



**T.C.  
YEDİTEPE ÜNİVERSİTESİ  
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**8. SINIF ÖĞRENCİLERİNİN BENLİK SAYGILARI İLE  
SOSYAL MEDYAYA İLİŞKİN TUTUMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİ  
(BEYKOZ İLÇESİ ÖRNEĞİ)**

**Nagihan SARAÇ**

**Eğitim Yönetimi Ve Denetimi Yüksek Lisans Tezi**

**İstanbul, 2014**



**T.C.  
YEDİTEPE ÜNİVERSİTESİ  
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**8. SINIF ÖĞRENCİLERİNİN BENLİK SAYGILARI İLE  
SOSYAL MEDYAYA İLİŞKİN TUTUMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİ  
(BEYKOZ İLÇESİ ÖRNEĞİ)**

**Nagihan SARAÇ**

**Danışman  
Yard. Doç. Dr. Mustafa OTRAR**

**Eğitim Yönetimi Ve Denetimi Yüksek Lisans Tezi**

**İstanbul, 2014**

ONAY

T.C.  
YEDİTEPE UNIVERSİTESİ  
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

8. Sınıf Öğrencilerinin Benlik Saygıları ile  
Sosyal Medyaya İlişkin Tutumları Arasındaki İlişki  
(Beykoz ilçesi örneği)

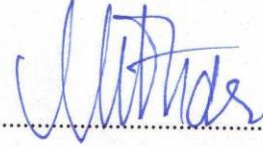
Ad-Soyad:

Magihan SARAC

ONAY:

Danışman :

Yrd. Doç. Dr. Mustafa OTRAR



Üye:

Prof. Dr. Halil EKŞİ



Üye:

Doç. Dr. Ahmet KATILMIS



Onay Tarihi: 02.12.2014

## İÇİNDEKİLER

ONAY.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
SİMGE LİSTESİ.....	vii
KISALTMA LİSTESİ.....	viii
ŞEKİL LİSTESİ.....	ix
ÇİZELGE LİSTESİ.....	x
ÖNSÖZ.....	xxix
ABSTRACT.....	xxx
ÖZET.....	xxxii

<b>BÖLÜM I GİRİŞ.....</b>	<b>1</b>
1. Problem Durumu.....	1
1.2. Problem Cümlesi.....	3
1.2.1. Alt Problemler.....	3
1.3. Önem.....	4
1.4. Sayıtlılar.....	5
1.5. Sınırlılıklar.....	5
1.6. Tanımlar.....	5

<b>BÖLÜM II İLGİLİ LİTERATÜR.....</b>	<b>7</b>
2.1. WEB 2.0 KAVRAMI.....	7
2.2. SOSYAL MEDYA KAVRAMI.....	10
2.2.1. Sosyal Medyanın Geleneksel Medyadan Farkı.....	16
2.2.2. Sosyal Medya Araçları ve Ortamları.....	18
2.2.2.1. Bloglar (Ağ Günlüğü, Weblog).....	20
2.2.2.2. Mikrobloglar.....	21
2.2.2.2.1. Twitter.....	21
2.2.2.3. Wikiler.....	24
2.2.2.4. Sosyal İşaretleme (Sosyal Etiketleme).....	24
2.2.2.5. Medya Paylaşım Siteleri.....	25
2.2.2.6. Podcasting.....	28

2.2.2.7. Sosyal Ağlar.....	29
2.2.2.7.1. Facebook.....	32
2.2.2.7.2. Myspace.....	35
2.2.2.7.3. Diğer Sosyal Ağlar.....	36
2.3. SOSYAL MEDYANIN EĞİTİMLE İLİŞKİSİ.....	37
2.4. BENLİK KAVRAMI.....	41
2.5. BENLİK SAYGISI KAVRAMI.....	43
2.5.1. Benlik Saygısını Etkileyen Etmenler.....	44
2.5.2. Düşük ve Yüksek Benlik Saygısı.....	47
2.6. ERGENLİK DÖNEMİ.....	50
2.6.1. Ergenlik Dönemi Özellikleri.....	50
2.6.2. Ergenlik Dönemi ve Benlik Saygısı.....	52
2.6.3. Ergenlik Dönemi ve Sosyal Medya.....	54
2.7. SOSYAL MEDYA ve BENLİK SAYGISI.....	55
2.8. İLGİLİ ARAŞTIRMALAR.....	57
<b>BÖLÜM III YÖNTEM.....</b>	<b>59</b>
3.1. Araştırmanın Modeli.....	59
3.2. Evren ve Örneklem.....	59
3.3. Veri Toplama Araçları.....	60
3.3.1. Kişisel Bilgi Formu.....	60
3.3.2. Öğrenciler için Sosyal Medya Tutum Ölçeği.....	60
3.3.3. Piers Harris Çocuklarda Öz Kavramı Ölçeği.....	61
3.4. Verilerin Toplanması.....	62
3.5. Verilerin Analizinde Kullanılan İstatistikler.....	62
<b>BÖLÜM IV BULGULAR.....</b>	<b>65</b>
4.1. Araştırma Evrenindeki Öğrencilerin Demografik Bilgilerine İlişkin Bulgular.....	65
4.2. Araştırma Evrenindeki Öğrencilerin SMTÖ ve Alt Boyutları Puanları ile Öğrencilerin PHBSÖ ve Alt Boyutları Puanlarının Demografik Değişkenlere Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan İstatistiki Testlere İlişkin Bulgular.....	71

<b>BÖLÜM V SONUÇ, TARTIŞMA ve ÖNERİLER.....</b>	<b>179</b>
5.1. SONUÇ ve TARTIŞMA.....	179
5.2. ÖNERİLER.....	196
5.2.1. Araştırmacılara Yönelik Öneriler.....	196
5.2.2. Uygulayıcılara Yönelik Öneriler.....	196
<b>KAYNAKLAR.....</b>	<b>198</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>208</b>
EK-1: Kişisel Bilgi Formu.....	208
EK-2: Öğrenciler İçin Sosyal Medya Tutum Ölçeği.....	210
EK-3: Piers Harris Çocuklarda Öz Kavramı Ölçeği.....	211
EK-4: Öğrenciler İçin Sosyal Medya Tutum Ölçeği Kullanım İzni.....	213
EK-5: Piers Harris Çocuklarda Öz Kavramı Ölçeği Kullanım İzni.....	214

## SİMGE LİSTESİ

F	Frekans
N	Birey Sayısı
P	Anlamlılık Düzeyi
Sh	Standart Hata
Ss	Standart Sapma
Sd	Serbestlik Derecesi
$\bar{x}$	Aritmetik Ortalama
%	Yüzde
$\alpha$	Cronbach Alfa Güvenirlik Düzeyi

## KISALTMA LİSTESİ

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
akt:	Aktaran
BÖTE	Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri
Çev.	Çeviren
Ed.	Editör
HTML	Hyper Text Markup Language
İGK	İnternet Geliştirme Kurulu
KABHY	Kablosuz Ağ Bulunan Herhangi Bir Yer
MEB	Milli Eğitim Bakanlığı
MP3	Sıkıştırılmış Ses ve Müzik Dosyası
ODTÜ	Ortadoğu Teknik Üniversitesi
PHBSÖ	Piers Harris Çocuklarda Öz Kavramı Ölçeği (Piers Harris Benlik Saygısı Ölçeği)
PDA	Avuçiçi Bilgisayar
RSS	Really Simple Syndication (Çok Basit Besleme)
SMS	Short Message Service (Kısa Mesaj Servisi)
SMTÖ	Sosyal Medya Tutum Ölçeği
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
UBİK	Ulaştırma Bakanlığı İnternet Kurulu
UNESCO	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
USMED	Uluslararası Sosyal Medya Derneği



## ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 2.1.	Kullanıcılar 2013 yılında sosyal medya hesaplarının üzerinden neler paylaştılar.....	13
Şekil 2.2.	Sosyal medya mecraları kullanım oranları.....	14
Şekil 2.3.	Türkiye'de en çok kullanıcıya ulaşan ilk 10 site.....	15
Şekil 2.4.	Sosyal medya infografiğine göre Twitter rakamları.....	23
Şekil 2.5.	Dünyada en çok kullanıcıya ulaşan ilk 10 site.....	26
Şekil 2.6.	Sosyal medya infografiğine göre Youtube rakamları.....	27
Şekil 2.7.	Belli başlı sosyal ağların açılış tarihleri.....	31
Şekil 2.8.	Facebook üzerinden gerçekleştirebilecek etkinlikler.....	33
Şekil 2.9.	Sosyal medya infografiğine göre Facebook rakamları.....	33
Şekil 2.10.	Google arama trendleri Facebook'un gelişimi.....	34

## ÇİZELGE LİSTESİ

Çizelge 3.1.	Faktör Analizi Sonucunda Belirlenen Alt Boyutlar ve Bu Boyutlara Ait Güvenirlilik Katsayıları.....	61
Çizelge 4.1.	Öğrencilerin Cinsiyet Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	65
Çizelge 4.2.	Öğrencilerin Algılanan Gelir Düzeyi Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	66
Çizelge 4.3.	Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Düzeyi Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	66
Çizelge 4.4.	Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	66
Çizelge 4.5.	Öğrencilerin Herhangi Bir Sosyal Medya Sitesine Üye Olma Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	67
Çizelge 4.6.	Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	67
Çizelge 4.7.	Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	68
Çizelge 4.8.	Öğrencilerin Sosyal Medyada Harcadığı Ortalama Süre Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	68
Çizelge 4.9.	Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerine Bağlandıkları Ortam Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	69
Çizelge 4.10.	Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerine Bağlanmak İçin En Fazla Kullandıkları Araç Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	69
Çizelge 4.11.	Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	70
Çizelge 4.12.	Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Amacı Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	70
Çizelge 4.13.	Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Amacı Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri(Yeni Gruplar) .....	71

Çizelge 4.14. Örneklemedeki Öğrencilere Uygulanan PHBSÖ Mutluluk-Doyum, Kaygı, Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma, Davranış Ve Uyuma/Konformite, Fiziksel Görünüm Ve Zihinsel ve Okul Durumu Alt Boyut Puanları İçin N, Aritmetik Ortalama, Standart Sapma ve Standart Hata Değerleri.....	72
Çizelge 4.15. Örneklemedeki Öğrencilere Uygulanan SMTÖ Toplam ve Paylaşım İhtiyacı, Sosyal Yetkinlik, Sosyal İzolasyon ve Öğretmenlerle İlişki Alt Boyut Puanları İçin N, Aritmetik Ortalama, Standart Sapma ve Standart Hata Değerleri.....	73
Çizelge 4.16. Mutluluk-Doyum Alt Boyutu Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları.....	73
Çizelge 4.17. Kaygı Alt Boyutu Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları.....	74
Çizelge 4.18. Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları.....	74
Çizelge 4.19. Davranış Ve Uyuma/Konformite Alt Boyutu Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları.....	74
Çizelge 4.20. Fiziksel Görünüm Alt Boyutu Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları.....	75
Çizelge 4.21. Zihinsel Ve Okul Durumu Alt Boyutu Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları.....	75
Çizelge 4.22. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları.....	76
Çizelge 4.23. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları.....	76
Çizelge 4.24. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları.....	76

Çizelge 4.25. Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları.....	77
Çizelge 4.26. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları.....	77
Çizelge 4.27. Mutluluk-Doyum Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	78
Çizelge 4.28. Kaygı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	78
Çizelge 4.29. Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	78
Çizelge 4.30. Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann Whitney U Testi Sonuçları.....	79
Çizelge 4.31. Davranış Ve Uyuma/Konformite Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	79
Çizelge 4.32. Fiziksel Görünüm Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	80
Çizelge 4.33. Zihinsel Ve Okul Durumu Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	80
Çizelge 4.34. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	81
Çizelge 4.35. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann Whitney U Testi Sonuçları.....	81

Çizelge 4.36.	Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	82
Çizelge 4.37.	Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann Whitney U Testi Sonuçları.....	82
Çizelge 4.38.	Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	83
Çizelge 4.39.	Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	83
Çizelge 4.40.	Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Öğrencilerin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	83
Çizelge 4.41.	Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Öğrencilerin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann Whitney U Testi Sonuçları.....	84
Çizelge 4.42.	Mutluluk-Doyum Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	84
Çizelge 4.43.	Kaygı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	85
Çizelge 4.44.	Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	85
Çizelge 4.45.	Davranış ve Uyuma/Konformite Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	86
Çizelge 4.46.	Fiziksel Görünüm Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	86

Çizelge 4.47. Zihinsel ve Okul Durumu Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	87
Çizelge 4.48. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	87
Çizelge 4.49. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann Whitney U Testi Sonuçları.....	88
Çizelge 4.50. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	88
Çizelge 4.51. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	89
Çizelge 4.52. Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	89
Çizelge 4.53. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	90
Çizelge 4.54. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann Whitney U Testi Sonuçları.....	90
Çizelge 4.55. Mutluluk-Doyum Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	91
Çizelge 4.56. Kaygı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	91
Çizelge 4.57. Kaygı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann Whitney U Testi Sonuçları.....	92

Çizelge 4.58. Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	92
Çizelge 4.59. Davranış Ve Uyma/Konformite Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	93
Çizelge 4.60. Fiziksel Görünüm Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	93
Çizelge 4.61. Zihinsel Ve Okul Durumu Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	94
Çizelge 4.62. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	94
Çizelge 4.63. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	95
Çizelge 4.64. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann Whitney U Testi Sonuçları.....	95
Çizelge 4.65. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	96
Çizelge 4.66. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann Whitney U Testi Sonuçları.....	96
Çizelge 4.67. Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	97

Çizelge 4.68. Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann Whitney U Testi Sonuçları.....	97
Çizelge 4.69. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	98
Çizelge 4.70. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann Whitney U Testi Sonuçları.....	99
Çizelge 4.71. Mutluluk-Doyum Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Herhangi Bir Sosyal Medya Sitesine Üye Olup Olmama Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları.....	99
Çizelge 4.72. Kaygı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Herhangi Bir Sosyal Medya Sitesine Üye Olup Olmama Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları.....	100
Çizelge 4.73. Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Herhangi Bir Sosyal Medya Sitesine Üye Olup Olmama Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları.....	100
Çizelge 4.74. Davranış Ve Uyma/Konformite Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Herhangi Bir Sosyal Medya Sitesine Üye Olup Olmama Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları.....	101
Çizelge 4.75. Fiziksel Görünüm Puanlarının Öğrencilerin Herhangi Bir Sosyal Medya Sitesine Üye Olup Olmama Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları.....	101
Çizelge 4.76. Zihinsel Ve Okul Durumu Puanlarının Öğrencilerin Herhangi Bir Sosyal Medya Sitesine Üye Olup Olmama Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları.....	101



Çizelge 4.77. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Herhangi Bir Sosyal Medya Sitesine Üye Olup Olmama Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları.....	102
Çizelge 4.78. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Herhangi Bir Sosyal Medya Sitesine Üye Olup Olmama Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları.....	102
Çizelge 4.79. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Herhangi Bir Sosyal Medya Sitesine Üye Olup Olmama Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları.....	103
Çizelge 4.80. Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Herhangi Bir Sosyal Medya Sitesine Üye Olup Olmama Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları.....	103
Çizelge 4.81. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Öğrencilerin Herhangi Bir Sosyal Medya Sitesine Üye Olup Olmama Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları.....	103
Çizelge 4.82. Mutluluk-Doyum Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	104
Çizelge 4.83. Kaygı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	104
Çizelge 4.84. Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	105
Çizelge 4.85. Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Tukey HSD Testi Sonuçları.....	106
Çizelge 4.86. Davranış Ve Uyuma/Konformite Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	107

Çizelge 4.87. Fiziksel Görünüm Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	107
Çizelge 4.88. Zihinsel Ve Okul Durumu Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	108
Çizelge 4.89. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	108
Çizelge 4.90. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Tamhane's T2 Testi Sonuçları.....	109
Çizelge 4.91. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	110
Çizelge 4.92. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Hangi Alt Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları.....	111
Çizelge 4.93. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	112
Çizelge 4.94. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Tamhane's T2 Testi Sonuçları.....	113
Çizelge 4.95. Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	114

Çizelge 4.96. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	114
Çizelge 4.97. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Tamhane's T2 Testi Sonuçları.....	115
Çizelge 4.98. Mutluluk-Doyum Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	116
Çizelge 4.99. Kaygı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	117
Çizelge 4.100. Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	117
Çizelge 4.101. Davranış Ve Uyuma/Konformite Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	118
Çizelge 4.102. Fiziksel Görünüm Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	118
Çizelge 4.103. Zihinsel Ve Okul Durumu Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	119
Çizelge 4.104. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	119
Çizelge 4.105. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Tamhane's T2 Testi Sonuçları.....	120

Çizelge 4.106. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	121
Çizelge 4.107. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları.....	122
Çizelge 4.108. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	123
Çizelge 4.109. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Hangi Alt Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Tukey HSD Testi Sonuçları.....	124
Çizelge 4.110. Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	125
Çizelge 4.111. Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Hangi Alt Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları.....	126
Çizelge 4.112. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	127
Çizelge 4.113. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Hangi Alt Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları.....	128
Çizelge 4.114. Mutluluk-Doyum Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	129
Çizelge 4.115. Kaygı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	129

Çizelge 4.116. Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	130
Çizelge 4.117. Davranış Ve Uyma/Konformite Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	130
Çizelge 4.118. Davranış Ve Uyma/Konformite Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları.....	131
Çizelge 4.119. Fiziksel Görünüm Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	132
Çizelge 4.120. Zihinsel Ve Okul Durumu Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	132
Çizelge 4.121. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	133
Çizelge 4.122. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları.....	134
Çizelge 4.123. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	135
Çizelge 4.124. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları.....	136
Çizelge 4.125. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	137

Çizelge 4.126. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Tamhane's T2 Testi Sonuçları.....	138
Çizelge 4.127. Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	139
Çizelge 4.128. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	139
Çizelge 4.129. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları.....	140
Çizelge 4.130. Mutluluk-Doyum Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Ortam Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	141
Çizelge 4.131. Kaygı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Ortam Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	141
Çizelge 4.132. Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Ortam Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	142
Çizelge 4.133. Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Ortam Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann Whitney U Testi Sonuçları.....	142
Çizelge 4.134. Davranış Ve Uyuma/Konformite Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Ortam Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	143
Çizelge 4.135. Fiziksel Görünüm Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Ortam Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	144

Çizelge 4.136. Zihinsel Ve Okul Durumu Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Ortam Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	144
Çizelge 4.137. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Ortam Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	145
Çizelge 4.138. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Ortam Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann Whitney U Testi Sonuçları.....	145
Çizelge 4.139. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Ortam Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	146
Çizelge 4.140. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Ortam Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann Whitney U Testi Sonuçları.....	146
Çizelge 4.141. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Ortam Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	147
Çizelge 4.142. Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Ortam Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	147
Çizelge 4.143. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Ortam Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları.....	148
Çizelge 4.144. Mutluluk-Doyum Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	148
Çizelge 4.145. Kaygı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	149

Çizelge 4.146. Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	149
Çizelge 4.147. Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Tamhane's T2 Testi Sonuçları.....	150
Çizelge 4.148. Davranış Ve Uyuma/Konformite Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	150
Çizelge 4.149. Fiziksel Görünüm Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	151
Çizelge 4.150. Zihinsel Ve Okul Durumu Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	151
Çizelge 4.151. Zihinsel Ve Okul Durumu Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları.....	152
Çizelge 4.152. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	152
Çizelge 4.153. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları.....	153
Çizelge 4.154. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	154
Çizelge 4.155. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	154



Çizelge 4.156. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları.....	155
Çizelge 4.157. Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	155
Çizelge 4.158. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	156
Çizelge 4.159. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları.....	156
Çizelge 4.160. Mutluluk-Doyum Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	157
Çizelge 4.161. Kaygı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	157
Çizelge 4.162. Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	158
Çizelge 4.163. Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan LSD Testi Sonuçları.....	159
Çizelge 4.164. Davranış Ve Uyuma/Konformite Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	159
Çizelge 4.165. Fiziksel Görünüm Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	160

Çizelge 4.166. Zihinsel Ve Okul Durumu Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	160
Çizelge 4.167. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	161
Çizelge 4.168. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Tamhane's T2 Testi Sonuçları.....	161
Çizelge 4.169. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	162
Çizelge 4.170. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Tamhane's T2 Testi Sonuçları.....	163
Çizelge 4.171. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	163
Çizelge 4.172. Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	164
Çizelge 4.173. Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan LSD Testi Sonuçları.....	164
Çizelge 4.174. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	165

Çizelge 4.175. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Tamhane's T2 Testi Sonuçları.....	166
Çizelge 4.176. Mutluluk-Doyum Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	166
Çizelge 4.177. Kaygı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	167
Çizelge 4.178. Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	167
Çizelge 4.179. Davranış Ve Uyuma/Konformite Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	168
Çizelge 4.180. Fiziksel Görünüm Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	168
Çizelge 4.181. Zihinsel Ve Okul Durumu Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	169
Çizelge 4.182. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	169
Çizelge 4.183. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Tamhane's T2 Testi Sonuçları.....	170

Çizelge 4.184. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	170
Çizelge 4.185. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları.....	171
Çizelge 4.186. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	172
Çizelge 4.187. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan LSD Testi Sonuçları.....	172
Çizelge 4.188. Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	173
Çizelge 4.189. Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Tukey Testi Sonuçları.....	174
Çizelge 4.190. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	174
Çizelge 4.191. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Tamhane's T2 Testi Sonuçları.....	175
Çizelge 4.192. PHBSÖ Mutluluk-Doyum Alt Boyutu ile SMTÖ Alt Boyutları Arasındaki İlişkiler için Yapılan Pearson Analizi Sonuçları.....	176
Çizelge 4.193. PHBSÖ Kaygı Alt Boyutu ile SMTÖ Alt Boyutları Arasındaki İlişkiler için Yapılan Pearson Analizi Sonuçları.....	176
Çizelge 4.194. PHBSÖ Popülerite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu ile SMTÖ Alt Boyutları Arasındaki İlişkiler için Yapılan Pearson Analizi Sonuçları.....	177
Çizelge 4.195. PHBSÖ Davranış ve Uyma/Konformite Alt Boyutu ile SMTÖ Alt Boyutları Arasındaki İlişkiler için Yapılan Pearson Analizi Sonuçları.....	177

Çizelge 4.196. PHBSÖ Fiziksel Görünüm Alt Boyutu ile SMTÖ Alt Boyutları Arasındaki İlişkiler için Yapılan Pearson Analizi Sonuçları.....	178
Çizelge 4.197. PHBSÖ Zihinsel ve Okul Durumu Alt Boyutu ile SMTÖ Alt Boyutları Arasındaki İlişkiler için Yapılan Pearson Analizi Sonuçları.....	178

## ÖNSÖZ

Bu araştırma 8. sınıfta okuyan öğrencilerin benlik saygıları ile sosyal medyaya ilişkin tutumları arasındaki ilişkinin belirlenmesini amaçlamaktadır.

Araştırmanın tüm aşamalarında beni yönlendiren değerli hocam, Yrd.Doç.Dr. Mustafa OTRAR'a teşekkür ederim. Araştırmanın örneklemini oluşturan öğrencilere, ölçeklerin uygulanması aşamasında yardımcı olan öğretmenlere ve okul yöneticilerine teşekkür ederim. Çalışmanın yürütülmesi ve sonuçlandırılması aşamalarında benden yardımlarını esirgemeyen ailemin bütün bireylerine teşekkür ederim.

Nagihan SARAÇ  
İstanbul, 2014

## **ABSTRACT**

### **THE RELATIONSHIP BETWEEN 8<sup>th</sup> GRADE STUDENTS BEHAVIORS OF SELF CONCEPT AND THE SOCIAL MEDIA**

**SARAÇ, Nagihan**

**Thesis, Educational Administration and Supervision Master's Program**

**Advisor: Asst.Prof.Dr. Mustafa OTRAR**

**October, 2014, 248 pages**

The aim of this research is, during 2012-2013 academic year, to define the relationship between 8th grade students' behaviours of self-respect and their attitude towards social media tools. As the result of the research, the positive and negative effects of the subjects' attitude when using social media tools and self respect is discussed.

In this research relationally scanning model is used. The population of the research is the 8th grade students who are attending to elementary schools in Beykoz county of Istanbul provenance, during 2012-2013 academic year of education. The sample of the research has been chosen as set sampling among the elementary schools that are in Beykoz. Samples represent 577 8th grade students who are actively being educated in 11 schools affiliated to Ministry of Education of Turkish Republic in Beykoz county of Istanbul provenance.

In the research, "Piers-Harris Children's Self-Concept Scale" which was created by Piers and Harris in 1976, USA, and was adapted to Turkish language in 1987 by Necla Öner and Melike Çataktı from Boğaziçi University, was used to scale the subjects' self respect. "Social Media Behavior Scale", which was developed by Mustafa Otrar and Ferhat Argın in 2013, was used in order to scale the subjects' behaviors towards media tools and "Pesonal Information Form", which was created by the researcher, to understand students' demographical situations was also used.

While extracting conclusions from the research, SPSS pack program (SPSS 15.0.0) was used to make statistical analysis. To evaluate the research findings, Descriptive Analysis Methods were used (Frequency (f), Percentage (%), Medium (X) and Standard Deviation

(s). Extracted data was tested with t-test and single factor variance (One - Way ANOVA) and Pearson Correlation Analysis was used to understand the involvement of analysis techniques and scaling instruments. The results are conducted with 95% confidence bounds, meaningfulness at a level of  $p < .05$  is determined and evaluated in dual way.

It was determined that there is not a significant relationship between sub-dimensions of PHBSÖ happiness-satisfaction, worry, behavior and compliance/conformity and SMTÖ total scores and on the other side there are negative meaningful relationships between subdimensions of PHBSÖ popularity/social appreciation, being reviewed; physical appearance intellectual and school status and SMTÖ total scores. On the other hand it was determined that scale scores differ significantly according to some demographic variables. Finally, various suggestions are made in the context of the findings.

**Keywords:** Social Media, Social Networks, Self Esteem, Adolescent



## ÖZET

### **8. SINIF ÖĞRENCİLERİNİN BENLİK SAYGILARI İLE SOSYAL MEDYAYA İLİŞKİN TUTUMLARI ARASINDAKİ İLİŞKİ (BEYKOZ İLÇESİ ÖRNEĞİ)**

**SARAÇ, Nagihan**

**Yüksek Lisans Tezi, Eğitim Yönetimi ve Denetimi Yüksek Lisans Programı  
Danışman: Yrd. Doç. Dr. Mustafa OTRAR  
Ekim, 2014, 248 sayfa**

Bu araştırmanın amacı, 2012-2013 eğitim-öğretim yılında, 8. sınıfta okuyan öğrencilerin benlik saygıları ile sosyal medya sitelerine ilişkin tutumları arasındaki ilişkinin belirlenmesidir. Araştırma sonunda, ergenlik dönemindeki öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının benlik saygısına olumlu ve olumsuz etkileri tartışılmıştır.

Araştırmada, tarama modellerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini, İstanbul ili Beykoz ilçesindeki ortaokullardan, 2012-2013 eğitim-öğretim yılında öğrenim görmekte olan 8. sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini oluşturan öğrencilerin öğrenim gördükleri okullar, Beykoz ilçesindeki tüm ortaokullardan küme örnekleme yoluyla seçilmiştir. Örnekleme; İstanbul ili Beykoz İlçesinde bulunan, MEB'e bağlı 11 ortaokulda ve 8. sınıfta eğitim görmekte olan 577 öğrencisi oluşturmaktadır.

Araştırmada öğrencilerin benlik saygısı düzeylerini belirlemek amacıyla, 1967 yılında ABD'de Piers ve Haris tarafından geliştirilen, 1987 yılında Boğaziçi Üniversitesinden Necla Öner ve Melike Çataktı tarafından Türkçe'ye uyarlama çalışmaları yapılan "Piers Harris Çocuklarda Öz Kavramı Ölçeği" kullanılmıştır. Öğrencilerin sosyal medya sitelerine ilişkin tutumlarını belirlemek amacıyla Otrar ve Arın tarafından 2013 yılında geliştirilen "Sosyal Medya Tutum Ölçeği" ve öğrencilerin demografik bilgilerini öğrenmek amacıyla araştırmacı tarafından hazırlanan "Kişisel Bilgi Formu" kullanılmıştır.

Çalışmada elde edilen bulgular değerlendirilirken, istatistiksel analizler için SPSS (SPSS 15.0.0) istatistik paket programı kullanılmıştır. Çalışma verileri değerlendirilirken tanımlayıcı istatistiksel metotlarından (Frekans(f), Yüzde(%), Ortalama(X), Standart sapma(s)) yararlanılmıştır. Elde edilen veriler t-testi ve tek faktörlü varyans (One-Way ANOVA) analiz teknikleri ve ölçekler arası ilişkileri saptamak için Pearson Korelasyon analizi kullanılmıştır. Sonuçlar % 95 güven aralığında, anlamlılık  $p<0.05$  düzeyinde çift yönlü olarak değerlendirilmiştir.

PHBSÖ mutluluk-doyum, kaygı, davranış ve uyma/konformite alt boyutları ile SMTÖ toplam puanı arasında anlamlı ilişkiler bulunmadığı ve PHBSÖ popülerite/sosyal beğeni, gözde olma; fiziksel görünüm, zihinsel ve okul durumu alt boyutları ile SMTÖ toplam puanı arasında ise negatif yönde anlamlı ilişkiler bulunduğu saptanmıştır. Öte yandan ölçek puanlarının bazı demografik değişkenlere göre anlamlı şekilde farklılaştığı da saptanmıştır. Son olarak bulgular bağlamında çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Medya, Sosyal Ağlar, Benlik Saygısı, Ergenlik

**Ekim, 2014**

Nagihan SARAÇ

# BÖLÜM I

## GİRİŞ

Bu bölümde problem durumuna, problem cümlesine, alt problemlere, araştırmanın önemine, sayıtlara, sınırlılıklara ve tanımlara yer verilmiştir.

### 1.1. Problem Durumu

“21. yüzyılda dijital teknolojilerin kullanımı tüm dünyada her alanda yaygınlaşarak artış göstermiş ve günlük hayatın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir” (Şahin, 2009). “Bilgi çağı olarak adlandırılan bu çağda bireylerin bilgiyi tek bir kaynaktan almaları ve ezberlemeleri beklenmemekte, aksine bilgiye ulaşma yollarını bilen, bunları kullanabilen ve karşılaştığı sorunlar karşısında, bilgiyi kullanarak çözüm yöntemlerini oluşturabilen bireylerin yetiştirilmesi amaçlanmaktadır” (Şahin ve Yıldırım, 1999). İnternet teknolojisi ile bilgiye kolay, ucuz, hızlı bir şekilde ulaşabilmekte, internet bilginin yayılmasını sağlamakta ve bilgiye müdahale edebilmeyi kolaylaştırmaktadır. Bu bakımından internet bilgiye erişimde en önemli kaynaklardan biri olmuştur. Web 2.0 teknolojilerinin kullanımı ile birlikte internet, çeşitli uygulamalarla beraber, bireylerin bir araya geldiği, sosyal bir alan ve eğitsel bir ortama dönüşmüştür. Dizüstü bilgisayar, tablet, akıllı telefon gibi mobil araçlar ve web teknolojisindeki gelişmeler (Web 2.0’a geçiş) ile insanlar internette, özellikle sosyal medya da daha fazla zaman geçirmeye başlamıştır. Sosyal medya siteleri, içerik paylaşma, yorum yapma gibi kullanıcıya sağladığı birçok özelliğin yanında kullanıcının ilgisini çekebilecek uygulamaları ve oyunları da içinde barındırmaktadır. Bu özelliklerin tek bir site üzerinden yürütülebiliyor olması ya da bağlantılar sayesinde kullanıcılarına paylaşımlarda bulunma, diğer kullanıcılar ile bağlantıda kalma, bir sosyal medya aracından diğerine içerik ya da bağlantı aktarımının kolay olması sosyal medya sitelerinin kullanıcıların hayatındaki önemi hakkında bize bilgi vermektedir.

Sosyal medya siteleri arasında en çok kullanılan araç sosyal ağlardır. Köseoğlu (2012) Facebook sosyal ağını dünya çapında yarım milyardan fazla insanın kullanmakta olduğunu ve bu kullanıcıların büyük çoğunluğunun genç kullanıcılar olduğunu belirtmektedir. UBİK tarafından ODTÜ - Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu

Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı'nın destekleriyle gerçekleştirilen, 9-16 yaş grubu çocukların sosyal paylaşım sitelerini kullanım alışkanlıklarını belirlemeye yönelik yapılan çalışmada araştırmaya katılan çocukların hepsi Facebook kullanıcısı olduğunu, %99'u da en sık kullandıkları sosyal paylaşım sitesinin Facebook olduğunu belirtmişlerdir (İGK, 2011). Barış (2011)'in söylediği gibi “Öğrencilerin hayatında büyük yer tutan ve günün belki de her saatinde bilgisayarlarından veya mobil cihazlarından ulaştıkları en önemli adresler sosyal ağlar olmuştur. Sahip olduğu özellikler ile bu sanal alanların eğitim amaçlı kullanılması kaçınılmaz olmuştur”. Sosyal medya araçları informal öğrenme açısından da zengin bir kaynaktır. İnfomal öğrenme bireylerin formal öğretim programı dışında, çoğunlukla farkında olmadan gerçekleştirdikleri, plansız öğrenme türüdür ve sosyal medya araçları bu özellikleri açısından zamandan ve mekândan bağımsız, ihtiyaca yönelik bir öğretimi mümkün kılmaktadır. Bununla birlikte öğrencilerin artan sosyal medya kullanımı, günlük yaşam alışkanlıklarını, sosyal ilişkilerini ve öğrenme tarzlarını değiştirmiş, yeni bir ağ nesli oluşturmuştur. “Yeni binyılın öğrencileri” olarak da adlandırılan bu öğrencilere etkili bir eğitim sağlayabilmek için öncelikle bu öğrencilerin özelliklerinin neler olduğunun bilinmesi gerekmektedir. Eğitsel bağlamda düşünüldüğünde bu durum öğrenmeyi kolaylaştıran öğrenme süreçleri tasarlanması konusunda önemlidir.

Öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını belirlenmek ve sosyal medya araçlarının olumlu-olumsuz etkilerini bilmek birçok sebepten dolayı önemlidir. İnternette geçirdikleri sürenin büyük kısmını sosyal medya araçları oluşturan, kimlik arayışı içinde olan ve kendilerini henüz tanımaya çalışan ergenlik dönemindeki gençler, sosyal medyayı günlük rutinleri arasına yerleştirmiş ve bu durum yaşam tarzlarını da değiştirmiştir. Ortaokul dönemine denk gelen ergenlik dönemindeki birey, benliğini bulma çabaları içerisinde olduğundan bu dönem benlik gelişimi açısından kritik bir dönemdir. Üstün (1990) ergenlik dönemini “hızlı anatomik, fizyolojik ve psikolojik değişikliklerin olduğu, çocuklukla yetişkinlik arasında yer alan kendine özgü özellikleri ve sorunları olan bir geçiş çağı” olarak tanımlamaktadır. Benlik gelişimi açısından ergenlik döneminde gençlerin kullandıkları sosyal medya araçları ile benlik gelişimleri arasında karşılıklı bir etkileşimin olduğu da düşünülmektedir.

Bu açıdan, bu araştırma ile hem ergenlik dönemindeki öğrencilerin benlik saygısı düzeylerinin hem de sosyal medya sitelerini kullanım alışkanlıkları ile arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Böylece öğretilbilir zaman olan ergenlik dönemindeki öğrencilerin sosyal medya kullanımının benlik gelişimleri üzerindeki olumlu-olumsuz etkileri ve eğitimde sosyal medyanın bir araç olarak kullanılması tartışılarak öneriler getirilebilecektir. Ayrıca bu araştırma ile öğrencilerin, olumlu benlik saygısı geliştirmesine ilişkin gerekli müdahaleler yapmayı sağlayacak sonuçları vermesine ve zamansal-mekânsal anlamda birçok zorluğu ortadan kaldıran sosyal medya araçlarının eğitimde kullanılmasına yönelik öneriler getirilebileceğinden araştırma sonuçları önem arz etmektedir.

Araştırmanın sonuçlarının çocukların, benlik saygısı gelişimleri ve sosyal medya araçlarının kullanımının etkileri ile ilgili eğitimcilere ve velilere katkı getireceği umulmakta ve bu konuda yapılacak yeni araştırmalar için kaynak oluşturabileceği düşünülmektedir.

## **1.2. Problem Cümlesi**

Bu araştırmanın problem cümlesi “8. sınıf öğrencilerinin benlik saygıları düzeyleri ile sosyal medyaya ilişkin tutumları arasındaki ilişki nasıldır?” şeklinde belirlenmiştir.

### **1.2.1. Alt Problemler**

Araştırma problemine bağlı olarak aşağıdaki alt problemlere cevap aranmaktadır:

1. Sekizinci sınıf öğrencilerinin benlik saygıları cinsiyete, algılanan gelir düzeyi, annelerinin eğitim düzeyi, babalarının eğitim düzeyi, herhangi bir sosyal medya sitesine üye olma, sosyal medya sitelerini kullanma süresi, sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı, sosyal medyada harcadığı ortalama süre, sosyal medya sitelerine bağlandıkları ortam, sosyal medya sitelerine bağlanmak için en fazla kullandıkları araç, en çok kullandıkları sosyal medya sitesi, sosyal medya sitelerini kullanım amacına göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

2. Sekizinci sınıf öğrencilerinin sosyal paylaşım sitelerine ilişkin tutumları cinsiyete, algılanan gelir düzeyi, annelerinin eğitim düzeyi, babalarının eğitim düzeyi, herhangi bir sosyal medya sitesine üye olma, sosyal medya sitelerini kullanma süresi, sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı, sosyal medyada harcadığı ortalama süre, sosyal medya sitelerine bağlandıkları ortam, sosyal medya sitelerine bağlanmak için en fazla kullandıkları araç, en çok kullandıkları sosyal medya sitesi, sosyal medya sitelerini kullanım amacına göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
3. Sekizinci sınıf öğrencilerinin benlik saygıları ile sosyal paylaşım sitelerine ilişkin tutumları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

### 1.3. Önem

Günümüzde bilişim ve internet teknolojisindeki gelişmeler ile insanların bilgiye ulaşma şekilleri değişmiştir. Özellikle Web 2.0 teknolojilerinin kullanılmaya başlanmasıyla bu değişim bilginin üretimi ve dolaşımı konusunda insanları edilgenlikten çıkarmış ve birer içerik üreticisi haline getirmiştir. Web 2.0 teknolojilerinden biri olan sosyal medya araçları interneti sosyal bir alan ve eğitsel bir ortama dönüştürmüştür.

Mobil araçların kullanımının yaygınlaşmasıyla da öğrencilerin günlük rutini haline gelen uygulamalar zamansal ve mekânsal anlamda birçok zorluğu ortadan kaldıran sosyal medya siteleri olmuştur. Bu gelişmeler sosyal medya araçlarının eğitim amaçlı kullanılmasını, ağ nesli olarak adlandırılan bu öğrencilerin özelliklerinin neler olduğunun bilinmesini ve eğitsel açıdan eğitim-öğretim sistemlerini bu alana aktarma gerekliliğini ortaya çıkarmıştır.

Benlik gelişimi açısından ergenlik döneminde gençlerin kullandıkları sosyal medya araçları ile benlik gelişimleri arasında karşılıklı bir etkileşimin olduğu düşünülmektedir. Ergenlik dönemindeki birey benliğini bulma çabaları içerisinde aynı zamanda sosyal medyayı günlük rutinleri arasına yerleştirmiştir ve bu durum yaşam tarzlarını da değiştirmiştir. Bu açıdan öğretilebilir zaman olan ergenlik dönemindeki öğrencilerin sosyal medya kullanımlarının benlik gelişimleri ile ilişkisi eğitimde sosyal medyanın bir araç

olarak kullanılmasının olumlu-olumsuz katkıları tartışılarak öneriler getirilmeye çalışılacaktır. Araştırma sonunda sosyal medya sitelerinin öğrencilerin benlik gelişimlerini olumlu etkileyebilecek uygulamaları, öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanım alışkanlıklarının ve bu alışkanlıkların eğitim açısından avantaja dönüştürebilecek özellikleri tartışılacağından bu araştırmanın sonuçlarının alana katkı getireceği umulmakta ve bu konuda yapılacak yeni araştırmalar için kaynak oluşturabileceği düşünülmektedir.

#### **1.4. Sayıtlar**

1. Ölçme araçlarını cevaplayan öğrencilerin, soruları içtenlikle ve yansız olarak cevapladıkları varsayılmıştır.

#### **1.5. Sınırlılıklar**

1. Bu araştırma 2012-2013 Eğitim-Öğretim yılında, Beykoz ilçesinde öğrenim görmekte olan 8. sınıf öğrencileri ile sınırlı tutulmuştur.
2. Araştırma bulguları ölçme araçlarının ölçtüğü niteliklerle sınırlı tutulmuştur.
3. Araştırma bulguları gerçekleştirilen analizlerle sınırlı tutulmuştur.

#### **1.6. Tanımlar**

**Benlik Kavramı:** Kişiyi o kişi yapan, başkalarından ayıran duygu, tutum ve davranışların tümünün örgütlenmiş bütünlüğünü anlatmaktadır (Yörükoğlu, 1989).

**Benlik Saygısı:** Kişinin kendini değerlendirilmesi sonucunda ulaştığı benlik kavramını onaylamasından doğan beğeni durumudur (Yörükoğlu, 1985).

**Ergenlik Dönemi:** Hızlı anatomik, fizyolojik ve psikolojik değişikliklerin olduğu, çocuklukla yetişkinlik arasında yer alan kendine özgü özellikleri ve sorunları olan bir geçiş çağıdır (Üstün, 1990).

**Web 2.0:** Web 2.0 terimi webin gelişmesinde yeni gelişmeleri temsil eden yöntemlerin, teknolojilerin ve platformların bir araya gelmesidir (Akar, 2010). Web 2.0 siteleri kullanıcının içeriğe müdahale etmesine olanak tanımaktadır (Şendağ, 2008).

**Sosyal Ağ:** Sosyal ağ siteleri bireylerin halka açık ya da yarı halka açık olarak profillerini kayıtlı bir sistemde oluşturmalarını, bir bağlantıyı paylaştıkları, diğer kullanıcıların listesini göstermesini ve sistem içerisinde bulunan kişilerin ilişki listelerini de görmeyi sağlayan, çevrimiçi topluluklardaki insanların beğenilerini, aktivitelerini paylaştıkları ve ağ üzerinden birbirlerine mesaj, e-mail, tartışma grupları video, sesli sohbet, dosya paylaşımı yaptıkları sitelerdir (Kobak ve Biçer, 2008).

**Sosyal Medya:** Blogları, Facebook, Friendfeed, Youtube gibi sosyal ağları ve forum alanlarını kapsayan platformlardır. Sosyal ağların parçalarını oluşturan kullanıcıların ürettiği içerik, sosyal medyanın temelini oluşturmaktadır (Büyükşener, 2009).



## BÖLÜM II

### İLGİLİ LİTERATÜR

Bu bölümde Web 2.0, sosyal medya, ergenlik, benlik ve benlik saygısı kavramları kuramsal yapı ve işleyiş bakımından incelenmiş, kavramlarla ilgili yapılan çalışmalar hakkında bilgi verilmiştir.

#### 2.1. Web 2.0 Kavramı

“İnternet; her türlü bilgiyi birbirlerine bağlı bilgisayar ağları sayesinde ortama taşıyabilen hızlı, masrafsız, kullanımı kolay, tüm dünyaca kabul edilen ve kullanılan popüler bir iletişim, enformasyon ve eğlence aracıdır” (Ök, 2013). Web 1.0 sadece salt okunur, etkileşim imkanı olmayan, temel amacı bir kaynaktan birçok kişiye yayın yapmak olan HTML sayfalardan oluşmaktadır. “Kullanıcıyla etkileşim gereksinimi, bilişim teknolojisindeki gelişmeler ve alt yapı ihtiyaçlarının hızla karşılanarak gelişmesi Web 1.0’dan Web 2.0’a geçişini sağlamıştır” (Atıcı ve Yıldırım, 2010). Aytekin (2011)’e göre “Dolayısıyla tek merkezden kitleye doğru bir iletişim modelinin yerini kitleden kitleye şeklinde gerçekleşen bir iletişim modeline bırakmıştır. Web 2.0 teknolojileri, çoktan çoğa doğru gerçekleşen bu yeni iletişim modelinin alt yapısını oluşturmaktadır. Web 1.0 dönemiyle kıyaslandığında, statik yapıda olan web sayfalarının ve sadece tüketici konumunda olan kullanıcıların yerini, içerikleri bizzat oluşturan, benzer ilgiler etrafında bir araya gelerek etkileşim içinde bulunan kullanıcılar ve dinamik bir yapıya sahip web sayfaları almıştır. Bu da kitle iletişim araçlarına özgü hiyerarşik, bir merkezden birçok kişiye doğru gerçekleşen eski iletişim modelinin, çoktan çoğa uzanan, simetrik, esnek, demokratik ve ağ üzerinden katılım sağlanan bir iletişim modeli olma yönünde değişmesine neden olmaktadır”. Bat (2012) Web 1.0’ın daha basit olduğunu, Web 2.0’ın ise daha karmaşık, hareketli ve daha fazla insana yönelik uygulamalara izin verdiğini belirtmektedir. “Bu gelişme ile internet uygulamaları farklı bir boyut kazanmaya başlamış ve hiç olmadığı kadar etkileşimli bir platforma taşınmıştır. Böylelikle kullanıcılar, içerikleri istekleri doğrultusunda hem üreten hem de tüketen bireyler haline gelebilmektedirler” (Koçak, 2012). Shao (2009); “bireylerin sosyal medyada “tüketici”, “katılımcı” ya da “üretici” olmak üzere üç temel şekilde yer alabileceklerini belirtmektedir.

Tüketmek; bireylerin sosyal medyada yer alan içerikleri sadece izlemeleri, okumaları ya da görüntülemeleri şeklinde gerçekleşmekte, izleyicilerin bu içeriklere herhangi bir katılımı söz konusu olmamaktadır. Katılmak; hem kullanıcıların birbirleriyle etkileşim içinde olmaları hem de kullanıcıların içerikle etkileşime girmeleri şeklinde gerçekleşmektedir. Bu etkileşim, içerikleri oylamak, içeriklere yorumda bulunmak veya diğerleriyle paylaşmak şeklinde olabilmektedir. Ancak katılım, bir kişinin üretimde bulunmasını içermemektedir. Üretmek ise; kişinin metin, ses, video gibi birtakım kişisel içerikler oluşturması ve yayınlaması şeklinde gerçekleşmektedir. Sosyal medyanın bu farklı kullanım şekilleri farklı türde motivasyonlar tarafından yönlendirilebilmektedir. Bireyler içerikleri “bilgi” ve “eğlence” için tüketebilmekte, “sosyal etkileşim” ve “topluluk gelişimi” için içeriklere katılımında bulunabilmekte, “kendini ifade etmek” ve “kendini gerçekleştirmek” için içerik üretiminde bulunabilmektedirler” (akt:Koçak, 2012).

Odabaşı vd. (2012)’ye göre bilgi toplulukları arasındaki etkileşimin artması aynı zamanda bilginin hızla yenilenmesi ve tüketilmesi anlamına da gelmektedir. Bilginin değişim hızı göz önüne alındığında, yaygın olarak kullanılan Web 2.0 uygulamalarından olan Youtube, Facebook, Twitter, Wikiler ve Bloglar bireylerin bilgiyi takip etmelerini kolaylaştırmaktadır. Büyükşener (2009), internetin Web 2.0 ile değiştiğini ve kullanım alanlarının arttığını; Web 2.0’ın etkileşim özelliğinin kullanıcıyı dönüştürdüğünü ifade etmektedir.

Genç (2010)’un tanımına göre Web 2.0 “kullanıcı merkezli ve kullanıcıların içeriğine katkıda bulunduğu, onlara hareket özgürlüğü ve kullanım kolaylığı sunan yeni nesil internet platformu”dur; Akar (2010)’un tanımına göre de webin gelişmesinde yeni gelişmeleri temsil eden yöntemlerin, teknolojilerin ve platformların bir araya gelmesidir. Erkul (2009)’a göre ise webi iyileştirmek için ziyaretçilerin siteye katılımının sağlanması ve diğer sitelerle, ziyaretçilerle işbirliği yapılması düşüncesine dayanan bir akımdır.

Web 2.0 sitelerinin en belirgin özelliği, çeşitli kaynaklardan çok sayıda faydalı ve kullanılabilir bilgiyi toplaması ve bir sitede birleştirmesidir (Meriç, 2010). Atıcı ve Yıldırım (2010)’a göre ise “Web 2.0, herhangi bir kullanıcının internette kolayca içerik oluşturabilmesi ve var olan içeriklere müdahale edebilmesidir”. “Günümüzde, popüler

Web 2.0 teknolojileri bireylerin, hazır web sistemlerinin içeriğine müdahale edebilmesine, elektronik ortamda sosyal etkileşime girmesine ve bilgi paylaşımında bulunabilmesine olanak tanıyan servisler ve web siteleri olarak ön plana çıkmaktadır” (Deperlioğlu ve Köse, 2010).

