom http://www.dergipark.gov.tr/gsuilet/issue_/7367/96457(Erişim Tarihi: 13.12.2018).
- Arıcı, İ. (2008). Öğrencilerin Cinsiyetlerinin İlköğretim Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi Dersindeki Başarı Düzeylerine Etkisi. *İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 13(1), 143– 159.

- Arısoy, Ö. (2009). İnternet Bağımlılığı ve Tedavisi Internet Addictionand Its Treatment. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar-Current Approaches In Psychiatry*,1, 55-67.
- Balcı, A. (2015). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem, Teknik ve İlkeler*. Ankara: Pegem Akademi
- Bayhan, V. (2011). Lise Öğrencilerinde İnternet Kullanma Alışkanlığı ve İnternet Bağımlılığı (Malatya Uygulaması). *Akademik Bilişim 11-XIII. Akademik Bilişim Konferansı* 'nda Sunulan Sözlü Bildiri. Malatya: İnönü Üniversitesi.
- Bedir, A. (2016).*Sosyal Medya Kullanımının Üniversite Öğrencilerinin Akademik Başarılarına ve Tutumlarına Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum
- Büyükaslan, A. ve Kırık, A.,M. (2016). *Sosyal Medya Araştırmaları 3*. Konya: Çizgi Kitabevi
- Büyüköztürk, Ş. , Çakmak E. K.,Akgün Ö. E., Karadeniz Ş. ve Demirel F. (2011). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi
- Büyüköztürk, Ş. (2014). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Ankara: Pegem Akademi
- Büyüksener, E. (2009). Türkiye’de Sosyal Ağların Yeri ve Sosyal Medyaya Bakış. *14. Türkiye’de İnternet Konferansı* (39-45). [Http://İnet-Tr.Org.Tr/İnetconf14/Kitap/ İnet09.Pdf#Page=53](http://inet-tr.org.tr/inetconf14/kitap/inet09.pdf#page=53). (Erişim Tarihi: 12.12.2017).
- Çemrek, F., Baykuş, H. ve Özaydın, Ö. (2014). Sosyal Medya Kullanım ve Davranışlarının Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Örneği. *Alphanumeric Journal*, 2(2), 061-076.
- Çetinkaya, M. (2013).*İlköğretim Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığının İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir
- Çinkay, B. (2017). *Sosyal Medya Pazarlamasında Ünlü Onaylayanların Tüketici Algısı ve Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş.

- Demirtaş, H. ve Çınar. İ. (2004). *Yönetici, Öğretmen, Veli ve Öğrencilerin Başarı Algısı ve Eğitime İlişkin Görüşleri (Malatya İli Örneği)*. (XIII.Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı). İnönü Üniversitesi, Malatya.
- Derin, S. (2013). *Lise Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı ve Öznel İyi Oluş*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Dikbıyık, D. (2016). *Sosyal Medya Pazarlamasının Tüketicilerin Ürün ve Hizmet Satın Alma Davranışına Etkileri Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniveristesi, İstanbul.
- Doğruluk, S. (2017). *Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları İle İnternet Bağımlılıkları Arasındaki İlişki*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş.
- Duman, S. (2016). *Ergenlerin Problemlı İnternet Kullanımı ile Akademik Başarı ve Ertelemeleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya.
- Düşünceli, Y. M. (2016). *Özel Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumları İle İçedönüklük-Dışadönüklük Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi, İstanbul.
- Ellison, N.,Steinfeld, C. &Lampe, C. (2007). The Benefits of Facebook “Friends:” Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1143–1168.
- Erdoğdu, Y. (2006). Yaratıcılık ile öğretmen davranışları ve akademik başarı arasındaki ilişkiler. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(17), 95-106.
- Esen, E. (2010). *Ergenlerde İnternet Bağımlılığını Yordayan Psiko-Sosyal Değişkenlerin İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Feyzioğlu, B., İ. (2016).*Eğitimde Sosyal Medyanın Kullanılmasına İlişkin Okul Yöneticilerinin ve Öğretmenlerin Görüşleri*.Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.