Mazman (2009) Web 2.0 araçlarının çok çeşitli araçları içermesinin yanında temel özelliklerinin sosyal etkileşim, işbirliği ve paylaşım olması ile sosyal yazılımlar olarak da nitelendirildiğini belirtmektedir. Hüseyinoğlu (2009), Web 2.0 ortamlarının temel özelliğini, kullanıcı için tasarım bilgisi gerektirmemesi ve kullanıcının tüm isteklerinin düşünüldüğü uygulamaların ortaya çıkması olarak ön plana çıkarmaktadır. “Web 2.0 uygulamalarının sonucunda insanlar, web tasarımı ve teknikleri ile uğraşmak zorunda kalmadan sahip oldukları fotoğrafları, anlatmak istedikleri teknik ya da sosyal içerikleri, ziyaret ettikleri siteleri çok sayıda insanla rahat bir şekilde paylaşır hale gelmişlerdir” (Alikılıç ve Onat, 2007).

Karaman, Yıldırım ve Kaban (2008); kullanıcılara basit Web tabanlı ara yüzler kullanarak içeriklerini paylaşım imkânı tanıyan Web 2.0 teknolojisinin en popüler uygulamaları arasında blogların, wikilerin, etiketleme ve folksonomik araçların, fotoğraf ve sosyal paylaşım sitelerinin olduğunu belirtmektedirler.

Civelek (2009), Web 2.0’ın bazı tanımlamalarını aşağıdaki gibi sıralamıştır:

- İnternet’te statik yayıncılıktan katılım mimarisine geçiş
- Web’i küresel beyne dönüştürme süreci
- Ziyaretçilerin siteye katılımını sağlama
- Ziyaretçilerle işbirliği yapma
- Kullanıcıların aynı zamanda içerik sağlayıcıya dönüşmesi
- Web içeriğini geliştiren kolektif gücün keşfi
- Web’in reklam verenlerin kontrolünden, tüketicilerin kontrolüne geçişi.

Şendağ (2008)’e göre web’in yeni özellikleri açık iletişim, şeffaflık ve kullanıcıya sunduğu özgürlüktür; bu ihtiyaçların karşılanması çabalarının sonucu olarak blog, wiki, podcast, RSS, API AJAX, XML vb teknolojiler, uygulamalar oluşmuş ve yaygınlaşmış, Web 2.0 ile

bu teknoloji ve uygulamaların tamamını kapsayan şemsiye bir kavram oluşmuştur. Ayrıca Web 2.0 uygulamalarının öğrenme ortamlarına etkili bir şekilde entegrasyonunu sağlamak, bu teknolojinin tasarım, etkileşim ve çoklu ortam özelliklerinin değerlendirilmesi ile mümkündür.

Bat (2012), araçlar ve uygulamalar açısından düşünüldüğünde Web 3.0 ve Web 4.0 kavramlarının da temelini atıldığını ve sosyal medya kavramının içeriğinin zenginleşeceğini, Web 2.0'ın sosyal medyanın daha çok teknik boyutunu ifade etmekte olduğunu belirtmektedir.

## **2.2. Sosyal Medya Kavramı**

Sosyal medya; mobil teknolojilerin gelişmesi, internet altyapısının güçlenmesi, bilgiye erişimin kolaylaşması ve bilginin yayılma hızının artması ile hayatımızda önemli bir yer tutmaktadır. Bu gelişmelerin sonucu sosyal medya kullanımı da giderek artan bir grafik çizmektedir. Özellikle genç kitlenin yoğun ilgi gösterdiği sosyal ağ sitelerindeki, medya paylaşım sitelerindeki kullanıcı sayısı ve bireylerin sosyal medya sitelerinde harcadıkları zaman gün geçtikçe artmaktadır. Bozarth (2010)'a göre "Sosyal medya; Web 2.0 teknolojilerinin ve kullanıcı tabanlı içeriğin doğal bir sonucudur. Web 1.0'ın statik, program tabanlı ve tek kişilik üreticiliği karşısında Web 2.0'ın dinamik, kullanıcılara içerik yaratma imkânı veren ve sosyal tabanlı olması durumu, sosyal medyanın doğuşunda önemli bir yer tutmaktadır"; Kaplan ve Haenlein (2009)'e göre ise "internet hızının gittikçe arttığı ve geniş bant servislerinin çoğalması ile MySpace (2003) ve Facebook (2004) gibi yeni sosyal ağ siteleri kurulmuş ve sosyal medya oluşma aşaması bu şekilde gelişmiştir" (akt:İşlek, 2012). Bat (2012)'ye göre internet bu özellikleriyle 'yeni medya' sınıfına girmektedir ve günümüzde yeni medya olarak en fazla sosyal medyadan bahsedilmektedir. "Terminolojik olarak adlandırma yapılırken, terimler hızla değişmekte tanımlar hızla farklılaşmaktadır. Bundan dolayı toplumun geniş kitlesi tarafından internet denildiğinde Facebook ve Twitter anlaşılacağı gibi; yeni medya veya sosyal medya da anlaşılabilir. Tim O'Reilly 2004 yılında ikinci nesil internet olduğunun vurgusunu Web 2.0 ifadesini kullanmıştır. Bu bir bağlam da kullanıcılara sunulan yeni internet uygulamalarının popüler olarak sosyal medya uygulamaları olması nedeniyle

eşleştirilmiştir” (Düvenci, 2012). Büyüksener (2009), sosyal medyayı günümüzde blogları, Facebook, Friendfeed, Youtube gibi sosyal ağları, forum alanlarını ve hatta haber sitelerinin yorum alanlarını da kapsayan platformlar olarak tanımlamıştır. Bu platformlarda iletişim anlamında bildiğiniz pek çok şeyi unutmanız gerektiğini; sosyal ağların parçalarını oluşturan kullanıcıların ürettiği içeriğin, sosyal medyanın temelini oluşturduğunu belirtmiştir. Sosyal medya, kullanıcıların günlük hayatlarını, düşüncelerini, fotoğraf ve video gibi çeşitli türde içeriklerini paylaşabildikleri platformlar olarak öne çıkmaktadır. Kullanıcılar artık geleneksel medyanın kendilerine sunduklarıyla yetinmeyip kendi içeriklerini oluşturabilmektedirler. Kimi içerikler oldukça ilgi görebilmekte ve kullanıcılar tarafından paylaşılarak oldukça popüler hale gelebilmektedir. Kaplan ve Michael(2010) sosyal medyayı; Web 2.0 üzerinde ve kullanıcı merkezli bir şekilde, ideolojik ve teknolojik içeriklerin, yapılanmaların üretilmesine ve geliştirilmesine izin veren internet tabanlı uygulamaların bütünü olarak tanımlamaktadır.

Hazar (2011), yakın bir gelecekte internet kullanımının çok önemli bir kısmının sosyal medya tarafından sağlanacağını belirtmiş ve sosyal medya uygulamalarının artık sadece iletişimi sağlamakla kalmadığını, oyun, bilgi edinme, arama yapma gibi birçok konuyu da kullanarak, bireylerin hemen her ihtiyacını karşılamakta olduğunu belirtmiştir. Sosyal medya, günümüzde insanları en hızlı kuşatan, kişiselleşebildiği oranda da gelecek vadeden bir araç olmuştur çünkü sosyal medya etkileşim boyutuyla insanların sosyalleşme, kaçış, bilgilenme, eğlenme, iletişim, vakit geçirme gibi isteklerine cevap vermektedir.

“Yeni iletişim teknolojilerinin sunmuş olduğu olanaklar sayesinde bireyler, gruplar, topluluklar, markalar, kurumlar; diğer bireylerle, gruplarla, topluluklarla, markalarla ve kurumlarla sosyal medya, dolayısıyla da sosyal ağlar üzerinden, zaman ve mekan sınırlaması olmaksızın, iletişime geçebilmektedirler. Böylece büyük bir ağ meydana gelmektedir” (Sönmez, 2013).

Sosyal medya araçları çeşitlerine göre, diğer sosyal medya araçlarından ayrılan özelliklere sahip olmakla birlikte sosyal medya araçlarının ortak özellikleri de bulunmaktadır. Lerman (2007) sosyal medya ağlarının sahip oldukları ortak özellikleri aşağıdaki gibi sıralamıştır (akt: Demirel, 2013):

- Kullanıcılar tarafından çeşitli medya türlerinde içerik oluşturulabilir, ya da kullanıcılar tarafından mevcut içeriklere katkı sağlanabilir,
- Kullanıcılar içerikleri etiketleyebilir,
- Kullanıcılar içerikleri değerlendirebilir. Bu değerlendirme aktif oylama ya da pasif kullanımla yapılabilir.
- Kullanıcılar diğer kullanıcılar ile kişi ve arkadaşlar gibi ortak ilgi alanları tanımlayarak sosyal medya ağları oluşturabilirler.

Sosyal medyanın en önemli özelliklerinden biride anında güncellenebilir olmasıdır. Pool (2008)'e göre “Sosyal medya, Web 2.0 vasıtası ile haberleşme (bloglar, video ve fotoğraf paylaşım siteleri vb.), iletişim kurma (sosyal ağlar, anlık mesajlar, sohbet, skype vb.), işbirliği (wikiler, tüketici tabanlı yazılımlar vb.), derleme, derecelendirme, topluluk oluşumu, sohbet gibi fonksiyonları kolaylıkla ve hızlı bir şekilde gerçekleştirilebilmektedir” (akt:Meriç, 2010).

Hazar (2011) sosyal medyanın birçok faktöre göre değişen etkilerinin söz konusu olduğunu ve bunların kişilik, zaman, yer, konu vb. alanlarını kapsadığını belirtmektedir. Bireylerin sosyal medya kullanımını sağlayan güçlendirici etkiler, sosyal medyanın etkileşim için ucuz, kolay bir yol sunması ve zaman- mekân kısıtlaması olmamasıdır. Dikkat çeken diğer bir faktör de kullanıcıların gelir durumlarının ve eğitim seviyelerinin yüksek olmasının medyayı kullanma ve gelen iletileri anlamada önemli bir avantaj sağlamasıdır.

Gigya isimli sosyal medya paylaşım araçları geliştiren firmanın istatistiklerine göre; kullanıcılar artık bilgi/veri, içerik ve video paylaşırken bunu birebir e-posta göndererek paylaşmak yerine bütün bunları sosyal medyalar üzerinden yaparak paylaşmayı tercih etmektedir. Buna göre webde paylaşılan içeriklerin, paylaşılan sosyal medya aracına göre dağılımı aşağıdadır<sup>1</sup>:

---

<sup>1</sup> <http://www.e-siber.com/sosyal-medya/internetteki-sosyal-paylasimin-yuzde-44u-facebook-ile-yapiliyor/>  
(28.01.2014)

- Facebook: 44%
- Twitter: 29%
- Yahoo: 18%
- MySpace: 9%

Sosyal medya siteleri üzerinden yapılan paylaşımlarda en çok nelerin paylaşıldığını inceleyen NextAdvisor, büyük çoğunluğun sosyal medya hesaplarının üzerinden fotoğraf paylaştığını belirlemiştir. %91 oranında kullanıcı kendi fotoğraflarını sosyal ağlar üzerinde paylaşmayı tercih ederken %71'i okul adını ve yaşadığı yeri, %53'ü e-posta adresini, %20'si cep telefonu numarasını sosyal medya hesaplarında diğer kullanıcılarla paylaşmaktadır<sup>2</sup>.



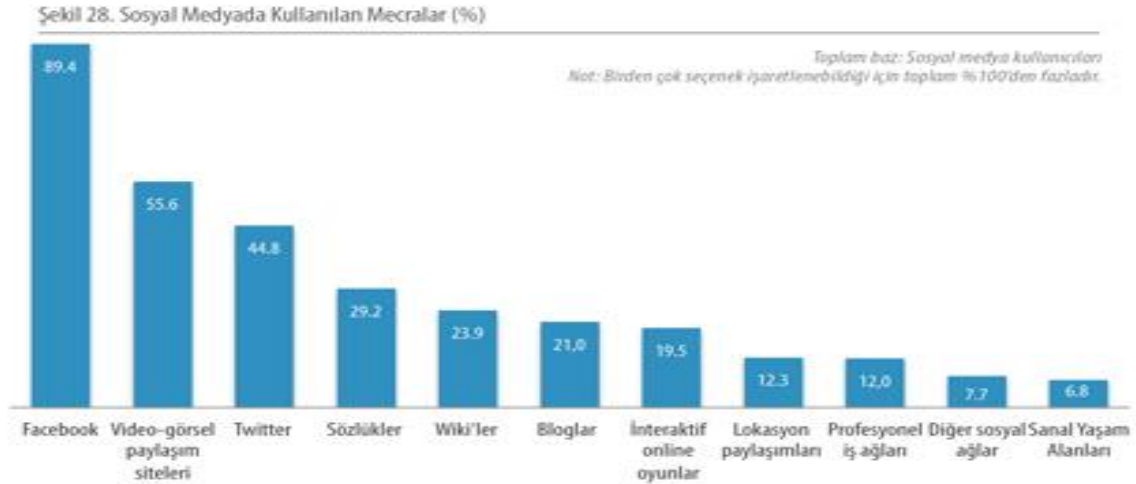
**Şekil 2.1. Kullanıcılar 2013 yılında sosyal medya hesaplarının üzerinden neler paylaştılar<sup>3</sup>**

Sosyal medya her kültürden ve her kesimden geniş kitlelerin, sosyal taleplerine yanıt vermektedir, bir etkileşim süreci başlatmaktadır; ayrıca sosyal medya kullanımı, günümüzde sanal ortam kullanıcılarının alışkanlığı haline gelmiştir. Farklı kitlelerdeki bilgi iletişim teknolojilerine yönelik yoğun ilgi, sosyal medyanın gücünü arttırmaktadır (Bat, 2012). Düvenci (2012)'ye göre “Türkiye konumu ve teknolojik alt yapısı ölçüsünde belki

<sup>2, 3</sup> <http://sosyalmedya.co/gencler-ve-sosyal-medya/> (27.01.2014)

bu yeni ortama fiziksel katkı sağlamada geride kalmıştır ama kavramsal bağlamda ağ nesli potansiyeli düşünüldüğünde büyük bir potansiyele sahiptir”. Gençlik ve Spor Bakanlığı’nın, sosyal medya ve gençlik ilişkisini incelemek üzere Temmuz-Eylül 2013 tarihleri arasında gerçekleştirdiği ‘Gençlik ve Sosyal Medya Araştırması’nın sonuçlarına göre; araştırmaya katılan internet kullanıcısı gençlerin %96’sı sosyal medya kullanıcısıdır<sup>4</sup>. “Sosyal medyanın en önemli ürünlerinden olan sosyal ağlarda genç-yetişkin herkesin profili bulunmaktadır ve bireyler sosyal ihtiyaçlarını ve günlük iletişimlerini bu ağlar üzerinden gerçekleştirmektedirler”(Satıl, 2011). Gençlik ve sosyal medya araştırmasının sonuçlarına göre ise; sosyal medya mecraları arasında Facebook, gençlerin en çok kullandığı sosyal ağıdır. Facebook’u ikinci sırada %57 oranla Youtube ve Instagram gibi görsel paylaşım siteleri takip ediyor. Sosyal medya mecraları arasında Twitter da popüler bir mecra. Araştırmaya katılan 15-29 yaş grubundaki gençlerin %45’i Twitter kullanıcısı<sup>5</sup>.

Gençlik ve Sosyal Medya Araştırması 2013






## Şekil 2.2. Sosyal medya mecraları kullanım oranları<sup>6</sup>

Hazar (2011)’e göre sosyal medyanın internet uygulamaları içinde önemli bir yere ulaştığı, internet kullanımıyla sosyal medya kullanımı arasındaki paralel sonuçlardan

<sup>4,5,6</sup> <http://www.dersbilgisayar.com/genclik-ve-sosyal-medya-arastirmasi-sonuclari/> (28.01.2014)



anlaşılabilir. “Ülkemizdeki internet kullanıcıları araştırmalara göre, ayda ortalama 50 saatini sanal ortamda geçirmekle beraber ortalama 20 saat video izlenmekte ve geriye kalan 28 saati de internet ortamında sosyalleşmeye ayrılmaktadır. Youtube sitesinde bulunan ‘Türkiye Sosyal Medya Verileri’ adlı videoya göre Facebook ülkemizdeki en popüler sosyal ağı oluşturmaktadır. Facebook’tan sonra kullanıcıların en çok vakit harcadığı ve sosyal ağ Twitter’dır. Yine videoya göre ülkemizde günde ortalama 8 milyon tweet gönderiliyor. Daha çok akşam saatleri aktif olan kullanıcılar, bu rakama göre saniyede 92 tweete gönderiyor” (Dikme, 2013). Alexa 2014 sitesinin verilerine göre Türklerin internette en çok zaman geçirdiği sitelere bakıldığında sosyal medya sitelerinin ne kadar önemli olduğu Şekil 2.3’de görülmektedir.

Global	By Country	By Category
 <b>Top Sites in Turkey</b>  The top 500 sites in Turkey. 		
1	<a href="http://google.com.tr">google.com.tr</a>	Gelişmiş arama seçenekleri ve sade yapısıyla etkili sonuçlar veren arama motoru.
2	<a href="http://facebook.com">facebook.com</a>	A social utility that connects people, to keep up with friends, upload photos, share links and ... <a href="#">More</a>
3	<a href="http://google.com">google.com</a>	Enables users to search the world's information, including webpages, images, and videos. Offers... <a href="#">More</a>
4	<a href="http://youtube.com">youtube.com</a>	YouTube is a way to get your videos to the people who matter to you. Upload, tag and share your... <a href="#">More</a>
5	<a href="http://hurriyet.com.tr">hurriyet.com.tr</a>	!!!Türkiye'nin Açılış Sayfası!!! En Güncel Haberler Ekonomi Dünya Ekonet Planet Spor Magazin Te... <a href="#">More</a>
6	<a href="http://milliyet.com.tr">milliyet.com.tr</a>	Türkiye'nin haber, son dakika, gazete sitesi: Milliyet Haber. En güvenilir son dakika haberleri... <a href="#">More</a>
7	<a href="http://live.com">live.com</a>	Search engine from Microsoft.
8	<a href="http://twitter.com">twitter.com</a>	Social networking and microblogging service utilising instant messaging, SMS or a web interface.
9	<a href="http://sahibinden.com">sahibinden.com</a>	sahibinden.com is today the largest online classifieds and e-commerce platform in Turkey with m... <a href="#">More</a>
10	<a href="http://haber7.com">haber7.com</a>	Türkiye'nin en etkin haber sitesi.

**Şekil 2.3. Türkiye'de en çok kullanıcıya ulaşan ilk 10 site<sup>7</sup>**

<sup>7</sup> <http://www.alex.com/topsites/countries:0/TR> (27.01.2014)

### 2.2.1. Sosyal Medyanın Geleneksel Medyadan Farkı

Vural ve Bat (2010)'a göre “günümüzde medya deyince ilk akla gelen televizyon ve gazetelerdir. Ancak hızlı teknolojik gelişmeler nedeniyle en çok da internet kavramının hayatımızın her alanına yayılmasıyla birlikte sosyal medya yani “Yeni Medya” kavramı ortaya çıkmıştır”. Bilginin paylaşımı da, en önemli değişimi ve gelişmeyi internetle daha sonra da sosyal medya ile göstermiştir. Bat (2012) artık yeni medya deyince en çok sosyal medyadan bahsedildiğini söylemektedir ve Web 2.0 ağının teknolojik gelişmelerle birlikte internet kullanıcılarının teknik bilgi öğrenmelerine gerek kalmadan içerik oluşturabilmesine ve bu içeriği paylaşabilmesine imkan tanıdığını söylemektedir.

Sönmez (2013) geleneksel medya ile sosyal medya farkını “Geleneksel medya, genellikle kitlelere hitap eder ve bireysel özellikleri göz önünde bulundurmaz. Geleneksel medyada yayınların olabildiğince çok kişiye ulaşması amaçlanır, bu bakımdan geleneksel medya araçları için reytingler önemlidir. Aksine sosyal medya daha çok, bireyselleştirilmiştir, birkaç merkez yerine çok merkezli (sosyal ağlar gibi) bir medya ortamı oluşturmaktadır. Bireyler, sosyal medya sayesinde içeriklerini ister az ister çok kişiye iletebilirler, burada kişi sayısının önemi yoktur. Diğer taraftan sosyal medya kullanıcıları birbirleriyle etkileşim içerisindedirler, birbirinin içeriklerini, yayınlarını, mesajlarını görebilir, onlar hakkında yorum yapabilir ya da kullanıcılar birbirleriyle mesajlaşabilir, konuşabilirler. Tüm bu yönleriyle sosyal medya, geleneksel medyaya göre kullanıcılarına daha fazla esneklik sağlamaktadır” şeklinde açıklamıştır.

İşlek (2012) yeni medyanın içeriğin dijitalleşmesi ve gerçek zamanlı değişimine izin vermesi özelliği ile geleneksel medyadan ayrılmakta olduğunu ifade etmiştir. “Teknoloji, telekomünikasyon, sosyal iletişimin kelimeler, görseller, ses dosyaları yolu ile sağlandığı bir yapıya sahiptir. İnsanların hikâyelerini ve tecrübelerini bu bağlamda paylaştığı bir çerçeveye de sahiptir”<sup>8</sup>. Lister ve diğerleri (2009)'a göre “yeni medya, bilginin üretilmesinde, dağıtılmasında ve kullanılmasında bir takım değişiklikler yapmıştır. Buna göre yeni medyanın dijital, interaktif (etkileşimli), hiper-metinsel, ağ yapılı, sanal ve simülasyon (benzetim) olma gibi özellikleri vardır” (akt:İşlek, 2012).

---

<sup>8</sup> [http://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal\\_medya](http://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal_medya) (14 Kasım 2013)

Koçak (2012), bu iki medyayı birbirini tamamen dışlamayan, birbirine entegre bir şekilde hareket eden, birbirinden beslenen ve hatta birbirine ihtiyacı olan iki medya olarak görmek gerektiğini belirtmiştir.

Yeni medya; bilgiye kolaylıkla erişilebilmesi, yeniden düzenlenebilmesi, birbiriyle bağlantılı hale getirilebilmesi gibi kolaylıkları ile kullanıcılar tarafından tercih edilmektedir. Ayrıca yeni medya, kullanıcılarının daha aktif katılımında bulunmalarına izin vermekte, kullanıcıların Web 1.0 döneminde olduğu gibi bilginin sadece pasif birer alıcısı değil, bilgi ve içeriğin aktif üreticileri olmalarını sağlamaktadır. Satıl (2011)'e göre sosyal medya bireyleri daha ön plana çıkarmakta ve çok fazla bilgiye rahatlıkla ulaşılarak enformasyonların kontrol edilebilmesinin mümkün olabilmesini mümkün kılmaktadır. Koçak (2012)'ye göre ise "Bu süreçte kitlesel izleyici yerini belirli konuda uzmanlaşmış, belirli konuya odaklanmış kişilerden oluşan çok sayıdaki izleyici adacıklarına bırakmış ve bu adacıkların oluşturduğu alan, bireysel eğilim ve tercihlerin belirleyici olduğu bir sürece dâhil olmuştur". Livingstone (1999)'un belirttiği gibi "Yeni medya teknolojilerinin en önemli sonuçlarından biri izleyiciyi dönüştürmesidir. Kullanıcılar olarak izleyiciler, giderek daha aktif (seçici, içerikleri sadece tüketen değil, aynı zamanda üreten, bireysel yönelimli) ve çoğul (parçalı, çoklu, çeşitli) olarak ele alınmaya başlanmaktadır" (akt:Koçak, 2012).

Sosyal medya geleneksel medyaya göre hızlı olması, maliyetinin düşük olması ve etkileşimli olması gibi birçok avantaja sahiptir. Bostancı (2010) sosyal medyanın avantajlarını aşağıdaki gibi sıralamıştır:

- 1:** sosyal medya hızlı ve günceldir,
- 2:** sosyal medya ucuzdur,
- 3:** sosyal medya güvenilirdir,
- 4:** sosyal medya iletişimi kolaylaştırır,
- 5:** sosyal medya firma imajını iyileştirir."

Sosyal medya ve geleneksel medya arasındaki farkları tanımlamaya yardımcı olacak özellikler kullanılan yöntemlere göre farklılıklar gösterebilir. Bu özelliklerden bazılarını şöyle sıralayabiliriz<sup>9</sup>:

- 1. Erişim**-Hem geleneksel medya hem de sosyal medya teknolojileri herkesin genel bir kitleye erişebilmesine olanak tanır.
- 2. Erişilebilirlik**-Geleneksel medya için üretim yapmak genellikle özel şirketlerin ve hükümetlerin sahipliğindedir; sosyal medya araçları genel olarak herkes tarafından az veya hiç maliyetle kullanılabilir.
- 3. Kullanılabilirlik**-Geleneksel medya üretimi çoğunlukla uzmanlaşmış yetenekler ve eğitim gerektirmektedir. Çoğu sosyal medya için bu geçerli değildir veya bazı durumlarda yetenekler tamamen değişmiş ve yenidir, yani herkes üretimde bulunabilir.
- 4. Yenilik**-Geleneksel medya iletişimlerinde meydana gelen zaman farkı (günler, haftalar, hatta aylar) anında etki ve tepkisi olan sosyal medya ile kıyaslandığında uzun olabilmektedir (Tepkilerin zaman aralığına katılımcılar karar verir). Geleneksel medya da sosyal medya uygulamalarına adapte olmaktadır, dolayısıyla yakın zamanda bu farklılık ortadan kalkacaktır.
- 5. Kalıcılık**-Geleneksel medya yaratıldıktan sonra değiştirilemez (bir dergi makalesi basıldıktan ve dağıtıldıktan sonra aynı makale üzerinde değişiklik yapılamaz), oysa sosyal medya yorumlar veya yeniden düzenlemeyle anında değiştirilebilir.

Özetle belirtmek gerekirse yeni medya sayesinde bireyler aktif katılım sağlamakta ve çok miktarda ve kullanıcılar tarafından sürekli güncellenen bilgiye rahatlıkla ulaşabilmektedir. Yeni medya geleneksel medyaya göre hız, maliyet ve etkileşim açısından çok daha avantajlıdır; bu sebeple de geleneksel medyayla kıyaslandığında bireylerin tercih sebebi olmaktadır.

### 2.2.2. Sosyal Medya Araçları ve Ortamları

Sosyal medya araçlarının sınıflandırılması, farklı uzmanlar tarafından farklı kriterlere göre yapılmaktadır.

---

<sup>9</sup> [http://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal\\_medya](http://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal_medya) (14 Kasım 2013)

Kaplan ve Haenlein (2009) sosyal medya araçlarını altı madde ile sınıflandırmıştır (akt:İşlek, 2012):

1. İşbirlikçi Projeler (Wikipedia, Sosyal İşaretleme Siteleri),
2. Bloglar,
3. İçerik Toplulukları (YouTube, SlideShare),
4. Sosyal Ağlar (Facebook),
5. Sanal Oyun Dünyaları (World of Warcraft),
6. Sanal Sosyal Dünyalar (Second Life).

Akar(2010) ise sosyal medya araçlarını sekiz madde ile sınıflandırmıştır;

1. Bloglar
2. Mikroblogging
3. Wikiler
4. Sosyal İşaretleme
5. Medya Paylaşım Siteleri
6. Podcasting
7. Online Sosyal Ağlar ve Sosyal Ağ Siteleri
8. Sanal Dünyalar.

Ateş (2011)'in sınıflandırması ise aşağıdaki gibidir:

1. E-posta grupları (yahoogroups.com)
2. Bloglar (bloglara konan linkler ve blogcuların birbiriyle haberleşmesi)
3. Forumlar (çeşitli uzmanlık alanlarıyla ilgili forumlar)
4. Kurumsal intranet (kurum içi ağ)
5. Extranet (tedarikçi ve kurumsal müşterilerle oluşturulan ağ)
6. Hızlı mesaj servisleri (msn, icq)
7. Sosyal ağ siteleri (facebook, yonja.net gibi).

Bu çalışmada da sosyal medya araçları sekize ayrılıp; bloglar, mikrobloglar, wikiler, sosyal işaretleme siteleri, medya paylaşım siteleri, podcasting, sosyal ağlar, diğer sosyal ağlar başlıkları altında incelenip, eğitimle ilgisi açıklanacaktır.

### 2.2.2.1. Bloglar (Ağ Günlüğü, Weblog)

Blog veya Weblog (Ağ kütüğü), bireylerin istedikleri içerikleri, istedikleri şekilde yazarak oluşturabildikleri, günlüğe benzer web siteleridir ve en önemli özellikleri teknik bilgi gerektirmemeleridir. Bloglarda kullanılan trackback mekanizması ile belirli bir yazı hakkında yazılan diğer yazılar belirlenebilmektedir<sup>10</sup>. Bilgisayar kullanan, internete erişebilen ve isteyen herkes Blogger, Wordpres gibi sitelerden zorlanmadan, yazılım bilgisi öğrenmelerine gerek kalmadan kendi bloglarını oluşturabilirler. Deperlioğlu ve Köse (2010) ‘Weblog’ sözcüğünün kısaltılmışı olan blogları, kullanıcıların kişisel kayıtlarını diğer internet kullanıcılarına sunmak için kullandıkları bir çeşit web sitesi olarak tanımlamaktadır. Sönmez (2013)’e göre Blogger, en çok ziyaret edilen ağ sitelerinden birisidir ve Google tarafından satın alındıktan sonra kullanımı yaygınlık kazanmıştır; ayrıca Blogger’ın Türkçe dâhil birçok dil seçeneği vardır.

Bloglar web sitelerindeki gibi ziyaretçi sayısını arttırmayı hedeflememektedir, bloglar kişisel yazıların yazılması ve bunlara yorum yapılması sistemiyle çalışmaktadır. Bat (2012), blogların çevrimiçi günlük olarak kullanıldığını ve blogların metin, resim, diğer bloglar, web sayfaları ve konularına ilişkin diğer sanal ortamlar gibi türleri bir araya getirdiğini ifade etmiştir.

Bloglarda yazılan yazılara post denilmektedir ve okuyucuların da gönderilere yorum yapabilmelerine imkân tanımaktadır (Zafarmand, 2010). Demirel (2013) blogların bir ya da birden çok yazarı olabileceğini, bloglarda yazılan en güncel yazının sitenin en üst sıraya yerleştiğini yani ters kronolojik sıra ile görüntülendiğini söylemiştir. Ayrıca bloglar çoğunlukla başka bloglara link vermektedir böylece bir blog aracılığıyla birçok bloğa erişim mümkün olmaktadır.

Akgündüz (2013)’e göre bloglar eğitim amaçlı da kullanılabilir, örneğin bir öğretmen blog sayfasında dersle ilgili yazılar, notlar, sorular, testler, videolar, resimler paylaşp öğrencilerin yararlanmasını sağlayabilir. Deperlioğlu ve Köse (2010) ise günce ortamında

---

<sup>10</sup> <http://tr.wikipedia.org/wiki/Blog> (14 Kasım 2013)

öğrencilerin ise ilgilendikleri konuları arama, sunulan bilgileri yorumlama ve bilgilere eklemeler yapma gibi özellikleri ile öğrenme süreçlerini kendilerinin yönlendirmesini sağlayabileceğini ve öğrenme sürecinde kendilerine olan güvenin artmasını sağlayabileceğini söylemektedir. “Öğrencilerle iletişim kurmak, tartışma ve paylaşım yolu ile öğrencilerin kendi aralarındaki etkileşimi sağlamak, öğrenilenleri pekiştirmek, farklı bakış açılarını yakalayabilmek gibi artlarından dolayı eğitimde kullanımı her geçen gün artmakta ve eğitimde kullanımı açısından, sağladığı kolaylıklar sebebiyle statik web sayfaları ve tartışma forumları gibi diğer web uygulamalarının bir adım önüne geçmektedir” (Baş ve Tüzün, 2007). Ayrıca bloglarda öğretmenin dönüt niteliğindeki yorumları, öğrencilerin yeni bilgileri yapılandırmasını kolaylaştırabilir, proje hazırlamasına katkı sağlayabilir.

#### **2.2.2.2. Mikrobloglar**

Mikroblogging, web üzerinden kullanıcıların o anda ne yapıyor oldukları hakkında kısa ve anlık mesaj göndermelerine olanak sağlar. Mikro bloglar, içeriğin mobil araçlarla kolayca güncellenebilir olmaları sayesinde, bilgi aktarımını sağlayan en önemli platformlardan biridir. Süzgün (2013) bireylerin mikro-blog siteleri ile anlık deneyimlerini, duygularını ve görüşlerini kısa mesajlar halinde izleyicileri ile paylaştıklarını, mikro-blog platformlarında bilgilerin sürekli mesaj niteliğinde akmakta olduğunu söylemiştir.

##### **2.2.2.2.1. Twitter**

Twitter, mobil bir hizmet olarak ortaya çıkmıştır, bir metin mesajının karakter sınırlamasına uyacak şekilde tasarlanmıştır ve halen pek çok SMS özellikli telefonda çalışmaktadır. “Kısa ve öz oluşu, insanların anında tweetlemesini ve iletmek istedikleri mesajın ana fikrine odaklanmasını sağladığından, Twitter’ın hızlı ve yerinde olmasına olanak tanır”<sup>11</sup>. Twitter, web ortamında bireylerin bilgi, duygu, düşünce veya ne yaptıklarını anlık kısa ifadeler ile yazarak paylaştıkları bir sosyal ağ sitesidir. Twitter’ı diğer sosyal ağlardan ayıran mikroblog özelliği, bireylerin ifade ve durumlarını 140 karakterle sınırlı metin ile aktarması; sosyal ağ özelliği de ağ içinde takipçiler vasıtasıyla

---

<sup>11</sup> <https://discover.twitter.com/tr/learn-more> (14 Kasım 2013)

yayılması sağlamaktadır (Odabaşı vd., 2012). Genç (2010)'e göre Twitter önce “What are you doing?” (Şu anda ne yapıyorsun?) sorusunu sormuş, Kasım 2009'dan itibaren de “What’s happening?” (Şu anda ne oluyor?) sorusunu kullanıcılarına sormaktadır ve kullanıcıların tanıdıkları kişileri takip edebilmesini sağlamaktadır. “Uygulamanın kullanıcı sayısının her geçen gün artması sonucunda, saygın bir akademik sözlük olarak kabul edilen Collins; “Twitter” kelimesini sözlüğüne alarak uygulamaya akademik olarak bir saygınlık kazandırmıştır” (Demirel, 2013). Twitter 25 Nisan 2011 tarihinden itibaren Türkçe olarak kullanılabilir. Facebook'taki gibi arkadaş sistemi değil de takipçi sistemiyle çalışması popülaritesini arttırmaktadır. Günümüzde Twitter'da her dakika ortalama yaklaşık 98 bin tweet atılmakta ve artık sosyal medyada Facebook'un yarattığı dev tahtın yerini Twitter'ın almaya başladığı söylenmektedir<sup>12</sup>. Özellikle Twitter'ın mobil teknolojilerden (SMS ile ya da internet ağı ile) takip edilebilmesi erişilebilirliğini ve hızını arttırmaktadır (Odabaşı vd., 2012) ve sadece bilgisayarlardan değil mobil telefonlardan da güncellemelerin gönderilmesine olanak tanımaktadır.

"Mikroblog servislerinde içerik oluşturmak oldukça basittir. Uzun uzun cümleler, paragraflar yerine, kısa cümleler kullanılır. Mikroblogların kullanımı giderek yaygınlık kazanmaktadır. Diğer taraftan dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen bir gelişme ya da olay, en hızlı şekilde mikrobloglar sayesinde duyurulur" (Sönmez, 2013). Bireylerin her zaman yanında bulunan akıllı telefonuyla Twitter kullanımı daha da kolaylaşmaktadır. Twitter birçok bireyin sorularına cevap bulmak için ilk başvuracağı ortam olabilecektir (Odabaşı vd., 2012).

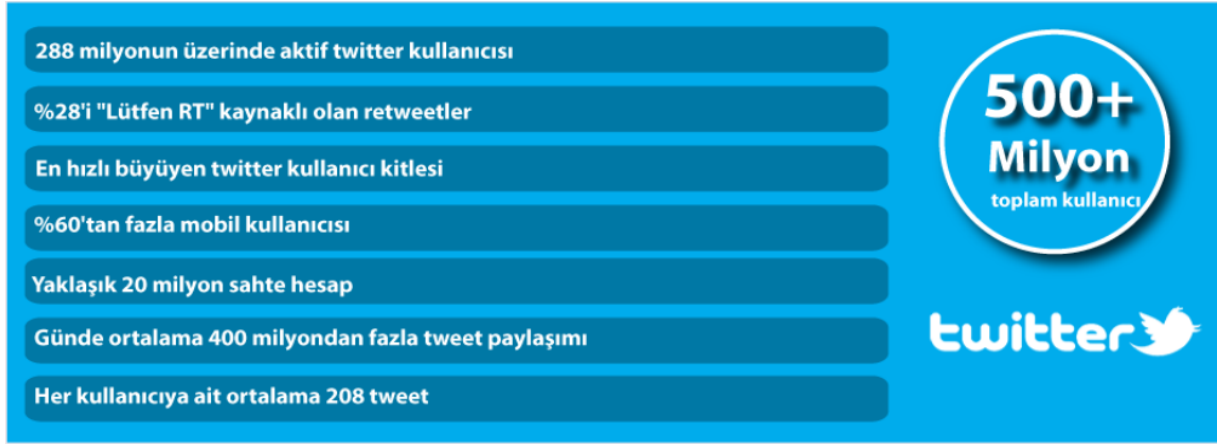
Ayrıca Twitter Alexa sitesinin Ocak, 2014 verilerine göre Türkiye’de en çok giriş yapılan siteler arasında sekizinci sıradadır<sup>13</sup>. “Monitera'nın yaptığı araştırmaya göre ise Türkiye'de kayıtlı 9.6 milyon Twitter kullanıcısı bulunmaktadır, aktif kullanıcı sayısı ise 6,2 milyondur. Türk kullanıcılarının günlük attığı tweet sayısı 8 milyon, saniyede atılan tweet sayısı 92'dir” (akt:Süzgün, 2013). USMED'in paylaştığı infografığe göre ise 2013 yılında Twitter 500 milyondan fazla kullanıcıya sahipti ve kullanıcıların %60'tan fazlası mobil

<sup>12</sup> <http://tr.wikipedia.org/wiki/Twitter> (14 Kasım 2013)

<sup>13</sup> <http://www.alexa.com/topsites/countries:0/TR> (27.01.2014)



cihazlar ile bağlandı; Twitter’ da günde ortalama 400 milyon Tweet paylaşıldı ve her kullanıcıya ortalama 208 tweet düştü<sup>14</sup>.



**Şekil 2.4. Sosyal medya infografiğine göre Twitter rakamları<sup>15</sup>**

Odabaşı vd. (2012)’ye göre eğitim alanında Twitter’ın avantajları bulunmaktadır, “Twitter’ın eğitim ortamlarında kullanımı ya da eğitim amaçlı kullanımında önemli etkenlerden biri günümüz dijital yerlilerinin teknolojiyi kullanarak eğitim görmek istemeleridir. Teknoloji kültürü içinde doğan ve yetişen dijital yerliler sınıflarda teknoloji ile eğitim yapmak istemekte teknolojinin işe koşulduğu öğretim ortamlarından zevk almaktadırlar. Öğretmenin sınıfa gelmeden önce işleyeceği konuya ilişkin bir problemi Tweet’lemesi ve öğrencilerin dikkatini çekmesi, konunun dersten önce araştırılmasını ya da konu üzerinde düşünülmesini sağlayabilmektedir. Yine, öğretmenin öğrencilere vereceği projelerin grup çalışmalarıyla Twitter üzerinden yapılması, tartışılması, fikir alışverişinde bulunulması ve konuya ilişkin düşüncelerin yansıtılması sağlanabilmektedir. Bu sayede hem süreç kayıt altında tutulabilmekte, hem de öğrencilerin kendilerini değerlendirmesine olanak verilerek işbirlikli öğrenme gerçekleştirilebilmektedir. Öğrencilerin teknolojiye olan ilgi ve meraklarını öğretim ortamlarında Twitter vb. araçları kullanarak işe koşmak bu bağlamda önemli faydalar getirebilmektedir”.

<sup>14</sup>, <sup>15</sup> <http://mechgag.com/2013-sosyal-infografigi-yayinlandi/> (27.01.2014)

### **2.2.2.3. Wikiler**

Wikiler, kullanıcıların sayfaya bilgileri eklediği, düzenlendiği ve istediği zaman değiştirebildiği ve diğer kullanıcıların bilgilere erişimini mümkün kılan birbirleriyle bağlantılı web sayfalarıdır. Kahraman (2010)'a göre ise sayfalarını kullanıcılarının oluşturduğu ve kullanıcıların diğer kullanıcılarca oluşturulan sayfaları istediği şekilde değiştirebildikleri web siteleridir. Wiki 'What I Know is' sözcüklerinin kısaltılmışıdır ve 'bildiğim kadarıyla' olarak Türkçeye çevrilmiştir.

Wikiler geniş bilgi yelpazesine sahiptir ve kullanım amaçlarına göre çeşitli kategori ve isimler altında yer almaktadır. Dikme (2013)'ün belirttiğine göre, Wikilerin en bilineni İngilizce dilinde ve 2 milyonun üzerinde makalesi bulunan online ansiklopedi Wikipedia'dır.

Bostancı (2010)'a göre Wikipedia, ortaklaşa olarak birçok dilde wiki teknolojisi ile hazırlanan, özgür, bağımsız ve ücretsiz bir internet ansiklopedisidir. Açık kaynak ortamları, açık geliştirici gruplar tarafından geliştirilmektedir ve herkes kullanabilmektedir. Wiki uygulamaları da birer açık kaynak ortamlarıdır, wikilere sürekli ilave ve değişiklikler yapılmaktadır ve bu yüzden hiçbir zaman tamamlanmayacaktır.

Meriç (2010), Web 2.0 teknolojilerinden Wikilerin eğitim faaliyetlerinde yararlı hale dönüşmekte olduğunu ifade etmiş, Deperlioğlu ve Köse (2010) eğitimde kullanılan Wikilerin öğrencilerin ve öğretmenlerin işbirlikli çalışmalarının sonucu oluşan nitelikli bilgiler sunduğunu ve wikiler ile öğrencilerin birbirleriyle etkileşim sağladığını ifade etmiştir.

### **2.2.2.4. Sosyal İşaretleme (Sosyal Etiketleme)**

Karaman vd. (2008)'in belirttiğine göre, Sosyal imleme (Social Bookmarking), kullanıcıların etiket(tag) denilen anahtar kelimeler ile ilgilendikleri web sitelerini ilişkilendirmesini sağlar. Süzgül (2013)'e göre, internet kullanıcıları beğendikleri web siteleri, resimleri ve videoları etiketlemekte ve bu etiketlemelerin sayısı arttıkça çeşitli

sınıflandırmalar oluşmaktadır. Digg, Reddit gibi yapılar kullanıcıların ortak hafızası olarak gelişmekte ve kullanıcılar depolarda sakladıkları bilgileri geri dönüp bulma şansını elde etmektedirler. Bu yapılarda etiketleme sistemi oylamayla çalışmakta ve gruplar oyladıkça, girişler de o oranda artmaktadır.

Friendfeed ve Delicious en çok kullanılan sosyal imleme siteleri arasındadır. Del.icio.us sık kullanılan web sitelerini etiketler ekleyerek, kategorilere ayıran ve arşivleyen; kullanıcılara açıklama yazmaya ve paylaşmaya imkan tanıyan Web 2.0 ortamıdır. Friendfeed ise kullanıcıların diğer Web 2.0 sitelerindeki aktivitelerini arkadaş listesindekilerle paylaşmalarına imkan tanıyan Web 2.0 ortamıdır.

Delicious, Furl ve Digg gibi sosyal imleme araçlarıyla bireyler sık kullanılanlar grubu oluşturarak, etiketleri ve sık kullanılanları diğerleriyle paylaşma imkânına sahip olmaktadır. Ortak ilgi alanlarına sahip kullanıcılar da bilginin sınıflama sisteminin ilerlemesine katkı sağlamaktadır (Akgündüz, 2013).


#### **2.2.2.5. Medya Paylaşım Siteleri**

Sosyal medyadaki kullanıcı sayısının da artmasıyla Süzgün (2013) tarafından da ifade edildiği gibi “internetle birlikte insanlar ellerindeki malzemeleri birbirleriyle paylaşmaya başladılar”. Bireyler bu paylaşımı da sosyal medya araçlarından biri olan medya paylaşım siteleri ile gerçekleştirmektedirler. Dikme (2013)’e göre medya paylaşım siteleri yalnızca belirli içerik türlerini organize edip paylaşan topluluklardır. Süzgün (2013)’e göre kullanıcılar sürekli çeşitli platformlarda çektikleri veya beğendikleri videoları paylaşmaktadırlar.

Medya paylaşımı denildiğinde akla gelen ve diğer sitelerden daha popüler olan resim ve video paylaşım (www.youtube.com, www.flickr.com) siteleridir (İşlek, 2012). Alexa 2014 verilerine göre, ikinci sırada yer alan Facebook sosyal ağından sonra en çok ziyaretçisi olan sosyal medya aracının, üçüncü sırada yer alan Youtube video paylaşım sitesi olduğu

görülmektedir<sup>16</sup>. Video paylaşım sitesi olarak ilk akla gelen Youtube olsa da, günümüzde birçok video paylaşım sitesi bulunmaktadır.

Video blog (Vlog) belli bir periyod dâhilinde, çoğunlukla belli bir konuya bağlı olarak video kaydı yöntemi ile günlük tutulmasıdır<sup>17</sup>. Video paylaşım sitelerinin özelliği bireylerin müzik klibini, şarkıyı, filmin fragmanını ya da bir bölümünü, haberi, eğlenceli görüntüleri kolayca bulabilmelerini sağlamasıdır (Sönmez, 2013).

Global	By Country	By Category
 <b>Top Sites</b> The top 500 sites on the web. ?		
1	<a href="http://google.com">google.com</a>	Enables users to search the world's information, including webpages, images, and videos. Offers... <a href="#">More</a>
2	<a href="http://facebook.com">facebook.com</a>	A social utility that connects people, to keep up with friends, upload photos, share links and ... <a href="#">More</a>
3	<a href="http://youtube.com">youtube.com</a>	YouTube is a way to get your videos to the people who matter to you. Upload, tag and share your... <a href="#">More</a>
4	<a href="http://yahoo.com">yahoo.com</a>	A major internet portal and service provider offering search results, customizable content, cha... <a href="#">More</a>
5	<a href="http://baidu.com">baidu.com</a>	The leading Chinese language search engine, provides "simple and reliable" search exp... <a href="#">More</a>
6	<a href="http://wikipedia.org">wikipedia.org</a>	A free encyclopedia built collaboratively using wiki software. (Creative Commons Attribution-Sh... <a href="#">More</a>
7	<a href="http://qq.com">qq.com</a>	China's largest and most used Internet service portal owned by Tencent, Inc founded in Nov... <a href="#">More</a>
8	<a href="http://taobao.com">taobao.com</a>	Launched in May 2003, Taobao Marketplace (www.taobao.com) is the most popular consumer-to-consu... <a href="#">More</a>
9	<a href="http://live.com">live.com</a>	Search engine from Microsoft.
10	<a href="http://amazon.com">amazon.com</a>	Amazon.com seeks to be Earth's most customer-centric company, where customers can find and disc... <a href="#">More</a>

### Şekil 2.5. Dünyada en çok kullanıcıya ulaşan ilk 10 site<sup>18</sup>

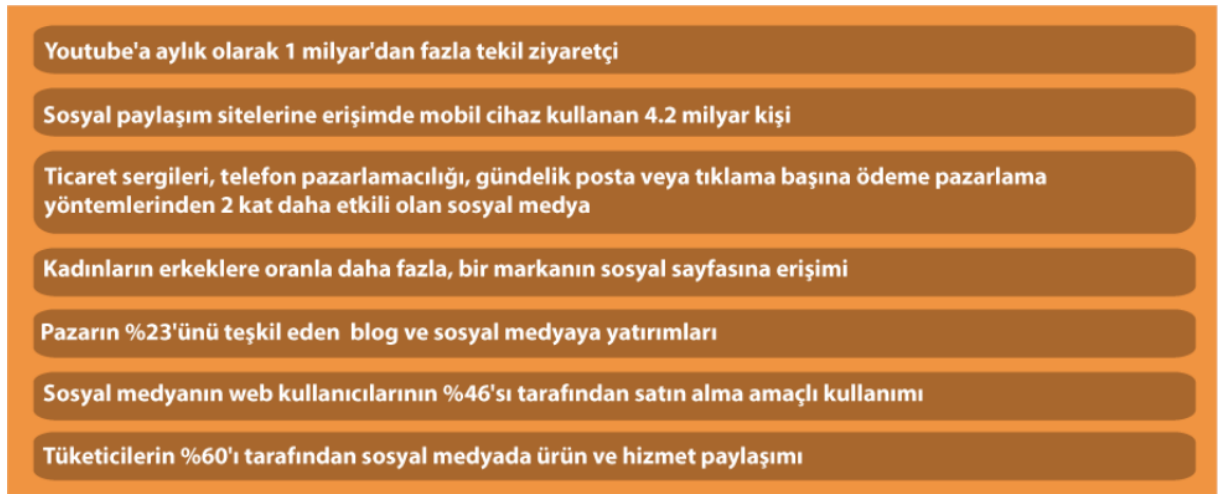
<sup>16</sup> <http://www.alexa.com/topsites/countries;0/TR> (27.01.2014)

<sup>17</sup> <http://tr.wikipedia.org/wiki/Vlog> (14 Kasım 2013)

<sup>18</sup> <http://www.alexa.com/topsites/countries;0/TR> (27.01.2014)

Bir video barındırma sitesi olan YouTube, 2005 yılında kurulmuştur. “Tube” kelimesi televizyon tüpünden gelmiştir. YouTube ile kullanıcılar var olan video klipleri izleyebilmekte, kendi video klibini YouTube'a ekleyebilmektedir.

USMED'in infografiğine göre; 1 milyardan fazla ziyaretçisi ile Youtube video siteleri arasında 2013 yılında liderliğini korumuştur<sup>19</sup>. Youtube, Alexa sitesinin Ocak, 2014 verilerine göre dünyada en çok giriş yapılan siteler arasında üçüncü sıradadır ayrıca Türkiye'de en çok giriş yapılan siteler arasında dördüncü sıradadır.



### Şekil 2.6. Sosyal medya infografiğine göre Youtube rakamları<sup>20</sup>

“En yaygın içerik toplulukları fotoğraf (Flickr), yer imli linkler (del.icio.us) ve video (YouTube) alanlarında oluşturulmaktadır” (Dikme, 2013). Flickr, Pinterest fotoğraf albümlerine; video paylaşım ortamları televizyon kanallarına benzetilmekte ve bu sosyal ağların içeriği katlanarak gelişmeye devam etmektedir. USMED tarafından paylaşılan infografiğe göre; 2013 yılında yüklenmiş 16 milyardan fazla fotoğraf ile Instagram'da her kullanıcıya ortalama 40 fotoğraf düştü ve 1 milyardan fazla kullanıcısı olan sosyal ağda her gün 5 milyondan fazla fotoğraf paylaşımı gerçekleşti<sup>21</sup>.

<sup>19,20,21</sup> <http://mechgag.com/2013-sosyal-infografiği-yayinlandi/> (27.01.2014)

“Flickr sadece dijital fotoğraf paylaşım aracı değil aynı zamanda çevrimiçi fotoğraf yönetim ve 8 milyon kullanıcı ile paylaşım aracıdır. Flickr sosyal ağına mobil araçlar ile fotoğraf yüklenebilir ve eğer paylaşım seçenekleri açık olursa bu fotoğraflar otomatik olarak gönderilebilir veya birkaç fare tıklaması ile Twitter, Facebook, Blogger ve diğer sosyal ağlara gönderilebilir” (Gülbahar vd., 2010).

### **2.2.2.6. Podcasting**

“Podcasting terimi, MP3 çalarlar arasında popüler olan marka “iPod” ve İngilizce’de yayınlamak anlamına gelen “Broadcasting” sözcüklerinin birleşiminden oluşmaktadır. Terim, dijital olarak kaydedilmiş radyo yayını vb. yayınların internet üzerinden erişilerek indirilebilmesi ve paylaşılması olarak tanımlanmaktadır” (Hüseyinoğlu, 2009). Podcast ilk olarak İpod için, kullanıcıların dinletilerini dağıtmaları amacıyla geliştirilmiş olmakla birlikte günümüzde podcastler ile abone olunan yayınlara herhangi bir yer, zaman ve cihazdan erişim mümkün olmaktadır. İnternette erişimi mümkün olan her ses dosyası podcast olarak tanımlanmamakta, bir ses dosyasının podcast olabilmesi için dağıtım yolunun RSS olması gerekmektedir, RSS sistemi aynı zamanda yeni bölümlerin programlar aracılığıyla otomatik yüklenmesini de sağlamaktadır. Süzgül (2013) bu formatı iTunes’in oluşturduğunu ve radyo istasyonu ya da Tv kanalı kurmak isteyenlerin bu formatı kullanabileceğini belirtmiştir.

Podcastlerin eğitimde kullanımı özellikle uzaktan eğitimde öne çıkmakta; öğrenci ve öğretmenlerin herhangi bir yer ve zamanda bilgi paylaşımını sağlamasıyla ve birçok kez dinlenebilir olmasıyla mümkün olmaktadır. Karaman, Yıldırım ve Kaban (2008)’e göre, çoğunlukla 3-5 dakikalık mini kayıtların (Mp3 vb.) sunulduğu podcastler dersten önce hazırlık, kaçırılan ders ve konuların telafisi ve herhangi bir konu hakkında bilgi sahibi olma amaçları ile eğitimde kullanılabilirliği gibi eğitimin sınıf dışına taşınmasını da desteklemektedir. Deniz (2012)’ye göre ise, oynatıcı yayın aboneliği servisleri, uzak mesafedeki öğrencilere ulaşılabilirliği, öğrencilerin kaçırdıkları dersleri dinleyebilmeleri ve öğrenciler arasında iyi bir etkileşimin sağlanabilmesi açısından da önemli olabilmektedir.

### 2.2.2.7. Sosyal Ağlar

Köseoğlu (2012) “Bireylerin internette harcadıkları zamanın büyük bölümünü sosyal medya siteleri, sosyal medya sitelerinden de sosyal ağlar almaktadır. Son yıllarda sosyal ağların küresel bir fenomen haline geldiği rahatlıkla söylenebilir”. Boyd ve Ellison (2007)’nin tanımına göre “Sosyal ağ siteleri, bireylerin sınırları belirlenmiş bir sistem içinde halka açık ya da yarı açık profil oluşturmaya, bağlantılı oldukları diğer kullanıcıların listesini sergilemesine, bu diğer kullanıcıların sistemdeki listelenmiş bağlantılarını görmesine ve bu bağlantıların aralarında geçiş yapmasına izin veren web tabanlı servislerdir”. “Sosyal ağ sitelerinin kolay kullanımları, hızlı güncellenmeleri, analiz ve paylaşım imkânları kullanıcıların büyük ilgisini çekmiş, uygulamaların sayısı ve kullanıcı sayıları günden güne artarak yayılımları hızlanmıştır. Bu sosyal ağların kullanımları ve dijital okuryazarlık sayesinde düşünceler ve yenilikler, dünya üzerinde eskiden olmadığı kadar hızlı bir biçimde yayılmaktadır” (Gülbahar vd., 2010).

Vural ve Bat (2010)’a göre sosyal ağlar web ortamında birbiri ile ilgili olan ve farklı grupları içinde barındırabilen grubu ifade etmektedir. Sosyal ağ örnekleri; fotoğraf paylaşım, video paylaşım siteleri, facebook vb. sosyal siteler, bloglar, wikiler, iş alanında tercih edilen profesyonel siteler vb. içermektedir.

Ateş (2011)’e göre günlük hayatımızın niteliği sosyal ağlar ile artmakta, Uzun (2012)’ye göre sosyal ağ sitelerinde fotoğraf, eğitsel yazılım gibi her türlü dosya paylaşılabilen böylece ortak ilgi alanına sahip üyeler bir grup altında birleştirilebilmektedir. “Wikipedia, Myspace, Facebook, Friendster, Flickr, Twitter, Friendfeed ve YouTube gibi siteler, kullanıcıların o anda ne yaptıklarını, düşündüklerini, çektikleri fotoğrafları ve videolarını paylaşabildikleri platformlar olarak öne çıktı” (Büyüksener, 2009). Bat (2012)’ye göre sosyal ağlar, kullanıcılara kişisel içerikleri ve iletilerini paylaşması, kendi web sitelerini oluşturması için olanaklar sunmaktadır.

Bir sosyal ağ bilginin üyeler arasında paylaşılmasını ve yayılmasını sağlamaktadır. Uzun (2012) kullanıcılarının isteklerini dikkate alarak farklı özellikler ile değişen sosyal ağ sitelerinin kullanıcı sayısındaki artışa bağlı olarak büyümeye ve gelişmeye devam edeceğini ifade etmiştir.

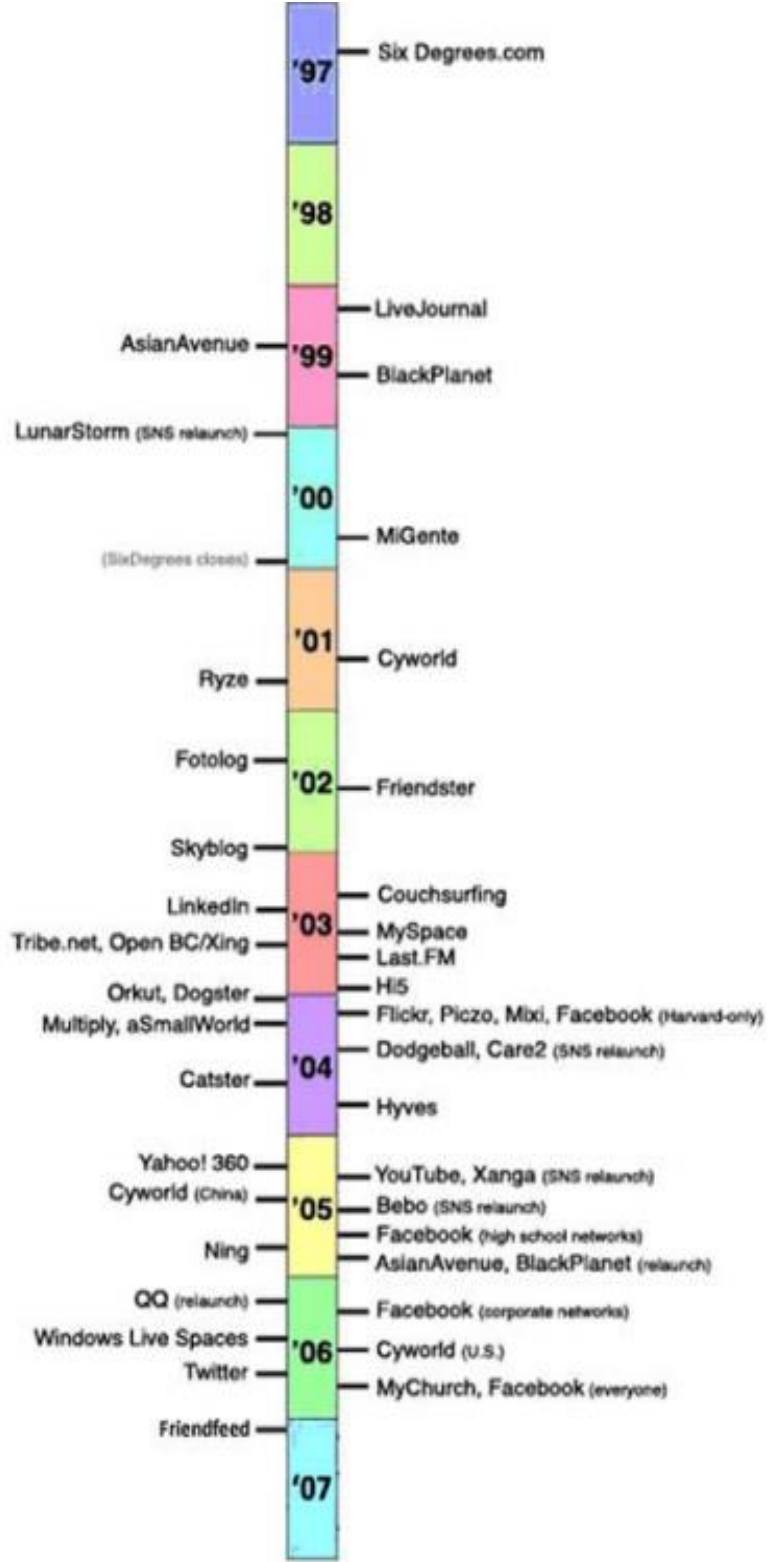
“Sosyal ağlar, kullanıcılarının birbiriyle tanışmasını, iletişim ve etkileşim içinde bulunmasını sağlar. İşlevleri yalnızca bununla sınırlı değildir; aynı zamanda sosyal ağlar, kişinin istediği bilgilere ulaşmasını, enformasyonların daha önceden hiç olmadığı kadar hızlı bir şekilde yayılmasını sağlar” (Sönmez, 2013).

Bir sosyal ağ sitesinde kullanıcının profil oluşturabilmesi, kullanıcının ilişkide olduklarının listesini açıklayabilmesi ve kullanıcının diğer kişilerin bağlantı listelerine ulaşabilmesi olarak üç temel özelliğinin bulunması beklenir. Bir sosyal ağ sitesinin diğer sitelerden farkı ise kişilerin profillerini tanımadıkları kişilerle de paylaşmasıdır (Kobak ve Biçer, 2008).

Düvenci (2012) bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin en çok gençler üzerinde etki ettiğini ve yeniliklerle açık olmalarının bu teknolojileri kullanırken rahat olmalarını sağladığını belirtmiştir. Benzer şekilde Satıl (2011) de “Günümüzde sosyal ağlar özellikle gençler tarafından kısa süre içinde kabul görmüş ve mesaj içeriklerinin hazırlanmasından kodlanmasına, aracın seçiminden tüketici tarafından kodun çözülmesine kadar tüm iletişim sürecinde aracın şekillenmesine yardımcı olmuştur”. Kaya (2011)’e göre kullanıcılar bilgisayarlara ek olarak PDA ve mobil telefonlar aracılığıyla sosyal ağ sitelerine her an her yerden erişim imkânına sahiptirler.

Bu araştırmada; kullanıcılar tarafından en çok tercih edilen sosyal ağlardan olan Facebook ve MySpaces açıklandıktan sonra, diğer sosyal ağlarda “Diğer Sosyal Ağlar” başlığı altında açıklanacaktır.





Şekil 2.7. Belli başlı sosyal ağların açılış tarihleri (Büyüksener, 2009).

### 2.2.2.7.1. Facebook

Facebook, 2004 yılında Mark Zuckerberg tarafından Harvard öğrencilerinin bilgi alışverişini ve iletişimini sağlaması için oluşturulmuş, daha sonra kullanıcı kitlesi dünya çapında yaygınlık kazanmış sosyal paylaşım sitesidir. Facebook adını “paper facebook”tan, ABD üniversitelerinin öğrenci, öğretmen ve çalışanlar için doldurduğu tanıtıcı bir formdan almıştır<sup>22</sup>.

Sönmez (2013) Facebook’un özelliklerini “Facebook kullanıcıları, cinsiyet, eğitim durumu, ilgi alanları, yaşları gibi kişisel özelliklerin belirtildiği profillerini oluşturabilmekte, görünmesini istemedikleri özellik kısımlarını gizleyebilmektedirler. Kullanıcılar, Facebook üzerinden iletişimde bulunmak istedikleri kişiye özel mesaj gönderebilmekte, istedikleri kişilere, tanıdıklarına arkadaşlık isteği yollayabilmekte, arkadaşlarının “duvar”larına ileti girebilmektedir. Yine Facebook üzerinden kullanıcılar fotoğraflarını paylaşabilmekte, başkalarının ya da arkadaşlarının fotoğraflarını beğenebilmekte ve / veya yorum atabilmektedir. Facebook’ta da, diğer sosyal paylaşım ağlarında olduğu gibi, kullanıcılar beğendikleri bir videoyu, şarkıyı, sesi, fotoğrafları, metinleri paylaşabilmektedir. Facebook’un önemli özelliklerinden bir tanesi ise “sohbet” özelliğidir. Üyeler, istedikleri zaman Facebook üzerinden çevrimiçi olarak, o sırada çevrimiçi olan diğer arkadaşlarıyla, sohbet pencereleri aracılığıyla sohbet edebilirler. Burada da kullanıcının birtakım ayarları ayarlaması mümkündür. Örneğin, kullanıcı sadece konuşmak istediği arkadaşlarına çevrimiçi olarak kendini gösterirken, diğerlerine bu özelliği kapatarak onlarla konuşmayı engelleyebilir” olarak açıklamıştır.

Facebook’u diğer sosyal ağlardan ayıran en önemli fark uygulamalardır. Tonta (2009) Facebook’un e-posta gönderme, anında mesajlaşma, fotoğraf, müzik ve video paylaşma hizmetlerinin yanı sıra, yaklaşık bir milyon farklı kişi tarafından geliştirilen 300.000’den fazla uygulamaya erişim sağlamakta olduğunu belirtmiştir.

---

<sup>22</sup> <http://tr.wikipedia.org/wiki/Facebook> (14 Kasım 2013)

<u>Etkinlik</u>	<u>İlk Akla Gelen</u>	<u>Hepsini Kapsayan</u>
Video paylaşım	YouTube	facebook
Fotoğraf paylaşımı	Flicker	
Durumunu belirtme	Twitter	
Sohbet(Chat)	Messenger	
e-posta	Gmail, Yahoo, Mynet	
Oyun	kraloyun.com	
Tartışma	forumlar	

**Şekil 2.8. Facebook üzerinden gerçekleştirilecek etkinlikler (Deniz, 2012).**

Şekil 2.8’de de görüldüğü gibi, Facebook hesabı olan kullanıcılar tüm bu etkinlikleri ve daha fazlasını Facebook üzerinden gerçekleştirebilmektedirler (Deniz, 2012). “Kullanıcılar Facebook sitesinden ayrılmadan Amazon’dan alışveriş yapabilmekte, OCLC’nin WorldCat kataloğunu tarayabilmekte, kullandıkları diğer sosyal ağlar (örneğin, LinkedIn, 4sq, instagram) ve paylaşım siteleriyle (örneğin, Slideshare) Facebook arasında bağlantı sağlayabilmekte ve Facebook’a gönderdikleri mesajları aynı anda diğer sosyal ağlarda ve Twitter gibi mikro-günlük (microblogs) sitelerinde de yayımlayabilmektedirler” (Tonta, 2009). USMED’in infografiğine göre; Facebook’ta 2013 yılında 10 milyondan fazla uygulama kullanıldı, günde 350 milyondan fazla fotoğraf paylaşımı gerçekleştirildi ve yapılan paylaşımlara ilk 5 saat içerisinde %75’lik oranla ilgi gösterildi<sup>23</sup>.



**Şekil 2.9. Sosyal medya infografiğine göre Facebook rakamları<sup>24</sup>**

<sup>23, 24</sup> <http://mechag.com/2013-sosyal-infografi-ge-yayinlandi/> (27.01.2014)

Facebook, 2014 Alexa istatistiklerine göre Dünya'nın en fazla ziyaret edilen 2. sitesidir; ayrıca Facebook Türkiye'nin de en fazla ziyaret edilen 2. Sitesidir<sup>25</sup>. Facebook sosyal ağının yükselişi Şekil 2.10. da gösterilmektedir:



**Şekil 2.10. Google Arama Trendleri Facebook'un Gelişimi<sup>26</sup>**

2013 yılının sosyal medya istatistiklerine göre Facebook kullanıcılarının %95'i her gün profillerini açıyor. Ayrıca insanların internette geçirilen tüm zamanın %15'i Facebook'ta geçiyor<sup>27</sup>. "Facebook genç üyeler tarafından tercih edilmekte ve çoğunlukla arkadaşlarını bulma gerekçesiyle üye olunmaktadır" (Kobak ve Biçer, 2008). Ülkemizde Facebook kullanan 11.177.240 kişi, 18-24 yaş grubu arasındadır (Demirel, 2013). "Doğal olarak, sosyal bilimlerde artan bir ilgiyle Facebook gibi sosyal ağ sitelerinin karakteristiğini anlamaya çalışılmaktadır" (Köseoğlu, 2012). "Bu bağlamda Facebook sosyal ağ sitesinin ciddi bir eğitsel kullanım potansiyeline sahip olduğu söylenebilir" (Gülbahar vd., 2010).

Yapılan araştırmalara göre Facebook sosyal ağının öğrencilerin öğrenme tutumlarına olumlu pek çok etkisi bulunmaktadır. Bu araştırmaların yapılma sebeplerinden biri Facebook'un öğrenciler arasında en çok tercih edilen sosyal ağ sitesi olmasıdır. Yuen ve Yuen (2008) tarafından yapılan araştırmalar sonucunda öğrenciler tarafından en çok tercih edilen sosyal paylaşım sitesinin Facebook olduğu ve öğrencilerin Facebook ortamını; okul

<sup>25</sup> <http://www.alexa.com/topsites/countries:0/TR> (27.01.2014)

<sup>26</sup> <http://www.google.com.tr/trends/> (27.01.2014)

<sup>27</sup> <http://sosyalmedya.co/gencler-ve-sosyal-medya/> (27.01.2014)

kitaplarını paylaşabilmek, okul kulüplerine üye olmak, grup ödevlerinde çalışmalarını paylaşabilmek, projeler ve dersler için kullanıldığı görülmüştür (akt:Ucun, 2012). Moore (1997)'ye göre "Facebook sosyal ağ uygulamasının en önemli özelliklerinden biri yüksek verimde iletişim ve etkileşim ortamı sağlamasıdır. Etkileşim imkânlarının fazlalığı ve esnekliği öğretene ile kullanıcı arasındaki algısal uzaklığı azaltan bir faktör olarak karşımıza çıkar"; Munoz ve Towner (2009) göre ise "Facebookta yer alan pek çok uygulama yardımıyla kullanıcılar birbirleriyle ve içerikle kolayca etkileşime girebilmektedir. Bununla beraber bu uygulamaların kullanıcılar tarafından da oluşturulabilir veya geliştirilebilir olması eğitsel anlamda öğrenenler ve öğretmenler için alternatif bir öğrenme-öğretme ortamı sunabilmesine olanak sağlar. Öğrenciler için konulara uygun resimlerin, mesajların, derslere ait ödevlerin, olayların ve uygulamaların Facebook sosyal ağında eğitim amaçlı kullanılacağı belirtilmiştir. Ayrıca, öğretmenler Facebook ortamında web sitelerine ait adresleri ve videoları gönderebilir, google belgeleri ile bağlantı oluşturarak öğrencilerin sunularını, ödevlerini ve diğer ürünleri paylaşılabilir" (akt:Gülbahar vd. 2010). Cross (2006) "Öğrenmelerimizin %80'inin formal eğitim programı dışında gerçekleştiğini belirtmiştir. Bu noktada yaygın bir kullanıma sahip olan sosyal ağların, öğrenmede etkililiğin artırılması ve eğitim hizmetinin dağıtım yollarının çeşitlendirilmesi gibi konularda işe koşulabilir olduğunu belirtmektedir" (akt:Ekici ve Kıyıcı, 2012). Gülbahar vd. (2010) sosyal ağ sitelerinin eğitsel süreçlere entegre edilmesinin mevcut sistemlerin modernizasyonunda giderek popüler hale geldiğini, Facebook vb. uygulamaların öğretim tasarımcıları arasında yayılım göstermesinin beklendiğini belirtmektedirler. "Öğrencilere birtakım bilgiler, dökümanlar, metinler vb. Facebook aracılığıyla kolaylıkla iletilebilir, öğrencilere duyurulmak istenenler Facebook üzerinden duyurulabilir, öğrencilerin notları bu şekilde açıklanabilir, ödevleri yine Facebook aracılığıyla onlara ulaştırılabilir" (Sönmez, 2013).

#### **2.2.2.7.2. MySpace**

Myspace, 2003 yılında kurulmuş bir sosyal ağıdır<sup>28</sup>. Douglas (2006) "MySpace'in interaktif ortamda kullanıcı kontrolünde iletişim ve arkadaşlıklar kurulabilen, kişisel profillerin,

---

<sup>28</sup> <https://myspace.com/pressroom> (27.01.2014)

blogların, grupların, resimlerin, müzik ve videoların barındırılabilceği bir sosyal iletişim web sayfası olarak tanımlanabilir” olduğunu belirtmiştir (akt:Demirel, 2013).

“Myspace de dñnyanın dñrt bir yanından kullanılan sosyal ağlardan bir tanesi olmasına rağmen, gñnñmñzde kullanım yaygınlığı Facebook ve Twitter kadar değildir. Myspace, daha çok mñzik ve video paylaşım olanaklarıyla ÷n plana çıkan bir sosyal paylaşım sitesi niteliğindedir” (Sñnmez, 2013). Ayrıca Amerika’da Facebook’tan ÷nce en çok ziyaret edilen sosyal medya sitesi Myspace’tir.

Greenhow (2009)’a gñre “eğitim açısından bakıldığında ÷rneğin, bir kişi yaratıcı bir çalışmasını (yaptığı bir video, bir yazısını ya da fotoğrafı vs.) MySpace gibi sosyal ağlarda paylaştığında etiketler, beğeniler, yorumlar ve eleştiriler yoluyla arkadaşlarından çalışma hakkında geribildirim alacaktır, bu durum da ÷đrencileri kendi evrimii sunumlarında daha yaratıcı, zeki ve açık sñzli olması için cesaretlendirecektir” (akt:Deniz, 2012).

### **2.2.2.7.3. Diğer Sosyal Ağlar**

Linkedin ve Xing gibi profesyonel sosyal ağ siteleri bireylerin iş dñnyasındaki ilişkilerini geliştirmek için kullandıkları, profil oluşturup deneyim ve çalışma alanlarını paylaştıkları ortamlardır (İşlek, 2012).

Forum siteleri bir konu hakkında bilgi almak isteyen, internet kullanıcılarının sorularla tartışmalara ve bilgi paylaşım sñrelerine katılmasını sağlayan sayfalardır. Forumlarda kullanıcılar farklı zamanlarda gñnderilen postaları okuyabilir ya da üye girişi yaparak yeni posta yazabilir. Genel olarak bilgi paylaşımı, dosya paylaşımı, tartışma forumları olarak gruplandırılırlar. Forumlar ile ÷đrenci ve ÷đretmenler gñrñřlerini paylaşabilir, problemleri farklı bakış açısıyla gñrebilir, birbirlerine soru sorabilirler.

Tumblr kullanıcıların kolaylıkla mobil araçlardan veya mñmkñn olan her yerden metin, fotoğraf, alıntı, bağlantı, mñzik ve video gñnderebilmesini sağlamaktadır ve Tumblr ile renk, tema gibi ÷zellikleri kişiselleştirmek mñmkñndür<sup>29</sup>.

<sup>29</sup> <http://www.tumblr.com/about> (27.01.2014)

Hi5 kullanıcılara mevcut arkadaşlarıyla iletişim kurma ve yeni insanlarla tanışması imkanı tanımakta; ayrıca facebookta olduğu gibi profil oluşturma, fotoğraflar paylaşma, sohbet etme, oyun oynama imkanı da sağlamaktadır<sup>30</sup>.

Rss'ler güncellemeleri kullanıcılara anında bildiren bir içerik besleme yöntemidir, web sayfasındaki içeriklerin özetlerinin yayınlar bu sayede kullanıcıların siteyi ziyaretine gerek kalmadan gelişmeleri takip edebilmesini sağlarlar. Rss ile podcastlerin takibi de kolaylaşmaktadır. Çoğunlukla haberler, güncellemeler ve podcastlere erişimde kullanılırlar. Rss okuyucu özel programlar bulunmaktadır, bu programlar Rss desteği sunan bir internet sayfası açıldığında kullanıcıyı uyarmaktadırlar.

Netlog özellikle genç Avrupa nüfusu için oluşturulmuş, üyelerine iletişim kurma ve sosyal çevrelerini genişletme imkânı veren sosyal bir portaldır. Netlog şu anda 37 dilde hizmet vermekte ve Netlog'un Avrupa'da 99 milyon üyesi bulunmakta ve bu rakam her gün artmaktadır. Netlog ile üyeler bloglar, resimler, videolar, etkinlikler vb. ile oluşturdukları sayfalarını arkadaşlarıyla paylaşabilmektedirler<sup>31</sup>.

### **2.3. Sosyal Medyanın Eğitimle İlişkisi**

Günümüzde bilimin hızla ilerlemektedir ve bilgi toplumlarının geleceği, bireylerin başarısı bilgiye ulaşma, üretme ve kullanma yeteneğine bağlıdır. “Elde edilen sonuçlara göre öğrencilerin %85.4’ünün evinde bilgisayar, %68.0’inin evinde ise internet bağlantısı bulunmaktadır. Çocukların %62.3’ünün sosyal paylaşım sitesi üyeliği bulunmaktadır” (Demirel vd., 2012). “Gençleri, zaman geçirmekten hoşlandıkları ortamdaki ayırmadan eğitsel aktivitelerde bulunmalarını sağlamak, internete bağlandıkları zamanının büyük kısmını sosyal ağlarda geçiren bireyleri eğitimde daha etkin kılmak adına, önemli bir husustur” (Barış ve Tosun, 2013). “Ağ nesli gençlerin daha önceki kuşaklara göre sosyal ağ ve sosyal medya sitelerini kullanmada öncü oldukları söylenebilir. Dolayısıyla Web 2.0'a doğan çocukları eğitebilmek için yeni yöntemler oluşturulması ve bu yöntemlerin

---

<sup>30</sup> [http://www.hi5.com/tagged\\_mobile.html](http://www.hi5.com/tagged_mobile.html) (27.01.2014)

<sup>31</sup> <http://tr.netlog.com/go/about>(27.01.2014)

yeni şeyler öğretmesi gereksinimi doğdu. Sosyal medya ile okullar duvarlar arasında kalmaktan kurtuldu ve eğitimde Web 2.0 ile geliştirilen yeni teknikler kullanılmaya başlandı”<sup>32</sup>. Web 2.0 bireylerin bilgiyi arama, bulma, üretme ve tüketme özelliklerini değiştirmiştir. İnternet, bilgisayar ve cep telefonu gibi dijital medya araçlarını kullanarak yetişen günümüz öğrencileri ve sosyal medya kullanımıyla giderek artan etkileşim ve sosyal medyaya katılım günümüz öğrencilerinde önceki nesillere göre daha farklı öğrenme tarzlarının oluşmasına sebep olmuştur. “İçinde yaşadığımız yüzyılda bilişim teknolojilerin gelişmesiyle birlikte sosyal, kültürel ve ekonomik yaşamın yanı sıra öğrenme ve öğretme süreçleri de yeniden şekillenmekte, alternatif öğrenme modelleri geliştirilmektedir. Bu alternatif öğrenme modellerinden birisi de sosyal medya destekli öğrenmedir. Hızla gelişen sosyal medyanın ve web teknolojilerinin eğitimde kullanılması tüm dünyada yaygınlaşmaktadır. Bu gelişmeler bilgi, video, resim vb. paylaşımına imkân sağlamakta ve kullanıcılar arasında iletişim, etkileşim ve işbirliğini artırmaktadır. Kişilerin hem sosyal hem de iletişim becerilerini kazandıkları aynı zamanda Web 2.0’in katılımcı kültürüyle içli dışlı oldukları yerlere informal öğrenme alanları denebilir. Bu alanlarda, gençler dijital kültür geliştirirken yaratıcı, açıklayıcı davranış ve kimlik arama şekilleri ile informal öğrenmeyle meşguldürler” (Akgündüz, 2013). Barış (2011)’e göre “Facebook, Youtube, Twitter, MySpace, Flickr, LinkedIn, Digg, Delicious, Netlog, Hi5 gibi sosyal ağlar, hayatın vazgeçilmez parçaları haline gelirken eğitimcilerin bu ortamları eğitim amaçlı olarak kullanması da giderek yaygınlaşmıştır. Sosyal ağlar, öğrencilerin birbirlerini ve öğretmenlerini arkadaş listesine ekleyerek zaman ve mekândan bağımsız olarak iletişim kurmalarına imkân tanımaktadır. Öğrencilere kendi bilgilerini oluşturma, paylaşma ve geliştirme fırsatı sunmaktadır. Yapılandırmacı yaklaşımın temel felsefesine uyan bu özellikler, sosyal ağların eğitim amaçlı kullanımını kaçınılmaz kılmıştır. Klasik web tabanlı eğitimde sunmaya dayalı tek taraflı bir etkileşim söz konusu iken, Web 2.0 ve buna bağlı olarak da sosyal ağlar paylaşımlı ve çok taraflı bir etkileşim sunmaktadır. Bu özellik, sosyal ağları eski sistemlere göre avantajlı konuma getirmektedir” (Barış, 2011). “Sosyal medyada oluşturduğu profili ile varlığını devam ettiren kullanıcıların öğrenme, güdülenme, algılama, kişilik ve tutum gibi psikolojik özelliklerinin sosyal medya ile farklılaşabileceği veya gelişebileceği de muhtemeldir. Örneğin öğrenme süreçleri sosyal medyanın avantajlarından faydalanılarak geliştirilmeye açıktır” (edutopia.com, 2010’dan akt:İşlek,

---

<sup>32</sup> [http://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal\\_medya](http://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal_medya) (14 Kasım 2013)



2012). Sosyal medya, ders bağlamında öğrencilerin nerede, ne zaman ve hangi konuyu öğrenmek istediklerini kontrol edebilmelerine imkân sağlar. Bireyler sosyal medya ile yardım eder, yardım alır, sorulara cevap verir ve kendi sorularını sorar; bu açıdan sosyal medyanın resmi olmayan eğitim yollarından biri olduğu söylenebilmektedir<sup>33</sup>.

Kırksekiz (2013)'e göre Facebook kullanıcılarının da büyük çoğunluğunu öğrencilerden oluşmaktadır. “Sosyal ağların birçok özelliği ve olanaklarının olması öğretmenlerin eğitim öğretim süreçlerini aktif, yaratıcı, işbirlikli öğrenme ile desteklemelerine, öğrenci-öğrenci, öğrenci-içerik ve öğretmen-öğrenci etkileşimi arttırmada, öğrencilerin araştırma, sorgulama ve problem çözme becerilerini kullanmaları ve geliştirmeleri konusunda destek olmaktadır. Sosyal ağ siteleri bahsedilen bu özelliklerin yanı sıra, harmanlanmış öğretim deneyimlerini zenginleştirmesi, öğrencilerin öğrenme sürecini desteklemesi, öğretmenin öğretim ve değerlendirme sürecine destek olması gibi özelliklerden dolayı kurumlara da yarar sağlamaktadır” (Gülbahar vd., 2010). “Çok yoğun olarak kullanılan ve popülaritesi her geçen gün artan sosyal medya, sunduğu bu yeni iletişim biçimiyle bireylerin bilgiye ulaşma, haberleşme, eğlenme, kendini ifade etme ve sosyalleşme biçimlerini, kimlik oluşumlarını, yaşam tarzlarını ve değerlerini etkilemektedir” (Koçak, 2012). Barış (2011) ise sosyal ağ sitelerini eğitim sürecine bir araç olarak dâhil ederek daha çok öğrenciye ulaşmak mümkün olabileceğini; böylece daha eğlenceli, motive edici, etkin ve kalıcı öğretim süreci tasarlanabileceğini ve uygulanabileceğini belirtmektedir. Tonta (2009) sosyal ağların sağladığı işbirliği, kişiselleştirme, kullanıcı destekli içerik ekleme ve üst veri gibi özelliklerin kullanıcı deneyimini zenginleştirdiğini böylece bu sitelerin daha çekici olduğunu söylemiştir. Baird ve Fisher(2006)'ya göre; “Sosyal medya araçları ile birlikte yeni dönem öğrenme metotlarını ortaya çıkmaktadır ve öğrencilere; öğrenme toplulukları, öğrenci katılımı ve öğrenci tecrübesinin zenginleştirilmesi noktalarında yeni faydalar sağlamaktadır”; Van Dijk (2005)'e göre ise “karşılıklı etkileşim ve bütünleşme özellikleri olan çevrimiçi medya araçları, geleneksel öğrenme metodlarını daha nitelikli bir duruma getirmektedir” (akt:İşlek, 2012).

---

<sup>33</sup> [http://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal\\_medya](http://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal_medya) (14 Kasım 2013)

"Online öğrenme topluluklarıyla insanlar, zaman ve mekândan bağımsız bir şekilde internet aracılığıyla etkileşime girerek aktif ve informal öğrenmelerini artırabilirler. Ergen ve yetişkinlerin en çok ziyaret ettiği sosyal ağ siteleri, bu sitelere üye olanların kullandığı temel amaç öğrenme olmasa bile, informal öğrenme ortamları olarak düşünülebilir" (Çelik, 2012).

Lee ve Mc Loughlin (2008) Web 2.0 araçları ve bu araçların kapsamındaki sosyal ağların pedagojik araçlar olarak düşünülebileceği ifade edilmiş ve eğitsel bağlamda bu araçların sağlayabileceği olası yararlar şöyle sıralamıştır;

**“Sosyal destek ve bağlanabilirlik:** MySpace, Facebook ve Friendster gibi sosyal ağ uygulamaları bireylerin ağlar oluşturmasını desteklemekte, ayrıca bu ağlar arasında bağ kurmalarını sağlamaktadır. Bu ortamlarda bireyler bir yandan dijital yeterliliklerini artırırken diğer yandan informal öğrenme, yaratıcılık, kendini ifade etme ve kimlik arayışı gibi eylemlerin içindedirler.

**İşbirlikli bilgi keşfi ve paylaşımı:** Birçok sosyal ağ uygulaması ile veri paylaşımı oldukça kolay bir hale gelmektedir. Böylelikle benzer ilgilere sahip bireyler birbirlerinden öğrenebilmekte ve ortamda sürekli gelişen web tabanlı bilgi kaynaklarına katkıda bulunabilmektedirler.

**İçerik oluşturma:** Sosyal ağ ortamlarında bireyler bir yanda bilginin üreticisi diğer yandan tüketicisi rolü oynarlar. Herkes kendi ihtiyaçlarına ya da diğerlerinin ihtiyaçlarına göre içerik oluşturabilir, organize edebilir, derleyebilir ve paylaşabilir.

**Bilgi ve enformasyon kümelemesi ve içerik modifikasyonu:** Sosyal ağ uygulamalarının yapısındaki çeşitli RSS, podcast (ses) ve vodcast (görüntü ve ses) gibi özellikler ile üreticinin verdiği bilgiden çok tüketicinin istediği bilgiyi alması, yani içeriğin öğrenenin isteğine göre alınıp tüketilmesi söz konusu olmaktadır.

"Günümüzde Web 2.0 uygulamaları arasında yer alan etiketleme ve etiket bulutları, canlı yer imi (RSS), mashup, günlükler (bloglar), wikiler, multimedya paylaşımı ve sosyal ağlardan öğrenme-öğretme süreçlerinde faydalanılmaktadır. Öğrenme-öğretme süreçlerinin de Web 2.0 teknolojileri aracılığı ile birlikte kullanılacak olan uygulamalar ve yöntemler geliştirirken, geliştirilen bu uygulama ve yöntemleri gerçekleştirecek olan öğretmen ve öğretim elemanlarının tutumları da oldukça önemlidir"(Kırksekiz, 2013).

“Bu uygulamalar uygun bir biçimde kullanıldığında, öğrencinin özerkliğini, aktifliğini, birbirlerine ve sürece bağlılığını arttırarak öğrenmenin kontrolünü öğrenciye vermekle birlikte hem gerçek hem de sanal toplulukları coğrafi, fiziksel, kurumsal sınırlılıklardan bağımsız hale getirir. Bunun için de öğrencilerin hem içeriği ve araçları hem de kendi öğrenme biçimlerini seçerek kişiselleştirmeleri, öğreticilerin ise öğrencilerin kullanacakları teknolojileri zorla belirleyerek onları esnek olmayan bir ortama sokmamaları gerekmektedir” (Mazman, 2009).

Sosyal ağların eğitimde bir araç olarak kullanılmasının aşağıdaki avantajlar bağlamında yaygınlaştığını söylemek mümkündür:”

1. Zamandan ve mekândan bağımsız olma,
2. Öğrenmeyi bireyselleştirmesi,
3. Anında geribildirim alınabilmesi
4. Etkileşim yoğun olması,
5. Gönüllülük esasına dayanması,
6. Görsel ve işitsel öğrenme ortamları tasarımına izin vermesi,
7. Daha kısa sürede öğrenebilmenin sağlanması,
8. Öğrenenin ders içeriğini istediği kadar tekrar edebilmesine ve kaynakları her an erişilebilir şekilde saklamasına olanak sağlaması” (Ozan 2013).

#### **2.4. Benlik Kavramı**

Yörükoğlu (1989) ben, benlik ve kişilik kavramlarının eşanlamlı olarak kullanılan kavramlar olduğunu ve kişiyi o kişi yapan, başkalarından ayıran duygu, tutum, davranışların tümünün örgütlenmiş bütünlüğünü anlatmakta olduğunu belirtmiştir. “Benlik-öz kavramı şeklinde de belirtilen olgu, psikoloji literatüründe “kendilik anlayışı”, “benlik tasarımı”, “benlik kavramı” günlük yaşamda “güven duygusu” ya da “kendine güven” olarak isimlendirilen, insanın kişiliğinin temelinde olan, birey için en önemli algı, duygu ve düşüncelerin bir bütünüdür” (Öner,1996).

Rosenberg (1979)’a göre “Ego benliğin psikolojik süreçler ile ilgili kısmı; benlik (self) ise doğuştan getirilen potansiyel, yapı ve yaratılış yani özdür. Benlik, bireyin doğumuyla

birlikte kendisi ve çevresiyle etkileşimi sonucu edindiği yaşantıları ile oluşan, kendisiyle ilgili görüş ve algı biçimidir” (akt:Yenidünya, 2005). Köknel (2001)’in tanımına göre benlik kişiliğin temel, özerk ve özgür katmanıdır ve bireye özgü farklılıkları, özellikleri oluşturmaktadır. Yeşilyaprak (2004)’ün görüşüne göre ise benlik; “Ben neyim?”, “Ben ne yapabilirim?”, “Benim için neler değerlidir?”, “Hayatta ne istiyorum?” sorularının yanıtlarını içermelidir. “Çünkü benlik saygısı kavramının temelinde bireylerin kendilerini değerlendirmeleri vardır. Bireyler, özellikle çocuklar, kendilerini olumlu ya da olumsuz olarak değerlendirebilirler. Bireylerin kendilerini olumlu ya da olumsuz değerlendirmelerinde belirleyici role sahip olan iki kavram ise benlik imgesi ve ideal benlik kavramlarıdır” (Senemoğlu, 1997). Başka bir deyişle benlik, kişinin kendisi hakkındaki görüş ve değerlendirmeleri ile kendisi hakkındaki düşünceleridir. Çelik (2011)’e göre insan benliğini oluştururken kendisi hakkında kendince edindiği bilgiyi, başkalarının kendisini nasıl gördüğü bilgisi ile birleştirerek karıştırmaktadır. Pişkin (2003)’e göre benlik kavramı “bir bakıma “İdeal Benlik”, “Benlik İmgesi” ve “Benlik Saygısı” kavramlarını içine alan şemsiye bir kavram olarak görülebilir. Benlik imgesi bireyin ne olduğunu, ideal benlik bireyin olmayı arzu ettiği ben’ini, benlik saygısı ise bireyin ne olduğu ile ne olmak istediği arasındaki farka ilişkin duygularını gösterir” (akt:Göktaş, 2008).

“Maslow ise, olumlu benlik ve kendini gerçekleştirme kavramları üzerinde durmaktadır. Benlik, bireyin çevreye uyumunu sağlayan bir güç olarak tanımlanmakta; kendini gerçekleştirme, yetenekler ve gizli güçlerin kullanımı, engellenme ve korkudan uzak kalma, özgür seçme ve olumlu benlik tasarımı ile mümkün olmaktadır. Bu eğilim doğuştan kazanılmaktadır” (Cüceloğlu,1991).

İlgili literatüre göre benlik kavramı yaşamın bir döneminde gelişip ve tamamlanmamakta, yaşam boyu süren bir süreç içinde gelişmektedir. Hamacheck (1995)’e göre benlik “Diğer insanlarla etkileşimlerden, kişinin kendi duygularından, düşüncelerinden; disiplin ve sevgi aracılığı ile anne-babadan; sosyal baskı aracılığı ile yaşıt grubundan; başarı ya da başarısızlıklarla okul yaşantısından ve buna benzer pek çok olaydan etkilenir” (akt:Diñel, 2006). Aile, sosyal çevre, okul, benliğin gelişimi üzerinde etkili olmaktadır. Yenidünya (2005)’e göre aile benliğin gelişmesini sağlayan ilk ve tek toplumsal ortamdır.

## 2.5. Benlik Saygısı Kavramı

“Benlik saygısı psikoloji ve eğitimin en önemli konularından biridir, çok sayıda araştırmacı çeşitli yaş ve gruplardaki binlerce insanla araştırma yaparak benlik saygısını etkileyen etmenler, benlik saygısının önemi, benlik saygısının nasıl yükseltilebileceği veya benlik saygısının hangi nedenlerden dolayı azaldığı gibi soruların yanıtını aramaktadır” (Çelik, 2011).

Öner (1996) tarafından ifade edildiği gibi “benlik-öz kavramı şeklinde de belirtilen olgu, psikoloji literatüründe “kendilik anlayışı”, “benlik tasarımı”, “benlik kavramı” günlük yaşamda “güven duygusu” ya da “kendine güven” olarak isimlendirilen, insanın kişiliğinin temelinde olan, birey için en önemli algı, duygu ve düşüncelerin bir bütünüdür”. Pişkin (2003)’e göre “benlik saygısı, bireyin benlik imgesi ile ideal benliği arasındaki farka ilişkin görüşleridir. Başka bir ifadeyle, bireyin sahip olduğu özellikleri nasıl algıladığı ile sahip olması gerektiğini düşündüğü özellikleri arasındaki fark bireyin benlik saygısı düzeyini ifade eder. Yukarıda da sözü edildiği gibi, bireyin benlik imgesinin gelişmesine paralel olarak, sosyalleşme süreci ile birlikte ideal benlik kavramı da oluşma sürecine girmektedir. Bireylerde ideal benlik kavramının oluşması ile birlikte, kendi benlik imgeleri ile ideal benlik kavramları arasındaki farkı değerlendirmeleri de kaçınılmaz bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu süreçte bireylerin bu farkı nasıl değerlendirdikleri ve bu farkın onların duygusal dünyalarını nasıl etkilediği de ayrıca önem taşımaktadır” (akt:Göktaş, 2008).

Özdemir ve Arık (2013)’ün belirttiği gibi, “benlik saygısı, bireyi ve beraberinde toplumu etkileyen önemli bir faktör olmakla birlikte yapılan araştırmalarda bireyin benlik algısının mutluluğun ve davranışın odağı olduğu vurgulanmaktadır”. Yılmaz ve ark (2012)’ye göre benlik saygısı bireyin birçok özelliğini etkileyebilecek güce sahiptir ve akademik başarılar da bunlardan biridir; öğrencilerinin genel benlik saygıları yükseldikçe akademik başarıları da yükselmektedir.

“Rosenberg benlik saygısını, benlik kavramı olarak ele almakta ve global benlik saygısından söz etmektedir. O’na göre; benlik saygısı kişinin kendini değerlendirirken

aldığı tutumun yönüne bağlıdır. Kişi kendini değerlendirmede olumlu bir tutum içindeyse benlik saygısı yüksek, olumsuz bir tutum içindeyse benlik saygısı düşük olmaktadır” (Korkmaz, 1996’dan akt:Aktaş 2011).

“Çocuk diğer bireyler ve çevresindeki nesnelere ile kurduğu ilişkiler sırasında diğerlerinin bakış açısından kendi benliğini görme fırsatı yakalar. Böylelikle çocuk, sahip olduğu yeterlilik veya yetersizliklerin de farkına varır. Bu da onun benlik tanımına, dolayısıyla benlik saygısının farklı biçimde oluşmasına neden olabilir” (Karabulut Vazgeçer, 2013).

Benlik saygısının gelişmesinde önemli olan, çocuğun olduğu gibi kabul edilmesi ve herhangi bir koşul olmamasıdır (Torucu, 1990).

Sarıyüce Körükçü (2004), bireyin elde ettiği başarıların kendisine güvenini yenileyerek benlik saygısının gelişimine destek olduğunu ve benlik saygısının oluşumunun ise bireyin yaşama dair algısının, yaşamındaki başarıların ve bu başarılarla verdiği öneminin sonucunda olduğunu belirtmiştir.

“Coopersmith’e göre benlik saygısı oldukça karmaşık bir kavramdır, içsel ve dışsal nesnelere içerir. Benlik saygısı, bireyin kendisi ile yaptığı ve bir alışkanlık haline getirdiği değerlendirmeleridir. Benlik saygısı, kişinin kendi kendisini onaylayan ya da onaylamayan tutumlarını ifade eder. Kendisini ne derecede yeterli, önemli başarılı ve değerli bulduğunu gösterir. Kısaca benlik saygısı, kişinin kendisine karşı takındığı tavır ve tutumlardan oluşan kişisel değerlilik yargısıdır” (Özşaker, 2008).

“Erik Erikson (1968), bireyin 8 ayrı psiko-sosyal gelişim döneminden söz ederken, benlik saygısının kökünün ilk basamaktaki temel güven ve güvensizlik duygularıyla kazanılan içsel ayrılık ve süreklilik duygusuna bağlıdır” (Maşrabacı, 1994’dan akt:Aktaş, 2011).