- Filiz, O., Erol, O., Dönmez, F. İ. ve Kurt, A. A. (2014). BÖTE Bölümü Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçları ile İnternet Bağımlılıkları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Journal Of Instructional Technologies & Teacher Education JITTE*, 3(2), 17-28.
- Folaranmi, A. O. (2013). A Survey Of Facebook Addiction Level Among Selected Nigerian University Undergraduates. *New Media and Mass Communication*, 10, 70-80.
- Goodman, M. (2016). *Geleceğin Suçları- Dijital Dünyanın Karanlık Yüzü*. İstanbul: Timaş
- Glass, R., Prichard, J., Lafortune, A. & Schwab, N. (2013). The Influence Of Personality And Facebook Use On Student Academic Performance. *Issues In Information Systems*, 14(2), 119-126.
- Gülbahar Y., Kalelioğlu, F. ve Madran, O. (2010). *Sosyal Ağların Eğitim Amaçlı Kullanımı*. XV'de sunulan bildiri. Türkiye'de İnternet Konferansı, İstanbul, Türkiye.
- Güleç, S. ve Alkış, S. (2003). İlköğretim Birinci Kademe Öğrencilerinin Derslerdeki Başarı Düzeylerinin Birbiriyle İlişkisi. *İlköğretim Online*, 2(2), 19-27.
- Gürçan, N. (2010). *Ergenlerin Problemlı İnternet Kullanımları ile Uyumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Gürültü, E. (2016). *Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları ve Akademik Erteleme Davranışları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Günlü, A. (2016). *Ergenlerde İnternet ve Problemlı İnternet Kullanım Davranışının İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Hacıfendioğlu, Ş. (2011). Reklam Ortamı Olarak Sosyal Paylaşım Siteleri ve Bir Araştırma. *Bilgi Ekonomisi Ve Yönetimi Dergisi*, VI(I).

[Http://Www.Pewinternet.Org/2018/03/01/Social-Media-Use-İn-2018/](http://www.pewinternet.org/2018/03/01/social-media-use-in-2018/) (Erişim Tarihi: 23.12.2018).

[Https://Wearesocial.Com/Sg/Blog/2018/01/Global- Digital -Report- 2018/](https://wearesocial.com/sg/blog/2018/01/global-digital-report-2018/) (Erişim Tarihi:15.12.2018).

Işın, S.A. (2015). *Akademik Başarı Düzeyi Yüksek Olan Ergenlerin Benlik Saygısı ve Anksiyete Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Üsküdar Üniversitesi, İstanbul.

Junco, R. (2012). The Relationship Between Frequency Of Facebook Use, Participation In Facebook Activities and Student Engagement. *Computers&Education*, 58,162-171.

Kalender, M. E. (2016). *Fen Lisesi ve Sosyal Bilimler Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıklarının İncelenmesi (Kütahya İli Örneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.

Kamiloğlu, F. ve Yurttaş, Ö. U. (2014). Sosyal Medyanın Bilgi Edinme ve Kişisel Gelişim Sürecine Katkısı ve Lise Öğrencileri Üzerine Bir Alan Çalışması. *İletişim* 21, 130-152

Kara, T. (2013). *Sosyal Medya Endüstrisi*. İstanbul: Beta

Karasar, N. (2007). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım

Kılıç, Ö. (2016). *Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının İncelenmesi (Araklı Örneği)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi, Sivas.

Kirschner, P. A. &Karpinski, A. C. (2010). Facebook and Academic Performance. *Computers İn Human Behavior*, 26, 1237-1245.

Kuh, G. T., Buckley, J. A., Bridges, B. K., &Hayek, J. C. (2006). What Matters To Student Success: A Review Of The Literature. *Spearheading A Dialog On Student Success, Commissioned Report For The National Symposium On Postsecondary Student Success*, Washington DC.