### **2.5.1. Benlik Saygısını Etkileyen Etmenler**

Erkan ve Kaya (2005)’e göre “Yapılan araştırmalar benlik saygısının pek çok bireysel değişkeni etkilediğini ve birçok değişkenden de etkilendiğini ortaya koymaktadır. Bireyin

sahip olduğu benlik saygısı onun okul ve iş yaşantısındaki başarısını, anne-baba ve arkadaş gibi çevresindeki bireylerle ilişkisini etkilerken benzer şekilde bireyin yaşamındaki önemli kişilerin bireye karşı tutumlarının ve bireyin gündelik yaşamda elde ettiği başarıları ve başarısızlıklarının etkili olduğu görülmüştür. Bireyin bulunduğu sosyo-ekonomik düzeyi, doğum sırası, cinsiyeti, ebeveynleri ile birlikte kalıp kalmaması ve fiziksel özellikler gibi pek çok değişkenin de benlik saygısı üzerinde etkili olduğu bulunmuştur. Ergenlik döneminin gelişimsel görevlerini yerine getirebilmek için ergenin sağlıklı bir benlik saygısına sahip olması gerekmekte olduğunu ve bununla birlikte gelişimsel görevlerin yerine getirilmesinin de benlik saygısının olumlu yönde gelişmesini sağlayacağını ifade etmiştir. Sağlıklı bir benlik saygısı algısının oluşumu için bireylere ergenlik döneminde yapılacak müdahaleler, bu dönemin kritik ve öğretilebilir bir dönem olması nedeni ile uygun ve daha etkili bir yol gibi görünmektedir” (akt:Aktaş, 2011).

Yılmaz ve ark (2012)’nin yaptığı araştırma sonucuna göre ilköğretim öğrencilerinin genel benlik saygıları, cinsiyetinin kız olması, okul yerleşim yeri ve büyükşehirlerde oturma özelliklerine sahip olmalarına göre anlamlı derecede yüksektir.

“Benlik saygısında, sosyal kimlik ve bununla ilgili olarak kazanılmış ya da verilmiş statü, etnik grup, aile ve çevre faktörleri önemli yer tutar. Diğer kişiler tarafından kabul görmek, bireye önemli olduğu duygusunu vermektedir. Bununla birlikte başkalarını etkileyebilme ve kontrol edebilme yeteneği bireye güç kazandırmaktadır. Bu tür insanların benlik saygısının yüksek olduğu görülmektedir” (Karabulut Vazgeçer, 2013).

Türk ailesinde adölesanların sorunları araştırmasına göre, cinsiyeti erkek olan ergenlerin, herhangi bir işte çalışmayan ve aynı zamanda öğrenci ergenlerin; yaşadıkları yerin gelişmişlik düzeyi yüksek olan ergenlerin, sosyo-ekonomik düzeyi yüksek olan ergenlerin benlik skalası skorları daha yüksek bulunmuştur (Türk Ailesinde Adölesanların Sorunları, 1997).

Yapılan araştırmalar derslerinden yüksek not almanın ya da okul içinde yapılacak yarışma ve etkinliklerde başarılı olmanın ergenlik dönemindeki bireyin benlik saygısını yükselteceğini göstermektedir. Tanrıku (2013) ders dışı etkinliklere katılmanın benlik

saygısını olumlu yönde etkileyeceğini ancak faaliyetin farklılığının benlik saygısının gelişiminde önemli olmadığını düşünölebileceğini belirtmiştir. İkiz (2000) ise okulunu sınavla okumaya hak kazanarak seçen öğrencilerin benlik saygılarının daha yüksek olduğu sonucuna varmıştır.

Sarıyüce Körükçü (2004)'ün belirttiği gibi benlik bebeklik çağında gelişmeye başlamaktadır ve bu gelişim hayat boyu devam etmektedir. Gelişim süreci içinde bireyin özsaygı kazanması aile, öğretmen, dış görünüm, çevre, sosyo-ekonomik düzey gibi birçok faktöre bağlıdır.

“Bireyin istekleri, benlik saygısı ile ilişkili bir diğer değişkendir. Düşük benlik saygısına sahip kişilerin istekleri ve bu isteklere ulaşmada gösterdikleri performans arasında önemli boşluklar bulunmaktadır. Bu kişiler isteklerini gerçekleştirmek için yeterli performansı gösterememekte, dolayısıyla amaçlarına ulaşamamanın getirdiği başarısızlık ve isteklerini gerçekleştirememeye duygusu benlik saygılarına zarar vermektedir. Benlik saygısı, bireyin standartları ve istekleri ile gerçek performans ve kapasitesinin karşılaştırılmasını içerir. Birey, eğer standartları davranışlarıyla uyuyorsa kendini değerli görecek, eğer uyuyuyorsa kendini değersiz ve yetersiz görme eğiliminde olabilecektir” (Karabulut Vazgeçer, 2013).

Fiziksel görünüşün özellikle ergenlik döneminde bireyin benlik saygısı üzerinde olumlu-olumsuz etkileri olabilmektedir. Oktan ve Şahin (2010), ergenlik dönemindeki kız ergenlerde beden imajındaki olumsuzluğun, benlik saygısında azalmaya neden olabileceğini belirtmişlerdir.

Merter (2013)'ün araştırma sonuçlarına göre eğer öğrenciler boş vakitlerinde iyi zaman geçiriyorlarsa o zaman kendilerine duydukları özsaygıları da daha yüksek olacaktır çünkü boş vaktini iyi değerlendiremeyen öğrencilere kıyasla daha dolu ve aktif bir yaşam kalitesinde sahip olacaklardır. Böylece öğrencinin kendine duyduğu özsaygı daha yüksek olacaktır.



Aktaş (2011)'e göre “ailenin birey üzerinde birçok fonksiyonları bulunmaktadır. Çocuğun yetişmesi, disipline edilmesi ve birey kendi ayakları üzerinde durana kadar destek sağlanan bir çevre olması, ailenin temel fonksiyonları arasında sayılabilir”. “Ergenlerle ilgilenen yetişkinlerin, anne-baba tutumlarının benlik saygısı ile yakından ilişkisi vardır. Demokratik tutumların benlik saygısını olumlu yönde etkilediği, buna karşın ilgisiz tutumların benlik saygısını olumsuz yönde etkilediği bilinmektedir. Ayrıca ergenlikte, ana-babalarla birlikte arkadaşlardan da alınan sosyal destek benlik saygısının gelişiminde önemli rol oynamaktadır” (Balat ve Akman, 2004).

Aktuğ (2006) araştırmasında, öğrencilerin yaşadıkları akran baskısı ile genel benlik saygıları arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğunu ve öğrencilerin akran baskısı düzeyi yükseldikçe genel benlik saygılarının düşmekte olduğunu belirtmiştir. Kapıcı (2004)'ün araştırmada sonucuna göre herhangi bir zorbalığa maruz kalmanın benlik saygısını olumsuz yönde etkilediği belirlenmiştir.

### **2.5.2. Düşük Ve Yüksek Benlik Saygısı**

Göktaş (2008) her bireyin kendisi hakkında belli bir algıya sahip olduğunu ve bu algının olumlu ya da olumsuz olabileceğini belirtmiştir. “Birey kendini olumlu sıfatlarla donanmış bir birey olarak algılıyorsa benlik saygısı yüksek; olumsuz ve çelişkili algılamaları varsa benlik saygısı düşük olmaktadır” (Avşaroğlu ve Üre, 2007). Kişinin benlik saygısının yüksek olması için üstün niteliklere sahip olması gerekmekte, kişinin kendisini olduğu gibi kabul etmesi ve ideal benliği ile gerçek benliği arasındaki farkın az olması gerekmektedir. Açıkgöz (2000) benlik kavramının olumlu ya da olumsuz olabileceğini belirtmiş; kişinin kendisini değerlendirirken yetenekli, güçlü, dürüst olduğunu düşünmesinde benlik kavramının olumlu; kişinin kendisini değerlendirirken yeteneksiz, iş yaramaz biri olduğunu düşünmesinde benlik kavramının olumsuz olarak değerlendirilebileceğini söylemiştir.

Coopersmith (1967 ve 1991)'e göre “Çocuklar iyi ya da kötü, aptal ya da akıllı olma kaygısıyla doğmaz, bu fikirlerini zamanla geliştirirler. Çoğunlukla çevrelerinde önemli gördükleri kişilerin davranışlarına dayanarak kendileri ile ilgili bir imge geliştirirler. Bu

imge çocuğun kendisi hakkındaki algılarının ve fikirlerinin içeriğidir. Başarı ya da başarısızlık beklentisi, ne kadar çaba harcaması gerektiği, farklı deneyimlerden sonra daha etkin olmaya başlayıp başlamayacağı gibi inançlar bunun içerisinde. Eğer bir çocuğun benlik saygısını olumlu seviyede tutmak isteniyorsa, anne baba ve okul arasında bir ortaklığın olması gerekmektedir. Evde benlik saygısının sağlanmasında anne baba etkili iken, sınıf ortamında kendi becerilerine güvenmesini sağlayarak onu destekleyecek kişiler, öğretmenler ve akranlardır. Coopersmith bu sebeple, çocukta benlik saygısı oluşturulurken anne baba, okul ve çocuk arasında işbirliği gerektiğini söylemektedir” (Karademir, 2007’den akt:Göktaş, 2008).

“Bireyin savunmaları, benlik saygısı üzerinde etkili olan bir başka kavramdır. Her bireyin kişilere, olaylara ve gerçeklere yüklediği anlamlar, bireysel özelliklerinden dolayı farklıdır. Birey, günlük yaşamındaki kaygı ve gerginlik yaratan olaylarla baş etme stratejilerini anne-babasını ve çevresindeki diğer kişileri gözleyerek öğrenir. Eğer bu stratejiler bu tür olaylarla baş etmeye yeter ve kişinin kaygısını yenmesine yardımcı olursa birey kendini yeterli ve güçlü hissedecektir. Kendini olumlu olarak değerlendiren kişinin de benlik saygısı yüksek olacaktır.” (Karabulut Vazgeçer, 2013).

Yüksek benlik saygısı bireyler sorunlar karşısında çözüm üretip kolay vazgeçmeyen, bağımsız bir kişiliğe sahiptirler. Taşgit (2012)’ye göre gerçekçi bir benlik algısına (yüksek öz-saygı) sahip olan bireyler risk alma konusunda da yüksek bir istek düzeyine sahip olmaktadır. Özdemir ve Arık (2013)’e göre, “Benlik saygısı yüksek olan bireylerin, kendi kapasiteleri ile beklentileri de yüksek olur. Kendilerine olan güvenleri fazladır. Beklentileri ve tutumları onları daha bağımsız ve yaratıcı kişiler yapar. Atılgan ve gayretli sosyal davranışlar gösterirler. Buna karşılık benlik saygısı düşük olan bireylerin ise kendilerine olan güven duyguları azdır”.

Ergenlik dönemi benlik saygısının gelişmesi açısından kritik bir dönemdir. “Bu dönemde aile, arkadaş ve diğerleri ile ilişkiler farklılaşmakta, ailenin yanı sıra arkadaşları ve öğretmenleri önemli destek kaynakları olmakta, onlarla kurulan olumlu ve olumsuz ilişkilerden benlik kavramlarının etkilenmesi oldukça kolay olabilmektedir. Bu nedenle bu dönemdeki çocukların empatik eğilime sahip olmaları ve bu becerilerini sorunlarını

çözmede kullanmaları oldukça önemlidir. Bütün bunlar çocuğun sosyal uyumunu kolaylaştırmakta, benlik kavramının olumlu yönde gelişmesini desteklemektedir. Olumlu benlik kavramına sahip, kendileriyle ilgili olumlu düşünen çocuklar kendi ihtiyaçları karşılandığı için başkalarının ihtiyaçlarına, duygularına odaklanabilmektedirler” (Yüksel, 2009).

Cevher ve Buluş (2007)’ye göre “Bireyler ideal benliklerini gerçekleştirdikleri oranda yüksek veya düşük benlik saygısına sahip olurlar. Ayrıca çevre etkileşimi, sosyal statü, toplumsal kabul, aile ve arkadaş ortamı ve bireyin bedensel imajı benlik saygısının düşük veya yüksek olmasını etkiler. Benlik saygısı yüksek olan bireyler, kendine güvenir, başarıya isteği yüksektir, iyimserdir ve zorluklardan yılmazlar. Kendilerini saygıya değer, önemli ve yararlı görme eğilimindedirler. Ayrıca yeniliklere açık, başarılı iletişim kurabilen, aktif, rahat, girişimci ve yaratıcılardır. Benlik saygısı düşük bireyler; diğer insanlara güvenemeyen, hayata karşı umutsuz, toplumda uyum sağlama güçlüğü çeken, sürekli suçluluk ve utanma duygusu yaşayan bireylerdir” (akt:Çelik, 2011).

“Benlik saygısı ve duygusal öz-yeterlik, birbiriyle ilişkili ve psikolojik sağlık için yararlı özelliklerdir. Benlik saygısı yüksek bireylerin çevresiyle etkileşimi güçlüdür. Ayrıca bu kişiler kendileri hakkında sağlıklı bir düşünce yapısına da sahiptirler. Kendini tanıyan, duygusal farkındalığa sahip olan bireyler ise genellikle çevrelerinde iyileştirici özellikleri dolayısıyla çekim merkezi oluştururlar. Ergenlik döneminde kimlik kazanma sürecindeki bireyin, aldığı sorumluluklarla birlikte kendisine atfettiği değer de artmaktadır. Böylece, benlik saygısı yükselen ergen, bu dönemde duygusal gelişime paralel olarak duygusal farkındalık geliştirmekte ve duygusal öz-yeterliği de artış göstermektedir” (Ceylan, 2013).

Benlik saygısının yüksek veya düşük olması tüm alanlara genellenemez. Göktaş (2008)’in verdiği örneğe göre, matematik dersinde kendisini yetersiz ve başarısız hisseden düşük benlik saygısına sahip bir öğrencinin, başarılı olduğu müzik dersinde benlik saygısı yüksek olabilmektedir ve bireyin belli bir alandaki benlik saygısı düşük iken, başka bir alandaki benlik saygısı yüksek olabilmektedir.

## 2.6. Ergenlik Dönemi

### 2.6.1. Ergenlik Dönemi Özellikleri

Birey çocukluğundan yaşlılığına kadar birçok gelişim döneminden geçmekte ve bu dönemlerin her biri farklı özellikleri içermektedir. Yavuzer ve ark. (1995), hayatının başından sonuna kadar sürekli bir gelişim içinde olan insanın, bu sürecin en önemli evrelerinden birini ergenlik döneminin oluşturduğunu belirtmektedirler. Üstün (1990)'a göre ergenlik dönemi, hızlı anatomik, fizyolojik ve psikolojik değişikliklerin olduğu, çocuklukla yetişkinlik arasında yer alan kendine özgü özellikleri ve sorunları olan bir geçiş çağıdır.

İlgili literatüre göre “adolescent” terimi büyümek, olgunlaşmak anlamında kullanılmıştır ve bir süreci ifade etmektedir. “Gelişim psikologlarına göre ilköğretim II. kademesindeki ve orta öğretimdeki öğrencilerin ergenlik döneminde kabul edilir. Ergenlik psikolojisinde; ergenlik çağı için kesin bir yaş dilimi verilmemekle beraber, kızlar için 13-18, erkekler için 12-21 yaş sınırını içinde tanımlanmaktadır” (Onur (2008)'den akt:Aydoğan (2010)). UNESCO'nun tanımlamasına göre gençlik çağı 15-25 yaşları arasında, Birleşmiş Milletler Örgütü'ne göre ise gençlik çağı 12-25 yaşları arasında gösterilmiştir (akt:Kulaksızoğlu, 1998).

Özbay ve Öztürk (1992) ise, gencin bu dönemde anne-babası ve çevresindeki yetişkinler tarafından ne tam yetişkin ne de çocuk olarak algılanmakta olduğunu; anne-baba ile yetişkinlerin, gençlerin neler yapabilecekleri ve neleri yapamayacakları konusunda birbirinden farklı fikir ve yaklaşımlar ileri sürmekte olduğunu belirtmektedirler. Yavuzer (1992)'ye göre “bu arayış içinde ergen kim olduğunu, neye değer vereceğini, kime bağlanıp inanacağını, amacını bulmaya çalışır. Çevresinde daima “onun gibi olmak” istediği kişiler arar. Böylece özdeşleşerek kişiliğine biçim verirken, yetiştiği çevrenin ekonomik ve sosyal-kültürel koşullarının etkisi altında, sorumluluk ve özerklik arasında denge kurmak ister” (akt:Sarı, 2008).

Koç (2004) ergenlik döneminin en önemli özelliklerinden birinin bireylerin sosyal gelişimleri olduğunu belirtmiş, bireyin sosyalleşmesinin ilk olarak ailede başladığını, ergenin sosyalleşme sürecinin çocukluk döneminde başlamış olduğunu, ergenlik döneminde de aile dışına çıkarak, okul çevresi ve arkadaş grupları ekseninde devam etmekte olduğunu ifade etmiştir. Yörükoğlu (1989)'a göre ergen, özerk bir kişi olmakla toplumun uyumlu bir üyesi olmayı bağdaştırmıştır.

Köknel (1981) ergenin düşünce, tutum, duygu ve davranışlarının; temel kişilik yapısı, ergenlik çağına özgü psiko-sosyal özellikler ve ergenin yaşadığı çevrenin sosyal kültürel, ekonomik özellikleri olmak üzere 3 temel faktörün etkisi altında olduğunu belirtmiştir. Bu faktörlerin etkisiyle oluşan kişilik yapısı içinde yerini arama çabasındaki ergen, özdeşleşme, sorumluluk, özerklik problemlerine çözüm aramaktadır (akt:Tunç, 2011).

"İnsan yaşamının önemli dönemlerinden biri olan ergenlik çağı, genç açısından birçok sorunun da yaşandığı bir dönemdir. Biyolojik, psikolojik değişme ve gelişmeler sonucunda ortaya çıkan sorunlara, aile, okul ve arkadaş çevresinde yaşanan toplumsal sorunların da eklenmesi, ergenlik çağını sıkıntılı bir dönem haline getirmektedir" (Avcı, 2006). Köse (2013)'e göre ergenlik dönemindeki bireyler hızlı değişimlerden daha fazla etkilenmektedirler.

"Ergenlik döneminin başı olan erinlik dönemi, ailenin etkisinin fazla olmasına rağmen bireyin dış dünyaya ilgisinin artmaya başladığı ve değerlendirme kriterleri arasına dış dünyanın da girdiği bir evredir. Sonraki dönem olan ergenlik dönemi ise bireyin çevreden etkilenmeye başladığı ve aileden etkilenmenin ikinci planda kaldığı evredir. Bundan dolayı geçiş evresi olan erinlik döneminde iyi bir iletişim kurulamadığı zaman zaten bocalama evresi olan erinlik döneminde birey bocalayıp hem kimlik karmaşası yaşayacak hem de depresyona girme ihtimali yükselecektir" (Ersoy, 2013).

Ergenlik dönemi benlik saygısının gelişmesi açısından kritik bir dönemdir ve bu dönemde bireyin olumlu kimlik kazanması, ergenin kendisine güvenmesine ve aldığı kararlara etki edecektir. Bu açıdan ergenlik döneminin bireye olumlu davranışlar kazandırılabilmesi için öğretilbilir zamanda yer aldığı söylenebilir.

## 2.6.2. Ergenlik Dönemi ve Benlik Saygısı

Benlik saygısı ve kimlik gelişimi özellikle ergenlik döneminde gelişimsel açıdan önemli bir faktördür, bu dönemde ergenler kimliklerini kazanmak için büyük çaba gösterirler. Çivitci (2009)'un belirttiği gibi “Çocuk ve ergenlerin yaşantılarından genellikle hoşnut ve mutlu olmalarının, hem duygusal ve sosyal gelişimleri açısından hem de ileriki yıllarda yaşamlarını kolaylaştırabilecek hazır bir “pozitif güce” sahip olmaları bakımından önem taşıdığı söylenebilir”. Yörükoğlu (1989)'a göre ergenlik çağında kazanılan kimlik duygusu benlik saygısıyla ilişkili olarak gelişmektedir. Çuhadaroğlu (1986), benlik saygısının ergenin ileriki yaşamındaki düşüncelerini, duygularını ve davranışlarını belirleyen kimliğinin çekirdeğini oluşturduğunu; benlik saygısı ve ergenlik dönemi arasında çift yönlü ilişki olduğunu, benlik saygısının bugüne kadar olan durumunun ergenin gelişimini etkileyeceğini ifade etmiştir. Balat ve Akman (2004), böyle kritik bir dönemde bulunan ve kimlik oluşumunda rol alan benlik saygısının, ergenlik dönemine etkisi açısından önemli görülmekte olduğunu belirtmiştir.

Araştırmalara göre ergenlik dönemini kimlik gelişimi açısından başarılı bir şekilde sonlandırmalıdır. Yavuzer (1992) ergenin benlik kavramının onun içinde bulunduğu anı ve gelecekteki tepkilerini etkileyen, kökleri geçmişe dayanan bir bütün olarak değerlendirmekte olduğunu, bireyin çeşitli yaşantıları algılaması sonucu oluştuğunu dolayısıyla farklı ekonomik ve sosyal düzeyleri içeren toplumlarda farklı düzeylerden gelen ergenlerin farklı benlik kavramlarına sahip olacaklarını belirtmiştir (akt:Sarı, 2008).

“Ekşi (1990)'a göre kimlik duygusunun kazanılması, çocukluktaki sorunların halledilmesi ve yetişkinler dünyasının sorunlarıyla yüz yüze gelebilmeye hazır olmayı gerektirir; Dacey ve Kenny (1994)'e göre ise ancak kişinin kendi içine bakmasının olumlu etkileri de bu dönemde görülür. Ergenler kademeli olarak, benlik duygusunu yeniden düzenlemeye başlarlar, ergenliğin diğer aşamalarına gelindikçe, daha fazla özsaygı ve daha net bir kimlik edinmeyi başarırlar” (akt:Diñel, 2006).

“Adams (1995)'e göre ergenliğin gelişim görevleri, mekanik bir şekilde aşılması gereken engeller değildir. Bu görevler daha derin bir anlamda oldukça kişiselleştirilmiş

deneyimlerdir. Ve bunların her biri, ergenin kendisini birey olarak tanımlamasına ve benlik kavramı ve benlik saygısı duygularının gelişebileceği, tanınabilir ve oldukça yordanabilir bir “benlik” geliştirmesine yardımcı olmaktadır” (akt:Ünüvar, 2007).

Ergenlerin kendileri hakkındaki düşünceleri sürekli değişmektedir. “İlköğretim yılları boyunca çocukların sosyal ve kişilik gelişimlerinde onların sahip oldukları benlik kavramının ve yaşadığı olaylara karşı olumlu bakış açılarının önemli olduğu düşünülecek olursa bu dönemdeki öğrencilerinin benlik saygısı ve umut düzeylerinin ve hangi değişkenlere göre farklılaştıklarının belirlenmesi, onların sağlıklı psikolojik gelişimleri için son derece önemlidir” (Aydoğan, 2010). Göktaş (2008)’e göre bireylerin kendilerini değerlendirmeleri ergenlik süreci ile birlikte daha tutarlı bir şekilde gerçekleşmekte; çocukların tersine ergenler farklı durumlarda kazandıkları başarı ve başarısızlıkları birbirinden kolaylıkla ayırabilmekte ve bir alandaki başarısızlıklarını diğer alanlara genellememektedirler.

Kulaksızoğlu (1998) bu dönemde anne babası ve diğer yetişkinler tarafından ergenin neleri yapabilecekleri ya da yapamayacakları hakkında birbirinden farklı yaklaşımlar ileri sürüldüğünü ve ergenin bu dönemde ne yetişkin ne de çocuk olarak algılandığını belirtmekte, ergenin kendi gözündeki kendisi ile başkalarının gözündeki kendisi arasındaki bağdaşmazlıkların da bireyde kimlik krizi oluşturabileceğini söylemektedir. Gül ve Güneş (2009) ergenlerin bu dönemde kimliklerini bulma ve bağımsız olma açısından çok zorlu bir süreçten geçmeye başladıklarını ifade etmişlerdir. Kaplan (2007)’ye göre benlik kavramı ve benlik saygısı, 12-13 yaşındaki çocuklarda en yıkıcı olduğu dönemde bulunmaktadır.

Araştırmalar göstermektedir ki olumlu akran ilişkileri olan ergenlerde benlik saygısı değerleri yüksek tespit edilmektedir. Ergenlikte akran ilişkileri olumsuz olanlarda ise benlik saygısı değerleri düşük tespit edilmektedir. Aktuğ (2006), ergenlerin bu dönemde akranlarıyla daha çok okul ortamında birlikte olduklarını, ergenlerin benlik imgelerinin akran baskısından olumlu ya da olumsuz etkilenmeleri halinde, bu etkileşim akademik başarıyı ve sosyal ilişkileri etkileyeceğini belirtmektedir. Balat ve Akman (2004)’e göre “Yapılan araştırmalar ergenlerin kendi değerlerinin farkına varabilmek için kendilerini yaşlılarıyla karşılaştırdıklarını, bu tür karşılaştırmaların da 6-7 yaşlarda başlayan gelişimsel

bir olay olduğunu ve ergenlik dönemi boyunca yoğunlaştığını göstermektedir”. “Bu dönemde, içsel faktörler ile birlikte, çevresel faktörlerin etkisi ile gelişen benlik imgeleri, ergenin kendine yaklaşım biçimini de belirlemektedir. Bu yaklaşımın yönü, yani kendisi hakkında olumlu ya da olumsuz bakış açısına sahip olması, kendini değerli ya da değersiz görmesi benlik saygısını belirlemektedir” (Çuhadaroğlu, 1986).

### 2.6.3. Ergenlik Dönemi ve Sosyal Medya

“Bireylerin hayatında önemli bir yaşam alanı olan internet, ergenler üzerinde büyük bir etkiye sahiptir” (Zorbaz ve Tuzgöl Dost, 2014). FashionPlaytes’in ergenlerin sosyal medya kullanımını aktaran infografiğine göre, 12 ve 17 yaş arasındaki ergenlerin yüzde 95’i interneti, yüzde 81’i sosyal medyayı kullanıyor ve ergenlerin yarısı sosyal medya hesaplarına günde en az 1 defa giriş yapıyorlar<sup>34</sup>. 26 ilde 13-29 yaş arası 3000 genç ile gerçekleştirilen ‘Genç Türkiye Araştırması’nın sonuçlarına göre ise gençlerin günde ortalama 53,5 dakikaları sosyal ağlarda geçiyor ve bilgi paylaşımı da artık bu platformlarda gerçekleşiyor. Gençler e-postaların kontrolü için günde yalnızca 18 dakika harcıyor. Sosyal ağlarda en fazla vakit geçirenler ise 13-17 yaş arası gençler ve bireylerin yaşı ilerledikçe sosyal ağlarda geçirdikleri süre azalıyor. İnternette gençlerin en uzun süreli yaptığı ikinci eylem ortalama 42,7 dakika ile oyun oynamak iken; 28,2 dakika ile müzik/film indirmek 3. sırada yer alıyor<sup>35</sup>.

“Yapılan araştırmalarda internet ve sosyal paylaşım sitelerinin çocuklar üzerinde fiziksel ve duygusal etkilerinin olduğu belirlenmiştir. Bu durum çocukların sosyal paylaşım sitelerinde dolaşırken sayfalara odaklandığının ve öğrenme için gerekli olan beyindeki nöronların aktif olduğunun bir göstergesidir” (Sidekli ve Avaroğulları, 2013).

Ergenlik biyolojik, fiziksel, zihinsel ve ruhsal değişimlerin olduğu ve bu değişimlerin bireyin benlik gelişimini etkilediği özel bir dönemdir. Ergenlik döneminde bireyin yaşadığı fiziksel ve bilişsel değişikliklerin yanında toplumun beklentileri de kimlik oluşum sürecini belirgin düzeyde etkilemektedir. Bu açıdan sosyal medyanın etkileri de ergenin yaşadığı

<sup>34</sup> <http://www.webrazzi.com/2014/01/27/cocuklar-sosyal-medyayi-nasil-kullaniyor-infografik/> (27.01.2014)

<sup>35</sup> <http://www.guvenliweb.org.tr/makaleler/> (27.01.2014)



fiziksel ve zihinsel değişiklikler arasında yer almaktadır. Düvenci (2012)'ye göre sosyal medyanın pozitif ve negatif etkileri en çok ergenlik dönemindeki gençleri kapsayacaktır.

Subrahmanyam (2013)'ün araştırmasına göre, “Yeni medyanın ergen gelişimi üzerinde önemli bir rolü bulunmaktadır. Gençlerin yeni medya kullanımının çevrimdışı hayatlarıyla ilişkili olduğu saptandığı için, medya kullanımının gelişim üzerindeki etkilerini göz önüne almak önem taşır. Araştırmalar gençlerin medya kullanımının tehlikeler ve fırsatlar barındırdığını göstermektedir. Çevrimiçi sağlık kaynaklarının ve gençlerin yabancılarla etkileşime geçmelerinin birtakım faydaları olsa da, çevrimiçi ortamlarda siber-zorbalık, uyku eksikliği ya da uygunsuz içeriğe erişim gibi tehlikeler de bulunmaktadır. Yeni medyanın gençler üzerinde ne gibi potansiyel bilişsel etkileri olduğu ve öğrenmeyi nasıl etkilediği henüz tam olarak bilinmemektedir. Yeni medya yirminci ve yirmi birinci yüzyılın elektronik kültür aracıdır ve bu yüzden medyanın bilişsel gelişime nasıl aracılık ettiğini incelemek önemlidir. Ortam ve çoklu-görevin etkilerini tespit edebilmek için daha karmaşık görevler ve daha stresli durumlar sunularak yeni araştırmalar yapılması gerekmektedir”.

## **2.7. Sosyal Medya ve Benlik Saygısı**

Düvenci (2012), gençlerin sosyal medyada öğrenme ve iletişim kurma açısından okul ve ev ilişkisini buna göre düzenlediklerini, bununla birlikte sosyal medyayı eğlence ve öğrenme aracı olarak da düşündüklerini ve neredeyse her adım atışımızın bu yeni ortamın işleyişine bağlı olduğunu söylemekle birlikte yeni neslin sosyal medyadan aldıkları kararların onların gelecekteki konumlarını etkileyeceğini ama gençlerin sosyal medya kullanırken ne kadar bilinçli olduğunun ve sosyal medyadan ne kadar etkilendiğinin henüz belirlenmediğini belirtmiştir.

Peterson (2008)'e göre “Bazı gençler popülerliklerini arttırma düşüncesiyle sosyal ağları büyük bir heves ile kullanırken bazıları da sosyal ağları kabuklarını kırmak için bir şans olarak görmektedir. Ergenlerin kullandıkları sosyal ağlar, sosyal benlik saygıları ve genel anlamda refahlarını (well-being) dolaylı olarak etkilemektedir. Olumlu geribildirimler sosyal benlik algılarını refah düzeylerini pozitif yönde etkilerken olumsuz geribildirimler

de sosyal benlik algıları ve refah düzeylerinin azalmasına neden olmaktadır” (akt:Deniz, 2012). Benlik saygıları düşük olan bireyler iletişim için sanal ortamı tercih edebilirler çünkü sanal ortamda düşüncelerini, duygularını daha kolay açıklarlar ve kendilerini daha rahat hissedebilirler ancak bu bireylerde internet kullanımı zamanla bağımlılık haline gelebilmektedir (Berber Çelik ve Odacı, 2011).

Sosyal paylaşım sitelerinin olumlu görünen bir yüzü yani sosyalleştirme özelliği günümüzde bu sitelerin fazlaca kullanılmasıyla beraber olumsuz bir yönünü de ortaya koymaktadır. Twitter, Facebook gibi sitelerin aşırı kullanımı önemli bir problemdir. Bu sitelere günde çok defa giriş yapmak ya da her an çevrimiçi kalmak kişiye zarar veren bir durum olmaktadır. Kişiler, zamanla her yaptıklarını yazma ihtiyacı duymaya başlamaktadır. Ve her yazdıklarına bir yorum beklemek, her gittikleri yerlerin fotoğraflarını yüklemek, kişilere zamanla bir özgüven problemi olarak dönebilmektedir. Onay almak adına yapılan bu tür etkinlikler, eleştirilmekten ya da beğenilmemekten kaçma yöntemi haline gelmektedir (Satıl, 2011).

Kırık (2011)’e göre “Gündelik hayatta yüzyüze iletişim kuramayan insanlar, internette yer alan sosyal paylaşım ağları aracılığıyla kendilerini rahatça ifade edebilmektedir. Sosyal paylaşım ağlarını bünyesinde barındıran internet sürekli yenilenmekte ve gelişim göstermektedir. Facebook, Twitter, Myspace gibi sosyal paylaşım ağları milyonlarca kullanıcıyı tek bir çatı altında toplamakta ve bireyleri toplumsallaştırma adına önemli görevler üstlenmektedir. Video, fotoğraf ve içerik paylaşımının rahatlıkla yapıldığı sosyal paylaşım ağlarında hayran sayfaları da açılabilen ve reel hayatta yüzyüze iletişim kurabilmesi imkânsız insanların birbirleriyle irtibat kurabilmesi de sağlanmaktadır”.

“Gençlerde internet kullanımı konulu ilk araştırmalara göre, ergenler, yeni medyayı en temel ergen meselelerinin hizmetinde kullanmaktadır ve çevrimdışı ve çevrimiçi hayatları psikolojik olarak birbirine bağlıdır. Gerek bizim gerek diğer araştırmacıların çalışmaları, gençlerin yeni medyayı çevrimdışı hayatlarından tanıdıkları akranlarıyla iletişime geçmek, kimliklerini oluşturdukları için öz sunumla uğraşmak için kullandığı belirlenmiştir. Ergenlerin çevrimdışı benliklerini ve meselelerini çevrimiçi ortamlara yansıttıkları; ancak

çevrimiçi davranışlarının çevrimdışı ortamlardakine nazaran daha yoğun olduğu saptandı” (Subrahmanyam, 2013).

Satıl (2011)’e göre Twitter, Facebook gibi siteleri aşırı kullanmak ya da her an çevrimiçi kalmak kişiye zarar veren bir durumdur. Bu ağlarda iletişim yüz yüze iletişim kadar kaliteli değildir ve git gide sanal iletişim sosyal etkileşimin yerini almaktadır. İnsanlar genç yaşta bu sitelere üye olmakta ve bu durum bireylerin sosyal gelişimlerini etkileyebilmektedir. Bireyler sosyal yaşamlarını zenginleştirirken gerçek yaşamları ile sanal yaşamları arasındaki çizgiyi de giderek inceltmektedirler.

Koçak (2012) sosyal medyayı kullanıcıların yoğun olarak kullandıklarını ve bu kullanım oranının da giderek arttığını; bu yeni ortamın bireylerin bilgiye ulaşma, haberleşme, eğlenme, kendini ifade etme ve sosyalleşme biçimlerini, kimlik oluşumlarını, yaşam tarzlarını ve değerlerini etkilediğini belirtmiştir.

## **2.8. İlgili Araştırmalar**

Yurtiçinde ve yurtdışında sosyal medya, sosyal medyanın eğitimde kullanımı ve benlik saygısı konularını araştıran birçok çalışma olmakla birlikte hem benlik saygısı hem de sosyal medyanın kullanımının birlikte ele alındığı çalışmaların sayısının fazla olmadığı görülmektedir. Bu çalışmada her iki konuyu da birlikte inceleyen yurtiçinde ve yurtdışında yapılan ilgili araştırma ve uygulamalar tek başlık altında incelenmiştir.

Berber Çelik ve Odacı (2011), 556 eğitim fakültesi öğrencisi ile yaptıkları çalışmada problemlili internet kullanımı ile benlik algısı arasındaki ilişkiyi incelemiş analiz sonuçları, problemlili internet kullanımı ile kendilik algısı arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğunu fakat problemlili internet kullanımı ile benlik saygısı arasında anlamlı bir ilişki olmadığını ortaya koymuştur. Ayrıca kendilik algısı, benlik saygısı ve cinsiyetin problemlili internet kullanımının birer yordayıcısı olduğunu, erkek öğrencilerin problemlili internet kullanım düzeyinin daha yüksek olduğunu belirlemişlerdir.

Deniz (2012)’nin “Muğla merkez ilçedeki lise öğrencilerinin sosyal ağ kullanım alışkanlıkları ve benlik algı düzeyleri nedir? Sosyal ağlardaki benlik algıları nasıldır?”

sorularına yanıt arandığı, 510 öğrenciden veri toplandığı, 27 öğrenci ile görüşme yapıldığı ve 27 öğrencinin profillerinin incelendiği araştırma sonucunda öğrencilerin genel olarak sosyal ağlarda benlik algılarının olumlu olduğu görülmüştür. Öğrencilerin sadece sosyal ağlarda zihinsel açıdan benlik algılarının genel olarak olumsuz olduğu belirlenmiştir.

Niemz ve diğerleri (2005) tarafından Britanya’da 371 üniversite öğrencisi ile gerçekleştirilen çalışmada katılımcıların % 18,3’ünün patolojik internet bağımlısı olduğu ve internet bağımlılarının benlik saygılarının düşük, sosyal ilişkilerinin kısıtlı olduğu saptanmış ancak bu durumun bağımlılığın bir sonucu olabileceği gibi bağımlılığın nedeni de olabileceği vurgulanmıştır. Kurtaran (2008) ise yalnızlık, depresyon ve benlik saygısı değişkenlerinin ergenlerin internet bağımlılığını yordamadaki katkılarını belirlemeye çalışmıştır (akt:Kaya, 2011).

## BÖLÜM III

### YÖNTEM

Bu bölümde, araştırmanın modeli, çalışma evreni ve örnekleme, araştırmada kullanılan veri toplama araçları ve bunlarla ilgili geçerlik, güvenirlik çalışmaları, verilerin toplanması ve istatistiksel analizinde kullanılan yöntemler hakkında bilgi verilmektedir.

#### 3.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırma tarama modelindedir. Karasar (2002)'ye göre tarama modelleri, geçmişte ya da halen var olan bir durumu, etkilemeden olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımıdır. Tarama modelinde, belli bir zaman kesiti içinde çok sayıda denek ve objeden elde edilen verilerin analizi ile araştırma problemlerine cevap aranır (Arseven, 2001). Bu araştırmada da araştırma problemi ve alt problemleri çeşitli bağımsız değişkenlere göre aradaki ilişkinin anlamlılık düzeyi ve ne şekilde farklılaştığı açısından incelenmiştir. Araştırmada var olan durum olduğu gibi betimlenmek istenildiğinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır.

#### 3.2. Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini, 2012-2013 eğitim öğretim yılında İstanbul ili Beykoz ilçesinde bulunan MEB'e bağlı 38 resmi ilkokul ve ortaokulun 8. sınıflarında öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır.

Araştırmanın örneklemini 2012-2013 eğitim öğretim yılında, İstanbul ili Beykoz ilçesindeki MEB'e bağlı ortaokulların arasından tesadüfi (random) oransız küme örnekleme yöntemi ile seçilen 11 okulda öğrenim gören 577 öğrenci oluşturmaktadır. Ölçeğin uygulanacağı okullar belirlendikten sonra araştırmacı tarafından bu okullara gidilerek, rastgele belirlenen iki şubedeki 8. sınıfta bulunan öğrencilere ölçek uygulanmıştır. Tüm bu süreçte toplam 638 öğrenciye ulaşılmış; ancak, ölçekte birden fazla kodlama ya da bazı soruları kodlamama gibi nedenlerle öğrencilerin 61'i örneklemden çıkarılmıştır ve örnekleme yer alan öğrenci sayısı 577'ye düşmüştür. Araştırmanın

örneklemini veri toplama aşamasında elde edilen veriler doğrultusunda 265’i (%45.9) kız ve 312’si (%54.1) erkek olmak üzere toplam 577 öğrenci oluşturmuştur.

### **3.3. Veri Toplama Araçları**

Bu bölümde, araştırmada kullanılan ölçme araçları ile ilgili bilgilere yer verilmiştir. Araştırmada 3 farklı bilgi toplama aracı kullanılmıştır. Öğrencilerin demografik bilgilerini belirlemek için araştırmacı tarafından geliştirilen “Kişisel Bilgi Formu” (EK-1), öğrencilerin sosyal medya tutumlarını ölçmek için “Sosyal Medya Tutum Ölçeği” (EK-2) ve öğrencilerin benlik saygısı düzeylerini ölçmek için “Piers Haris Çocuklar İçin Öz Kavramı Ölçeği” (EK-3) uygulanmıştır.

#### **3.3.1. Kişisel Bilgi Formu**

Örneklem grubunda yer alan öğrencilerin cinsiyet, gelir durumu, anne ve babalarının eğitim durumu gibi sosyo-demografik özelliklerini belirlemeye ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarını belirlemeye yönelik araştırmacı tarafından 12 soruluk “Kişisel Bilgi Formu” hazırlanmıştır. Kişisel bilgi formunda yer alacak maddelerin belirlenmesi sürecinde uzman görüşlerine başvurulmuş ve form yapılandırılmıştır.

#### **3.3.2. Öğrenciler için Sosyal Medya Tutum Ölçeği**

Ek-2’de yer alan öğrenciler için “Sosyal Medya Tutum Ölçeği”, öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarını belirlemek amacı ile Otrar ve Arğın (2013) tarafından geliştirilmiştir. Ölçme aracını geliştirmek amacıyla oluşturulan 95 madde uzman görüşüne sunulmuş ve kapsam geçerliği işlemlerinin ardından ilgili maddeler ölçekten çıkarılmıştır. Oluşan 75 maddelik taslak ölçek 302 öğrenciye uygulanmıştır. Ölçeğin yapı geçerliğini saptamak amacıyla yapılan temel bileşenler analizi ile faktör analizi sonucunda 4 faktörlü (paylaşım ihtiyacı, sosyal yetkinlik, sosyal izolasyon ve öğretmenlerle ilişki), toplam varyansın %52.650’sini açıklayan ve 23 maddeden oluşan ölçek elde edilmiştir. Ölçekten alınacak puanın yüksek olması ölçek maddelerini yanıtlayan öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının yüksek düzeyde olduğu anlamına gelmektedir. Nihai ölçekten

alınabilecek en düşük puan 23 iken, en yüksek puan 115'tir. Ölçeğin cevaplanması yaklaşık on beş dakikada sürmektedir (Argın, 2013).

<b>Faktör</b>	<b>Cronbach's Alpha Değeri</b>
1. Paylaşım İhtiyacı	.805
2. Sosyal Yetkinlik	.814
3. Sosyal İzolasyon	.792
4. Öğretmenlerle İlişki	.814
<b>TOPLAM</b>	<b>.852</b>

**Çizelge 3.1. Faktör analizi sonucunda belirlenen alt boyutlar ve bu boyutlara ait güvenirlik katsayıları (Argın, 2013).**

Güvenirlik (içtutarlık) için yapılan analizlerde ölçeğin tümü için Cronbach  $\alpha_T=.85$  hesaplanmıştır. Alt boyutlar için alpha katsayıları Cronbach  $\alpha_{\min}=.79$  ile Cronbach  $\alpha_{\max}=.81$  arasında değişmektedir. Öte yandan madde-toplam ve madde-kalan korelasyonları anlamlı ve maddelerin ayırt edici olduğu saptanmış ayrıca faktörler arasında korelasyonların anlamlı olduğu belirlenmiştir. Yine güvenirlik için ölçek üç hafta arayla aynı gruba uygulanmış ve test-tekrar test korelasyon katsayısı da pozitif yönde anlamlı bulunmuştur ( $r=.83$ ;  $p<.001$ ). Elde edilen bu bulgular ölçeğin geçerli ve güvenilir olduğunu kanıtlar niteliktedir (Argın, 2013).

### **3.3.3. Piers Harris Çocuklarda Öz Kavramı Ölçeği**

Öğrencilerin benlik saygısı düzeylerinin belirlemek amacıyla; 1967 yılında ABD’de Piers ve Haris tarafından geliştirilen, 1987 yılında Boğaziçi Üniversitesinden Necla Öner ve Melike Çataktı tarafından Türkçe’ye uyarlama çalışmaları yapılan “Piers-Harris Çocuklarda Öz-Kavramı Ölçeği” (EK-3) kullanılmıştır. Ölçek öğrencilerin kendilerine (öz’üne) yönelik düşünce, duygu ve tutumlarını değerlendirmeyi ve öğrencilerin benlik anlayışının gelişimini, boyutlarını, kişilik ve çevre öğeleriyle olan ilişkilerini araştırmada ve belirlemede kullanılır. Ölçek mutluluk, kaygı, popülerite, uyum ve davranış, fiziksel görünüm, zihinsel ve okul durumu olmak üzere altı alt boyutu içermektedir. Ölçeğin 3-12. sınıf öğrencilerine standardizasyonu yapılmıştır ve ölçek 9-16 yaşları arasındaki gruplara uygulanmaktadır. Öğrencilerin ölçeği cevaplaması ortalama 20 dakikada sürmektedir.

Ölçek 80 maddeden oluşmaktadır ve ölçek maddeleri “Evet” ya da “Hayır” şeklinde cevaplanmaktadır. Elde edilen öz kavramı ham puanı 0 ile 80 arasında değişmektedir. Uygulamalar ham puanların 25 ile 75 arasında değiştiğini göstermektedir.

Ölçekten alınan yüksek puan bireyin kendisine karşı olumlu, düşük puan ise bireyin kendisine karşı olumsuz düşünce ve duygulara sahip olduğunu göstermektedir. Ölçeğin kullanımı için özel eğitim gerekmemektedir. Değişik yaş gruplarının ve cinsiyet farklarının olmadığı saptanan ölçeğin güvenilirliği, iç tutarlık ve değişmezlik (test tekrar test) teknikleriyle sınanmıştır. Spearman Brown ve Kuder Richardson 21 formülleri ile elde edilen iç tutarlık katsayıları .78 ile .93 arası; Pearson Momentler Çarpımı formülü ile elde edilen puan değişmezliği korelasyon katsayıları .71 ile .77 arası bulunmuştur. Bu veriler ölçek güvenilirliğinin doyurucu olduğu şeklinde yorumlanmıştır (Öner, 1996).

### **3.4. Verilerin Toplanması**

Veri toplama araçlarının hazırlanmasından sonra, örnekleme alınacak okullar belirlendikten sonra veri toplama araçları, 2012-2013 eğitim-öğretim yılının Nisan-Mayıs aylarında ortaokul 8. sınıf öğrenimine devam eden öğrencilere doğrudan araştırmacı tarafından okullara gidilerek uygulanmıştır. Veri toplama araçları öğrencilere gerekli açıklamalar yapılarak ve araştırmanın önemi anlatılarak dağıtılmış ve uygulandıktan sonra araştırmacı tarafından teslim alınmıştır. Öğrenciler ölçekleri sınıf ortamında, bir ders saati süresince (40 dk.) cevaplandırmışlardır.

### **3.5. Verilerin Analizi**

İstatistiksel çözümlemelere geçmeden önce, demografik değişkenler gruplandırılmış ardından öğrencilere uygulanan ölçekler alt boyutlarıyla birlikte (sosyal medya tutum ölçeği, Piers Harris çocuklarda öz kavramı ölçeği) ayrı ayrı puanlanmıştır. Ancak öğrencilerin sosyal medya tutum ölçeğinden aldıkları toplam puanlar “sosyal izolasyon” alt boyutundaki maddelerin olumsuz ifadelerden oluşmasından dolayı ters kodlanarak hesaplanmıştır. Daha sonra elde edilen verilerin istatistiksel çözümlmeleri bilgisayar ortamında gerçekleştirilmiştir.



Bu aşamada, araştırma grubunu oluşturan öğrencilerin demografik özelliklerini (cinsiyet, algılanan gelir düzeyi, annelerinin eğitim düzeyi, babalarının eğitim düzeyi, herhangi bir sosyal medya sitesine üye olma, sosyal medya sitelerini kullanma süre, sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı, sosyal medyada harcadığı ortalama süre, sosyal medya sitelerine bağlandıkları ortam, sosyal medya sitelerine bağlanmak için en fazla kullandıkları araç, en çok kullandıkları sosyal medya sitesi, sosyal medya sitelerini kullanım amacı) betimleyici frekans ve yüzde dağılımları çıkarılmış, sonra ölçeğin toplam puanları için  $\bar{x}$ , ss,  $SH_x$  değerleri saptanmıştır.