- Lenhart, A., Purcell, K., Smith, A. & Zickuhr, K. (2010). Social Media And Mobile Internet Use Among Teens And Young Adults. *Pew Research Center, Pew Internet & American Life Project Web Site*: [Http://Pewinternet.Org/Reports/2010/Social-Media-And-Young-Adults.aspx](http://Pewinternet.Org/Reports/2010/Social-Media-And-Young-Adults.aspx). (Erişim Tarihi: 14.12.2017).
- Mingle, J. & Adams, M. (2015). Social Media Network Participation And Academic Performance In Senior High Schools In Ghana. *Library Philosophy And Practice (E-Journal)*, 7(21), 1286.
- Mythily, S., Qiu, S. & Winslow, M. (2008). Prevalence And Correlates Of Excessive Internet Use Among Youth In Singapore. *The Annals, Academy Of Medicine, Singapore*, 37(1), 9-14.
- Nas, S. (2015). *Ortaokul Öğrencilerinin Fen Akademik Başarıları İle Diğer Dersler Akademik Başarıları Arasındaki İlişkinin Araştırılması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Odabaşı, F., Çoklar, A. N. ve Kabakçı, I. (2007). *Yeni Dünya: İnternet Ailelerin Yeni Dünyadaki Sorumlulukları Nelerdir?* (8. Aybastı-Kabataş Kurultayı). Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Odacı, H. ve Berber Çelik, Ç. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Problemlerini İnternet Kullanımlarının Akademik Öz-Yeterlik, Akademik Erteleme ve Yeme Tutumları İle İlişkisi. *5th International Computer & Instructional Technologies Symposium*. Fırat University, 22-24 September 2011, Elazığ.
- O'Brien, J. T. (2011). *Facebook and Other Internet Use and The Academic Performance Of College Students*. Unpublished Doctoral Dissertation. The Temple University Graduate School, Philadelphia.
- Paul, L. L., & Lee, S. N. (2012). Impact Of İnternet Literacy, İnternet Addiction Symptoms, And İnternet Activities On Academic Performance. *Social Science Computer Review*, 30(4), 403-418.
- Peker, A. (2015). Ergenlerin Saldırganlık ve Siber Zorbalık Davranışları Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi. *EKEV Akademi Dergisi*, 19(61), 323-337.
- Polat, D. (2016). *Sosyal Medya ile Başım Dertte*. İstanbul: Yediveren

- Roblyer M.D. & Mc Daniel M. (2010). "Findings On Facebook In Higher Education: A Comparison Of College Faculty And Student Uses and Perceptions Of Social Network Sites. *The Internet And Higher Education*, 13(3), 134-140.
- Rouis, S., Limayem, M. & Salehi-Sangari, E. (2011). Impact Of Facebook Usage On Students' Academic Achievement: Roles Of Self-Regulation and Trust. *Electronic Journal Of Research In Educational Psychology*. 9(3), 961-994.
- Sarioğlu, A. F. (2011). *Öğretmen Adaylarının Akademik Erteleme Eğilimi ile Mükemmelliyetçilik Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Singh, N. & Barmola, K. C. (2015). Internet Addiction, Mental Health and Academic Performance Of School Students/Adolescents. *The International Journal Of Indian Psychology*. Volume 2, Issue3. ISSN 2348-5396 (E) | ISSN: 2349-3429 (P).
- Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z. ve Demir, M. (2013). İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Uygulama. *İletişim*, 7(4), 24-32.
- Sönmez, B. (2013). *Sosyal Medya ve Ortaöğretim Öğretmenlerinin Facebook Kullanım Alışkanlıkları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Subrahmanyam, K., Reich, S.M., Waechter, N. and Espinoza, G. (2008). Online And Offline Social Networks: Use Of Social Networking Sites By Emerging Adults. *Journal Of Applied Developmental Psychology*, 29, 420–433.
- Şentürk, E. (2017). *Sosyal Medya Bağımlılığının, Depresyon, Anksiyete Bozukluğu, Karışık Anksiyete ve Depresif Bozukluk Hastaları ile Kontrol Grubu Arasında Karşılaştırılması ve Kullanıcıların Kişilik Özellikleri ile İlişkinin Araştırılması*. Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Şevik, Y. (2014). *İlkokul Müdür ve Müdür Yardımcılarının Öğrencilerin Akademik Başarısını Etkileyen Faktörlere İlişkin Görüşleri ile Akademik Başarısına Katkıları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Burdur.