Öte yandan, karşılaştırma analizlerinde yeterli dağılımın oluşmadığı değişkenler için gruplar birleştirilmiştir. Örneklem içerisinde normal dağılım özelliği göstermeyen gruplar için non-parametrik teknikler, normal dağılım özelliği gösteren dağılımlar içinse parametrik analiz teknikleri kullanılmıştır. Bu bağlamda:

1. Örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin Sosyal Medya Tutum Ölçeği - Piers Harris Çocuklarda Öz Kavramı Ölçeği ve ölçeklerin alt boyutlarından aldıkları puanların cinsiyet, herhangi bir sosyal medya sitesine üye olup olmama değişkenlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için *bağımsız grup t testi*,

2. Örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin Sosyal Medya Tutum Ölçeği - Piers Harris Çocuklarda Öz Kavramı Ölçeği ve ölçeklerin alt boyutlarından aldıkları puanların sosyal medya sitelerini kullanma süresi, sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı, sosyal medya sitelerinde harcanan ortalama süre, sosyal medya sitelerini kullanma süresi, sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı, sosyal medya sitelerinde harcanan ortalama süre, sosyal medya sitelerine bağlanılan araç, öğrencilerin en çok kullandıkları sosyal medya sitesi, öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanım amacı değişkenlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için *tek yönlü varyans analizi (ANOVA)*,

3. Parametrik tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda gruplar arasında anlamlı farklılık bulunduğunda, tamamlayıcı analizlere geçmeden önce varyansların homojenliğini denetlemek amacıyla *Levene testi*,

4. Tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda gruplar arasında fark bulunduğunda, farklılıkların kaynağını (hangi gruplar arasında olduğunu) belirlemek üzere *post-hoc LSD*, *Scheffe*, *Tamhane's T2* ve *TUKEY testleri*,

5. Örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin Sosyal Medya Tutum Ölçeği - Piers Harris Çocuklarda Öz Kavramı Ölçeği ve ölçeklerin alt boyutlarından aldıkları puanların algılanan gelir düzeyi, annelerinin eğitim düzeyi, babalarının eğitim düzeyi, sosyal medya sitelerine bağlanılan ortam değişkenlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için *non-parametrik Kruskal Wallis-H testi*,

6. Non-parametrik Kruskal Wallis testi, sonucunda gruplar arasında fark bulunduğunda, farklılıkların kaynağını (hangi gruplar arasında olduğunu) belirlemek üzere *non parametrik Mann Whitney-U testi*,

7. Ölçekler arası ilişkileri saptamak için Pearson Korelasyon analizi uygulanmıştır.

Elde edilen veriler bilgisayarda "SPSS for Windows Versiyon 15.0" programında çözümlenmiş, manidarlıklar minimum  $p<.05$  düzeyinde sınanmış, diğer manidarlık düzeyleri ayrıca belirtilmiş ve bulgular araştırmanın amaçlarına uygun olarak tablolar halinde sunulmuştur.

## BÖLÜM IV

### BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde, araştırma grubunu oluşturan öğrencilerin demografik özelliklerini (cinsiyet, algılanan gelir düzeyi, annelerinin eğitim düzeyi, babalarının eğitim düzeyi, herhangi bir sosyal medya sitesine üye olma, sosyal medya sitelerini kullanma süre, sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı, sosyal medyada harcadığı ortalama süre, sosyal medya sitelerine bağlandıkları ortam, sosyal medya sitelerine bağlanmak için en fazla kullandıkları araç, en çok kullandıkları sosyal medya sitesi, sosyal medya sitelerini kullanım amacı) betimleyici frekans ve yüzde dağılımları çıkarılmış, sonra ölçeğin toplam puanları için  $\bar{x}$ , ss, SH<sub>x</sub> değerleri ve korelasyon analizleri tablolar halinde sunulmuştur.

#### 4.1. Araştırma Evrenindeki Öğrencilerin Demografik Bilgilerine İlişkin Bulgular

Bu bölümde araştırma evrenindeki öğrencilerin demografik bilgilerine ilişkin bulgu ve yorumlara yer verilmiştir.

**Çizelge 4.1. Öğrencilerin Cinsiyet Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri**

Cinsiyet	<i>f</i>	%	% <sub>gec</sub>	% <sub>yig</sub>
Kız	265	45.9	45.9	45.9
Erkek	312	54.1	54.1	100.0
Toplam	577	100.0	100.0	

Çizelge 4.1’de görüldüğü üzere; örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 265’i (%45.9) kız, 312’si (%54.1) erkek öğrencilerden oluşmaktadır.

**Çizelge 4.2. Öğrencilerin Algılanan Gelir Düzeyi Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri**

<b>Gelir Düzeyi</b>	<i>f</i>	%	% <sub>gec</sub>	% <sub>yig</sub>
Düşük	25	4.3	4.3	4.3
Orta	497	86.1	86.1	90.5
Yüksek	55	9.5	9.5	100.0
Toplam	577	100.0	100.0	

Çizelge 4.2’de görüldüğü üzere; örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 25’i (%4.3) düşük, 497’si (%86.1) orta, 55’i (%9.5) ise yüksek gelir düzeyine sahip olduklarını belirtmişlerdir.

**Çizelge 4.3. Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Düzeyi Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri**

<b>Eğitim Düzeyi</b>	<i>f</i>	%	% <sub>gec</sub>	% <sub>yig</sub>
Okuryazar Değil	17	2.9	2.9	2.9
İlkokul	226	39.2	39.2	42.1
Ortaokul	149	25.8	25.8	67.9
Lise	151	26.2	26.2	94.1
Ön lisans	8	1.4	1.4	95.5
Lisans ve Üstü	26	4.5	4.5	100.0
Toplam	577	100.0	100.0	

Çizelge 4.3’de görüldüğü üzere; örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin annelerinin 17’si (%2.9) Okuryazar Değil, 226’sı (%39.2) İlkokul, 149’u (%25.8) Ortaokul, 151’i (%26.2) Lise, 8’i (%1.4) Ön lisans, 26’si(%4.5) ise Lisans ve Lisansüstü eğitim almışlardır.

**Çizelge 4.4. Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri**

<b>Eğitim Düzeyi</b>	<i>f</i>	%	% <sub>gec</sub>	% <sub>yig</sub>
Okuryazar Değil	3	.5	.5	.5
İlkokul	141	24.4	24.4	25.0
Ortaokul	180	31.2	31.2	56.2
Lise	182	31.5	31.5	87.7
Ön lisans	28	4.9	4.9	92.5
Lisans ve Üstü	43	7.5	7.5	100.0
Toplam	577	100.0	100.0	

Çizelge 4.4’de görüldüğü üzere; örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin babalarının 3’ü (%0.5) Okuryazar Değil, 141’i (%24.4) İlkokul, 180’i (%31.2) Ortaokul, 182’si (%31.5) Lise, 28’i (%4.9) Ön lisans, 43’ü(%7.5) ise Lisans ve Lisansüstü eğitim almışlardır.

**Çizelge 4.5. Öğrencilerin Herhangi Bir Sosyal Medya Sitesine Üye Olma Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri**

Üye Olma Durumu	<i>f</i>	%	% <sub>gec</sub>	% <sub>yig</sub>
Üye	524	90.8	90.8	90.8
Üye Değil	53	9.2	9.2	100.0
Toplam	577	100.0	100.0	

Çizelge 4.5’de görüldüğü üzere; örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 524’ü (%90.8) herhangi bir sosyal medya sitesine üye olduğunu belirtirken, 53’ü (%9.2) üye olmadığını belirtmektedir.

**Çizelge 4.6. Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri**

Kullanma Süresi	<i>f</i>	%	% <sub>gec</sub>	% <sub>yig</sub>
Kullanmıyorum	40	6.9	6.9	6.9
1 yıldan az	55	9.5	9.5	16.5
1-2 yıl	96	16.6	16.6	33.1
3-4 yıl	191	33.1	33.1	66.2
4-6 yıl	132	22.9	22.9	89.1
6 yıldan fazla	63	10.9	10.9	100.0
Toplam	577	100.0	100.0	

Çizelge 4.6’da görüldüğü üzere; örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 40’ı (%6.9) sosyal medyayı kullanmıyor, 55’i (%9.5) 1 yıldan az, 96’sı (%16.6) 1-2 yıl, 191’i (%33.1) 3-4 yıl, 132’si (%22.9) ise 4-6 yıl, 63’ü (%10.9) 6 yıldan fazla süredir sosyal medyayı kullanmaktadır.

**Çizelge 4.7. Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri**

<b>Kullanma Sıklığı</b>	<i>f</i>	%	% <sub>gec</sub>	% <sub>yig</sub>
Hiç	38	6.6	6.6	6.6
Her gün bir kez	157	27.2	27.2	33.8
Her gün bir kaç kez	197	34.1	34.1	67.9
Haftada bir kez	38	6.6	6.6	74.5
Haftada bir kaç kez	113	19.6	19.6	94.1
Ayda birkaç kez	34	5.9	5.9	100.0
Toplam	577	100.0	100.0	

Çizelge 4.7’de görüldüğü üzere; örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 38’i (%6.6) hiç, 157’si (%27.2) her gün bir kez, 197’si (%34.1) her gün birkaç kez, 38’i (%6.6) haftada bir kez, 113’ü (%19.6) haftada bir kaç kez, 34’ü (%5.9) ise ayda birkaç kez sosyal medya sitelerini kullanmaktadır.

**Çizelge 4.8. Öğrencilerin Sosyal Medyada Harcadığı Ortalama Süre Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri**

<b>Ortalama Süre</b>	<i>f</i>	%	% <sub>gec</sub>	% <sub>yig</sub>
Hiç	34	5.9	5.9	5.9
5-10 dk.	68	11.8	11.8	17.7
10-30 dk.	119	20.6	20.6	38.3
30-60 dk.	112	19.4	19.4	57.7
1-2 saat	155	26.9	26.9	84.6
2 saat ve üzeri	89	15.4	15.4	100.0
Toplam	577	100.0	100.0	

Çizelge 4.8’de görüldüğü üzere; örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 34’ü (%5.9) hiç, 68’i (%11.8) 5-10 dakika, 119’u (%20.6) 10-30 dakika, 112’si (%19.4) 30-60 dakika, 155’i (%26.9) 1-2 saat, 89’u (%15.4) ise 2 saat ve üzeri (sosyal medya sitelerine her girdiklerinde ortalama) zaman harcamaktadır.

**Çizelge 4.9. Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerine Bağlandıkları Ortam Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri**

Ortam	<i>f</i>	%	% <sub>gec</sub>	% <sub>yig</sub>
Hiç	37	6.4	6.4	6.4
Ev	479	83.0	83.0	89.4
Okul	6	1.0	1.0	90.5
Yurt	1	.2	.2	90.6
İnternet Kafe	15	2.6	2.6	93.2
KABHY	27	4.7	4.7	97.9
Diğer	12	2.1	2.1	100.0
Toplam	577	100.0	100.0	

Çizelge 4.9’da görüldüğü üzere; örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 37’si (%6.4) sosyal medya sitelerine hiç bağlanmamaktadır, 479’u (%83.0) evlerinden, 6’sı (%1.0) okuldan, 15’i (%0.2) yurttan, 15’i (%2.6) internet kafeden, 27’si (%4.7) kablosuz ağ bulunan herhangi bir yerden, 12’si (%2.1) diğer ortamlardan sosyal medya sitelerine bağlanmaktadır.

**Çizelge 4.10. Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerine Bağlanmak İçin En Fazla Kullandıkları Araç Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri**

En Fazla Kullanılan Araç	<i>f</i>	%	% <sub>gec</sub>	% <sub>yig</sub>
Hiç	33	5.7	5.7	5.7
Masaüstü bilgisayar	239	41.4	41.4	47.1
Dizüstü bilgisayar	163	28.2	28.2	75.4
Mobil cihazlar	142	24.6	24.6	100.0
Toplam	577	100.0	100.0	

Çizelge 4.10’da görüldüğü üzere; örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 33’ü (%5.7) sosyal medya sitelerine hiç bağlanmamaktadır, 239’u (%41.4) masaüstü bilgisayardan, 163’ü (%28.2) dizüstü bilgisayardan, 142’si (%24.6) ise mobil cihazlardan sosyal medya sitelerine bağlanmaktadır.

**Çizelge 4.11. Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri**

Sosyal Medya Sitesi	<i>f</i>	%	% <sub>gec</sub>	% <sub>yig</sub>
Facebook	368	63.8	63.8	63.8
Twitter	69	12.0	12.0	75.7
Youtube	106	18.4	18.4	94.1
Flicker	2	.3	.3	94.5
Wikipedia	14	2.4	2.4	96.9
Tumblr	8	1.4	1.4	98.3
Blogger	1	.2	.2	98.4
Google Buzz	7	1.2	1.2	99.7
Diğer	2	.3	.3	100.0
Toplam	577	100.0	100.0	

Çizelge 4.11’de görüldüğü üzere; örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 368’i (%63.8) Facebook, 69’u (%12.0) Twitter, 106’sı (%18.4) Youtube, 2’si (% 0.3) Flicker, 14’ü (%2.4) Wikipedia, 8’i (% 1.4) Tumblr, 1’i (%0.2) Blogger, 7’si (% 1.2) Google Buzz, 2’si (% 0.3) ise en çok diğer sosyal medya sitelerini kullanmaktadır. Öğrencilerin en çok kullandıkları sosyal medya sitesi değişkenine ait analizler yapılırken yeterli sayıda eleman bulunmadığından Flicker, Wikipedia, Tumblr, Blogger ve Google Buzz Diğer grubuna dâhil edilerek (N=34) gerçekleştirilmiştir.

**Çizelge 4.12. Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Amacı Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri**

Kullanım Amacı	<i>f</i>	%	% <sub>gec</sub>	% <sub>yig</sub>
Profil	78	13.5	13.5	13.5
Eski arkadaş	32	5.5	5.5	19.1
Durum-duvar	19	3.3	3.3	22.4
Günlük gelişme	130	22.5	22.5	44.9
Eğitim	32	5.5	5.5	50.4
Ödev-Proje	72	12.5	12.5	62.9
Yorum	21	3.6	3.6	66.6
Oyun	23	4.0	4.0	70.5
Org. ve etkinlik	1	.2	.2	70.7
Mesaj-Sohbet	101	17.5	17.5	88.2
Video-Foto paylaşma	16	2.8	2.8	91.0
Müzik dinleme	44	7.6	7.6	98.6
Grup	5	.9	.9	99.5
Tartışma	3	.5	.5	100.0
Toplam	577	100.0	100.0	



Çizelge 4.12’de görüldüğü üzere; örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 78’i (%13.5) profil, 32’si (%5.5) eski arkadaş, 130’u (%22.5) günlük gelişme, 32’si (% 5.5) eğitim, 72’si (%12.5) ödev-proje, 101’i (% 17.5) mesaj-sohbet, 44’ü (%7.6) müzik dinleme amacıyla sosyal medya sitelerini kullanmaktadır. Bazı gruplarda yeterli frekans bulunmadığından gruplar kendi aralarında birleştirilmiş ve analizler oluşan yeni gruplar üzerinden gerçekleştirilmiştir. Oluşan yeni gruplar aşağıda sunulmuştur.

**Çizelge 4.13. Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanım Amacı Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri(Yeni Gruplar)**

Kullanım Amacı	<i>f</i>	%	% <sub>gec</sub>	% <sub>yig</sub>
Eğitim	104	18.0	18.0	18.0
Mesaj-Sohbet	239	41.4	41.4	59.4
Müzik Dinleme	44	7.6	7.6	67.1
Diğer	190	32.9	32.9	100.0
Toplam	577	100.0	100.0	

#### **4.2. Araştırma Evrenindeki Öğrencilerin SMTÖ ve Alt Boyutları Puanları ile Öğrencilerin PHBSÖ ve Alt Boyutları Puanlarının Demografik Değişkenlere Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan İstatistiki Testlere İlişkin Bulgular**

Araştırmanın bu bölümünde örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin Sosyal Medya Tutum Ölçeğinden, Piers Harris Çocuklarda Öz Kavramı Ölçeğinden ve ölçeklerin alt boyutlarından aldıkları puanların cinsiyet, herhangi bir sosyal medya sitesine üye olup olmama değişkenlerine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek için *bağımsız grup t testi*, sosyal medya sitelerini kullanma süresi, sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı, sosyal medya sitelerinde harcanan ortalama süre, sosyal medya sitelerini kullanma süresi, sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı, sosyal medya sitelerinde harcanan ortalama süre, sosyal medya sitelerine bağlanılan araç, en çok kullandıkları sosyal medya sitesi, öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanım amacı değişkenlerine göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek için *tek yönlü varyans analizi (ANOVA)* sonucunda gruplar arasında anlamlı farklılık bulunduğu, tamamlayıcı analizlere geçmeden önce varyansların homojenliğini denetlemek amacıyla *Levene testi*, (ANOVA) sonucunda gruplar arasında fark bulunduğu, farklılıkların kaynağını (hangi gruplar arasında olduğunu) belirlemek üzere *post-hoc LSD*, *Scheffé* ve *Tamhane’s T2 testleri*, algılanan

gelir düzeyi, annelerinin eğitim düzeyi, babalarının eğitim düzeyi, sosyal medya sitelerine bağlanılan ortam değişkenlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için *non-parametrik Kruskal Wallis-H testi*, *Kruskal Wallis-H testi* sonucunda gruplar arasında fark bulunduğu, farklılıkların kaynağını (hangi gruplar arasında olduğunu) belirlemek üzere *non parametrik Mann Whitney-U testi*, sonuçlarına yer verilmiştir.

**Çizelge 4.14. Örneklemdeki Öğrencilere Uygulanan PHBSÖ Mutluluk-Doyum, Kaygı, Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma, Davranış Ve Uyma/Konformite, Fiziksel Görünüm Ve Zihinsel Ve Okul Durumu Alt Boyut Puanları İçin N, Aritmetik Ortalama, Standart Sapma Ve Standart Hata Değerleri**

<b>Boyutlar</b>	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>
Mutluluk-Doyum	577	9.89	2.58
Kaygı	577	7.06	2.46
Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma	577	8.67	2.16
Davranış ve Uyma/Konformite	577	12.08	3.14
Fiziksel Görünüm	577	7.21	2.03
Zihinsel ve Okul Durumu	577	4.77	1.6

Çizelge 4.14'de görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin mutluluk-doyum alt boyut puanlarının aritmetik ortalaması  $\bar{x}=9.89$ , standart sapması ise  $ss=2.58$  olarak hesaplanmıştır. Öğrencilerin kaygı alt boyut puanlarının aritmetik ortalaması  $\bar{x}=7.06$ , standart sapması ise  $ss=2.46$  olarak hesaplanmıştır. Öğrencilerin popülarite/sosyal beğeni, gözde olma alt boyut puanlarının aritmetik ortalaması  $\bar{x}=8.67$ , standart sapması ise  $ss=2.16$  olarak hesaplanmıştır. Öğrencilerin davranış ve uyma/konformite alt boyut puanlarının aritmetik ortalaması  $\bar{x}=12.08$ , standart sapması ise  $ss=3.14$  olarak hesaplanmıştır. Öğrencilerin fiziksel görünüm alt boyut puanlarının aritmetik ortalaması  $\bar{x}=7.21$ , standart sapması ise  $ss=2.03$  olarak hesaplanmıştır. Öğrencilerin zihinsel ve okul durumu alt boyut puanlarının aritmetik ortalaması  $\bar{x}=4.77$ , standart sapması ise  $ss=1.6$  olarak hesaplanmıştır.

**Çizelge 4.15. Örneklemdeki Öğrencilere Uygulanan SMTÖ Toplam ve Paylaşım İhtiyacı, Sosyal Yetkinlik, Sosyal İzolasyon ve Öğretmenlerle İlişki Alt Boyut Puanları İçin N, Aritmetik Ortalama, Standart Sapma ve Standart Hata Değerleri**

<b>Boyutlar</b>	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>
Toplam Puan	577	2.61	.60
Paylaşım İhtiyacı	577	2.32	.88
Sosyal Yetkinlik	577	2.92	1.03
Sosyal İzolasyon	577	3.75	1.06
Öğretmenlerle İlişki	577	3.43	1.20

Çizelge 4.15’de görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal medya tutum ölçeği toplam puanlarının aritmetik ortalaması  $\bar{x}=2.61$ , standart sapması ise  $ss=.60$  olarak hesaplanmıştır. Öğrencilerin paylaşım ihtiyacı alt boyut puanlarının aritmetik ortalaması  $\bar{x}=2.32$ , standart sapması ise  $ss=.88$  olarak hesaplanmıştır. Öğrencilerin sosyal yetkinlik alt boyut puanlarının aritmetik ortalaması  $\bar{x}=2.92$ , standart sapması ise  $ss=1.03$  olarak hesaplanmıştır. Öğrencilerin sosyal izolasyon alt boyut puanlarının aritmetik ortalaması  $\bar{x}=3.75$ , standart sapması ise  $ss=1.06$  olarak hesaplanmıştır. Öğrencilerin öğretmenlerle ilişki alt boyut puanlarının aritmetik ortalaması  $\bar{x}=3.43$ , standart sapması ise  $ss=1.20$  olarak hesaplanmıştır.

**Çizelge 4.16. Mutluluk-Doyum Alt Boyutu Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları**

<b>Puan</b>	<b>Gruplar</b>	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	$Sh_{\bar{x}}$	<b>t Testi</b>		
						<i>t</i>	<i>Sd</i>	<i>p</i>
<b>Mutluluk-Doyum</b>	Kız	265	10.12	2.46	.151	1.976	575	.049
	Erkek	312	9.70	2.67	.151			

Çizelge 4.16’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin mutluluk-doyum alt boyutu puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $t=1.976$ ;  $p<.05$ ). Söz konusu farklılık kız öğrenciler lehine gerçekleşmiştir.

**Çizelge 4.17. Kaygı Alt Boyutu Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}$	ss	Sh $\bar{x}$	t Testi		
						t	Sd	p
Kaygı	Kız	265	6.75	2.43	.149	-2.868	575	.004
	Erkek	312	7.33	2.47	.140			

Çizelge 4.17’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin kaygı alt boyutu puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $t=-2.868$ ;  $p<.01$ ). Söz konusu farklılık erkek öğrenciler lehine gerçekleşmiştir.

**Çizelge 4.18. Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}$	ss	Sh $\bar{x}$	t Testi		
						t	Sd	p
Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma	Kız	265	8.99	2.03	.124	3.286	575	.001
	Erkek	312	8.40	2.24	.127			

Çizelge 4.18’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin popülarite/sosyal beğeni, gözde olma alt boyutu puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $t=3.286$ ;  $p<.01$ ). Söz konusu farklılık kız öğrenciler lehine gerçekleşmiştir.

**Çizelge 4.19. Davranış ve Uyuma/Konformite Alt Boyutu Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}$	ss	Sh $\bar{x}$	t Testi		
						t	Sd	p
Davranış Ve Uyuma/Konformite	Kız	265	12.32	2.95	.181	1.706	575	.088
	Erkek	312	11.88	3.28	.186			

Çizelge 4.19’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin davranış ve uyuma/konformite alt boyutu puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık

gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $t=1.706$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.20. Fiziksel Görünüm Alt Boyutu Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}$	ss	Sh $\bar{x}$	t Testi		
						t	Sd	p
Fiziksel Görünüm	Kız	265	7.37	1.98	.122	1.728	575	.084
	Erkek	312	7.08	2.07	.117			

Çizelge 4.20’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin fiziksel görünüm puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $t=1.728$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.21. Zihinsel Ve Okul Durumu Alt Boyutu Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}$	ss	Sh $\bar{x}$	t Testi		
						t	Sd	p
Zihinsel Ve Okul Durumu	Kız	265	5.11	1.52	.093	4.716	575	.000
	Erkek	312	4.49	1.61	.091			

Çizelge 4.21’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin zihinsel ve okul durumu puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $t=4.716$ ;  $p<.001$ ). Söz konusu farklılık kız öğrenciler lehine gerçekleşmiştir.

**Çizelge 4.22. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}$	ss	Sh $\bar{x}$	t Testi		
						t	Sd	p
Paylaşım İhtiyacı	Kız	265	2.30	.90	.055	-.457	575	.648
	Erkek	312	2.33	.87	.049			

Çizelge 4.22’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin paylaşım ihtiyacı alt boyutu puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $t=-.457$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.23. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}$	ss	Sh $\bar{x}$	t Testi		
						t	Sd	p
Sosyal Yetkinlik	Kız	265	3.10	1.06	.065	3.996	575	.000
	Erkek	312	2.76	.99	.056			

Çizelge 4.23’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal yetkinlik alt boyutu puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $t=3.996$ ;  $p<.001$ ). Söz konusu farklılık kız öğrenciler lehine gerçekleşmiştir.

**Çizelge 4.24. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}$	ss	Sh $\bar{x}$	t Testi		
						t	Sd	p
Sosyal İzolasyon	Kız	265	3.94	.96	.059	3.910	575	.000
	Erkek	312	3.60	1.11	.063			

Çizelge 4.24’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal izolasyon alt boyutu puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip

göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $t=3.910$ ;  $p<.001$ ). Söz konusu farklılık kız öğrenciler lehine gerçekleşmiştir.

**Çizelge 4.25. Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}$	ss	Sh $_{\bar{x}}$	t Testi		
						t	Sd	p
Öğretmenlerle İlişki	Kız	265	3.59	1.15	.071	2.939	575	.003
	Erkek	312	3.30	1.23	.069			

Çizelge 4.25’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin öğretmenlerle ilişki alt boyutu puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $t=2.939$ ;  $p<.01$ ). Söz konusu farklılık kız öğrenciler lehine gerçekleşmiştir.

**Çizelge 4.26. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}$	ss	Sh $_{\bar{x}}$	t Testi		
						t	Sd	p
Toplam Puan	Kız	265	2.63	.62	.038	.478	575	.633
	Erkek	312	2.60	.59	.033			

Çizelge 4.26’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal medya tutum ölçeği toplam puanlarının cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $t=.478$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.27. Mutluluk-Doyum Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	<i>N</i>	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	<i>sd</i>	<i>p</i>
Mutluluk-Doyum	Düşük	25	261.08	.771	2	.680
	Orta	497	289.90			
	Yüksek	55	293.60			
	Toplam	577				

Çizelge 4.27’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin mutluluk-doyum alt boyutu puanlarının öğrencilerin gelir düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $x^2=.771$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.28. Kaygı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	<i>N</i>	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	<i>sd</i>	<i>p</i>
Kaygı	Düşük	25	303.94	.325	2	.850
	Orta	497	289.11			
	Yüksek	55	281.22			
	Toplam	577				

Çizelge 4.28’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin kaygı alt boyutu puanlarının öğrencilerin gelir düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $x^2=.325$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.29. Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	<i>N</i>	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	<i>sd</i>	<i>p</i>
Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma	Düşük	25	210.68	11.340	2	.003
	Orta	497	297.94			
	Yüksek	55	243.77			
	Toplam	577				



Çizelge 4.29’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin popülerite/sosyal beğeni, gözde olma alt boyutu puanlarının öğrencilerin gelir düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ( $x^2=11.340$ ;  $p<.01$ ). Farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için özel bir yöntem bulunmadığından gruplar kendi aralarında Mann Whitney-U analiziyle ikili olarak karşılaştırılmıştır.

**Çizelge 4.30. Popülerite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann Whitney U Testi Sonuçları**

<b>Gruplar</b>	Düşük	Orta	Yüksek
Düşük	$\bar{x}_{sıra} = 210.68$	<b>p&lt;.05</b>	p>.05
Orta		$\bar{x}_{sıra} = 297.94$	<b>p&lt;.05</b>
Yüksek			$\bar{x}_{sıra} = 243.77$

Çizelge 4.30’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin popülerite/sosyal beğeni, gözde olma alt boyutu puanlarının hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U analizi sonucunda söz konusu farklılığın düşük gelir düzeyindeki grupla orta gelir düzeyindeki grup arasında orta gelir düzeyindeki grup lehine p<.05 düzeyinde; orta gelir düzeyindeki grupla yüksek gelir düzeyindeki grup arasında orta gelir düzeyindeki grup lehine p<.05 düzeyinde meydana geldiği saptanmıştır. Diğer grupların sıralama ortalamaları arasındaki farklılıklar ise anlamlı bulunmamıştır ( $p>.05$ ).

**Çizelge 4.31. Davranış Ve Uyma/Konformite Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

<b>Puan</b>	<b>Gruplar</b>	<i>N</i>	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	<i>sd</i>	<i>p</i>
<b>Davranış Ve Uyma/Konformite</b>	Düşük	25	293.60	2.353	2	.308
	Orta	497	292.38			
	Yüksek	55	256.37			
	Toplam	577				

Çizelge 4.31’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin davranış ve uyma/konformite alt boyutu puanlarının öğrencilerin gelir düzeyi değişkenine göre anlamlı

bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $x^2=2.353$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.32. Fiziksel Görünüm Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	<i>N</i>	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	<i>sd</i>	<i>p</i>
Fiziksel Görünüm	Düşük	25	312.96	1.112	2	.573
	Orta	497	286.17			
	Yüksek	55	303.66			
	Toplam	577				

Çizelge 4.32’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin fiziksel görünüm alt boyutu puanlarının öğrencilerin gelir düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $x^2=1.112$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.33. Zihinsel Ve Okul Durumu Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	<i>N</i>	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	<i>sd</i>	<i>p</i>
Zihinsel ve Okul Durumu	Düşük	25	275.78	3.993	2	.136
	Orta	497	285.06			
	Yüksek	55	330.59			
	Toplam	577				

Çizelge 4.33’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin zihinsel ve okul durumu alt boyutu puanlarının öğrencilerin gelir düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $x^2=3.993$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.34. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Farklaşıp Farklaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	sd	p
Paylaşım İhtiyacı	Düşük	25	403.58	12.382	2	.002
	Orta	497	283.65			
	Yüksek	55	285.29			
	Toplam	577				

Çizelge 4.34’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin paylaşım ihtiyacı alt boyutu puanlarının öğrencilerin gelir düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ( $x^2=12.382$ ;  $p<.01$ ). Farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için özel bir yöntem bulunmadığından gruplar kendi aralarında Mann Whitney-U analiziyle ikili olarak karşılaştırılmıştır.

**Çizelge 4.35. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann Whitney U Testi Sonuçları**

Gruplar	Düşük	Orta	Yüksek
Düşük	$\bar{x}_{sıra} = 403.58$	<b>p&lt;.001</b>	<b>p&lt;.01</b>
Orta		$\bar{x}_{sıra} = 283.65$	p>.05
Yüksek			$\bar{x}_{sıra} = 285.29$

Çizelge 4.35’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin paylaşım ihtiyacı alt boyutu puanlarının hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U analizi sonucunda söz konusu farklılığın düşük gelir düzeyindeki grupla orta gelir düzeyindeki grup arasında düşük gelir düzeyindeki grup lehine p<.001 düzeyinde; yine düşük gelir düzeyindeki grupla yüksek gelir düzeyindeki grup arasında düşük gelir düzeyindeki grup lehine p<.01 düzeyinde meydana geldiği saptanmıştır. Diğer grupların sıralama ortalamaları arasındaki farklılıklar ise anlamlı bulunmamıştır ( $p>.05$ ).

**Çizelge 4.36. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşıp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	sd	p
Sosyal Yetkinlik	Düşük	25	375.78	7.352	2	.025
	Orta	497	283.90			
	Yüksek	55	295.66			
	Toplam	577				

Çizelge 4.36’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal yetkinlik alt boyutu puanlarının öğrencilerin gelir düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ( $x^2=7.352$ ;  $p<.05$ ). Farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için özel bir yöntem bulunmadığından gruplar kendi aralarında Mann Whitney-U analiziyle ikili olarak karşılaştırılmıştır.

**Çizelge 4.37. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann Whitney U Testi Sonuçları**

Gruplar	Düşük	Orta	Yüksek
Düşük	$\bar{x}_{sıra} = 375.78$	<b>p&lt;.01</b>	p>.05
Orta		$\bar{x}_{sıra} = 283.90$	p>.05
Yüksek			$\bar{x}_{sıra} = 295.66$

Çizelge 4.37’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal yetkinlik alt boyutu puanlarının hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U analizi sonucunda söz konusu farklılığın düşük gelir düzeyindeki grupla orta gelir düzeyindeki grup arasında düşük gelir düzeyindeki grup lehine p<.01 düzeyinde meydana geldiği saptanmıştır. Diğer grupların sıralama ortalamaları arasındaki farklılıklar ise anlamlı bulunmamıştır ( $p>.05$ ).

**Çizelge 4.38. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	<i>N</i>	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	<i>sd</i>	<i>p</i>
Sosyal İzolasyon	Düşük	25	268.30	.844	2	.656
	Orta	497	291.50			
	Yüksek	55	275.85			
	Toplam	577				

Çizelge 4.38’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal izolasyon alt boyutu puanlarının öğrencilerin gelir düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $x^2=.844$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.39. Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	<i>N</i>	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	<i>sd</i>	<i>p</i>
Öğretmenlerle İlişki	Düşük	25	292.30	.172	2	.918
	Orta	497	289.79			
	Yüksek	55	280.33			
	Toplam	577				

Çizelge 4.39’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin öğretmenlerle ilişki alt boyutu puanlarının öğrencilerin gelir düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $x^2=.172$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.40. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Öğrencilerin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	<i>N</i>	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	<i>sd</i>	<i>p</i>
Toplam Puan	Düşük	25	417.20	15.507	2	.000
	Orta	497	282.71			
	Yüksek	55	287.59			
	Toplam	577				

Çizelge 4.40’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal medya tutum ölçeği toplam puanlarının öğrencilerin gelir düzeyi değişkenine göre anlamlı bir

farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ( $x^2=15.507$ ;  $p<.001$ ). Farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için özel bir yöntem bulunmadığından gruplar kendi aralarında Mann Whitney-U analiziyle ikili olarak karşılaştırılmıştır.

**Çizelge 4.41. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Öğrencilerin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann Whitney U Testi Sonuçları**

Gruplar	Düşük	Orta	Yüksek
Düşük	$\bar{x}_{sıra} = 417.20$	<b>p&lt;.001</b>	<b>p&lt;.01</b>
Orta		$\bar{x}_{sıra} = 282.71$	p>.05
Yüksek			$\bar{x}_{sıra} = 287.59$

Çizelge 4.41’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal medya tutum ölçeği toplam puanlarının hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U analizi sonucunda söz konusu farklılığın düşük gelir düzeyindeki grupla orta gelir düzeyindeki grup arasında düşük gelir düzeyindeki grup lehine p<.001 düzeyinde; yine düşük gelir düzeyindeki grupla yüksek gelir düzeyindeki grup arasında düşük gelir düzeyindeki grup lehine p<.01 düzeyinde meydana geldiği saptanmıştır. Diğer grupların sıralama ortalamaları arasındaki farklılıklar ise anlamlı bulunmamıştır (p>.05).

**Çizelge 4.42. Mutluluk-Doyum Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	sd	p
Mutluluk-Doyum	İlkokul ve Altı	243	286.32	.958	4	.916
	Ortaokul	149	287.77			
	Lise	151	294.99			
	Ön lisans	8	244.75			
	Lisans ve üstü	26	299.92			
	Toplam	577				

Çizelge 4.42’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin mutluluk-doyum alt boyutu puanlarının öğrencilerin annelerinin eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H

testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $x^2=.958$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.43. Kaygı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	sd	p
Kaygı	İlkokul ve Altı	243	284.19	1.649	4	.800
	Ortaokul	149	288.89			
	Lise	151	289.17			
	Ön lisans	8	319.94			
	Lisans ve üstü	26	324.04			
	Toplam	577				

Çizelge 4.43’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin kaygı alt boyutu puanlarının öğrencilerin annelerinin eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $x^2=1.649$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.44. Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	sd	p
Popülarite/ Sosyal Beğeni, Gözde Olma	İlkokul ve Altı	243	282.41	3.884	4	.422
	Ortaokul	149	288.96			
	Lise	151	305.75			
	Ön lisans	8	211.31			
	Lisans ve üstü	26	277.46			
	Toplam	577				

Çizelge 4.44’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin popülarite/sosyal beğeni, gözde olma alt boyutu puanlarının öğrencilerin annelerinin eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $x^2=3.884$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.45. Davranış ve Uyma/Konformite Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklaşıp Farklaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	<i>N</i>	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	<i>sd</i>	<i>p</i>
<b>Davranış ve Uyma/Konformite</b>	İlkokul ve Altı	243	303.87	3.710	4	.447
	Ortaokul	149	279.54			
	Lise	151	276.27			
	Ön lisans	8	252.63			
	Lisans ve üstü	26	289.37			
	Toplam	577				

Çizelge 4.45’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin davranış ve uyma/konformite alt boyutu puanlarının öğrencilerin annelerinin eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $x^2=3.710$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.46. Fiziksel Görünüm Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklaşıp Farklaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	<i>N</i>	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	<i>sd</i>	<i>p</i>
<b>Fiziksel Görünüm</b>	İlkokul ve Altı	243	292.77	1.727	4	.786
	Ortaokul	149	284.78			
	Lise	151	290.87			
	Ön lisans	8	218.13			
	Lisans ve üstü	26	288.94			
	Toplam	577				

Çizelge 4.46’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin fiziksel görünüm alt boyutu puanlarının öğrencilerin annelerinin eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $x^2=1.727$ ;  $p>.05$ ).



**Çizelge 4.47. Zihinsel ve Okul Durumu Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklaşıp Farklaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	sd	p
<b>Zihinsel ve Okul Durumu</b>	İlkokul ve Altı	243	277.09	8.606	4	.072
	Ortaokul	149	280.31			
	Lise	151	304.56			
	Ön lisans	8	274.25			
	Lisans ve üstü	26	364.21			
	Toplam	577				

Çizelge 4.47’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin zihinsel ve okul durumu alt boyutu puanlarının öğrencilerin annelerinin eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $x^2=8.606$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.48. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklaşıp Farklaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	sd	p
<b>Paylaşım İhtiyacı</b>	İlkokul ve Altı	243	316.24	13.264	4	.010
	Ortaokul	149	276.36			
	Lise	151	256.23			
	Ön lisans	8	295.94			
	Lisans ve üstü	26	294.98			
	Toplam	577				

Çizelge 4.48’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin paylaşım ihtiyacı alt boyutu puanlarının öğrencilerin annelerinin eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ( $x^2=13.264$ ;  $p<.05$ ). Farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için özel bir yöntem bulunmadığından gruplar kendi aralarında Mann Whitney-U analiziyle ikili olarak karşılaştırılmıştır.

**Çizelge 4.49. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann Whitney U Testi Sonuçları**

Gruplar	İlkokul ve Altı	Ortaokul	Lise	Ön lisans	Lisans ve üstü
İlkokul ve Altı	$\bar{x}_{sıra} = 316.24$	<b>p&lt;.05</b>	<b>p&lt;.001</b>	p>.05	p>.05
Ortaokul		$\bar{x}_{sıra} = 276.36$	p>.05	p>.05	p>.05
Lise			$\bar{x}_{sıra} = 256.23$	p>.05	p>.05
Ön lisans				$\bar{x}_{sıra} = 295.94$	p>.05
Lisans ve Üstü					$\bar{x}_{sıra} = 294.98$

Çizelge 4.49’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin paylaşım ihtiyacı alt boyutu puanlarının hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U analizi sonucunda söz konusu farklılığın ilkökul ve altı eğitim alan grupla ortaokul eğitimi alan grup arasında ilkökul ve altı eğitim alan grup lehine p<.05 düzeyinde; ilkökul ve altı eğitim alan grupla lise eğitimi alan grup arasında ilkökul ve altı eğitim alan grup lehine p<.001 düzeyinde meydana geldiği saptanmıştır. Diğer grupların sıralama ortalamaları arasındaki farklılıklar ise anlamlı bulunmamıştır (p>.05).

**Çizelge 4.50. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	sd	p
Sosyal Yetkinlik	İlkokul ve Altı	243	295.03	1.468	4	.832
	Ortaokul	149	287.95			
	Lise	151	276.80			
	Ön lisans	8	295.69			
	Lisans ve üstü	26	307.44			
	Toplam	577				

Çizelge 4.50’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal yetkinlik alt boyutu puanlarının öğrencilerin annelerinin eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $x^2=1.468$ ; p>.05).

**Çizelge 4.51. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	sd	p
Sosyal İzolasyon	İlkokul ve Altı	243	283.00	1.353	4	.852
	Ortaokul	149	285.82			
	Lise	151	302.28			
	Ön lisans	8	281.00			
	Lisans ve üstü	26	288.65			
	Toplam	577				

Çizelge 4.51’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal izolasyon alt boyutu puanlarının öğrencilerin annelerinin eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $x^2=1.353$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.52. Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	sd	p
Öğretmenlerle İlişki	İlkokul ve Altı	243	277.50	5.008	4	.287
	Ortaokul	149	292.22			
	Lise	151	293.79			
	Ön lisans	8	385.31			
	Lisans ve üstü	26	320.63			
	Toplam	577				

Çizelge 4.52’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin öğretmenlerle ilişki alt boyutu puanlarının öğrencilerin annelerinin eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $x^2=5.008$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.53. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklaşıp Farklaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	sd	p
<b>Toplam Puan</b>	İlkokul ve Altı	243	309.59	10.048	4	.040
	Ortaokul	149	287.47			
	Lise	151	255.29			
	Ön lisans	8	309.19			
	Lisans ve üstü	26	294.87			
	<b>Toplam</b>	<b>577</b>				

Çizelge 4.53’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal medya tutum ölçeği toplam puanlarının öğrencilerin annelerinin eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ( $x^2=10.048$ ;  $p<.05$ ). Farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için özel bir yöntem bulunmadığından gruplar kendi aralarında Mann Whitney-U analiziyle ikili olarak karşılaştırılmıştır.

**Çizelge 4.54. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Öğrencilerin Annelerinin Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann Whitney U Testi Sonuçları**

Gruplar	İlkokul ve Altı	Ortaokul	Lise	Ön lisans	Lisans ve üstü
İlkokul ve Altı	$\bar{x}_{sıra} = 309.59$	$p > .05$	<b><math>p &lt; .01</math></b>	$p > .05$	$p > .05$
Ortaokul		$\bar{x}_{sıra} = 287.47$	$p > .05$	$p > .05$	$p > .05$
Lise			$\bar{x}_{sıra} = 255.29$	$p > .05$	$p > .05$
Ön lisans				$\bar{x}_{sıra} = 309.19$	$p > .05$
Lisans ve Üstü					$\bar{x}_{sıra} = 294.87$

Çizelge 4.54’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal medya tutum ölçeği toplam puanlarının hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U analizi sonucunda söz konusu farklılığın ilkokul ve altı eğitim alan grupla lise eğitimi alan grup arasında ilkokul ve altı eğitim alan grup lehine  $p < .01$  düzeyinde meydana geldiği saptanmıştır. Diğer grupların sıralama ortalamaları arasındaki farklılıklar ise anlamlı bulunmamıştır ( $p > .05$ ).

**Çizelge 4.55. Mutluluk-Doyum Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	sd	p
Mutluluk-Doyum	İlkokul ve Altı	144	268.43	6.347	4	.175
	Ortaokul	180	288.06			
	Lise	182	306.81			
	Ön lisans	28	253.21			
	Lisans ve üstü	43	309.76			
	Toplam	577				

Çizelge 4.55’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin mutluluk-doyum alt boyutu puanlarının öğrencilerin babalarının eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $x^2=6.347$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.56. Kaygı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	sd	p
Kaygı	İlkokul ve Altı	144	256.34	15.599	4	.004
	Ortaokul	180	281.87			
	Lise	182	320.93			
	Ön lisans	28	250.16			
	Lisans ve üstü	43	318.34			
	Toplam	577				

Çizelge 4.56’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin kaygı alt boyutu puanlarının öğrencilerin babalarının eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ( $x^2=15.599$ ;  $p<.01$ ). Farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için özel bir yöntem bulunmadığından gruplar kendi aralarında Mann Whitney-U analiziyle ikili olarak karşılaştırılmıştır.

**Çizelge 4.57. Kaygı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann Whitney U Testi Sonuçları**

Gruplar	İlkokul ve Altı	Ortaokul	Lise	Ön lisans	Lisans ve üstü
İlkokul ve Altı	$\bar{x}_{sıra} = 256.34$	$p > .05$	<b><math>p &lt; .01</math></b>	$p > .05$	<b><math>p &lt; .05</math></b>
Ortaokul		$\bar{x}_{sıra} = 281.87$	<b><math>p &lt; .05</math></b>	$p > .05$	$p > .05$
Lise			$\bar{x}_{sıra} = 320.93$	$p > .05$	$p > .05$
Ön Lisans				$\bar{x}_{sıra} = 250.16$	$p > .05$
Lisans ve Üstü					$\bar{x}_{sıra} = 318.34$

Çizelge 4.57’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin kaygı alt boyutu puanlarının hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U analizi sonucunda söz konusu farklılığın ilkökul ve altı eğitim alan grupla lise eğitimi alan grup arasında lise eğitimi alan grup lehine  $p < .01$  düzeyinde; ilkökul ve altı eğitim alan grupla lisans ve üstü eğitim alan grup arasında lisans ve üstü eğitim alan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde; ortaokul eğitimi alan grupla lise eğitimi alan grup arasında lise eğitimi alan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde meydana geldiği saptanmıştır. Diğer grupların sıralama ortalamaları arasındaki farklılıklar ise anlamlı bulunmamıştır ( $p > .05$ ).

**Çizelge 4.58. Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	sd	p
<b>Popülarite/ Sosyal Beğeni, Gözde Olma</b>	İlkokul ve Altı	144	271.24	5.352	4	.253
	Ortaokul	180	296.28			
	Lise	182	299.87			
	Ön Lisans	28	314.80			
	Lisans ve Üstü	43	255.20			
	Toplam	577				

Çizelge 4.58’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin popülarite/sosyal beğeni, gözde olma alt boyutu puanlarının öğrencilerin babalarının eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $x^2 = 5.352$ ;  $p > .05$ ).

**Çizelge 4.59. Davranış Ve Uyma/Konformite Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	<i>N</i>	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	<i>sd</i>	<i>p</i>
<b>Davranış ve Uyma/Konformite</b>	İlkokul ve Altı	144	286.73	2.473	4	.649
	Ortaokul	180	292.75			
	Lise	182	297.40			
	Ön Lisans	28	255.38			
	Lisans ve Üstü	43	267.28			
	Toplam	577				

Çizelge 4.59’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin davranış ve uyma/konformite alt boyutu puanlarının öğrencilerin babalarının eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $x^2=2.473$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.60. Fiziksel Görünüm Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	<i>N</i>	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	<i>sd</i>	<i>p</i>
<b>Fiziksel Görünüm</b>	İlkokul ve Altı	144	271.82	2.459	4	.652
	Ortaokul	180	300.26			
	Lise	182	291.70			
	Ön Lisans	28	288.29			
	Lisans ve Üstü	43	288.41			
	Toplam	577				

Çizelge 4.60’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin fiziksel görünüm alt boyutu puanlarının öğrencilerin babalarının eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $x^2=2.459$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.61. Zihinsel Ve Okul Durumu Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklaşıp Farklaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

<b>Puan</b>	<b>Gruplar</b>	<i>N</i>	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	<i>sd</i>	<i>p</i>
<b>Zihinsel ve Okul Durumu</b>	İlkokul ve Altı	144	277.62	6.240	4	.182
	Ortaokul	180	271.35			
	Lise	182	309.10			
	Ön Lisans	28	302.45			
	Lisans ve Üstü	43	307.17			
	Toplam	577				

Çizelge 4.61’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin zihinsel ve okul durumu alt boyutu puanlarının öğrencilerin babalarının eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $x^2=6.240$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.62. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklaşıp Farklaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

<b>Puan</b>	<b>Gruplar</b>	<i>N</i>	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	<i>sd</i>	<i>p</i>
<b>Paylaşım İhtiyacı</b>	İlkokul ve Altı	144	304.86	4.920	4	.296
	Ortaokul	180	279.71			
	Lise	182	279.30			
	Ön lisans	28	272.75			
	Lisans ve üstü	43	326.38			
	Toplam	577				

Çizelge 4.62’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin paylaşım ihtiyacı alt boyutu puanlarının öğrencilerin babalarının eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $x^2=4.920$ ;  $p>.05$ ).



**Çizelge 4.63. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	sd	p
Sosyal Yetkinlik	İlkokul ve Altı	144	291.68	10.496	4	.033
	Ortaokul	180	281.13			
	Lise	182	277.77			
	Ön lisans	28	280.86			
	Lisans ve üstü	43	365.81			
	Toplam	577				

Çizelge 4.63’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal yetkinlik alt boyutu puanlarının öğrencilerin babalarının eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ( $x^2=10.496$ ;  $p<.05$ ). Farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için özel bir yöntem bulunmadığından gruplar kendi aralarında Mann Whitney-U analiziyle ikili olarak karşılaştırılmıştır.