- Şişman Eren, E. (2014). Sosyal Medya Kullanım Amaçları Ölçeğinin Geliştirilmesi ve Bazı Kişisel Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi (H. U. Journal of Education)*, 29(4), 230-243.
- Taçyıldız, Ö. (2010). *Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı Düzeylerinin Bazı Değişkenlere Göre Yordanması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, İzmir.
- Tanrıverdi, H. ve Sağır, S. (2014). Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağ Kullanım Amaçlarının ve Sosyal Ağları Benimseme Düzeylerinin Öğrenci Başarısına Etkisi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*,7(18), 776-821.
- Tarhan, N. ve Nurmedov, S. (2011).*Bağımlılık-Sanal Veya Gerçek*. İstanbul: Timaş
- Taş, U. E., Arıcı, Ö., Özarkan, H. B. ve Özgürlük, B. (2016). *Uluslararası Öğrenci Değerlendirme Programı: PISA2015 Ulusal Raporu*. Ankara
- Tekin, H. (2016). *Ortaokul Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı ile Algılanan İnsani Değerlerin İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adıyaman Üniversitesi, Adıyaman.
- Tektaş, N. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanımlarına Yönelik Bir Araştırma. *Tarih Okulu Dergisi (TOD) Journal of History School (JOHS)*,7(XVII), 851-870. DOI No: <http://dx.doi.org/10.14225/Joh474>
- Tiryaki, S. (2015). *Sosyal Medya ve Facebook Bağımlılığı*. Konya: LiteratürAcademia
- Tuğlu, B. (2017). *Ortaokul Öğrencilerinin Sosyal Medyayı Kullanım Amaçları ve Sosyal Medya Kullanımlarına İlişkin Tutumları*.Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Tutgun Ünal, A. ve Köroğlu, O. (2013). A Comparative Study Of Social Network Usage and Adoption Among Turkish Prospective Teachers. *Mevlana International Journal Of Education (MIJE)*, 3(4), 24-42.
- Tutgun-Ünal, A. (2015). *Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.

- Tsai, C. & Lin, S.J. (2003). Internet Addiction Of Adolescents In Taiwan: An Interview Study. *Cyberpsychology&Behavior*, 6 (6); 649- 652. <https://www.liebertpub.com/doi/10.1089/109493103322725432> (Erişim Tarihi: 17.12.2018).
- Ulusoy, A. ve Bostancı, M. (2014). Çocuklarda Sosyal Medya Kullanımı ve Ebeveyn Rolü-Children's Social Media Use And The Role Of Parents. *The Journal Of Academic Social Science Studies International Journal Of Social Science*, Doi Numarası: <http://dx.doi.org/10.9761/JASSS2233>, 28, 559-572.
- Uysal, S. (2013). *Meslek Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Eğitsel Sosyal Medya Kullanımlarının Değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.
- Uzgören, E. ve Korkmaz, İ. (2015). Sosyal Medya Ekonomisinin Mikro İktisadi Temelleri Üzerine Bir İnceleme. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(1), 63-73
- Wei, T. & Wang, C. (2011). The Characteristics Of Social Networks Of China's College Students. *Modern Management*, 1, 219-223.
- Wolniczak, I., Ca' Ceres-Delaguila, JA., Palma-Ardiles, G., Arroyo, KJ. & Solı' S-Visscher, R. (2013). Association Between Facebook Dependence And Poor Sleep Quality: A Study In A Sample Of Undergraduate Students In Peru. *Plos ONE*, 8(3): E59087. Doi:10.1371/Journal.Pone.0059087
- Yanık Düşünceli, M. (2016). *Özel Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumları İle İçedönüklük-Dışadönüklük Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi, İstanbul.
- Yeboah, J. & Ewur, G. D. (2014). The Impact Of Whatsapp Messenger Usage On Students Performance In Tertiary Institutions In Ghana. *Journal Of Education And Practice*, 5(6), 2222-1735.
- Yıldız, M. U. (2016). Pansiyonlu ve Pansiyonsuz Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımlarının Ders Başarılarına Etkisinin İncelenmesi. *ZİRVE Üniversitesi Sanat Ve İletişim Hakemli Dergisi*, 1(2), 44-54.