**Çizelge 4.64. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann Whitney U Testi Sonuçları**

Gruplar	İlkokul ve Altı	Ortaokul	Lise	Ön lisans	Lisans ve üstü
İlkokul ve Altı	$\bar{x}_{sıra} = 291.68$	$p > .05$	$p > .05$	$p > .05$	<b><math>p &lt; .05</math></b>
Ortaokul		$\bar{x}_{sıra} = 281.13$	$p > .05$	$p > .05$	<b><math>p &lt; .01</math></b>
Lise			$\bar{x}_{sıra} = 277.77$	$p > .05$	<b><math>p &lt; .01</math></b>
Ön Lisans				$\bar{x}_{sıra} = 280.86$	<b><math>p &lt; .05</math></b>
Lisans ve Üstü					$\bar{x}_{sıra} = 365.81$

Çizelge 4.64’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal yetkinlik alt boyutu puanlarının hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U analizi sonucunda söz konusu farklılığın ilkökul ve altı eğitim alan grupla lisans ve üstü eğitim alan grup arasında lisans ve üstü eğitim alan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde; ortaokul eğitimi alan grupla lisans ve üstü eğitim alan grup arasında lisans ve üstü eğitim alan grup lehine  $p < .01$  düzeyinde; lise eğitimi alan grupla lisans ve üstü eğitim alan grup arasında lisans ve üstü eğitim alan grup lehine  $p < .01$  düzeyinde; ön lisans eğitimi alan grupla lisans ve üstü eğitim alan grup arasında lisans ve üstü eğitim alan grup lehine

$p < .05$  düzeyinde meydana geldiği saptanmıştır. Diğer grupların sıralama ortalamaları arasındaki farklılıklar ise anlamlı bulunmamıştır ( $p > .05$ ).

**Çizelge 4.65. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$\chi^2$	sd	p
Sosyal İzolasyon	İlkokul ve Altı	144	255.79	9.946	4	.041
	Ortaokul	180	294.88			
	Lise	182	310.68			
	Ön Lisans	28	263.20			
	Lisans ve Üstü	43	300.64			
	Toplam	577				

Çizelge 4.65’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal izolasyon alt boyutu puanlarının öğrencilerin babalarının eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ( $\chi^2=9.946$ ;  $p < .05$ ). Farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için özel bir yöntem bulunmadığından gruplar kendi aralarında Mann Whitney-U analiziyle ikili olarak karşılaştırılmıştır.

**Çizelge 4.66. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann Whitney U Testi Sonuçları**

Gruplar	İlkokul ve Altı	Ortaokul	Lise	Ön lisans	Lisans ve üstü
İlkokul ve Altı	$\bar{x}_{sıra} = 255.79$	<b>p &lt; .05</b>	<b>p &lt; .01</b>	p > .05	p > .05
Ortaokul		$\bar{x}_{sıra} = 294.88$	p > .05	p > .05	p > .05
Lise			$\bar{x}_{sıra} = 310.68$	p > .05	p > .05
Ön lisans				$\bar{x}_{sıra} = 263.20$	p > .05
Lisans ve üstü					$\bar{x}_{sıra} = 300.64$

Çizelge 4.66’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal izolasyon alt boyutu puanlarının hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U analizi sonucunda söz konusu farklılığın ilkökul ve altı eğitim alan grupla ortaokul eğitimi alan grup arasında ortaokul eğitimi alan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde; ilkökul ve altı eğitim alan grupla lise eğitimi alan grup arasında lise eğitimi

alan grup lehine  $p < .01$  düzeyinde meydana geldiği saptanmıştır. Diğer grupların sıralama ortalamaları arasındaki farklılıklar ise anlamlı bulunmamıştır ( $p > .05$ ).

**Çizelge 4.67. Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	sd	p
Öğretmenlerle İlişki	İlkokul ve Altı	144	276.02	11.745	4	.019
	Ortaokul	180	275.85			
	Lise	182	288.41			
	Ön Lisans	28	355.04			
	Lisans ve Üstü	43	347.01			
	Toplam	577				

Çizelge 4.67’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin öğretmenlerle ilişki alt boyutu puanlarının öğrencilerin babalarının eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ( $x^2=11.745$ ;  $p < .05$ ). Farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için özel bir yöntem bulunmadığından gruplar kendi aralarında Mann Whitney-U analiziyle ikili olarak karşılaştırılmıştır.

**Çizelge 4.68. Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann Whitney U Testi Sonuçları**

Gruplar	İlkokul ve Altı	Ortaokul	Lise	Ön lisans	Lisans ve üstü
İlkokul ve Altı	$\bar{x}_{sıra} = 276.02$	$p > .05$	$p > .05$	<b><math>p &lt; .05</math></b>	<b><math>p &lt; .05</math></b>
Ortaokul		$\bar{x}_{sıra} = 275.85$	$p > .05$	<b><math>p &lt; .05</math></b>	<b><math>p &lt; .05</math></b>
Lise			$\bar{x}_{sıra} = 288.41$	<b><math>p &lt; .05</math></b>	<b><math>p &lt; .05</math></b>
Ön Lisans				$\bar{x}_{sıra} = 355.04$	$p > .05$
Lisans ve Üstü					$\bar{x}_{sıra} = 347.01$

Çizelge 4.68’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin öğretmenlerle ilişki alt boyutu puanlarının hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U analizi sonucunda söz konusu farklılığın ilkökul ve altı eğitim alan grupla ön lisans eğitimi alan grup arasında ön lisans eğitimi alan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde; ilkökul ve altı eğitim alan grupla lisans ve üstü eğitimi alan grup arasında lisans

ve üstü eğitim alan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde; ortaokul eğitimi alan grupla ön lisans eğitimi alan grup arasında ön lisans eğitimi alan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde; ortaokul eğitimi alan grupla lisans ve üstü eğitim alan grup arasında lisans ve üstü eğitim alan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde; lise eğitimi alan grupla ön lisans eğitimi alan grup arasında ön lisans eğitimi alan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde; lise eğitimi alan grupla lisans ve üstü eğitim alan grup arasında lisans ve üstü eğitim alan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde meydana geldiği saptanmıştır. Diğer grupların sıralama ortalamaları arasındaki farklılıklar ise anlamlı bulunmamıştır ( $p > .05$ ).

**Çizelge 4.69. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

<b>Puan</b>	<b>Gruplar</b>	<i>N</i>	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	<i>sd</i>	<i>p</i>
<b>Toplam Puan</b>	İlkokul ve Altı	144	309.46	9.989	4	.041
	Ortaokul	180	277.23			
	Lise	182	269.98			
	Ön Lisans	28	301.21			
	Lisans ve Üstü	43	342.30			
	Toplam	577				

Çizelge 4.69’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal medya tutum ölçeği toplam puanlarının öğrencilerin babalarının eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ( $x^2=9.989$ ;  $p < .05$ ). Farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için özel bir yöntem bulunmadığından gruplar kendi aralarında Mann Whitney-U analiziyle ikili olarak karşılaştırılmıştır.

**Çizelge 4.70. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Öğrencilerin Babalarının Eğitim Düzeyi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann Whitney U Testi Sonuçları**

Gruplar	İlkokul ve Altı	Ortaokul	Lise	Ön lisans	Lisans ve üstü
İlkokul ve Altı	$\bar{x}_{sıra} = 309.46$	$p > .05$	$p < .05$	$p > .05$	$p > .05$
Ortaokul		$\bar{x}_{sıra} = 277.23$	$p > .05$	$p > .05$	$p < .05$
Lise			$\bar{x}_{sıra} = 269.98$	$p > .05$	$p < .05$
Ön Lisans				$\bar{x}_{sıra} = 301.21$	$p > .05$
Lisans ve Üstü					$\bar{x}_{sıra} = 342.30$

Çizelge 4.70’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal medya tutum ölçeği toplam puanlarının hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U analizi sonucunda söz konusu farklılığın ilkökul ve altı eğitim alan grupla lise eğitimi alan grup arasında ilkökul ve altı eğitim alan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde; ortaokul eğitimi alan grupla lisans ve üstü eğitim alan grup arasında lisans ve üstü eğitim alan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde; lise eğitimi alan grupla lisans ve üstü eğitim alan grup arasında lisans ve üstü eğitim alan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde meydana geldiği saptanmıştır. Diğer grupların sıralama ortalamaları arasındaki farklılıklar ise anlamlı bulunmamıştır ( $p > .05$ ).

**Çizelge 4.71. Mutluluk-Doyum Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Herhangi Bir Sosyal Medya Sitesine Üye Olup Olmama Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}$	ss	Sh $\bar{x}$	t Testi		
						t	Sd	p
Mutluluk-Doyum	Üye	524	9.93	2.57	.112	1.073	575	.284
	Üye Değil	53	9.53	2.69	.370			

Çizelge 4.71’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin mutluluk-doyum alt boyutu puanlarının öğrencilerin herhangi bir sosyal medya sitesine üye olup olmama değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $t = 1.073$ ;  $p > .05$ ).

**Çizelge 4.72. Kaygı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Herhangi Bir Sosyal Medya Sitesine Üye Olup Olmama Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}$	ss	Sh $_{\bar{x}}$	t Testi		
						t	Sd	p
Kaygı	Üye	524	7.06	2.47	.108	.023	575	.981
	Üye Değil	53	7.06	2.45	.337			

Çizelge 4.72’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin kaygı alt boyutu puanlarının öğrencilerin herhangi bir sosyal medya sitesine üye olup olmama değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $t=.023$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.73. Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Herhangi Bir Sosyal Medya Sitesine Üye Olup Olmama Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}$	ss	Sh $_{\bar{x}}$	t Testi		
						t	Sd	p
Popülarite/ Sosyal Beğeni, Gözde Olma	Üye	524	8.74	2.14	.094	2.392	575	.017
	Üye Değil	53	8.00	2.27	.312			

Çizelge 4.73’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin popülarite/sosyal beğeni, gözde olma alt boyutu puanlarının öğrencilerin herhangi bir sosyal medya sitesine üye olup olmama değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $t=2.392$ ;  $p<.05$ ). Söz konusu farklılık herhangi bir sosyal medya sitesine üye olan öğrencilerin lehine gerçekleşmiştir.

**Çizelge 4.74. Davranış Ve Uyma/Konformite Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Herhangi Bir Sosyal Medya Sitesine Üye Olup Olmama Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}$	ss	Sh $\bar{x}$	t Testi		
						t	Sd	p
Davranış Ve Uyma/Konformite	Üye	524	12.07	3.13	.137	-.211	575	.833
	Üye Değil	53	12.17	3.27	.449			

Çizelge 4.74’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin davranış ve uyma/konformite alt boyutu puanlarının öğrencilerin herhangi bir sosyal medya sitesine üye olup olmama değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $t=-.211$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.75. Fiziksel Görünüm Puanlarının Öğrencilerin Herhangi Bir Sosyal Medya Sitesine Üye Olup Olmama Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}$	ss	Sh $\bar{x}$	t Testi		
						t	Sd	p
Fiziksel Görünüm	Üye	524	7.26	2.00	.088	1.720	575	.086
	Üye Değil	53	6.75	2.27	.312			

Çizelge 4.75’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin fiziksel görünüm puanlarının öğrencilerin herhangi bir sosyal medya sitesine üye olup olmama değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $t=1.720$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.76. Zihinsel Ve Okul Durumu Puanlarının Öğrencilerin Herhangi Bir Sosyal Medya Sitesine Üye Olup Olmama Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}$	ss	Sh $\bar{x}$	t Testi		
						t	Sd	p
Zihinsel ve Okul Durumu	Üye	524	4.79	1.60	.070	1.071	575	.285
	Üye Değil	53	4.55	1.58	.216			

Çizelge 4.76’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin zihinsel ve okul durumu puanlarının öğrencilerin herhangi bir sosyal medya sitesine üye olup olmama değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $t=1.071$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.77. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Herhangi Bir Sosyal Medya Sitesine Üye Olup Olmama Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}$	ss	Sh $\bar{x}$	t Testi		
						t	Sd	p
Paylaşım İhtiyacı	Üye	524	2.23	.82	.036	-7.539	575	.000
	Üye Değil	53	3.15	1.10	.151			

Çizelge 4.77’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin paylaşım ihtiyacı alt boyutu puanlarının öğrencilerin herhangi bir sosyal medya sitesine üye olup olmama değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $t=-7.539$ ;  $p<.001$ ). Söz konusu farklılık herhangi bir sosyal medya sitesine üye olmayan öğrenciler lehine gerçekleşmiştir.

**Çizelge 4.78. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Herhangi Bir Sosyal Medya Sitesine Üye Olup Olmama Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}$	ss	Sh $\bar{x}$	t Testi		
						t	Sd	p
Sosyal Yetkinlik	Üye	524	2.87	1.01	.044	-3.382	575	.001
	Üye Değil	53	3.37	1.14	.156			

Çizelge 4.78’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal yetkinlik alt boyutu puanlarının öğrencilerin herhangi bir sosyal medya sitesine üye olup olmama değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $t=-3.382$ ;  $p<.01$ ). Söz konusu farklılık herhangi bir sosyal medya sitesine üye olmayan öğrenciler lehine gerçekleşmiştir.



**Çizelge 4.79. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Herhangi Bir Sosyal Medya Sitesine Üye Olup Olmama Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}$	ss	Sh $\bar{x}$	t Testi		
						t	Sd	p
Sosyal İzolasyon	Üye	524	3.80	1.03	.045	3.327	575	.001
	Üye Değil	53	3.30	1.19	.164			

Çizelge 4.79’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal izolasyon alt boyutu puanlarının öğrencilerin herhangi bir sosyal medya sitesine üye olup olmama değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $t=3.327$ ;  $p<.01$ ). Söz konusu farklılık herhangi bir sosyal medya sitesine üye olan öğrenciler lehine gerçekleşmiştir.

**Çizelge 4.80. Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Herhangi Bir Sosyal Medya Sitesine Üye Olup Olmama Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}$	ss	Sh $\bar{x}$	t Testi		
						t	Sd	p
Öğretmenlerle İlişki	Üye	524	3.45	1.21	.053	1.192	575	.234
	Üye Değil	53	3.25	1.09	.149			

Çizelge 4.80’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin öğretmenlerle ilişki alt boyutu puanlarının öğrencilerin herhangi bir sosyal medya sitesine üye olup olmama değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $t=1.192$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.81. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Öğrencilerin Herhangi Bir Sosyal Medya Sitesine Üye Olup Olmama Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}$	ss	Sh $\bar{x}$	t Testi		
						t	Sd	p
Toplam Puan	Üye	524	2.56	.56	.024	-6.480	575	.000
	Üye Değil	53	3.11	.77	.105			

Çizelge 4.81’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal medya tutum ölçeği toplam puanlarının öğrencilerin herhangi bir sosyal medya sitesine üye olup olmama değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız grup t testi sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $t=-6.480$ ;  $p<.001$ ). Söz konusu farklılık herhangi bir sosyal medya sitesine üye olmayan öğrenciler lehine gerçekleşmiştir.

**Çizelge 4.82. Mutluluk-Doyum Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f . <math>\bar{x}</math> ve <math>ss</math> Değerleri</i>					<i>ANOVA Sonuçları</i>					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
<b>Mutluluk-Doyum</b>	Kullanmıyorum	40	9.83	2.30	<b>G.Arası</b>	34.34	5	6.87		
	1 Yıldan Az	55	9.85	2.77	<b>G.İçi</b>	3805.78	571	6.67		
	1-2 Yıl	96	10.30	2.51	<b>Toplam</b>	3840.12	576		1.030	.399
	3-4 Yıl	191	9.98	2.65						
	4-6 Yıl	132	9.69	2.58						
	6 Yıldan Fazla	63	9.48	2.47						
	Toplam	577	9.89	2.58						

Çizelge 4.82’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin mutluluk-doyum alt boyutu puanlarının öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanma süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=1.030$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.83. Kaygı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f . <math>\bar{x}</math> ve <math>ss</math> Değerleri</i>					<i>ANOVA Sonuçları</i>					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
<b>Kaygı</b>	Kullanmıyorum	40	7.13	2.44	<b>G.Arası</b>	7.72	5	1.54		
	1 Yıldan Az	55	6.89	2.32	<b>G.İçi</b>	3482.91	571	6.10		
	1-2 Yıl	96	7.27	2.54	<b>Toplam</b>	3490.63	576		.253	.938
	3-4 Yıl	191	6.99	2.48						
	4-6 Yıl	132	7.11	2.56						
	6 Yıldan Fazla	63	6.97	2.26						
	Toplam	577	7.06	2.46						

Çizelge 4.83’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin kaygı alt boyutu puanlarının öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanma süresi değişkenine göre anlamlı

bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=.253; p>.05$ ).

**Çizelge 4.84. Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Puan	Grup	<i>f . <math>\bar{x}</math> ve <math>ss</math> Değerleri</i>			ANOVA Sonuçları					
		<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
<b>Popülarite/ Sosyal Beğeni, Gözde Olma</b>	Kullanmıyorum	40	8.18	1.97	<b>G.Arası</b>	57.16	5	11.43		
	1 Yıldan Az	55	8.07	2.36	<b>G.İçi</b>	2635.58	571	4.62		
	1-2 Yıl	96	8.74	2.17	<b>Toplam</b>	2692.75	576		2.477	.031
	3-4 Yıl	191	9.02	1.97						
	4-6 Yıl	132	8.64	2.21						
	6 Yıldan Fazla	63	8.43	2.40						
	Toplam	577	8.67	2.16						

Çizelge 4.84’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin popülarite/sosyal beğeni, gözde olma alt boyutu puanlarının öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanma süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=2.477; p<.05$ ). Bu sonucun ardından tamamlayıcı analizlere geçilmiştir. Hangi karşılaştırma analizinin kullanılacağına karar verilirken öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olduğu bulunmuştur ( $LF=.853; p>.05$ ). Bu aşamada Scheffe veya Tamhane’s T2 analizleri anlamlı sonuç vermediğinden Tukey HSD analizi uygulanmış ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

**Çizelge 4.85. Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Tukey HSD Testi Sonuçları**

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	<i>p</i>
Kullanmıyorum	1 Yıldan Az	.102	.446	1.000
	1-2 Yıl	-.565	.404	.729
	3-4 Yıl	-.846	.374	.211
	4-6 Yıl	-.469	.388	.832
	6 Yıldan Fazla	-.254	.434	.992
1 Yıldan Az	Kullanmıyorum	-.102	.446	1.000
	1-2 Yıl	-.667	.363	.444
	3-4 Yıl	-.948	.329	<b>.047</b>
	4-6 Yıl	-.571	.345	.561
	6 Yıldan Fazla	-.356	.396	.947
1-2 Yıl	Kullanmıyorum	.565	.404	.729
	1 Yıldan Az	.667	.363	.444
	3-4 Yıl	-.281	.269	.902
	4-6 Yıl	.096	.288	.999
	6 Yıldan Fazla	.311	.348	.948
3-4 Yıl	Kullanmıyorum	.846	.374	.211
	1 Yıldan Az	.948	.329	<b>.047</b>
	1-2 Yıl	.281	.269	.902
	4-6 Yıl	.377	.243	.632
	6 Yıldan Fazla	.592	.312	.405
4-6 Yıl	Kullanmıyorum	.469	.388	.832
	1 Yıldan Az	.571	.345	.561
	1-2 Yıl	-.096	.288	.999
	3-4 Yıl	-.377	.243	.632
	6 Yıldan Fazla	.215	.329	.987
6 Yıldan Fazla	Kullanmıyorum	.254	.434	.992
	1 Yıldan Az	.356	.396	.947
	1-2 Yıl	-.311	.348	.948
	3-4 Yıl	-.592	.312	.405
	4-6 Yıl	-.215	.329	.987

Çizelge 4.85’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin popülarite/sosyal beğeni, gözde olma alt boyutu puanlarının hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Tukey HSD analizi sonucunda söz konusu farklılığın sosyal medya sitelerini 1 yıldan az kullanan grup ile 3-4 yıl süreyle kullanan grup arasında 3-4 yıl süreyle kullanan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ( $p > .05$ ).

**Çizelge 4.86. Davranış Ve Uyma/Konformite Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
<b>Davranış ve Uyma-Konformite</b>	Kullanmıyorum	40	12.08	3.38	<b>G.Arası</b>	92.43	5	18.49		
	1 Yıdan Az	55	12.62	3.56	<b>G.İçi</b>	5573.57	571	9.76		
	1-2 Yıl	96	12.51	3.08	<b>Toplam</b>	5666.01	576		1.894	.094
	3-4 Yıl	191	12.24	2.99						
	4-6 Yıl	132	11.48	2.92						
	6 Yıdan Fazla	63	11.75	3.44						
	Toplam	577	12.08	3.14						

Çizelge 4.86’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin davranış ve uyma/konformite alt boyutu puanlarının öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanma süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=1.894$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.87. Fiziksel Görünüm Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
<b>Fiziksel Görünüm</b>	Kullanmıyorum	40	7.05	2.24	<b>G.Arası</b>	21.45	5	4.29		
	1 Yıdan Az	55	7.33	1.93	<b>G.İçi</b>	2356.75	571	4.13		
	1-2 Yıl	96	7.56	1.72	<b>Toplam</b>	2378.21	576		1.039	.393
	3-4 Yıl	191	7.04	2.09						
	4-6 Yıl	132	7.28	2.02						
	6 Yıdan Fazla	63	7.06	2.25						
	Toplam	577	7.21	2.03						

Çizelge 4.87’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin fiziksel görünüm alt boyutu puanlarının öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanma süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=1.039$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.88. Zihinsel Ve Okul Durumu Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Zihinsel ve Okul Durumu	Kullanmıyorum	40	4.53	1.80	<b>G.Arası</b>	17.55	5	3.51		
	1 Yıldan Az	55	4.96	1.69	<b>G.İçi</b>	1454.26	571	2.55		
	1-2 Yıl	96	5.05	1.55	<b>Toplam</b>	1471.80	576		1.378	.231
	3-4 Yıl	191	4.65	1.60						
	4-6 Yıl	132	4.83	1.46						
	6 Yıldan Fazla	63	4.57	1.72						
	Toplam	577	4.77	1.60						

Çizelge 4.88’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin zihinsel ve okul durumu alt boyutu puanlarının öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanma süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=1.378$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.89. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Paylaşım İhtiyacı	Kullanmıyorum	40	3.13	1.00	<b>G.Arası</b>	58.29	5	11.66		
	1 Yıldan Az	55	2.84	1.04	<b>G.İçi</b>	392.02	571	.69		
	1-2 Yıl	96	2.46	.79	<b>Toplam</b>	450.30	576		16.979	.000
	3-4 Yıl	191	2.12	.70						
	4-6 Yıl	132	2.11	.79						
	6 Yıldan Fazla	63	2.14	.99						
	Toplam	577	2.32	.88						

Çizelge 4.89’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin paylaşım ihtiyacı alt boyutu puanlarının öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanma süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=16.979$ ;  $p<.001$ ). Bu sonucun ardından tamamlayıcı analizlere geçilmiştir. Hangi karşılaştırma analizinin kullanılacağına karar verilirken öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olmadığı bulunmuştur ( $LF=5.150$ ;  $p<.001$ ). Bu nedenle Tamhane’s T2 analizi uygulanmış ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

**Çizelge 4.90. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Tamhane's T2 Testi Sonuçları**

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	Sh $_{\bar{x}}$	p
Kullanmıyorum	1 Yıdan Az	.288	.212	.947
	1-2 Yıl	.670	.178	<b>.006</b>
	3-4 Yıl	1.008	.167	<b>.000</b>
	4-6 Yıl	1.017	.173	<b>.000</b>
	6 Yıdan Fazla	.990	.202	<b>.000</b>
1 Yıdan Az	Kullanmıyorum	-.288	.212	.947
	1-2 Yıl	.382	.162	.268
	3-4 Yıl	.720	.149	<b>.000</b>
	4-6 Yıl	.729	.157	<b>.000</b>
	6 Yıdan Fazla	.702	.188	<b>.004</b>
1-2 Yıl	Kullanmıyorum	-.670	.178	<b>.006</b>
	1 Yıdan Az	-.382	.162	.268
	3-4 Yıl	.338	.095	<b>.007</b>
	4-6 Yıl	.346	.106	<b>.019</b>
	6 Yıdan Fazla	.320	.149	.401
3-4 Yıl	Kullanmıyorum	-1.008	.167	<b>.000</b>
	1 Yıdan Az	-.720	.149	<b>.000</b>
	1-2 Yıl	-.338	.095	<b>.007</b>
	4-6 Yıl	.008	.085	1.000
	6 Yıdan Fazla	-.018	.135	1.000
4-6 Yıl	Kullanmıyorum	-1.017	.173	<b>.000</b>
	1 Yıdan Az	-.729	.157	<b>.000</b>
	1-2 Yıl	-.346	.106	<b>.019</b>
	3-4 Yıl	-.008	.085	1.000
	6 Yıdan Fazla	-.026	.143	1.000
6 Yıdan Fazla	Kullanmıyorum	-.990	.202	<b>.000</b>
	1 Yıdan Az	-.702	.188	<b>.004</b>
	1-2 Yıl	-.320	.149	.401
	3-4 Yıl	.018	.135	1.000
	4-6 Yıl	.026	.143	1.000

Çizelge 4.90'da görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin paylaşım ihtiyacı alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerini kullanma süresi değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Tamhane's T2 analizi sonucunda söz konusu farklılığın sosyal medya sitelerini hiç kullanmayan grupla 1-2 yıl süreyle kullanan grup arasında hiç kullanmayan grup lehine  $p < .01$  düzeyinde; 3-4 yıl, 4-6 yıl ve 6 yıldan fazla kullanan grupla arasında ise hiç kullanmayan grup lehine  $p < .001$  düzeyinde gerçekleşmiştir. Sosyal medya sitelerini 1 yıldan az süreyle kullanan grupla 3-4

yıl ve 4-6 yıl süreyle kullanan grup arasında 1 yıldan az süreyle kullanan grup lehine  $p < .001$  düzeyinde; 6 yıldan fazla süreyle kullanan grupla arasında ise 1 yıldan az süreyle kullanan grup lehine  $p < .01$  düzeyinde gerçekleşmiştir. Sosyal medya sitelerini 1-2 yıl süreyle kullanan grupla 3-4 yıl süreyle kullanan grup arasında 1-2 yıl süreyle kullanan grup lehine  $p < .01$  düzeyinde; 4-6 yıl süreyle kullanan grupla arasında ise 1-2 yıl süreyle kullanan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ( $p > .05$ ).

**Çizelge 4.91. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Farklaşım Farklaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Sosyal Yetkinlik	Kullanmıyorum	40	3.42	1.10	<b>G.Arası</b>	41.05	5	8.21		
	1 Yıldan Az	55	3.30	1.06	<b>G.İçi</b>	574.73	571	1.01		
	1-2 Yıl	96	3.10	1.05	<b>Toplam</b>	615.78	576		8.157	.000
	3-4 Yıl	191	2.90	.93						
	4-6 Yıl	132	2.73	1.01						
	6 Yıldan Fazla	63	2.42	1.03						
	Toplam	577	2.92	1.03						

Çizelge 4.91’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal yetkinlik alt boyutu puanlarının öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanma süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=8.157$ ;  $p < .001$ ). Bu sonucun ardından tamamlayıcı analizlere geçilmiştir. Hangi karşılaştırma analizinin kullanılacağına karar verilirken öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olduğu bulunmuştur ( $LF=.950$ ;  $p > .05$ ). Bu nedenle Scheffe çoklu karşılaştırma analizi uygulanmış ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.



**Çizelge 4.92. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Hangi Alt Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları**

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
Kullanmıyorum	1 Yıldan Az	.122	.208	.997
	1-2 Yıl	.324	.189	.708
	3-4 Yıl	.522	.174	.113
	4-6 Yıl	.685	.181	<b>.015</b>
	6 Yıldan Fazla	.998	.203	<b>.000</b>
1 Yıldan Az	Kullanmıyorum	-.122	.208	.997
	1-2 Yıl	.202	.170	.922
	3-4 Yıl	.400	.154	.239
	4-6 Yıl	.563	.161	<b>.033</b>
	6 Yıldan Fazla	.876	.185	<b>.001</b>
1-2 Yıl	Kullanmıyorum	-.324	.189	.708
	1 Yıldan Az	-.202	.170	.922
	3-4 Yıl	.197	.126	.780
	4-6 Yıl	.361	.135	.208
	6 Yıldan Fazla	.674	.163	<b>.005</b>
3-4 Yıl	Kullanmıyorum	-.522	.174	.113
	1 Yıldan Az	-.400	.154	.239
	1-2 Yıl	-.197	.126	.780
	4-6 Yıl	.164	.114	.838
	6 Yıldan Fazla	.476	.146	.060
4-6 Yıl	Kullanmıyorum	-.685	.181	<b>.015</b>
	1 Yıldan Az	-.563	.161	<b>.033</b>
	1-2 Yıl	-.361	.135	.208
	3-4 Yıl	-.164	.114	.838
	6 Yıldan Fazla	.313	.154	.530
6 Yıldan Fazla	Kullanmıyorum	-.998	.203	<b>.000</b>
	1 Yıldan Az	-.876	.185	<b>.001</b>
	1-2 Yıl	-.674	.163	<b>.005</b>
	3-4 Yıl	-.476	.146	.060
	4-6 Yıl	-.313	.154	.530

Çizelge 4.92’de görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal yetkinlik alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerini kullanma süresi değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Scheffe analizi sonucunda söz konusu farklılık sosyal medya sitelerini hiç kullanmayan grupla 4-6 yıl süreyle kullanan grup arasında hiç kullanmayan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde; 6 yıldan fazla süreyle kullanan grupla arasında ise hiç kullanmayan grup lehine  $p < .001$  düzeyinde, sosyal medya sitelerini 1 yıldan az kullanan grupla 4-6 yıl süreyle kullanan grup arasında 1 yıldan az

süreyle kullanan grup lehine  $p<.05$  düzeyinde; 6 yıldan fazla süreyle kullanan grupla arasında ise 1 yıldan az süreyle kullanan grup lehine  $p<.01$  düzeyinde, sosyal medya sitelerini 1-2 yıl süreyle kullanan grupla 6 yıldan fazla süreyle kullanan grup arasında 1-2 yıl süreyle kullanan grup lehine  $p<.01$  düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ( $p>.05$ ).

**Çizelge 4.93. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Puan	Grup	<i>f</i> · $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri			ANOVA Sonuçları					
		<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Sosyal İzolasyon	Kullanmıyorum	40	3.30	1.12	<b>G.Arası</b>	23.48	5	4.70		
	1 Yıldan Az	55	3.38	1.14	<b>G.İçi</b>	618.97	571	1.08		
	1-2 Yıl	96	3.94	.97	<b>Toplam</b>	642.45	576		4.333	.001
	3-4 Yıl	191	3.88	.89						
	4-6 Yıl	132	3.79	1.14						
	6 Yıldan Fazla	63	3.60	1.2						
	Toplam	577	3.75	1.06						

Çizelge 4.93’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal izolasyon alt boyutu puanlarının öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanma süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=4.333$ ;  $p<.01$ ). Bu sonucun ardından tamamlayıcı analizlere geçilmiştir. Hangi karşılaştırma analizinin kullanılacağına karar verilirken öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olmadığı bulunmuştur ( $LF=4.206$ ;  $p<.01$ ). Bu nedenle Tamhane’s T2 analizi uygulanmış ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

**Çizelge 4.94. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Tamhane's T2 Testi Sonuçları**

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	Sh $_{\bar{x}}$	p
Kullanmıyorum	1 Yıldan Az	-.081	.234	1.000
	1-2 Yıl	-.632	.203	<b>.042</b>
	3-4 Yıl	-.576	.189	.053
	4-6 Yıl	-.487	.203	.255
	6 Yıldan Fazla	-.296	.233	.969
1 Yıldan Az	Kullanmıyorum	.081	.234	1.000
	1-2 Yıl	-.551	.183	<b>.047</b>
	3-4 Yıl	-.496	.166	.056
	4-6 Yıl	-.407	.183	.347
	6 Yıldan Fazla	-.216	.215	.997
1-2 Yıl	Kullanmıyorum	.632	.203	<b>.042</b>
	1 Yıldan Az	.551	.183	<b>.047</b>
	3-4 Yıl	.055	.118	1.000
	4-6 Yıl	.144	.140	.996
	6 Yıldan Fazla	.335	.181	.640
3-4 Yıl	Kullanmıyorum	.576	.189	.053
	1 Yıldan Az	.496	.166	.056
	1-2 Yıl	-.055	.118	1.000
	4-6 Yıl	.089	.118	1.000
	6 Yıldan Fazla	.280	.164	.762
4-6 Yıl	Kullanmıyorum	.487	.203	.255
	1 Yıldan Az	.407	.183	.347
	1-2 Yıl	-.144	.140	.996
	3-4 Yıl	-.089	.118	1.000
	6 Yıldan Fazla	.191	.181	.994
6 Yıldan Fazla	Kullanmıyorum	.296	.233	.969
	1 Yıldan Az	.216	.215	.997
	1-2 Yıl	-.335	.181	.640
	3-4 Yıl	-.280	.164	.762
	4-6 Yıl	-.191	.181	.994

Çizelge 4.94'de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal izolasyon alt boyutu puanlarının hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Tamhane's T2 analizi sonucunda söz konusu farklılığın sosyal medya sitelerini hiç kullanmayan grup ile 1-2 yıl süreyle kullanan grup arasında 1-2 yıl süreyle kullanan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde; sosyal medya sitelerini 1 yıldan az kullanan grup ile 1-2 yıl süreyle kullanan grup arasında 1-2 yıldır kullanan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde

geçekleştığı saptanmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ( $p>.05$ ).

**Çizelge 4.95. Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Puan	Grup	<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri			ANOVA Sonuçları					
		<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Öğretmenlerle İlişki	Kullanmıyorum	40	3.25	1.12	<b>G.Arası</b>	13.23	5	2.65		
	1 Yıldan Az	55	3.24	1.14	<b>G.İçi</b>	818.41	571	1.43		
	1-2 Yıl	96	3.38	1.09	<b>Toplam</b>	831.64	576		1.846	.102
	3-4 Yıl	191	3.48	1.22						
	4-6 Yıl	132	3.65	1.23						
	6 Yıldan Fazla	63	3.21	1.32						
	Toplam	577	3.43	1.20						

Çizelge 4.95’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin öğretmenlerle ilişki alt boyutu puanlarının öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanma süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=1.846$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.96. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Puan	Grup	<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri			ANOVA Sonuçları					
		<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Toplam Puan	Kullanmıyorum	40	3.11	.72	<b>G.Arası</b>	21.74	5	4.35		
	1 Yıldan Az	55	2.96	.70	<b>G.İçi</b>	185.61	571	.32		
	1-2 Yıl	96	2.66	.52	<b>Toplam</b>	207.35	576		13.375	.000
	3-4 Yıl	191	2.51	.51						
	4-6 Yıl	132	2.52	.52						
	6 Yıldan Fazla	63	2.44	.68						
	Toplam	577	2.61	.60						

Çizelge 4.96’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal medya tutum ölçeği toplam puanlarının öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanma süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=13.375$ ;  $p<.001$ ). Bu sonucun ardından tamamlayıcı analizlere geçilmiştir. Hangi karşılaştırma analizinin kullanılacağına karar verilirken

öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olmadığı bulunmuştur ( $LF=3.353$ ;  $p<.01$ ). Bu nedenle Tamhane's T2 analizi uygulanmış ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

**Çizelge 4.97. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Süresi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Tamhane's T2 Testi Sonuçları**

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	$p$
Kullanmıyorum	1 Yıldan Az	.148	.148	.997
	1-2 Yıl	.451	.126	<b>.010</b>
	3-4 Yıl	.597	.120	<b>.000</b>
	4-6 Yıl	.593	.122	<b>.000</b>
	6 Yıldan Fazla	.668	.143	<b>.000</b>
1 Yıldan Az	Kullanmıyorum	-.148	.148	.997
	1-2 Yıl	.303	.108	.088
	3-4 Yıl	.449	.101	<b>.000</b>
	4-6 Yıl	.444	.104	<b>.001</b>
	6 Yıldan Fazla	.519	.127	<b>.001</b>
1-2 Yıl	Kullanmıyorum	-.451	.126	<b>.010</b>
	1 Yıldan Az	-.303	.108	.088
	3-4 Yıl	.146	.065	.311
	4-6 Yıl	.141	.070	.484
	6 Yıldan Fazla	.217	.101	.407
3-4 Yıl	Kullanmıyorum	-.597	.120	<b>.000</b>
	1 Yıldan Az	-.449	.101	<b>.000</b>
	1-2 Yıl	-.146	.065	.311
	4-6 Yıl	-.005	.058	1.000
	6 Yıldan Fazla	.070	.094	1.000
4-6 Yıl	Kullanmıyorum	-.593	.122	<b>.000</b>
	1 Yıldan Az	-.444	.104	<b>.001</b>
	1-2 Yıl	-.141	.070	.484
	3-4 Yıl	.005	.058	1.000
	6 Yıldan Fazla	.075	.097	1.000
6 Yıldan Fazla	Kullanmıyorum	-.668	.143	<b>.000</b>
	1 Yıldan Az	-.519	.127	<b>.001</b>
	1-2 Yıl	-.217	.101	.407
	3-4 Yıl	-.070	.094	1.000
	4-6 Yıl	-.075	.097	1.000

Çizelge 4.97'de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal medya tutum ölçeği toplam puanlarının hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Tamhane's T2 analizi sonucunda söz konusu farklılık sosyal medya sitelerini hiç

kullanmayan grup ile 1-2 yıl süreyle kullanan grup arasında hiç kullanmayan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde; sosyal medya sitelerini hiç kullanmayan grup ile 3-4 yıl, 4-6 yıl ve 6 yıldan fazla süreyle kullanan grup arasında hiç kullanmayan grup lehine  $p < .001$  düzeyinde gerçekleşmiştir. Sosyal medya sitelerini 1 yıldan az süreyle kullanan grup ile 3-4 yıl süreyle kullanan grup arasında 1 yıldan az süreyle kullanan grup lehine  $p < .001$  düzeyinde; sosyal medya sitelerini 1 yıldan az süreyle kullanan grup ile 4-6 yıl ve 6 yıldan fazla kullanan grup arasında 1 yıldan az süreyle kullanan grup lehine  $p < .01$  düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ( $p > .05$ ).

**Çizelge 4.98. Mutluluk-Doyum Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Farklaşım Farklaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> · $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
<b>Mutluluk-Doyum</b>	Kullanmıyorum	38	9.45	2.31	<b>G.Arası</b>	31.64	5	6.33		
	1 Yıldan Az	157	9.97	2.49	<b>G.İçi</b>	3808.48	571	6.67		
	1-2 Yıl	197	9.84	2.60	<b>Toplam</b>	3840.12	576		.949	.449
	3-4 Yıl	38	10.63	2.82						
	4-6 Yıl	113	9.76	2.69						
	6 Yıldan Fazla	34	9.91	2.50						
	Toplam	577	9.89	2.58						

Çizelge 4.98’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin mutluluk-doyum alt boyutu puanlarının öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F = .949$ ;  $p > .05$ ).

**Çizelge 4.99. Kaygı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> · $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Kaygı	Kullanmıyorum	38	7.00	2.37	<b>G.Arası</b>	56.01	5	11.20		
	1 Yıldan Az	157	7.03	2.42	<b>G.İçi</b>	3434.62	571	6.02		
	1-2 Yıl	197	6.99	2.65	<b>Toplam</b>	3490.63	576		1.862	.099
	3-4 Yıl	38	8.21	2.36						
	4-6 Yıl	113	6.86	2.14						
	6 Yıldan Fazla	34	7.09	2.55						
	Toplam	577	7.06	2.46						

Çizelge 4.99’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin kaygı alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda(ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=1.862$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.100. Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> · $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Popülarite/ Sosyal Beğeni, Gözde Olma	Kullanmıyorum	38	7.97	2.02	<b>G.Arası</b>	48.22	5	9.65		
	1 Yıldan Az	157	8.80	2.14	<b>G.İçi</b>	2644.52	571	4.63		
	1-2 Yıl	197	8.77	2.17	<b>Toplam</b>	2692.75	576		2.082	.066
	3-4 Yıl	38	9.32	1.83						
	4-6 Yıl	113	8.47	2.26						
	6 Yıldan Fazla	34	8.29	2.22						
	Toplam	577	8.67	2.16						

Çizelge 4.100’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin popülarite/sosyal beğeni, gözde olma alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=2.082$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.101. Davranış Ve Uyma/Konformite Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Puan	Grup	<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri			ANOVA Sonuçları					
		<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Davranış ve Uyma-Konformite	Kullanmıyorum	38	11.53	3.79	<b>G.Arası</b>	91.71	5	18.34		
	1 Yıldan Az	157	12.32	3.07	<b>G.İçi</b>	5574.30	571	9.76		
	1-2 Yıl	197	11.77	2.92	<b>Toplam</b>	5666.01	576		1.879	.096
	3-4 Yıl	38	13.24	3.02						
	4-6 Yıl	113	12.12	3.14						
	6 Yıldan Fazla	34	12.00	3.75						
	Toplam	577	12.08	3.14						

Çizelge 4.101’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin davranış ve uyma/konformite alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=1.879$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.102. Fiziksel Görünüm Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Puan	Grup	<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri			ANOVA Sonuçları					
		<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Fiziksel Görünüm	Kullanmıyorum	38	6.89	2.32	<b>G.Arası</b>	18.01	5	3.60		
	1 Yıldan Az	157	7.16	1.92	<b>G.İçi</b>	2360.19	571	4.13		
	1-2 Yıl	197	7.31	2.18	<b>Toplam</b>	2378.21	576		.872	.500
	3-4 Yıl	38	7.68	1.74						
	4-6 Yıl	113	7.04	1.92						
	6 Yıldan Fazla	34	7.24	2.00						
	Toplam	577	7.21	2.03						

Çizelge 4.102’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin fiziksel görünüm alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=.872$ ;  $p>.05$ ).



**Çizelge 4.103. Zihinsel Ve Okul Durumu Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Farklaşp Farklaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Puan	Grup	<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri			ANOVA Sonuçları					
		<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Zihinsel ve Okul Durumu	Kullanmıyorum	38	4.71	1.68	<b>G.Arası</b>	18.28	5	3.66		
	1 Yıldan Az	157	4.90	1.55	<b>G.İçi</b>	1453.52	571	2.55		
	1-2 Yıl	197	4.64	1.61	<b>Toplam</b>	1471.80	576		1.436	.209
	3-4 Yıl	38	5.21	1.55						
	4-6 Yıl	113	4.62	1.64						
	6 Yıldan Fazla	34	5.03	1.55						
	Toplam	577	4.77	1.60						

Çizelge 4.103’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin zihinsel ve okul durumu alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=1.436$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.104. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Farklaşp Farklaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Puan	Grup	<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri			ANOVA Sonuçları					
		<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Paylaşım İhtiyacı	Hiç	38	2.98	1.10	<b>G.Arası</b>	33.35	5	6.67		
	Her gün bir kez	157	2.39	.95	<b>G.İçi</b>	416.95	571	.73		
	Her gün bir kaç kez	197	2.09	.79	<b>Toplam</b>	450.30	576		9.134	.000
	Haftada bir kez	38	2.34	.74						
	Haftada bir kaç kez	113	2.28	.81						
	Ayda birkaç kez	34	2.71	.72						
	Toplam	577	2.32	.88						

Çizelge 4.104’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin paylaşım ihtiyacı alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=9.134$ ;  $p<.001$ ). Bu sonucun ardından tamamlayıcı analizlere geçilmiştir. Hangi karşılaştırma analizinin kullanılacağına karar verilirken öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olmadığı bulunmuştur ( $LF=3.504$ ;  $p<.01$ ). Bu nedenle Tamhane’s T2 analizi uygulanmış ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

**Çizelge 4.105. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Tamhane's T2 Testi Sonuçları**

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	<i>p</i>
Hiç	Her gün bir kez	.589	.194	.055
	Her gün bir kaç kez	.891	.188	<b>.000</b>
	Haftada bir kez	.641	.215	.059
	Haftada bir kaç kez	.699	.194	<b>.011</b>
	Ayda birkaç kez	.264	.218	.980
Her gün bir kez	Hiç	-.589	.194	.055
	Her gün bir kaç kez	.301	.094	<b>.022</b>
	Haftada bir kez	.052	.141	1.000
	Haftada bir kaç kez	.110	.107	.996
	Ayda birkaç kez	-.325	.145	.350
Her gün bir kaç kez	Hiç	-.891	.188	<b>.000</b>
	Her gün bir kez	-.301	.094	<b>.022</b>
	Haftada bir kez	-.249	.132	.635
	Haftada bir kaç kez	-.191	.094	.491
	Ayda birkaç kez	-.627	.136	<b>.000</b>
Haftada bir kez	Hiç	-.641	.215	.059
	Her gün bir kez	-.052	.141	1.000
	Her gün bir kaç kez	.249	.132	.635
	Haftada bir kaç kez	.058	.142	1.000
	Ayda birkaç kez	-.378	.172	.382
Haftada bir kaç kez	Hiç	-.699	.194	<b>.011</b>
	Her gün bir kez	-.110	.107	.996
	Her gün bir kaç kez	.191	.094	.491
	Haftada bir kez	-.058	.142	1.000
	Ayda birkaç kez	-.436	.145	.057
Ayda birkaç kez	Hiç	-.264	.218	.980
	Her gün bir kez	.325	.145	.350
	Her gün bir kaç kez	.627	.136	<b>.000</b>
	Haftada bir kez	.378	.172	.382
	Haftada bir kaç kez	.436	.145	.057

Çizelge 4.105’de görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin paylaşım ihtiyacı alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Tamhane’s T2 analizi sonucunda söz konusu farklılığın sosyal medya sitelerini hiç kullanmayan grupla her gün bir kaç kez kullanan grup arasında hiç kullanmayan grup lehine  $p < .001$  düzeyinde; haftada birkaç kez kullanan grupla arasında ise hiç kullanmayan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Sosyal medya sitelerini her gün bir kez kullanan grupla her gün

bir kaç kez kullanan grup arasında her gün bir kez kullanan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde; her gün bir kaç kez kullanan grupla ayda birkaç kez kullanan grup arasında ayda birkaç kez kullanan grup lehine  $p < .001$  düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ( $p > .05$ ).

**Çizelge 4.106. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Farklaşım Farklaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

		<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri				ANOVA Sonuçları				
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Sosyal Yetkinlik	Hiç	38	3.12	1.14	G.Arası	22.75	5	4.55		
	Her gün bir kez	157	3.01	1.05	G.İçi	593.03	571	1.04		
	Her gün bir kaç kez	197	2.69	1.00	Toplam	615.78	576		4.381	.001
	Haftada bir kez	38	2.88	1.07						
	Haftada bir kaç kez	113	2.97	.97						
	Ayda birkaç kez	34	3.43	.89						
	Toplam	577	2.92	1.03						

Çizelge 4.106'da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal yetkinlik alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=4.381$ ;  $p < .01$ ). Bu sonucun ardından tamamlayıcı analizlere geçilmiştir. Hangi karşılaştırma analizinin kullanılacağına karar verilirken öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olmadığı bulunmuştur ( $LF=.586$ ;  $p > .05$ ). Bu nedenle Scheffe analizi uygulanmış ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

**Çizelge 4.107. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları**

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	<i>p</i>
Hiç	Her gün bir kez	.102	.184	.998
	Her gün bir kaç kez	.429	.181	.342
	Haftada bir kez	.232	.234	.964
	Haftada bir kaç kez	.146	.191	.989
	Ayda birkaç kez	-.314	.241	.889
Her gün bir kez	Hiç	-.102	.184	.998
	Her gün bir kaç kez	.328	.109	.110
	Haftada bir kez	.130	.184	.992
	Haftada bir kaç kez	.044	.126	1.000
	Ayda birkaç kez	-.415	.193	.462
Her gün bir kaç kez	Hiç	-.429	.181	.342
	Her gün bir kez	-.328	.109	.110
	Haftada bir kez	-.198	.181	.945
	Haftada bir kaç kez	-.284	.120	.353
	Ayda birkaç kez	-.743	.189	<b>.009</b>
Haftada bir kez	Hiç	-.232	.234	.964
	Her gün bir kez	-.130	.184	.992
	Her gün bir kaç kez	.198	.181	.945
	Haftada bir kaç kez	-.086	.191	.999
	Ayda birkaç kez	-.545	.241	.401
Haftada bir kaç kez	Hiç	-.146	.191	.989
	Her gün bir kez	-.044	.126	1.000
	Her gün bir kaç kez	.284	.120	.353
	Haftada bir kez	.086	.191	.999
	Ayda birkaç kez	-.460	.199	.380
Ayda birkaç kez	Hiç	.314	.241	.889
	Her gün bir kez	.415	.193	.462
	Her gün bir kaç kez	.743	.189	<b>.009</b>
	Haftada bir kez	.545	.241	.401
	Haftada bir kaç kez	.460	.199	.380

Çizelge 4.107’de görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal yetkinlik alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Scheffe analizi sonucunda söz konusu farklılığın her gün bir kaç kez kullanan grupla ayda birkaç kez kullanan grup arasında ayda birkaç kez kullanan grup lehine  $p < .01$  düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ( $p > .05$ ).

**Çizelge 4.108. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Sosyal İzolasyon	Hiç	38	3.20	1.10	G.Arası	13.01	5	2.62		
	Her gün bir kez	157	3.79	1.11	G.İçi	629.36	571	1.10		
	Her gün bir kaç kez	197	3.80	1.01	Toplam	642.45	576		2.376	.038
	Haftada bir kez	38	3.68	1.22						
	Haftada bir kaç kez	113	3.83	.96						
	Ayda birkaç kez	34	3.72	1.05						
	Toplam	577	3.75	1.06						

Çizelge 4.108’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal izolasyon alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=2.376$ ;  $p<.05$ ). Bu sonucun ardından tamamlayıcı analizlere geçilmiştir. Hangi karşılaştırma analizinin kullanılacağına karar verilirken öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olduğu bulunmuştur ( $LF=1.486$ ;  $p>.05$ ). Bu aşamada Scheffe analizi anlamlı sonuç vermediğinden Tukey HSD analizi uygulanmış ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

**Çizelge 4.109. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Hangi Alt Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Tukey HSD Testi Sonuçları**

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
Hiç	Her gün bir kez	-.590	.190	<b>.024</b>
	Her gün bir kaç kez	-.599	.186	<b>.017</b>
	Haftada bir kez	-.482	.241	.342
	Haftada bir kaç kez	-.626	.197	<b>.019</b>
	Ayda birkaç kez	-.514	.248	.303
Her gün bir kez	Hiç	.590	.190	<b>.024</b>
	Her gün bir kaç kez	-.009	.112	1.000
	Haftada bir kez	.108	.190	.993
	Haftada bir kaç kez	-.036	.130	1.000
	Ayda birkaç kez	.076	.199	.999
Her gün bir kaç kez	Hiç	.599	.186	<b>.017</b>
	Her gün bir kez	.009	.112	1.000
	Haftada bir kez	.117	.186	.989
	Haftada bir kaç kez	-.026	.124	1.000
	Ayda birkaç kez	.085	.195	.998
Haftada bir kez	Hiç	.482	.241	.342
	Her gün bir kez	-.108	.190	.993
	Her gün bir kaç kez	-.117	.186	.989
	Haftada bir kaç kez	-.143	.197	.979
	Ayda birkaç kez	-.031	.248	1.000
Haftada bir kaç kez	Hiç	.626	.197	<b>.019</b>
	Her gün bir kez	.036	.130	1.000
	Her gün bir kaç kez	.026	.124	1.000
	Haftada bir kez	.143	.197	.979
	Ayda birkaç kez	.112	.205	.994
Ayda birkaç kez	Hiç	.514	.248	.303
	Her gün bir kez	-.076	.199	.999
	Her gün bir kaç kez	-.085	.195	.998
	Haftada bir kez	.031	.248	1.000
	Haftada bir kaç kez	-.112	.205	.994

Çizelge 4.109’da görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal izolasyon alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Tukey HSD analizi sonucunda söz konusu farklılığın sosyal medya sitelerini hiç kullanmayan grupla her gün bir kez, her gün bir kaç kez ve haftada bir kaç kez kullanan grup arasında her gün bir kez, her gün bir kaç kez ve haftada bir kaç kez kullanan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde

gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ( $p>.05$ ).

**Çizelge 4.110. Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Öğretmenlerle İlişki	Hiç	38	3.02	1.10	<b>G.Arası</b>	29.67	5	5.93		
	Her gün bir kez	157	3.50	1.20	<b>G.İçi</b>	801.96	571	1.40		
	Her gün bir kaç kez	197	3.65	1.20	<b>Toplam</b>	831.64	576		4.225	.001
	Haftada bir kez	38	2.91	1.27						
	Haftada bir kaç kez	113	3.29	1.18						
	Ayda birkaç kez	34	3.33	1.05						
	Toplam	577	3.43	1.20						

Çizelge 4.110’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin öğretmenlerle ilişki alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=4.225$ ;  $p<.01$ ). Bu sonucun ardından tamamlayıcı analizlere geçilmiştir. Hangi karşılaştırma analizinin kullanılacağına karar verilirken öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olduğu bulunmuştur ( $LF=.930$ ;  $p>.05$ ). Bu nedenle Scheffe analizi uygulanmış ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

**Çizelge 4.111. Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Hangi Alt Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları**

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
Hiç	Her gün bir kez	-.486	.214	.400
	Her gün bir kaç kez	-.636	.210	.105
	Haftada bir kez	.105	.272	1.000
	Haftada bir kaç kez	-.277	.222	.906
	Ayda birkaç kez	-.316	.280	.937
Her gün bir kez	Hiç	.486	.214	.400
	Her gün bir kaç kez	-.150	.127	.924
	Haftada bir kez	.591	.214	.181
	Haftada bir kaç kez	.208	.146	.845
	Ayda birkaç kez	.170	.224	.989
Her gün bir kaç kez	Hiç	.636	.210	.105
	Her gün bir kez	.150	.127	.924
	Haftada bir kez	.741	.210	<b>.030</b>
	Haftada bir kaç kez	.358	.140	.257
	Ayda birkaç kez	.320	.220	.833
Haftada bir kez	Hiç	-.105	.272	1.000
	Her gün bir kez	-.591	.214	.181
	Her gün bir kaç kez	-.741	.210	<b>.030</b>
	Haftada bir kaç kez	-.383	.222	.705
	Ayda birkaç kez	-.421	.280	.811
Haftada bir kaç kez	Hiç	.277	.222	.906
	Her gün bir kez	-.208	.146	.845
	Her gün bir kaç kez	-.358	.140	.257
	Haftada bir kez	.383	.222	.705
	Ayda birkaç kez	-.038	.232	1.000
Ayda birkaç kez	Hiç	.316	.280	.937
	Her gün bir kez	-.170	.224	.989
	Her gün bir kaç kez	-.320	.220	.833
	Haftada bir kez	.421	.280	.811
	Haftada bir kaç kez	.038	.232	1.000

Çizelge 4.111’de görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin öğretmenlerle ilişki alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Scheffe analizi sonucunda söz konusu farklılığın sosyal medya sitelerini her gün bir kaç kez kullanan grupla haftada bir kez kullanan grup arasında her gün bir kaç kez kullanan grup lehine



$p < .05$  düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ( $p > .05$ ).

**Çizelge 4.112. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Toplam Puan	Hiç	38	2.98	.78	G.Arası	10.69	5	2.14		
	Her gün bir kez	157	2.66	.62	G.İçi	196.66	571	.34		
	Her gün bir kaç kez	197	2.49	.54	Toplam	207.35	576		6.209	.000
	Haftada bir kez	38	2.56	.54						
	Haftada bir kaç kez	113	2.57	.56						
	Ayda birkaç kez	34	2.87	.54						
	Toplam	577	2.61	.60						

Çizelge 4.112’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal medya tutum ölçeği toplam puanlarının sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=6.209$ ;  $p < .001$ ). Bu sonucun ardından tamamlayıcı analizlere geçilmiştir. Hangi karşılaştırma analizinin kullanılacağına karar verilirken öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olduğu bulunmuştur ( $LF=2.211$ ;  $p > .05$ ). Bu nedenle Scheffe analizi uygulanmış ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

**Çizelge 4.113. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre Hangi Alt Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları**

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	p
Hiç	Her gün bir kez	.314	.106	.121
	Her gün bir kaç kez	.481	.104	<b>.001</b>
	Haftada bir kez	.419	.135	.087
	Haftada bir kaç kez	.404	.110	<b>.020</b>
	Ayda birkaç kez	.106	.139	.988
Her gün bir kez	Hiç	-.314	.106	.121
	Her gün bir kaç kez	.168	.063	.214
	Haftada bir kez	.105	.106	.964
	Haftada bir kaç kez	.090	.072	.908
	Ayda birkaç kez	-.207	.111	.625
Her gün bir kaç kez	Hiç	-.481	.104	<b>.001</b>
	Her gün bir kez	-.168	.063	.214
	Haftada bir kez	-.063	.104	.996
	Haftada bir kaç kez	-.078	.069	.939
	Ayda birkaç kez	-.375	.109	<b>.038</b>
Haftada bir kez	Hiç	-.419	.135	.087
	Her gün bir kez	-.105	.106	.964
	Her gün bir kaç kez	.063	.104	.996
	Haftada bir kaç kez	-.015	.110	1.000
	Ayda birkaç kez	-.312	.139	.407
Haftada bir kaç kez	Hiç	-.404	.110	<b>.020</b>
	Her gün bir kez	-.090	.072	.908
	Her gün bir kaç kez	.078	.069	.939
	Haftada bir kez	.015	.110	1.000
	Ayda birkaç kez	-.297	.115	.245
Ayda birkaç kez	Hiç	-.106	.139	.988
	Her gün bir kez	.207	.111	.625
	Her gün bir kaç kez	.375	.109	<b>.038</b>
	Haftada bir kez	.312	.139	.407
	Haftada bir kaç kez	.297	.115	.245

Çizelge 4.113’de görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal medya tutum ölçeği toplam puanlarının sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Scheffe analizi sonucunda söz konusu farklılığın sosyal medya sitelerini hiç kullanmayan grupla her gün bir kaç kez kullanan grup arasında hiç kullanmayan grup lehine  $p < .01$  düzeyinde; hiç kullanmayan grupla haftada bir kaç kez kullanan grup arasında hiç kullanmayan grup

lehine  $p < .05$  düzeyinde gerçekleşmiştir. Her gün bir kaç kez kez kullanan grupla ayda birkaç kez kullanan grup arasında ayda birkaç kez kullanan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ( $p > .05$ ).

**Çizelge 4.114. Mutluluk-Doyum Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
<b>Mutluluk-Doyum</b>	Hiç	34	9.79	2.21	<b>G.Arası</b>	21.577	5	4.32		
	5-10 dk.	68	10.09	2.77	<b>G.İçi</b>	3818.545	571	6.69		
	10-30 dk.	119	9.75	2.59	<b>Toplam</b>	3840.121	576		.645	.665
	30-60 dk.	112	10.22	2.37						
	1-2 saat	155	9.77	2.87						
	2 saat ve üzeri	89	9.75	2.27						
	Toplam	577	9.89	2.58						

Çizelge 4.114'de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin mutluluk-doyum alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerinde harcanan ortalama süre değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F = .645$ ;  $p > .05$ ).

**Çizelge 4.115. Kaygı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
<b>Kaygı</b>	Hiç	34	7.24	2.49	<b>G.Arası</b>	23.03	5	4.61		
	5-10 dk.	68	7.41	2.45	<b>G.İçi</b>	3467.59	571	6.07		
	10-30 dk.	119	7.04	2.47	<b>Toplam</b>	3490.63	576		.759	.580
	30-60 dk.	112	7.24	2.42						
	1-2 saat	155	6.93	2.48						
	2 saat ve üzeri	89	6.78	2.49						
	Toplam	577	7.06	2.46						

Çizelge 4.115'de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin kaygı alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerinde harcanan ortalama süre değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki

farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=.759$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.116. Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Popülarite/ Sosyal Beğeni. Gözde Olma	Hiç	34	7.88	2.20	<b>G.Arası</b>	27.03	5	5.41	1.158	.329
	5-10 dk.	68	8.59	2.23	<b>G.İçi</b>	2665.72	571	4.67		
	10-30 dk.	119	8.72	1.96	<b>Toplam</b>	2692.75	576			
	30-60 dk.	112	8.79	2.14						
	1-2 saat	155	8.81	2.12						
	2 saat ve üzeri	89	8.60	2.43						
	Toplam	577	8.67	2.16						

Çizelge 4.116'da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin popülarite/sosyal beğeni, gözde olma alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerinde harcanan ortalama süre değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=1.158$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.117. Davranış Ve Uyma/Konformite Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Davranış ve Uyma- Konformite	Hiç	34	11.91	3.73	<b>G.Arası</b>	164.07	5	32.81	3.406	.005
	5-10 dk.	68	13.07	3.25	<b>G.İçi</b>	5501.94	571	9.64		
	10-30 dk.	119	12.39	3.17	<b>Toplam</b>	5666.01	576			
	30-60 dk.	112	12.25	2.86						
	1-2 saat	155	11.86	3.16						
	2 saat ve üzeri	89	11.17	2.83						
	Toplam	577	12.08	3.14						

Çizelge 4.117'de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin davranış ve uyma/konformite alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerinde harcanan ortalama süre değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=3.406$ ;  $p<.01$ ). Bu sonucun ardından tamamlayıcı analizlere geçilmiştir. Hangi karşılaştırma analizinin kullanılacağına karar verilirken

öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olduğu bulunmuştur ( $LF=1.616$ ;  $p>.05$ ). Bu nedenle Scheffe çoklu karşılaştırma analizi uygulanmış ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

**Çizelge 4.118. Davranış Ve Uyma/Konformite Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları**

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	$p$
Hiç	5-10 dk.	-1.162	.652	.673
	10-30 dk.	-.475	.604	.987
	30-60 dk.	-.338	.608	.997
	1-2 saat	.054	.588	1.000
	2 saat ve üzeri	.743	.626	.923
5-10 dk.	Hiç	1.162	.652	.673
	10-30 dk.	.687	.472	.832
	30-60 dk.	.824	.477	.703
	1-2 saat	1.215	.452	.205
	2 saat ve üzeri	1.905	.500	<b>.013</b>
10-30 dk.	Hiç	.475	.604	.987
	5-10 dk.	-.687	.472	.832
	30-60 dk.	.137	.409	1.000
	1-2 saat	.528	.378	.856
	2 saat ve üzeri	1.218	.435	.167
30-60 dk.	Hiç	.338	.608	.997
	5-10 dk.	-.824	.477	.703
	10-30 dk.	-.137	.409	1.000
	1-2 saat	.392	.385	.959
	2 saat ve üzeri	1.081	.441	.306
1-2 saat	Hiç	-.054	.588	1.000
	5-10 dk.	-1.215	.452	.205
	10-30 dk.	-.528	.378	.856
	30-60 dk.	-.392	.385	.959
	2 saat ve üzeri	.690	.413	.732
2 saat ve üzeri	Hiç	-.743	.626	.923
	5-10 dk.	-1.905	.500	<b>.013</b>
	10-30 dk.	-1.218	.435	.167
	30-60 dk.	-1.081	.441	.306
	1-2 saat	-.690	.413	.732

Çizelge 4.118’de görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin davranış ve uyma/konformite alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerinde harcanan ortalama süre değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Scheffe

analizi sonucunda söz konusu farklılığın sosyal medya sitelerini 5-10 dk. süreyle kullanan grupla 2 saat ve üzeri süreyle kullanan grup arasında 5-10 dk. süreyle kullanan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ( $p > .05$ ).

**Çizelge 4.119. Fiziksel Görünüm Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Fiziksel Görünüm	Hiç	34	6.97	2.30	G.Arası	10.14	5	2.03		
	5-10 dk.	68	7.37	2.09	G.İçi	2368.06	571	4.15		
	10-30 dk.	119	7.06	1.92	Toplam	2378.21	576		.489	.785
	30-60 dk.	112	7.21	2.06						
	1-2 saat	155	7.20	2.02						
	2 saat ve üzeri	89	7.42	2.04						
	Toplam	577	7.21	2.03						

Çizelge 4.119’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin fiziksel görünüm alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerinde harcanan ortalama süre değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F = .489$ ;  $p > .05$ ).

**Çizelge 4.120. Zihinsel Ve Okul Durumu Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Zihinsel ve Okul Durumu	Hiç	34	4.53	1.71	G.Arası	11.03	5	2.21		
	5-10 dk.	68	4.91	1.73	G.İçi	1460.77	571	2.56		
	10-30 dk.	119	4.87	1.48	Toplam	1471.80	576		.862	.506
	30-60 dk.	112	4.89	1.68						
	1-2 saat	155	4.74	1.53						
	2 saat ve üzeri	89	4.54	1.62						
	Toplam	577	4.77	1.60						

Çizelge 4.120’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin zihinsel ve okul durumu alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerinde harcanan ortalama süre değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki

farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=.862$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.121. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Paylaşım İhtiyacı	Hiç	34	3.02	1.00	<b>G.Arası</b>	54.99	5	11.00		
	5-10 dk.	68	2.83	.98	<b>G.İçi</b>	395.31	571	.69		
	10-30 dk.	119	2.39	.77	<b>Toplam</b>	450.30	576		15.887	.000
	30-60 dk.	112	2.31	.87						
	1-2 saat	155	2.13	.81						
	2 saat ve üzeri	89	1.91	.70						
	Toplam		577	2.32	.88					

Çizelge 4.121’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin paylaşım ihtiyacı alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerinde harcanan ortalama süre değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda(ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=15.887$ ;  $p<.001$ ). Bu sonucun ardından tamamlayıcı analizlere geçilmiştir. Hangi karşılaştırma analizinin kullanılacağına karar verilirken öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olduğu bulunmuştur ( $LF=2.175$ ;  $p>.05$ ). Bu nedenle Scheffe çoklu karşılaştırma analizi uygulanmış ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

**Çizelge 4.122. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları**

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	<i>p</i>
Hiç	5-10 dk.	.193	.175	.943
	10-30 dk.	.632	.162	<b>.010</b>
	30-60 dk.	.710	.163	<b>.002</b>
	1-2 saat	.889	.158	<b>.000</b>
	2 saat ve üzeri	1.107	.168	<b>.000</b>
5-10 dk.	Hiç	-.193	.175	.943
	10-30 dk.	.439	.126	<b>.036</b>
	30-60 dk.	.517	.128	<b>.006</b>
	1-2 saat	.696	.121	<b>.000</b>
	2 saat ve üzeri	.914	.134	<b>.000</b>
10-30 dk.	Hiç	-.632	.162	<b>.010</b>
	5-10 dk.	-.439	.126	<b>.036</b>
	30-60 dk.	.079	.110	.992
	1-2 saat	.258	.101	.267
	2 saat ve üzeri	.475	.117	<b>.006</b>
30-60 dk.	Hiç	-.710	.163	<b>.002</b>
	5-10 dk.	-.517	.128	<b>.006</b>
	10-30 dk.	-.079	.110	.992
	1-2 saat	.179	.103	.699
	2 saat ve üzeri	.397	.118	<b>.048</b>
1-2 saat	Hiç	-.889	.158	<b>.000</b>
	5-10 dk.	-.696	.121	<b>.000</b>
	10-30 dk.	-.258	.101	.267
	30-60 dk.	-.179	.103	.699
	2 saat ve üzeri	.218	.111	.570
2 saat ve üzeri	Hiç	-1.107	.168	<b>.000</b>
	5-10 dk.	-.914	.134	<b>.000</b>
	10-30 dk.	-.475	.117	<b>.006</b>
	30-60 dk.	-.397	.118	<b>.048</b>
	1-2 saat	-.218	.111	.570

Çizelge 4.122’de görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin paylaşım ihtiyacı alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerinde harcanan ortalama süre değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Scheffe analizi sonucunda söz konusu farklılığın sosyal medya sitelerini hiç kullanmayan grupla 10-30 dk. süreyle kullanan grup arasında hiç kullanmayan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde; 30-60 dk. süreyle kullanan grup arasında hiç kullanmayan grup lehine  $p < .01$  düzeyinde; yine hiç kullanmayan grupla 1-2 saat ve 2 saat ve üzeri süreyle kullanan grup arasında hiç



kullanmayan grup lehine  $p<.001$  düzeyinde gerçekleşmiştir. Sosyal medya sitelerini 5-10 dk. süreyle kullanan grupla 10-30 dk. süreyle kullanan grup arasında 5-10 dk. süreyle kullanan grup lehine  $p<.05$  düzeyinde; 30-60 dk. süreyle kullanan grupla arasında ise 5-10 dk. süreyle kullanan grup lehine  $p<.01$  düzeyinde; 1-2 saat ve 2 saat ve üzeri süreyle kullanan grupla arasında 5-10 dk. süreyle kullanan grup lehine  $p<.001$  düzeyinde gerçekleşmiştir. Sosyal medya sitelerini 10-30 dk. süreyle kullanan grupla 2 saat ve üzeri süreyle kullanan grup arasında 10-30 dk. süreyle kullanan grup lehine  $p<.01$  düzeyinde; sosyal medya sitelerini 2 saat ve üzeri süreyle kullanan grupla 30-60 dk. süreyle kullanan grup arasında 30-60 dk. süreyle kullanan grup lehine  $p<.05$  düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ( $p>.05$ ).

**Çizelge 4.123. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Sosyal Yetkinlik	Hiç	34	3.19	1.07	<b>G.Arası</b>	63.83	5	12.77		
	5-10 dk.	68	3.41	1.00	<b>G.İçi</b>	551.95	571	.97		
	10-30 dk.	119	3.14	.98	<b>Toplam</b>	615.78	576		13.208	.000
	30-60 dk.	112	3.05	1.07						
	1-2 saat	155	2.70	.94						
	2 saat ve üzeri	89	2.34	.91						
	Toplam	577	2.92	1.03						

Çizelge 4.123’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal yetkinlik alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerinde harcanan ortalama süre değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki anlamlı bulunmuştur ( $F=13.208$ ;  $p<.001$ ). Bu sonucun ardından tamamlayıcı analizlere geçilmiştir. Hangi karşılaştırma analizinin kullanılacağına karar verilirken öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olduğu bulunmuştur ( $LF=.800$ ;  $p>.05$ ). Bu nedenle Scheffe çoklu karşılaştırma analizi uygulanmış ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

**Çizelge 4.124. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları**

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	<i>p</i>
Hiç	5-10 dk.	-.218	.207	.953
	10-30 dk.	.053	.191	1.000
	30-60 dk.	.146	.193	.989
	1-2 saat	.496	.186	.215
	2 saat ve üzeri	.850	.198	<b>.003</b>
5-10 dk.	Hiç	.218	.207	.953
	10-30 dk.	.271	.149	.657
	30-60 dk.	.364	.151	.329
	1-2 saat	.714	.143	<b>.000</b>
	2 saat ve üzeri	1.068	.158	<b>.000</b>
10-30 dk.	Hiç	-.053	.191	1.000
	5-10 dk.	-.271	.149	.657
	30-60 dk.	.093	.129	.991
	1-2 saat	.443	.120	<b>.019</b>
	2 saat ve üzeri	.797	.138	<b>.000</b>
30-60 dk.	Hiç	-.146	.193	.989
	5-10 dk.	-.364	.151	.329
	10-30 dk.	-.093	.129	.991
	1-2 saat	.350	.122	.145
	2 saat ve üzeri	.704	.140	<b>.000</b>
1-2 saat	Hiç	-.496	.186	.215
	5-10 dk.	-.714	.143	<b>.000</b>
	10-30 dk.	-.443	.120	<b>.019</b>
	30-60 dk.	-.350	.122	.145
	2 saat ve üzeri	.354	.131	.198
2 saat ve üzeri	Hiç	-.850	.198	<b>.003</b>
	5-10 dk.	-1.068	.158	<b>.000</b>
	10-30 dk.	-.797	.138	<b>.000</b>
	30-60 dk.	-.704	.140	<b>.000</b>
	1-2 saat	-.354	.131	.198

Çizelge 4.124’de görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal yetkinlik alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerinde harcanan ortalama süre değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Scheffe analizi sonucunda söz konusu farklılığın sosyal medya sitelerini 1-2 saat süreyle kullanan grupla 5-10 dk. süreyle kullanan grup arasında 5-10 dk. süreyle kullanan grup lehine  $p < .001$  düzeyinde; 10-30 dk. süreyle kullanan grupla arasında ise 10-30 dk. süreyle kullanan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde gerçekleşmiştir. Ayrıca sosyal medya sitelerini 2

saat ve üzeri süreyle kullanan grupla 5-10 dk, 10-30 dk. ve 30-60 dk. süreyle kullanan grup arasında; 5-10 dk, 10-30 dk. ve 30-60 dk. süreyle kullanan grup lehine  $p<.001$  düzeyinde ve 2 saat ve üzeri süreyle kullanan grupla hiç kullanmayan grup arasında ise hiç kullanmayan grup lehine  $p<.01$  düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ( $p>.05$ ).

**Çizelge 4.125. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Puan	Grup	<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri			ANOVA Sonuçları					
		<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Sosyal İzolasyon	Hiç	34	3.26	1.06	<b>G.Arası</b>	22.36	5	4.47		
	5-10 dk.	68	3.62	1.10	<b>G.İçi</b>	620.09	571	1.09		
	10-30 dk.	119	3.82	1.08	<b>Toplam</b>	642.45	576		4.118	.001
	30-60 dk.	112	3.93	.96						
	1-2 saat	155	3.88	.96						
	2 saat ve üzeri	89	3.49	1.17						
	Toplam	577	3.75	1.06						

Çizelge 4.125’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal izolasyon alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerinde harcanan ortalama süre değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=4.118$ ;  $p<.01$ ). Bu sonucun ardından tamamlayıcı analizlere geçilmiştir. Hangi karşılaştırma analizinin kullanılacağına karar verilirken öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olmadığı bulunmuştur ( $LF=2.288$ ;  $p<.05$ ). Bu nedenle Tamhane’s T2 analizi uygulanmış ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

**Çizelge 4.126. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Tamhane's T2 Testi Sonuçları**

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	<i>p</i>
Hiç	5-10 dk.	-.358	.225	.844
	10-30 dk.	-.560	.206	.125
	30-60 dk.	-.673	.203	<b>.024</b>
	1-2 saat	-.624	.197	<b>.040</b>
	2 saat ve üzeri	-.233	.220	.994
5-10 dk.	Hiç	.358	.225	.844
	10-30 dk.	-.202	.166	.979
	30-60 dk.	-.315	.162	.562
	1-2 saat	-.266	.154	.746
	2 saat ve üzeri	.125	.183	1.000
10-30 dk.	Hiç	.560	.206	.125
	5-10 dk.	.202	.166	.979
	30-60 dk.	-.114	.134	.999
	1-2 saat	-.065	.125	1.000
	2 saat ve üzeri	.327	.159	.465
30-60 dk.	Hiç	.673	.203	<b>.024</b>
	5-10 dk.	.315	.162	.562
	10-30 dk.	.114	.134	.999
	1-2 saat	.049	.119	1.000
	2 saat ve üzeri	.441	.154	.069
1-2 saat	Hiç	.624	.197	<b>.040</b>
	5-10 dk.	.266	.154	.746
	10-30 dk.	.065	.125	1.000
	30-60 dk.	-.049	.119	1.000
	2 saat ve üzeri	.391	.146	.117
2 saat ve üzeri	Hiç	.233	.220	.994
	5-10 dk.	-.125	.183	1.000
	10-30 dk.	-.327	.159	.465
	30-60 dk.	-.441	.154	.069
	1-2 saat	-.391	.146	.117

Çizelge 4.126'da görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal izolasyon alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerinde harcanan ortalama süre değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Tamhane's T2 analizi sonucunda söz konusu farklılığın sosyal medya sitelerini hiç kullanmayan grupla 30-60 dk. ve 1-2 saat süreyle kullanan grup arasında 30-60 dk. ve 1-2 saat süreyle kullanan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ( $p > .05$ ).

**Çizelge 4.127. Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Öğretmenlerle İlişki	Hiç	34	3.03	1.07	G.Arası	7.04	5	1.41		
	5-10 dk.	68	3.45	1.19	G.İçi	824.59	571	1.44		
	10-30 dk.	119	3.47	1.20	Toplam	831.64	576		.975	.432
	30-60 dk.	112	3.40	1.21						
	1-2 saat	155	3.45	1.19						
	2 saat ve üzeri	89	3.55	1.27						
	Toplam	577	3.43	1.20						

Çizelge 4.127’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin öğretmenlerle ilişki alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerinde harcanan ortalama süre değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=.975; p>.05$ ).

**Çizelge 4.128. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Toplam Puan	Hiç	34	2.99	.71	G.Arası	20.31	5	4.06		
	5-10 dk.	68	2.95	.67	G.İçi	187.05	571	.33		
	10-30 dk.	119	2.68	.52	Toplam	207.35	576		12.398	.000
	30-60 dk.	112	2.60	.62						
	1-2 saat	155	2.46	.54						
	2 saat ve üzeri	89	2.41	.48						
	Toplam	577	2.61	.60						

Çizelge 4.128’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal medya tutum ölçeği toplam puanlarının sosyal medya sitelerinde harcanan ortalama süre değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=12.398; p<.001$ ). Bu sonucun ardından tamamlayıcı analizlere geçilmiştir. Hangi karşılaştırma analizinin kullanılacağına karar verilirken öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olduğu bulunmuştur ( $LF=2.031; p>.05$ ). Bu nedenle Scheffe çoklu karşılaştırma analizi uygulanmış ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

**Çizelge 4.129. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Sosyal Medya Sitelerinde Harcanan Ortalama Süre Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları**

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	<i>p</i>
Hiç	5-10 dk.	.047	.120	1.000
	10-30 dk.	.311	.111	.170
	30-60 dk.	.395	.112	<b>.031</b>
	1-2 saat	.532	.108	<b>.000</b>
	2 saat ve üzeri	.582	.115	<b>.000</b>
5-10 dk.	Hiç	-.047	.120	1.000
	10-30 dk.	.264	.087	.103
	30-60 dk.	.348	.088	<b>.008</b>
	1-2 saat	.486	.083	<b>.000</b>
	2 saat ve üzeri	.536	.092	<b>.000</b>
10-30 dk.	Hiç	-.311	.111	.170
	5-10 dk.	-.264	.087	.103
	30-60 dk.	.084	.075	.940
	1-2 saat	.222	.070	.074
	2 saat ve üzeri	.272	.080	<b>.044</b>
30-60 dk.	Hiç	-.395	.112	<b>.031</b>
	5-10 dk.	-.348	.088	<b>.008</b>
	10-30 dk.	-.084	.075	.940
	1-2 saat	.137	.071	.587
	2 saat ve üzeri	.188	.081	.379
1-2 saat	Hiç	-.532	.108	<b>.000</b>
	5-10 dk.	-.486	.083	<b>.000</b>
	10-30 dk.	-.222	.070	.074
	30-60 dk.	-.137	.071	.587
	2 saat ve üzeri	.050	.076	.994
2 saat ve üzeri	Hiç	-.582	.115	<b>.000</b>
	5-10 dk.	-.536	.092	<b>.000</b>
	10-30 dk.	-.272	.080	<b>.044</b>
	30-60 dk.	-.188	.081	.379
	1-2 saat	-.050	.076	.994

Çizelge 4.129’da görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal medya tutum ölçeği toplam puanlarının sosyal medya sitelerinde harcanan ortalama süre değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Scheffe analizi sonucunda söz konusu farklılık sosyal medya sitelerini hiç kullanmayan grupla 30-60 dk. süreyle kullanan grup arasında hiç kullanmayan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde; 1-2 saat ve 2 saat ve üzeri süreyle kullanan grup arasında ise hiç kullanmayan grup lehine  $p < .001$  düzeyinde gerçekleşmiştir. Sosyal medya sitelerini 5-10 dk. süreyle kullanan grupla

30-60 dk. süreyle kullanan grup arasında 5-10 dk. süreyle kullanan grup lehine  $p<.01$  düzeyinde; 1-2 saat ve 2 saat ve üzeri süreyle kullanan grupla arasında ise 5-10 dk. süreyle kullanan grup lehine  $p<.001$  düzeyinde; 10-30 dk. süreyle kullanan grupla 2 saat ve üzeri süreyle kullanan grup arasında 10-30 dk. süreyle kullanan grup lehine  $p<.05$  düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ( $p>.05$ ).

**Çizelge 4.130. Mutluluk-Doyum Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Ortam Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	sd	p
Mutluluk-Doyum	Hiç	37	273.68	5.642	5	.343
	Ev	479	292.14			
	Okul	6	279.58			
	İnternet Kafe	15	241.90			
	KABHY	27	248.96			
	Diğer	13	358.88			
	Toplam	577				

Çizelge 4.130'da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin mutluluk-doyum alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerine bağlanılan ortam değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $x^2=5.642$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.131. Kaygı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Ortam Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	sd	p
Kaygı	Hiç	37	300.96	6.148	5	.292
	Ev	479	287.09			
	Okul	6	393.42			
	İnternet Kafe	15	288.37			
	KABHY	27	251.50			
	Diğer	13	355.85			
	Toplam	577				

Çizelge 4.131'de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin kaygı alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerine bağlanılan ortam değişkenine göre anlamlı bir

farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $x^2=6.148$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.132. Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Ortam Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	sd	p
<b>Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma</b>	Hiç	37	242.59	11.600	5	.041
	Ev	479	293.20			
	Okul	6	247.92			
	İnternet Kafe	15	238.73			
	KABHY	27	262.20			
	Diğer	13	398.92			
	Toplam	577				

Çizelge 4.132’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin popülarite/sosyal beğeni, gözde olma alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerine bağlanılan ortam değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ( $x^2=11.600$ ;  $p<.05$ ). Farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için özel bir yöntem bulunmadığından gruplar kendi aralarında Mann Whitney-U analiziyle ikili olarak karşılaştırılmıştır.

**Çizelge 4.133. Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Ortam Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann Whitney U Testi Sonuçları**

Gruplar	Hiç	Ev	Okul	İnternet Kafe	KABHY	Diğer
Hiç	$\bar{x}_{sıra}=242.59$	$p>.05$	$p>.05$	$p>.05$	$p>.05$	<b><math>p&lt;.05</math></b>
Ev		$\bar{x}_{sıra}=293.20$	$p>.05$	$p>.05$	$p>.05$	<b><math>p&lt;.05</math></b>
Okul			$\bar{x}_{sıra}=247.92$	$p>.05$	$p>.05$	$p>.05$
İnternet Kafe				$\bar{x}_{sıra}=238.73$	$p>.05$	<b><math>p&lt;.05</math></b>
KABHY					$\bar{x}_{sıra}=262.20$	<b><math>p&lt;.05</math></b>
Diğer						$\bar{x}_{sıra}=398.92$

Çizelge 4.133’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin popülarite/sosyal beğeni, gözde olma alt boyutu puanlarının hangi gruplar arasında



farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U analizi sonucunda söz konusu farklılığın sosyal medya sitelerine hiçbir ortamdan bağlanmayan grupla diğer ortamlardan bağlanan grup arasında diğer ortamlardan bağlanan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde; evden bağlanan grupla diğer ortamlardan bağlanan grup arasında diğer ortamlardan bağlanan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde; internet kafeden bağlanan grupla diğer ortamlardan bağlanan grup arasında diğer ortamlardan bağlanan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde; KABHY'den bağlanan grupla diğer ortamlardan bağlanan grup arasında diğer ortamlardan bağlanan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde meydana geldiği saptanmıştır. Diğer grupların sıralama ortalamaları arasındaki farklılıklar ise anlamlı bulunmamıştır ( $p > .05$ ).

**Çizelge 4.134. Davranış Ve Uyma/Konformite Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Ortam Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	sd	p
Davranış Ve Uyma/Konformite	Hiç	37	304.49	8.104	5	.151
	Ev	479	293.02			
	Okul	6	184.58			
	İnternet Kafe	15	196.10			
	KABHY	27	268.69			
	Diğer	13	294.27			
	Toplam	577				

Çizelge 4.134'de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin davranış ve uyma/konformite alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerine bağlanılan ortam değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $x^2=8.104$ ;  $p > .05$ ).

**Çizelge 4.135. Fiziksel Görünüm Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Ortam Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	<i>N</i>	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	<i>sd</i>	<i>p</i>
<b>Fiziksel Görünüm</b>	Hiç	37	286.89	3.045	5	.693
	Ev	479	290.28			
	Okul	6	277.42			
	İnternet Kafe	15	267.23			
	KABHY	27	255.78			
	Diğer	13	347.12			
	Toplam	577				

Çizelge 4.135’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin fiziksel görünüm alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerine bağlanılan ortam değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $x^2=3.045$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.136. Zihinsel Ve Okul Durumu Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Ortam Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	<i>N</i>	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	<i>sd</i>	<i>p</i>
<b>Zihinsel Ve Okul Durumu</b>	Hiç	37	275.19	9.507	5	.090
	Ev	479	285.89			
	Okul	6	254.58			
	İnternet Kafe	15	247.07			
	KABHY	27	370.44			
	Diğer	13	337.85			
	Toplam	577				

Çizelge 4.136’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin zihinsel ve okul durumu alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerine bağlanılan ortam değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $x^2=9.507$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.137. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Ortam Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$\chi^2$	sd	p
Paylaşım İhtiyacı	Hiç	198	300.22	13.962	5	.016
	Ev	238	292.35			
	Okul	92	275.74			
	İnternet Kafe	25	236.16			
	KABHY	7	203.29			
	Diğer	17	296.18			
	Toplam	577				

Çizelge 4.137’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin paylaşım ihtiyacı alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerine bağlanılan ortam değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ( $\chi^2=13.962$ ;  $p<.05$ ). Farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için özel bir yöntem bulunmadığından gruplar kendi aralarında Mann Whitney-U analiziyle ikili olarak karşılaştırılmıştır.

**Çizelge 4.138. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Ortam Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann Whitney U Testi Sonuçları**

Gruplar	Hiç	Ev	Okul	İnternet Kafe	KABHY	Diğer
Hiç	$\bar{x}_{sıra}=300.22$	<b>p&lt;.001</b>	p>.05	p>.05	p>.05	<b>p&lt;.05</b>
Ev		$\bar{x}_{sıra}=292.35$	p>.05	p>.05	p>.05	<b>p&lt;.05</b>
Okul			$\bar{x}_{sıra}=275.74$	p>.05	p>.05	p>.05
İnternet Kafe				$\bar{x}_{sıra}=236.16$	p>.05	p>.05
KABHY					$\bar{x}_{sıra}=203.29$	p>.05
Diğer						$\bar{x}_{sıra}=296.18$

Çizelge 4.138’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin paylaşım ihtiyacı alt boyutu puanlarının hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Mann Whitney-U analizi sonucunda söz konusu farklılığın sosyal medya sitelerine hiçbir ortamdan bağlanmayan grupla evden bağlanan grup arasında hiçbir ortamdan bağlanmayan grup lehine p<.001 düzeyinde; yine hiçbir ortamdan bağlanmayan grupla diğer ortamlardan bağlanan grup arasında hiçbir ortamdan bağlanmayan grup lehine p<.05

düzeyinde; evden bağlanan grupla diğer ortamlardan bağlanan grup arasında diğer ortamlardan bağlanan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde meydana geldiği saptanmıştır. Diğer grupların sıralama ortalamaları arasındaki farklılıklar ise anlamlı bulunmamıştır ( $p > .05$ ).

**Çizelge 4.139. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Ortam Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$\chi^2$	sd	p
Sosyal Yetkinlik	Hiç	110	302.73	17.716	5	.003
	Ev	169	304.64			
	Okul	174	287.85			
	İnternet Kafe	91	263.91			
	KABHY	21	227.86			
	Diğer	12	256.83			
	Toplam	577				

Çizelge 4.139’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal yetkinlik alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerine bağlanılan ortam değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ( $\chi^2=17.716$ ;  $p < .01$ ). Farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için özel bir yöntem bulunmadığından gruplar kendi aralarında Mann Whitney-U analiziyle ikili olarak karşılaştırılmıştır.

**Çizelge 4.140. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Ortam Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann Whitney U Testi Sonuçları**

Gruplar	Hiç	Ev	Okul	İnternet Kafe	KABHY	Diğer
Hiç	$\bar{x}_{sıra} = 302.73$	$p < .05$	$p > .05$	$p > .05$	$p < .01$	$p < .01$
Ev		$\bar{x}_{sıra} = 304.64$	$p > .05$	$p > .05$	$p > .05$	$p > .05$
Okul			$\bar{x}_{sıra} = 287.85$	$p > .05$	$p > .05$	$p > .05$
İnternet Kafe				$\bar{x}_{sıra} = 263.91$	$p > .05$	$p > .05$
KABHY					$\bar{x}_{sıra} = 227.86$	$p > .05$
Diğer						$\bar{x}_{sıra} = 256.83$

Çizelge 4.140’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal yetkinlik alt boyutu puanlarının hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla

yapılan Mann Whitney-U analizi sonucunda söz konusu farklılığın sosyal medya sitelerine hiçbir ortamdaki bağlanmayan grupla evden bağlanan grup arasında evden bağlanan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde; hiçbir ortamdaki bağlanmayan grupla kablosuz ağ bulunan herhangi bir yerden bağlanan grup arasında ve hiçbir ortamdaki bağlanmayan grupla diğer ortamlardan bağlanan grup arasında hiçbir ortamdaki bağlanmayan grup lehine  $p < .01$  düzeyinde meydana geldiği saptanmıştır. Diğer grupların sıralama ortalamaları arasındaki farklılıklar ise anlamlı bulunmamıştır ( $p > .05$ ).

**Çizelge 4.141. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Ortam Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	sd	p
Sosyal İzolasyon	Hiç	34	294.47			
	Ev	94	294.23			
	Okul	138	279.72			
	İnternet Kafe	222	293.80	2.337	5	.801
	KABHY	79	281.20			
	Diğer	10	304.40			
	Toplam	577				

Çizelge 4.141’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal izolasyon alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerine bağlanılan ortam değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $x^2=2.337$ ;  $p > .05$ ).

**Çizelge 4.142. Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Ortam Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	sd	p
Öğretmenlerle İlişki	Hiç	62	295.02			
	Ev	109	285.55			
	Okul	167	294.71			
	İnternet Kafe	119	280.40	1.616	5	.899
	KABHY	112	290.52			
	Diğer	8	277.00			
	Toplam	577				

Çizelge 4.142’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin öğretmenlerle ilişki alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerine bağlanılan ortam değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $x^2=1.616$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.143. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Ortam Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları**

Puan	Gruplar	N	$\bar{x}_{sıra}$	$x^2$	sd	p
<b>Toplam Puan</b>	Hiç	73	297.02			
	Ev	326	296.50			
	Okul	129	263.87			
	İnternet Kafe	20	317.27	10.503	5	.062
	KABHY	17	277.00			
	Diğer	12	276.58			
	Toplam	577				

Çizelge 4.143’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal medya tutum ölçeği toplam puanlarının sosyal medya sitelerine bağlanılan ortam değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ( $x^2=10.503$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.144. Mutluluk-Doyum Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Puan	Grup	f . $\bar{x}$ ve ss Değerleri			ANOVA Sonuçları					
		N	$\bar{x}$	ss	Var. K.	KT	Sd	KO	F	P
<b>Mutluluk-Doyum</b>	Hiç	33	9.73	2.24	<b>G.Arası</b>	3.22	3	1.07		
	Masaüstü bilgisayar	239	9.83	2.56	<b>G.İçi</b>	3836.90	573	6.70		
	Dizüstü bilgisayar	163	9.94	2.70	<b>Toplam</b>	3840.12	576		.160	.923
	Mobil cihazlar	142	9.97	2.59						
	Toplam	577	9.89	2.58						

Çizelge 4.144’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin mutluluk-doyum alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerine bağlanılan araç değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı

bulunmamıştır ( $F=.160$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.145. Kaygı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
<b>Kaygı</b>	Hiç	33	7.15	2.53	<b>G.Arası</b>	27.02	3	9.01		
	Masaüstü bilgisayar	239	7.09	2.42	<b>G.İçi</b>	3463.61	573	6.05		
	Dizüstü bilgisayar	163	7.31	2.45	<b>Toplam</b>	3490.63	576		1.490	.216
	Mobil cihazlar	142	6.72	2.53						
	Toplam	577	7.06	2.46						

Çizelge 4.145’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin kaygı alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerine bağlanılan araç değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=1.490$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.146. Popülerite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
<b>Popülerite/ Sosyal Beğeni. Gözde Olma</b>	Hiç	33	8.06	2.08	<b>G.Arası</b>	45.29	3	15.10		
	Masaüstü bilgisayar	239	8.51	2.17	<b>G.İçi</b>	2647.46	573	4.62		
	Dizüstü bilgisayar	163	8.66	2.34	<b>Toplam</b>	2692.75	576		3.267	.021
	Mobil cihazlar	142	9.11	1.89						
	Toplam	577	8.67	2.16						

Çizelge 4.146’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin popülerite/sosyal beğeni, gözde olma alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerine bağlanılan araç değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=3.267$ ;  $p<.05$ ). Bu sonucun ardından tamamlayıcı analizlere geçilmiştir. Hangi karşılaştırma analizinin kullanılacağına karar verilirken öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olmadığı bulunmuştur ( $LF=3.085$ ;  $p<.05$ ). Bu nedenle Tamhane’s T2 çoklu karşılaştırma analizi uygulanmış ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

**Çizelge 4.147. Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Tamhane's T2 Testi Sonuçları**

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	<i>p</i>
Hiç	Masaüstü bilgisayar	-.450	.388	.825
	Dizüstü bilgisayar	-.602	.405	.605
	Mobil cihazlar	-1.045	.394	.065
Masaüstü bilgisayar	Hiç	.450	.388	.825
	Dizüstü bilgisayar	-.152	.231	.986
	Mobil cihazlar	-.595	.212	<b>.031</b>
Dizüstü bilgisayar	Hiç	.602	.405	.605
	Masaüstü bilgisayar	.152	.231	.986
	Mobil cihazlar	-.443	.242	.345
Mobil cihazlar	Hiç	1.045	.394	.065
	Masaüstü bilgisayar	.595	.212	<b>.031</b>
	Dizüstü bilgisayar	.443	.242	.345

Çizelge 4.147'de görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin popülarite/sosyal beğeni, gözde olma alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerine bağlanılan araç değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Tamhane's T2 analizi sonucunda söz konusu farklılığın sosyal medya sitelerini masaüstü bilgisayar aracılığıyla kullanan grupla mobil cihazlar aracılığıyla kullanan grup arasında mobil cihazlar aracılığıyla kullanan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ( $p > .05$ ).

**Çizelge 4.148. Davranış Ve Uyma/Konformite Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
<b>Davranış ve Uyma-Konformite</b>	Hiç	33	11.79	3.81	<b>G.Arası</b>	21.87	3	7.29		
	Masaüstü bilgisayar	239	12.20	2.92	<b>G.İçi</b>	5644.14	573	9.85		
	Dizüstü bilgisayar	163	12.23	3.15	<b>Toplam</b>	5666.01	576		.740	.528
	Mobil cihazlar	142	11.79	3.31						
	Toplam	577	12.08	3.14						

Çizelge 4.148'de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin davranış ve uyma/konformite alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerine bağlanılan araç değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan



tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=.740$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.149. Fiziksel Görünüm Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f . <math>\bar{x}</math> ve <math>ss</math> Değerleri</i>					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Fiziksel Görünüm	Hiç	33	7.24	2.26	<b>G.Arası</b>	28.36	3	9.45		
	Masaüstü bilgisayar	239	6.99	1.96	<b>G.İçi</b>	2349.85	573	4.10		
	Dizüstü bilgisayar	163	7.24	2.16	<b>Toplam</b>	2378.21	576		2.305	.076
	Mobil cihazlar	142	7.55	1.92						
	Toplam	577	7.21	2.03						

Çizelge 4.149’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin fiziksel görünüm alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerine bağlanılan araç değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=2.305$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.150. Zihinsel Ve Okul Durumu Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f . <math>\bar{x}</math> ve <math>ss</math> Değerleri</i>					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Zihinsel ve Okul Durumu	Hiç	33	4.73	1.61	<b>G.Arası</b>	31.61	3	10.54		
	Masaüstü bilgisayar	239	4.54	1.64	<b>G.İçi</b>	1440.19	573	2.51		
	Dizüstü bilgisayar	163	4.82	1.57	<b>Toplam</b>	1471.80	576		4.192	.006
	Mobil cihazlar	142	5.13	1.49						
	Toplam	577	4.77	1.60						

Çizelge 4.150’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin zihinsel ve okul durumu alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerine bağlanılan araç değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=4.192$ ;  $p<.01$ ). Bu sonucun ardından tamamlayıcı analizlere geçilmiştir. Hangi karşılaştırma analizinin kullanılacağına karar verilirken öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olduğu bulunmuştur ( $LF=.780$ ;  $p>.05$ ). Bu nedenle Scheffe çoklu karşılaştırma analizi uygulanmış ve

sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

**Çizelge 4.151. Zihinsel Ve Okul Durumu Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları**

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	<i>p</i>
Hiç	Masaüstü bilgisayar	.192	.294	.935
	Dizüstü bilgisayar	-.089	.303	.993
	Mobil cihazlar	-.399	.306	.637
Masaüstü bilgisayar	Hiç	-.192	.294	.935
	Dizüstü bilgisayar	-.280	.161	.388
	Mobil cihazlar	-.591	.168	<b>.007</b>
Dizüstü bilgisayar	Hiç	.089	.303	.993
	Masaüstü bilgisayar	.280	.161	.388
	Mobil cihazlar	-.311	.182	.405
Mobil cihazlar	Hiç	.399	.306	.637
	Masaüstü bilgisayar	.591	.168	<b>.007</b>
	Dizüstü bilgisayar	.311	.182	.405

Çizelge 4.151’de görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin zihinsel ve okul durumu alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerine bağlanılan araç değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Scheffe analizi sonucunda söz konusu farklılığın sosyal medya sitelerini masaüstü bilgisayar aracılığıyla kullanan grupla mobil cihazlar aracılığıyla kullanan grup arasında mobil cihazlar aracılığıyla grup lehine  $p < .01$  düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ( $p > .05$ ).