Zaffar, M.,Mahmood, S., Saleem, M. &Zakaria, E. (2015). Facebook Addiction: Relation With Depression, Anxiety, Loneliness And Academic Performance Of Pakistani Students. *Science International (Lahore)*. 27(3). 2469-2475.

EKLER

EK.1 Valilik Onayı



T.C.
ÇAY KAYMAKAMLIĞI
İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü

Sayı : 66971231-600-E.19275200
Konu : Araştırma İzni

15/11/2017

KAYMAKAMLIK MAKAMINA

İlgi : AKÜ Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı'nın 09.11.2017 tarih ve 16633 sayılı yazısı.

Afyon Kocatepe Üniversitesi Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı'nın ilgi yazıları ile Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Tezli Yüksek Lisans programı öğrencisi Hatice GÖKSU'nun aşağıda isimleri yazılı olan okullarımızda uygulama çalışması yapması için izin verilmesi talep edilmekte olup, okul müdürlüklerinin gözetim ve sorumluluğunda derslerin aksatılmaması kaydıyla aşağıda isimleri yazılı olan okullarımızda uygulama çalışması yapılması Müdürlüğümüzce uygun görülmektedir.

Makamlarınızda da uygun görülmesi halinde olurlarınıza arz ederim.

Muhammet Ali SERİN
İlçe Milli Eğitim Müdürü

OLUR
15/11/2017

Turan ERDOĞAN
Kaymakam

- 1- Çay Şehit Kamil Tuna Anadolu Lisesi
- 2- Çay İMKB Anadolu Lisesi
- 3- Çay Gevher Nesibe Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
- 4- Çay Nene Hatun Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
- 5- Çay Şehit Ahmet Şahin Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi

Vakıf Mahallesi Turgut Özal Caddesi No: 13- Çay Afyonkarahisar
Elektronik Ağ: www.cay.meb.gov.tr
e-posta: cay03@meb.gov.tr

Ayrıntılı bilgi için: Y.DAĞDELEN Memur
Tel: (0 272) 6312009 -16
Faks: (0 272) 6324111

Bu e-crak görevli elektronik imza ile mevlamustur. <http://evcrakozgu.meb.gov.tr> adresinden: 55e2-13f5-35af-8fa0-d68e koda ile teyit edilebilir.

EK. 2 Etik Kurul Onayı

T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİĞİ KURUL
KARARLARI

TOPLANTI SAYISI : 01

KARAR TARİHİ : 03.05.2017

KARAR 2017/10

Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri yüksek lisans öğrencisi Hatice GÖKSU'nun "Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının Akademik Başarıları İle İlişkisinin İncelenmesi" başlıklı çalışması kapsamında kullanacağı veri toplama araçlarının, etik açıdan sakıncalı olmadığına, katılanların oy birliği ile karar verildi.

ASLI GİBİDİR

Prof. Dr. Mehmet KARAKAŞ

Sosyal ve Beşeri Bilimler Bil. Araş. ve Yayın Etik Kurul Başkanı