**Çizelge 4.152. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Puan	Grup	<i>f</i> • $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri			ANOVA Sonuçları					
		<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Paylaşım İhtiyacı	Hiç	33	2.95	1.05	<b>G.Arası</b>	15.98	3	5.33		
	Masaüstü bilgisayar	239	2.35	.91	<b>G.İçi</b>	434.32	573	.76		
	Dizüstü bilgisayar	163	2.22	.83	<b>Toplam</b>	450.30	576		7.029	.000
	Mobil cihazlar	142	2.23	.80						
	Toplam	577	2.32	.88						

Çizelge 4.152’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin paylaşım ihtiyacı alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerine bağlanılan araç değişkenine göre

anlamli bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=7.029$ ;  $p<.001$ ). Bu sonucun ardından tamamlayıcı analizlere geçilmiştir. Hangi karşılaştırma analizinin kullanılacağına karar verilirken öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olduğu bulunmuştur ( $LF=2.356$ ;  $p>.05$ ). Bu nedenle Scheffe çoklu karşılaştırma analizi uygulanmış ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

**Çizelge 4.153. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları**

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	$p$
Hiç	Masaüstü Bilgisayar	.597	.162	<b>.004</b>
	Dizüstü Bilgisayar	.731	.166	<b>.000</b>
	Mobil Cihazlar	.713	.168	<b>.001</b>
Masaüstü Bilgisayar	Hiç	-.597	.162	<b>.004</b>
	Dizüstü Bilgisayar	.134	.088	.516
	Mobil Cihazlar	.116	.092	.665
Dizüstü Bilgisayar	Hiç	-.731	.166	<b>.000</b>
	Masaüstü Bilgisayar	-.134	.088	.516
	Mobil Cihazlar	-.018	.100	.998
Mobil Cihazlar	Hiç	-.713	.168	<b>.001</b>
	Masaüstü Bilgisayar	-.116	.092	.665
	Dizüstü Bilgisayar	.018	.100	.998

Çizelge 4.153’de görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin paylaşım ihtiyacı alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerine bağlanılan araç değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Scheffe analizi sonucunda söz konusu farklılığın sosyal medya sitelerini hiç kullanmayan grupla sosyal medya sitelerini masaüstü bilgisayar ve mobil cihazlar ile kullanan grup arasında hiç kullanmayan grup lehine  $p<.01$  düzeyinde; dizüstü bilgisayar ile kullanan grup arasında ise hiç kullanmayan grup lehine  $p<.001$  düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ( $p>.05$ ).

**Çizelge 4.154. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Sosyal Yetkinlik	Hiç	33	3.17	1.08	G.Arası	3.20	3	1.07		
	Masaüstü bilgisayar	239	2.95	1.05	G.İçi	612.58	573	1.07		
	Dizüstü bilgisayar	163	2.86	1.01	Toplam	615.78	576		.999	.393
	Mobil cihazlar	142	2.87	1.02						
	Toplam	577	2.92	1.03						

Çizelge 4.154’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal yetkinlik alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerine bağlanılan araç değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=.999$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.155. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Sosyal İzolasyon	Hiç	33	3.26	1.04	G.Arası	9.97	3	3.32		
	Masaüstü bilgisayar	239	3.74	1.08	G.İçi	632.49	573	1.10		
	Dizüstü bilgisayar	163	3.76	1.05	Toplam	642.45	576		3.009	.030
	Mobil cihazlar	142	3.87	1.01						
	Toplam	577	3.75	1.06						

Çizelge 4.155’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal izolasyon alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerine bağlanılan araç değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=3.009$ ;  $p<.05$ ). Bu sonucun ardından tamamlayıcı analizlere geçilmiştir. Hangi karşılaştırma analizinin kullanılacağına karar verilirken öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olduğu bulunmuştur ( $LF=.505$ ;  $p>.05$ ). Bu nedenle Scheffe çoklu karşılaştırma analizi uygulanmış ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

**Çizelge 4.156. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları**

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	<i>p</i>
Hiç	Masaüstü Bilgisayar	-.482	.195	.108
	Dizüstü Bilgisayar	-.493	.201	.111
	Mobil Cihazlar	-.609	.203	<b>.030</b>
Masaüstü Bilgisayar	Hiç	.482	.195	.108
	Dizüstü Bilgisayar	-.011	.107	1.000
	Mobil Cihazlar	-.127	.111	.727
Dizüstü Bilgisayar	Hiç	.493	.201	.111
	Masaüstü Bilgisayar	.011	.107	1.000
	Mobil Cihazlar	-.116	.121	.818
Mobil Cihazlar	Hiç	.609	.203	<b>.030</b>
	Masaüstü Bilgisayar	.127	.111	.727
	Dizüstü Bilgisayar	.116	.121	.818

Çizelge 4.156’da görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal izolasyon alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerine bağlanılan araç değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Scheffe analizi sonucunda söz konusu farklılığın sosyal medya sitelerini hiç kullanmayan grupla sosyal medya sitelerini mobil cihazlar ile kullanan grup arasında mobil cihazlar ile kullanan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ( $p > .05$ ).

**Çizelge 4.157. Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Puan	Grup	<i>f</i> · $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri			ANOVA Sonuçları						
		<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>	
Öğretmenlerle İlişki	Hiç	33	3.00	1.09	<b>G.Arası</b>	10.23	3	3.41	2.379	.069	
	Masaüstü bilgisayar	239	3.39	1.23							<b>G.İçi</b>
	Dizüstü bilgisayar	163	3.45	1.15							
	Mobil cihazlar	142	3.59	1.22							
	Toplam	577	3.43	1.20							

Çizelge 4.157’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin öğretmenlerle ilişki alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerine bağlanılan araç değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans

analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=2.379$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.158. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
	Hiç	33	2.96	73	<b>G.Arası</b>	4.90	3	1.63		
	Masaüstü bilgisayar	239	2.63	62	<b>G.İçi</b>	202.45	573	.35		
<b>Toplam Puan</b>	Dizüstü bilgisayar	163	2.56	55	<b>Toplam</b>	207.35	576		4.624	.003
	Mobil cihazlar	142	2.56	57						
	Toplam	577	2.61	60						

Çizelge 4.158’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal medya tutum ölçeği toplam puanlarının sosyal medya sitelerine bağlanılan araç değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=4.624$ ;  $p<.01$ ). Bu sonucun ardından tamamlayıcı analizlere geçilmiştir. Hangi karşılaştırma analizinin kullanılacağına karar verilirken öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olduğu bulunmuştur ( $LF=1.575$ ;  $p>.05$ ). Bu nedenle Scheffe çoklu karşılaştırma analizi uygulanmış ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

**Çizelge 4.159. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Bağlanılan Araç Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları**

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	<i>p</i>
Hiç	Masaüstü Bilgisayar	.335	.110	<b>.027</b>
	Dizüstü Bilgisayar	.401	.113	<b>.006</b>
	Mobil Cihazlar	.402	.115	<b>.007</b>
Masaüstü Bilgisayar	Hiç	-.335	.110	<b>.027</b>
	Dizüstü Bilgisayar	.066	.060	.754
	Mobil Cihazlar	.066	.063	.775
Dizüstü Bilgisayar	Hiç	-.401	.113	<b>.006</b>
	Masaüstü Bilgisayar	-.066	.060	.754
	Mobil Cihazlar	.000	.068	1.000
Mobil Cihazlar	Hiç	-.402	.115	<b>.007</b>
	Masaüstü Bilgisayar	-.066	.063	.775
	Dizüstü Bilgisayar	.000	.068	1.000

Çizelge 4.159’da görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal medya tutum ölçeği toplam puanlarının sosyal medya sitelerine bağlanılan araç değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Scheffe analizi sonucunda söz konusu farklılığın sosyal medya sitelerini hiç kullanmayan grupla sosyal medya sitelerini masaüstü bilgisayar ile kullanan grup arasında hiç kullanmayan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde; sosyal medya sitelerini dizüstü bilgisayar ve mobil cihazlar ile kullanan grupla arasında ise hiç kullanmayan grup lehine  $p < .01$  düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ( $p > .05$ ).

**Çizelge 4.160. Mutluluk-Doyum Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Puan	Grup	<i>f</i> · $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri			ANOVA Sonuçları					
		<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Mutluluk-Doyum	Facebook	368	10.06	2.52	G.Arası	32.83	3	10.94		
	Twitter	69	9.45	2.66	G.İçi	3807.29	573	6.64		
	Youtube	106	9.73	2.52	Toplam	3840.12	576		1.647	.177
	Diğer	34	9.47	3.16						
	Toplam	577	9.89	2.58						

Çizelge 4.160’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin mutluluk-doyum alt boyutu puanlarının öğrencilerin en çok kullandıkları sosyal medya sitesi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=1.647$ ;  $p > .05$ ).

**Çizelge 4.161. Kaygı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Puan	Grup	<i>f</i> · $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri			ANOVA Sonuçları					
		<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Kaygı	Facebook	368	7.07	2.51	G.Arası	6.88	3	2.29		
	Twitter	69	6.90	2.42	G.İçi	3483.75	573	6.08		
	Youtube	106	7.03	2.27	Toplam	3490.63	576		.377	.770
	Diğer	34	7.44	2.68						
	Toplam	577	7.06	2.46						

Çizelge 4.161’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin kaygı alt

boyutu puanlarının öğrencilerin en çok kullandıkları sosyal medya sitesi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=.377$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.162. Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Puan	Grup	f . $\bar{x}$ ve $ss$ Değerleri				ANOVA Sonuçları				
		$N$	$\bar{x}$	$ss$	Var. K.	$KT$	$Sd$	$KO$	$F$	$P$
Popülarite/ Sosyal Beğeni. Gözde Olma	Facebook	368	8.85	2.07	G.Arası	39.11	3	13.04		
	Twitter	69	8.65	2.36	G.İçi	2653.64	573	4.63		
	Youtube	106	8.29	2.09	Toplam	2692.75	576		2.815	.039
	Diğer	34	8.06	2.74						
	Toplam	577	8.67	2.16						

Çizelge 4.162’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin popülarite/sosyal beğeni, gözde olma alt boyutu puanlarının öğrencilerin en çok kullandıkları sosyal medya sitesi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=2.815$ ;  $p<.05$ ). Bu sonucun ardından tamamlayıcı analizlere geçilmiştir. Hangi karşılaştırma analizinin kullanılacağına karar verilirken öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olmadığı bulunmuştur ( $LF=2.770$ ;  $p<.05$ ). Bu aşamada Sheffe analizi anlamlı sonuç vermediğinden LSD analizi uygulanmış ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.



**Çizelge 4.163. Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan LSD Testi Sonuçları**

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	<i>p</i>
Facebook	Twitter	.193	.282	.495
	Youtube	.553	.237	<b>.020</b>
	Diğer	.786	.386	<b>.042</b>
Twitter	Facebook	-.193	.282	.495
	Youtube	.360	.333	.280
	Diğer	.593	.451	.189
Youtube	Facebook	-.553	.237	<b>.020</b>
	Twitter	-.360	.333	.280
	Diğer	.234	.424	.582
Diğer	Facebook	-.786	.386	<b>.042</b>
	Twitter	-.593	.451	.189
	Youtube	-.234	.424	.582

Çizelge 4.163’de görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin popülarite/sosyal beğeni, gözde olma alt boyutu puanlarının öğrencilerin en çok kullandıkları sosyal medya sitesi değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan LSD analizi sonucunda söz konusu farklılığın sosyal medya sitelerinden Facebook kullanan grupla Youtube ve diğer sosyal medya sitelerini kullanan grup arasında Facebook kullanan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ( $p > .05$ ).

**Çizelge 4.164. Davranış Ve Uyma/Konformite Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Puan	Grup	<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri			ANOVA Sonuçları					
		<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Davranış ve Uyma-Konformite	Facebook	368	12.22	3.15	<b>G.Arası</b> <b>G.İçi</b> <b>Toplam</b>	62.74	3	20.91	2.139	.094
	Twitter	69	11.22	3.13						
	Youtube	106	12.07	3.05						
	Diğer	34	12.44	3.16						
	Toplam	577	12.08	3.14						

Çizelge 4.164’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin davranış ve

uyuma/konformite alt boyutu puanlarının öğrencilerin en çok kullandıkları sosyal medya sitesi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=2.139$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.165. Fiziksel Görünüm Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f · <math>\bar{x}</math> ve <math>ss</math> Değerleri</i>					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Fiziksel Görünüm	Facebook	368	7.30	2.01	G.Arası	9.26	3	3.09		
	Twitter	69	7.12	2.00	G.İçi	2368.95	573	4.13		
	Youtube	106	7.01	1.10	Toplam	2378.21	576		.746	.525
	Diğer	34	7.03	2.42						
	Toplam	577	7.21	2.03						

Çizelge 4.165’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin fiziksel görünüm alt boyutu puanlarının öğrencilerin en çok kullandıkları sosyal medya sitesi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=.746$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.166. Zihinsel Ve Okul Durumu Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f · <math>\bar{x}</math> ve <math>ss</math> Değerleri</i>					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Zihinsel ve Okul Durumu	Facebook	368	4.76	1.60	G.Arası	4.2	3	1.61		
	Twitter	69	4.94	1.58	G.İçi	1466.98	573	2.56		
	Youtube	106	4.64	1.59	Toplam	1471.80	576		.627	.598
	Diğer	34	4.94	1.63						
	Toplam	577	4.77	1.60						

Çizelge 4.166’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin zihinsel ve okul durumu alt boyutu puanlarının öğrencilerin en çok kullandıkları sosyal medya sitesi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=.627$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.167. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> · $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Paylaşım İhtiyacı	Facebook	368	2.17	.75	<b>G.Arası</b>	39.01	3	13.00		
	Twitter	69	2.20	.93	<b>G.İçi</b>	411.29	573	.72		
	Youtube	106	2.77	1.01	<b>Toplam</b>	450.30	576		18.117	.000
	Diğer	34	2.80	1.10						
	Toplam	577	2.32	.88						

Çizelge 4.167’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin paylaşım ihtiyacı alt boyutu puanlarının öğrencilerin en çok kullandıkları sosyal medya sitesi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=18.117$ ;  $p<.001$ ). Bu sonucun ardından tamamlayıcı analizlere geçilmiştir. Hangi karşılaştırma analizinin kullanılacağına karar verilirken öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olmadığı bulunmuştur ( $LF=7.976$ ;  $p<.001$ ). Bu nedenle Tamhane’s T2 analizi uygulanmış ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

**Çizelge 4.168. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaşğını Belirlemek Üzere Yapılan Tamhane’s T2 Testi Sonuçları**

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	<i>p</i>
Facebook	Twitter	-.030	.119	1.000
	Youtube	-.604	.106	<b>.000</b>
	Diğer	-.632	.192	<b>.013</b>
Twitter	Facebook	.030	.119	1.000
	Youtube	-.574	.149	<b>.001</b>
	Diğer	-.602	.219	<b>.046</b>
Youtube	Facebook	.604	.106	<b>.000</b>
	Twitter	.574	.149	<b>.001</b>
	Diğer	-.028	.212	1.000
Diğer	Facebook	.632	.192	<b>.013</b>
	Twitter	.602	.219	<b>.046</b>
	Youtube	.028	.212	1.000

Çizelge 4.168’de görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin paylaşım ihtiyacı alt boyutu puanlarının öğrencilerin en çok kullandıkları sosyal medya sitesi değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Tamhane’s T2 analizi sonucunda söz konusu farklılığın Youtube kullanan grupla Facebook kullanan grup arasında Youtube kullanan grup lehine  $p<.001$  düzeyinde; Youtube kullanan grupla Twitter kullanan grup arasında Youtube kullanan grup lehine  $p<.01$  düzeyinde; diğer sosyal medya sitelerini kullanan grupla Facebook ve Twitter kullanan grup arasında diğer sosyal medya sitelerini kullanan grup lehine  $p<.05$  düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ( $p>.05$ ).

**Çizelge 4.169. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Puan	Grup	f • $\bar{x}$ ve ss Değerleri			ANOVA Sonuçları					
		N	$\bar{x}$	ss	Var. K.	KT	Sd	KO	F	P
Sosyal Yetkinlik	Facebook	368	2.80	.96	<b>G.Arası</b>	26.15	3	8.72		
	Twitter	69	2.77	1.15	<b>G.İçi</b>	589.63	573	1.03		
	Youtube	106	3.30	1.06	<b>Toplam</b>	615.78	576		8.470	.000
	Diğer	34	3.26	1.14						
	Toplam	577	2.92	1.03						

Çizelge 4.169’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal yetkinlik alt boyutu puanlarının öğrencilerin en çok kullandıkları sosyal medya sitesi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=8.470$ ;  $p<.001$ ). Bu sonucun ardından tamamlayıcı analizlere geçilmiştir. Hangi karşılaştırma analizinin kullanılacağına karar verilirken öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olmadığı bulunmuştur ( $LF=3.221$ ;  $p<.05$ ). Bu nedenle Tamhane’s T2 analizi uygulanmış ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

**Çizelge 4.170. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Tamhane's T2 Testi Sonuçları**

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	<i>p</i>
Facebook	Twitter	.033	.147	1.000
	Youtube	-.501	.114	<b>.000</b>
	Diğer	-.458	.202	.164
Twitter	Facebook	-.033	.147	1.000
	Youtube	-.534	.172	<b>.014</b>
	Diğer	-.491	.240	.239
Youtube	Facebook	.501	.114	<b>.000</b>
	Twitter	.534	.172	<b>.014</b>
	Diğer	.043	.221	1.000
Diğer	Facebook	.458	.202	.164
	Twitter	.491	.240	.239
	Youtube	-.043	.221	1.000

Çizelge 4.170'de görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal yetkinlik alt boyutu puanlarının öğrencilerin en çok kullandıkları sosyal medya sitesi değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Tamhane's T2 analizi sonucunda söz konusu farklılığın Youtube kullanan grupla Facebook kullanan grup arasında Youtube kullanan grup lehine  $p < .001$  düzeyinde; Youtube kullanan grupla Twitter kullanan grupla arasında Youtube kullanan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ( $p > .05$ ).

**Çizelge 4.171. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> · $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Sosyal İzolasyon	Facebook	368	3.78	1.04	<b>G.Arası</b>	7.67	3	2.56		
	Twitter	69	3.95	.93	<b>G.İçi</b>	634.78	573	1.11		
	Youtube	106	3.60	1.13	<b>Toplam</b>	642.45	576		2.309	.075
	Diğer	34	3.50	1.19						
	Toplam	577	3.75	1.06						

Çizelge 4.171'de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal izolasyon alt boyutu puanlarının öğrencilerin en çok kullandıkları sosyal medya sitesi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan

tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=2.309$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.172. Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Öğretmenlerle İlişki	Facebook	368	3.37	1.22	<b>G.Arası</b>	12.59	3	4.20		
	Twitter	69	3.69	1.19	<b>G.İçi</b>	819.05	573	1.43		
	Youtube	106	3.35	1.13	<b>Toplam</b>	831.64	576		2.935	.033
	Diğer	34	3.85	1.13						
	Toplam	577	3.43	1.20						

Çizelge 4.172’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin öğretmenlerle ilişki alt boyutu puanlarının öğrencilerin en çok kullandıkları sosyal medya sitesi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=2.935$ ;  $p<.05$ ). Bu sonucun ardından tamamlayıcı analizlere geçilmiştir. Hangi karşılaştırma analizinin kullanılacağına karar verilirken öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olduğu bulunmuştur ( $LF=.633$ ;  $p>.05$ ). Bu aşamada Scheffe analizi anlamlı sonuç vermediğinden LSD analizi uygulanmış ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

**Çizelge 4.173. Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan LSD Testi Sonuçları**

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	<i>p</i>
Facebook	Twitter	-.316	.157	<b>.044</b>
	Youtube	.017	.132	.895
	Diğer	-.483	.214	<b>.024</b>
Twitter	Facebook	.316	.157	<b>.044</b>
	Youtube	.334	.185	.072
	Diğer	-.167	.251	.505
Youtube	Facebook	-.017	.132	.895
	Twitter	-.334	.185	.072
	Diğer	-.501	.236	<b>.034</b>
Diğer	Facebook	.483	.214	<b>.024</b>
	Twitter	.167	.251	.505
	Youtube	.501	.236	<b>.034</b>

Çizelge 4.173’de görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin öğretmenlerle ilişki alt boyutu puanlarının öğrencilerin en çok kullandıkları sosyal medya sitesi değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan LSD analizi sonucunda söz konusu farklılığın Facebook kullanan grupla Twitter ve diğer sosyal medya araçlarını kullanan grup arasında Twitter ve diğer sosyal medya araçlarını kullanan grup lehine  $p<.05$  düzeyinde; youtube kullanan grupla diğer sosyal medya araçlarını kullanan grup arasında diğer sosyal medya araçlarını kullanan grup lehine  $p<.05$  düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ( $p>.05$ ).

**Çizelge 4.174. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
<b>Toplam Puan</b>	Facebook	368	2.52	.54	<b>G.Arasi</b>	17.00	3	5.67		
	Twitter	69	2.52	.57	<b>G.İçi</b>	190.35	573	.33		
	Youtube	106	2.89	.63	<b>Toplam</b>	207.35	576		17.061	.000
	Diğer	34	2.98	.75						
	Toplam	577	2.61	.60						

Çizelge 4.174’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal medya tutum ölçeği toplam puanlarının öğrencilerin en çok kullandıkları sosyal medya sitesi değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=17.061$ ;  $p<.001$ ). Bu sonucun ardından tamamlayıcı analizlere geçilmiştir. Hangi karşılaştırma analizinin kullanılacağına karar verilirken öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olmadığı bulunmuştur ( $LF=3.101$ ;  $p<.05$ ). Bu nedenle Tamhane’s T2 analizi uygulanmış ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

**Çizelge 4.175. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Öğrencilerin En Çok Kullandıkları Sosyal Medya Sitesi Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Tamhane's T2 Testi Sonuçları**

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	<i>p</i>
Facebook	Twitter	-.004	.074	1.000
	Youtube	-.376	.067	<b>.000</b>
	Diğer	-.468	.132	<b>.007</b>
Twitter	Facebook	.004	.074	1.000
	Youtube	-.372	.092	<b>.000</b>
	Diğer	-.465	.146	<b>.015</b>
Youtube	Facebook	.376	.067	<b>.000</b>
	Twitter	.372	.092	<b>.000</b>
	Diğer	-.093	.143	.988
Diğer	Facebook	.468	.132	<b>.007</b>
	Twitter	.465	.146	<b>.015</b>
	Youtube	.093	.143	.988

Çizelge 4.175’de görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal medya tutum ölçeği toplam puanlarının öğrencilerin en çok kullandıkları sosyal medya sitesi değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Tamhane’s T2 analizi sonucunda söz konusu farklılığın Facebook kullanan grupla youtube kullanan grup arasında youtube kullanan grup lehine  $p < .001$  düzeyinde; diğer sosyal medya araçlarını kullanan grupla ise diğer sosyal medya araçlarını kullanan grup lehine  $p < .01$  düzeyinde; Twitter kullanan grupla youtube kullanan grup arasında youtube kullanan grup lehine  $p < .001$  düzeyinde; diğer sosyal medya araçlarını kullanan grupla ise diğer sosyal medya araçlarını kullanan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ( $p > .05$ ).

**Çizelge 4.176. Mutluluk-Doyum Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Puan	Grup	<i>f</i> • $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri			ANOVA Sonuçları					
		<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Mutluluk-Doyum	Eğitim	104	9.70	2.56	<b>G.Arası</b>	6.88	3	2.30		
	Sohbet-İletişim	239	10.00	2.54	<b>G.İçi</b>	3833.24	573	6.69		
	Müzik Dinleme	44	9.95	3.02	<b>Toplam</b>	3840.12	576		.343	.794
	Diğer	190	9.85	2.55						
	Toplam	577	9.89	2.58						



Çizelge 4.176’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin mutluluk-doyum alt boyutu puanlarının öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanım amacı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=.343; p>.05$ ).

**Çizelge 4.177. Kaygı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Puan	Grup	f • $\bar{x}$ ve $ss$ Değerleri				ANOVA Sonuçları				
		N	$\bar{x}$	$ss$	Var. K.	KT	Sd	KO	F	P
Kaygı	Eğitim	104	7.04	2.46	<b>G.Arası</b>	11.62	3	3.87	.638	.591
	Sohbet-İletişim	239	7.15	2.49	<b>G.İçi</b>	3479.01	573	6.07		
	Müzik Dinleme	44	6.59	2.45	<b>Toplam</b>	3490.63	576			
	Diğer	190	7.08	2.44						
	Toplam	577	7.06	2.46						

Çizelge 4.177’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin kaygı alt boyutu puanlarının öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanım amacı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=.638; p>.05$ ).

**Çizelge 4.178. Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Puan	Grup	f • $\bar{x}$ ve $ss$ Değerleri				ANOVA Sonuçları				
		N	$\bar{x}$	$ss$	Var. K.	KT	Sd	KO	F	P
Popülarite/ Sosyal Beğeni. Gözde Olma	Eğitim	104	8.24	2.32	<b>G.Arası</b>	32.15	3	10.72	2.308	.076
	Sohbet-İletişim	239	8.89	2.06	<b>G.İçi</b>	2660.60	573	4.64		
	Müzik Dinleme	44	8.48	2.50	<b>Toplam</b>	2692.75	576			
	Diğer	190	8.69	2.09						
	Toplam	577	8.67	2.16						

Çizelge 4.178’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin popülarite/sosyal beğeni, gözde olma alt boyutu puanlarının öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanım amacı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=2.308; p>.05$ ).

**Çizelge 4.179. Davranış Ve Uyma/Konformite Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Davranış ve Uyma-Konformite	Eğitim	104	12.25	3.29	<b>G.Arası</b> <b>G.İçi</b> <b>Toplam</b>	41.58	3	13.86	1.412	.238
	Sohbet-İletişim	239	11.79	3.32						
	Müzik Dinleme	44	11.93	2.88						
	Diğer	190	12.39	2.84						
	Toplam	577	12.08	3.14						

Çizelge 4.179’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin davranış ve uyma/konformite alt boyutu puanlarının öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanım amacı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=1.412$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.180. Fiziksel Görünüm Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Fiziksel Görünüm	Eğitim	104	7.21	2.14	<b>G.Arası</b> <b>G.İçi</b> <b>Toplam</b>	25.31	3	8.44	2.054	.105
	Sohbet-İletişim	239	7.35	2.06						
	Müzik Dinleme	44	6.52	2.06						
	Diğer	190	7.20	1.91						
	Toplam	577	7.21	2.03						

Çizelge 4.180’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin fiziksel görünüm alt boyutu puanlarının öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanım amacı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=2.054$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.181. Zihinsel Ve Okul Durumu Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
<b>Zihinsel ve Okul Durumu</b>	Eğitim	104	4.92	1.75	<b>G.Arası</b>	2.97	3	.99		
	Sohbet-İletişim	239	4.74	1.58	<b>G.İçi</b>	1468.83	573	2.56		
	Müzik Dinleme	44	4.75	1.60	<b>Toplam</b>	1471.80	576		.386	.763
	Diğer	190	4.73	1.54						
	Toplam	577	4.77	1.60						

Çizelge 4.181’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin zihinsel ve okul durumu alt boyutu puanlarının öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanım amacı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır ( $F=.386$ ;  $p>.05$ ).

**Çizelge 4.182. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
<b>Paylaşım İhtiyacı</b>	Eğitim	104	2.77	1.09	<b>G.Arası</b>	35.19	3	11.73		
	Sohbet-İletişim	239	2.09	.78	<b>G.İçi</b>	415.11	573	.72		
	Müzik Dinleme	44	2.54	.87	<b>Toplam</b>	450.30	576		16.193	.000
	Diğer	190	2.30	.78						
	Toplam	577	2.32	.88						

Çizelge 4.182’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin paylaşım ihtiyacı alt boyutu puanlarının öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanım amacı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=16.193$ ;  $p<.001$ ). Bu sonucun ardından tamamlayıcı analizlere geçilmiştir. Hangi karşılaştırma analizinin kullanılacağına karar verilirken öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olmadığı bulunmuştur ( $LF=7.438$ ;  $p<.001$ ). Bu nedenle Tamhane’s T2 analizi uygulanmış ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

**Çizelge 4.183. Paylaşım İhtiyacı Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Tamhane's T2 Testi Sonuçları**

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	<i>p</i>
Eğitim	Sohbet-İletişim	.673	.118	<b>.000</b>
	Müzik Dinleme	.227	.170	.705
	Diğer	.464	.121	<b>.001</b>
Sohbet-İletişim	Eğitim	-.673	.118	<b>.000</b>
	Müzik Dinleme	-.446	.141	<b>.015</b>
	Diğer	-.209	.076	<b>.036</b>
Müzik Dinleme	Eğitim	-.227	.170	.705
	Sohbet-İletişim	.446	.141	<b>.015</b>
	Diğer	.237	.143	.480
Diğer	Eğitim	-.464	.121	<b>.001</b>
	Sohbet-İletişim	.209	.076	<b>.036</b>
	Müzik Dinleme	-.237	.143	.480

Çizelge 4.183'de görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin paylaşım ihtiyacı alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerini kullanma amacı değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Tamhane's T2 analizi sonucunda söz konusu farklılığın sosyal medya sitelerini eğitim amacıyla kullanan grupla sohbet-İletişim amacıyla kullanan grup arasında eğitim amacıyla kullanan grup lehine  $p < .001$  düzeyinde; diğer amaçlarla kullanan grupla arasında eğitim amacıyla kullanan grup lehine  $p < .01$  düzeyinde; sosyal medya sitelerini sohbet-iletışim amacıyla kullanan grupla müzik dinleme ve diğer amaçla kullanan grup arasında müzik dinleme ve diğer amaçla kullanan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ( $p > .05$ ).

**Çizelge 4.184. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Puan	Grup	<i>f</i> · $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri			ANOVA Sonuçları					
		<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Sosyal Yetkinlik	Eğitim	104	3.14	1.13	<b>G.Arası</b>	29.99	3	1.00		
	Sohbet-İletişim	239	2.66	1.01	<b>G.İçi</b>	585.79	573	1.02		
	Müzik Dinleme	44	3.29	.91	<b>Toplam</b>	615.78	576		9.779	.000
	Diğer	190	3.03	.96						
	Toplam	577	2.92	1.03						

Çizelge 4.184’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal yetkinlik alt boyutu puanlarının öğrencilerin sosyal medya kullanım amacı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=9.779$ ;  $p<.001$ ). Bu sonucun ardından tamamlayıcı analizlere geçilmiştir. Hangi karşılaştırma analizinin kullanılacağına karar verilirken öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olduğu bulunmuştur ( $LF=1.833$ ;  $p>.05$ ). Bu nedenle Scheffe analizi uygulanmış ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

**Çizelge 4.185. Sosyal Yetkinlik Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları**

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	$p$
Eğitim	Sohbet-İletişim	.485	.119	<b>.001</b>
	Müzik Dinleme	-.144	.182	.890
	Diğer	.110	.123	.852
Sohbet-İletişim	Eğitim	-.485	.119	<b>.001</b>
	Müzik Dinleme	-.629	.166	<b>.003</b>
	Diğer	-.376	.098	<b>.002</b>
Müzik Dinleme	Eğitim	.144	.182	.890
	Sohbet-İletişim	.629	.166	<b>.003</b>
	Diğer	.254	.169	.523
Diğer	Eğitim	-.110	.123	.852
	Sohbet-İletişim	.376	.098	<b>.002</b>
	Müzik Dinleme	-.254	.169	.523

Çizelge 4.185’de görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal yetkinlik alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerini kullanma amacı değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Scheffe analizi sonucunda söz konusu farklılığın sosyal medya sitelerini sohbet-iletişim amacıyla kullanan grupla eğitim, müzik dinleme ve diğer amaçla kullanan grup arasında eğitim, müzik dinleme ve diğer amaçla kullanan grup lehine  $p<.01$  düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ( $p>.05$ ).

**Çizelge 4.186. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Sosyal İzolasyon	Eğitim	104	3.59	1.11	G.Arası	8.95	3	2.98		
	Sohbet-İletişim	239	3.68	1.07	G.İçi	633.50	573	1.11		
	Müzik Dinleme	44	3.96	.97	Toplam	642.45	576		2.698	.045
	Diğer	190	3.88	1.02						
	Toplam	577	3.75	1.06						

Çizelge 4.186’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal izolasyon alt boyutu puanlarının öğrencilerin sosyal medya kullanım amacı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=2.698$ ;  $p<.05$ ). Bu sonucun ardından tamamlayıcı analizlere geçilmiştir. Hangi karşılaştırma analizinin kullanılacağına karar verilirken öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olduğu bulunmuştur ( $LF=.905$ ;  $p>.05$ ). Bu aşamada Scheffe analizi anlamlı sonuç vermediğinden LSD analizi uygulanmış ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

**Çizelge 4.187. Sosyal İzolasyon Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan LSD Testi Sonuçları**

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	<i>p</i>
Eğitim	Sohbet-İletişim	-.089	.124	.470
	Müzik Dinleme	-.371	.189	.050
	Diğer	-.288	.128	<b>.025</b>
Sohbet-İletişim	Eğitim	.089	.124	.470
	Müzik Dinleme	-.282	.172	.103
	Diğer	-.199	.102	.052
Müzik Dinleme	Eğitim	.371	.189	.050
	Sohbet-İletişim	.282	.172	.103
	Diğer	.082	.176	.640
Diğer	Eğitim	.288	.128	<b>.025</b>
	Sohbet-İletişim	.199	.102	.052
	Müzik Dinleme	-.082	.176	.640

Çizelge 4.187’de görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal izolasyon alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerini kullanma amacı değişkenine göre

hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan LSD analizi sonucunda söz konusu farklılığın sosyal medya sitelerini eğitim amacıyla kullanan grupla diğer amaçla kullanan grup arasında diğer amaçla kullanan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ( $p > .05$ ).

**Çizelge 4.188. Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Farklaşıp Farklaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

		<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri				ANOVA Sonuçları				
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var. K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
Öğretmenlerle İlişki	Eğitim	104	3.14	1.25	<b>G.Arası</b>	12.12	3	4.04		
	Sohbet-İletişim	239	3.45	1.21	<b>G.İçi</b>	819.51	573	1.43		
	Müzik Dinleme	44	3.63	1.03	<b>Toplam</b>	831.64	576		2.826	.038
	Diğer	190	3.52	1.19						
	Toplam	577	3.43	1.20						

Çizelge 4.188’de görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin öğretmenlerle ilişki alt boyutu puanlarının öğrencilerin sosyal medya kullanım amacı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=2.826$ ;  $p < .05$ ). Bu sonucun ardından tamamlayıcı analizlere geçilmiştir. Hangi karşılaştırma analizinin kullanılacağına karar verilirken öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olduğu bulunmuştur ( $LF=1.303$ ;  $p > .05$ ). Bu aşamada Scheffé analizi anlamlı sonuç vermediğinden Tukey analizi uygulanmış ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

**Çizelge 4.189. Öğretmenlerle İlişki Alt Boyutu Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Tukey Testi Sonuçları**

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	<i>p</i>
Eğitim	Sohbet-İletişim	-.312	.140	.118
	Müzik Dinleme	-.488	.215	.107
	Diğer	-.380	.146	<b>.046</b>
Sohbet-İletişim	Eğitim	.312	.140	.118
	Müzik Dinleme	-.176	.196	.808
	Diğer	-.068	.116	.937
Müzik Dinleme	Eğitim	.488	.215	.107
	Sohbet-İletişim	.176	.196	.808
	Diğer	.108	.200	.950
Diğer	Eğitim	.380	.146	<b>.046</b>
	Sohbet-İletişim	.068	.116	.937
	Müzik Dinleme	-.108	.200	.950

Çizelge 4.189’da görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin öğretmenlerle ilişki alt boyutu puanlarının sosyal medya sitelerini kullanma amacı değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Tukey analizi sonucunda söz konusu farklılığın sosyal medya sitelerini eğitim amacıyla kullanan grupla diğer amaçla kullanan grup arasında diğer amaçla kullanan grup lehine  $p < .05$  düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ( $p > .05$ ).

**Çizelge 4.190. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Öğrencilerin Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

<i>f</i> . $\bar{x}$ ve <i>ss</i> Değerleri					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	<i>N</i>	$\bar{x}$	<i>ss</i>	Var.K.	<i>KT</i>	<i>Sd</i>	<i>KO</i>	<i>F</i>	<i>P</i>
<b>Toplam Puan</b>	Eğitim	104	2.83	.71	<b>G.Arası</b> <b>G.İçi</b> <b>Toplam</b>	9.11	3	3.04	8.774	.000
	Sohbet-İletişim	239	2.49	.58						
	Müzik Dinleme	44	2.75	.52						
	Diğer	190	2.62	.54						
	Toplam	577	2.61	.60						

Çizelge 4.190’da görüldüğü üzere örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal medya tutum ölçeği toplam puanlarının öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanım amacı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki



farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=8.774$ ;  $p<.001$ ). Bu sonucun ardından tamamlayıcı analizlere geçilmiştir. Hangi karşılaştırma analizinin kullanılacağına karar verilirken öncelikle varyansların homojenliği denetlenmiş, varyansların homojen olmadığı bulunmuştur ( $LF=4.029$ ;  $p<.01$ ). Bu nedenle Tamhane's T2 analizi uygulanmış ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

**Çizelge 4.191. Sosyal Medya Tutum Ölçeği Toplam Puanlarının Sosyal Medya Sitelerini Kullanım Amacı Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Tamhane's T2 Testi Sonuçları**

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	$p$
Eğitim	Sohbet-İletişim	.337	.079	<b>.000</b>
	Müzik Dinleme	.083	.105	.966
	Diğer	.213	.080	.051
Sohbet-İletişim	Eğitim	-.337	.079	<b>.000</b>
	Müzik Dinleme	-.254	.087	<b>.029</b>
	Diğer	-.124	.054	.127
Müzik Dinleme	Eğitim	-.083	.105	.966
	Sohbet-İletişim	.254	.087	<b>.029</b>
	Diğer	.130	.088	.607
Diğer	Eğitim	-.213	.080	.051
	Sohbet-İletişim	.124	.054	.127
	Müzik Dinleme	-.130	.088	.607

Çizelge 4.191'de görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal medya tutum ölçeği toplam puanlarının sosyal medya sitelerini kullanma amacı değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek amacıyla yapılan Tamhane's T2 analizi sonucunda söz konusu farklılığın sosyal medya sitelerini sohbet-iletişim amacıyla kullanan grupla eğitim amacıyla kullanan grup arasında eğitim amacıyla kullanan grup lehine  $p<.001$  düzeyinde; müzik dinlemek amacıyla kullanan grupla arasında ise müzik dinleme amacıyla kullanan grup lehine  $p<.05$  düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılıklar anlamlı bulunmamıştır ( $p>.05$ ).

**Çizelge 4.192. PHBSÖ Mutluluk-Doyum Alt Boyutu ile SMTÖ Alt Boyutları Arasındaki İlişkiler için Yapılan Pearson Analizi Sonuçları**

SMTÖ Alt Boyutları	PHBSÖ Mutluluk-Doyum Alt Boyutu		
	N	R	p
Paylaşım İhtiyacı	577	.011	.789
Sosyal Yetkinlik	577	.134	<b>.001</b>
Sosyal İzolasyon	577	.316	<b>.000</b>
Öğretmenlerle İlişki	577	.055	.190
Toplam Puan	577	-.067	.109

Çizelge 4.192’de görüldüğü üzere, PHBSÖ mutluluk-doyum alt boyutu ile SMTÖ alt boyutları arasındaki ilişkiler için yapılan Pearson analizi sonucunda PHBSÖ mutluluk-doyum alt boyutu ile SMTÖ sosyal yetkinlik alt boyutu ( $r=.134$ ;  $p<.01$ ) ve sosyal izolasyon alt boyutu ( $r=-.316$ ;  $p<.01$ ) arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler bulunduğu saptanmıştır. Diğer alt boyutlar arasındaki ilişkiler anlamlı bulunmamıştır ( $p>.05$ ).

**Çizelge 4.193. PHBSÖ Kaygı Alt Boyutu ile SMTÖ Alt Boyutları Arasındaki İlişkiler için Yapılan Pearson Analizi Sonuçları**

SMTÖ Alt Boyutları	PHBSÖ Kaygı Alt Boyutu		
	N	R	p
Paylaşım İhtiyacı	577	.043	.297
Sosyal Yetkinlik	577	.096	<b>.021</b>
Sosyal İzolasyon	577	.164	<b>.000</b>
Öğretmenlerle İlişki	577	.073	.079
Toplam Puan	577	.008	.849

Çizelge 4.193’de görüldüğü üzere, PHBSÖ kaygı alt boyutu ile SMTÖ alt boyutları arasındaki ilişkiler için yapılan Pearson analizi sonucunda PHBSÖ kaygı alt boyutu ile SMTÖ sosyal yetkinlik alt boyutu ( $r=.096$ ;  $p<.05$ ) ve sosyal izolasyon alt boyutu ( $r=.164$ ;  $p<.01$ ) arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler bulunduğu saptanmıştır. Diğer alt boyutlar arasındaki ilişkiler anlamlı bulunmamıştır ( $p>.05$ ).

**Çizelge 4.194. PHBSÖ Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Olma Alt Boyutu ile SMTÖ Alt Boyutları Arasındaki İlişkiler için Yapılan Pearson Analizi Sonuçları**

SMTÖ Alt Boyutları	PHBSÖ Popülarite/Sosyal Beğeni, Gözde Alt Boyutu		
	N	R	p
Paylaşım İhtiyacı	577	-.094	<b>.024</b>
Sosyal Yetkinlik	577	.041	.322
Sosyal İzolasyon	577	.306	<b>.000</b>
Öğretmenlerle İlişki	577	.065	.119
Toplam Puan	577	-.151	<b>.000</b>

Çizelge 4.194’de görüldüğü üzere, PHBSÖ popülarite/sosyal beğeni, gözde olma alt boyutu ile SMTÖ alt boyutları arasındaki ilişkiler için yapılan Pearson analizi sonucunda PHBSÖ popülarite/sosyal beğeni, gözde olma alt boyutu ile SMTÖ sosyal izolasyon alt boyutu ( $r=.306$ ;  $p<.01$ ) arasında pozitif yönde; paylaşım ihtiyacı alt boyutu ( $r=-.094$ ;  $p<.05$ ) ve toplam puan ( $r=-.151$ ;  $p<.01$ ) arasında negatif yönde anlamlı ilişkiler bulunduğu saptanmıştır. Diğer alt boyutlar arasındaki ilişkiler anlamlı bulunmamıştır ( $p>.05$ ).

**Çizelge 4.195. PHBSÖ Davranış ve Uyma/Konformite Alt Boyutu ile SMTÖ Alt Boyutları Arasındaki İlişkiler için Yapılan Pearson Analizi Sonuçları**

SMTÖ Alt Boyutları	PHBSÖ Davranış ve Uyma/Konformite Alt Boyutu		
	N	R	p
Paylaşım İhtiyacı	577	.103	<b>.013</b>
Sosyal Yetkinlik	577	.195	<b>.000</b>
Sosyal İzolasyon	577	.272	<b>.000</b>
Öğretmenlerle İlişki	577	.008	.843
Toplam Puan	577	.018	.664

Çizelge 4.195’de görüldüğü üzere, PHBSÖ davranış ve uyma/konformite alt boyutu ile SMTÖ alt boyutları arasındaki ilişkiler için yapılan Pearson analizi sonucunda PHBSÖ davranış ve uyma/konformite alt boyutu ile SMTÖ paylaşım ihtiyacı alt boyutu ( $r=.103$ ;  $p<.05$ ), sosyal yetkinlik alt boyutu ( $r=.195$ ;  $p<.01$ ) ve sosyal izolasyon alt boyutu ( $r=.272$ ;  $p<.01$ ) arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler bulunduğu saptanmıştır. Diğer alt boyutlar arasındaki ilişkiler anlamlı bulunmamıştır ( $p>.05$ ).

**Çizelge 4.196. PHBSÖ Fiziksel Görünüm Alt Boyutu ile SMTÖ Alt Boyutları Arasındaki İlişkiler için Yapılan Pearson Analizi Sonuçları**

SMTÖ Alt Boyutları	PHBSÖ Fiziksel Görünüm Alt Boyutu		
	N	R	p
Paylaşım İhtiyacı	577	-.065	.116
Sosyal Yetkinlik	577	-.074	.077
Sosyal İzolasyon	577	.109	<b>.009</b>
Öğretmenlerle İlişki	577	-.039	.347
Toplam Puan	577	-.125	<b>.003</b>

Çizelge 4.196'da görüldüğü üzere, PHBSÖ fiziksel görünüm alt boyutu ile SMTÖ alt boyutları arasındaki ilişkiler için yapılan Pearson analizi sonucunda PHBSÖ fiziksel görünüm alt boyutu ile SMTÖ sosyal izolasyon alt boyutu ( $r=.109$ ;  $p<.01$ ) arasında pozitif yönde; toplam puan ( $r=-.125$ ;  $p<.01$ ) arasında negatif yönde anlamlı ilişkiler bulunduğu saptanmıştır. Diğer alt boyutlar arasındaki ilişkiler anlamlı bulunmamıştır ( $p>.05$ ).

**Çizelge 4.197. PHBSÖ Zihinsel ve Okul Durumu Alt Boyutu ile SMTÖ Alt Boyutları Arasındaki İlişkiler için Yapılan Pearson Analizi Sonuçları**

SMTÖ Alt Boyutları	PHBSÖ Zihinsel ve Okul Durumu Alt Boyutu		
	N	R	p
Paylaşım İhtiyacı	577	-.100	<b>.017</b>
Sosyal Yetkinlik	577	-.059	.156
Sosyal İzolasyon	577	.056	.176
Öğretmenlerle İlişki	577	-.118	<b>.005</b>
Toplam Puan	577	-.137	<b>.001</b>

Çizelge 4.197'de görüldüğü üzere, PHBSÖ zihinsel ve okul durumu alt boyutu ile SMTÖ alt boyutları arasındaki ilişkiler için yapılan Pearson analizi sonucunda PHBSÖ zihinsel ve okul durumu alt boyutu ile SMTÖ paylaşım ihtiyacı alt boyutu ( $r=-.100$ ;  $p<.05$ ), öğretmenlerle ilişki ( $r=-.118$ ;  $p<.01$ ) ve toplam puan ( $r=-.137$ ;  $p<.01$ ) arasında negatif yönde anlamlı ilişkiler bulunduğu saptanmıştır. Diğer alt boyutlar arasındaki ilişkiler anlamlı bulunmamıştır ( $p>.05$ ).

## BÖLÜM V

### SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu bölümde araştırma sürecinde elde edilen verilerin istatistiksel analizleri sonucunda ulaşılan bulgular incelendikten sonra araştırmanın problemini ve alt problemlerini açıklayan sonuçlara, sonuçların ilgili alanyazın bağlamında tartışılmasına ve araştırma sonuçlarına bağlı önerilere yer verilmiştir.

#### 5.1. SONUÇ ve TARTIŞMA

Öğrencilerin sosyal medya tutumlarına ilişkin bulguların araştırmanın değişkenlerine göre farklılık gösterip göstermediğine yönelik elde edilen sonuçlar ve tartışma;

1. Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının cinsiyet değişkenine göre farklılaşma durumunu belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucunda kız ve erkek öğrenciler arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Kız öğrencilerin tutumlarının daha yüksek olduğu görülse de öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının cinsiyetlerine bağlı olarak değişmediğini söylenebilir.

Benzer şekilde Kaya (2011) ve Köseoğlu (2012)'nin yaptığı araştırmalarda sosyal ağ sitelerine olan tutumun cinsiyet değişkenine göre farklılaşmadığı belirlenmiştir. Kaya (2011)'in öğretmen adaylarının sosyal ağ sitelerini kullanım durumları ve internet bağımlılığı düzeylerini incelediği araştırmasında; cinsiyet bazında erkeklerin %82'sinin, kadınların ise %75'inin sosyal ağ sitelerini kullandığı ve erkeklerin kullanım oranının daha fazla olmasına rağmen istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık görülmediği belirlenmiştir. Köseoğlu (2012)'nin sosyal ağ sitesi kullanıcılarının motivasyonlarını belirlemek amacıyla yaptığı araştırma sonuçlarına göre; erkekler, kullanım yılı, günlük kullanım süresi, ziyaret sıklığı açısından kadınlara göre önde olmalarına rağmen farklılık istatistiksel olarak anlamlı değildir. Ancak Deniz (2012)'nin ve Ök (2013)'ün araştırmalarında erkek öğrencilerin lehine anlamlı farklılık bulunmuştur. Deniz (2012) araştırmasında öğrencilerin Facebook'un benimsenme ölçeğine ilişkin puanlarının cinsiyet değişkenine göre karşılaştırıldığında erkek öğrencilerin puan ortalamalarının ( $X= 75,84$ ) kız öğrencilerin

puan ortalamalarından ( $X= 73,39$ ) az da olsa yüksek olduğunu ve bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğunu belirlemiştir. Ök (2013) tez çalışmasında, cinsiyete ile sosyal medya kullanma süresi arasındaki farklılıkları incelemiş, erkeklerin ( $X =86.44$ ) kızlara ( $X =66.43$ ) göre sosyal medyada daha fazla zaman geçirdiğini belirlemiştir.

Ayrıca öğrencilerin paylaşım ihtiyacı alt boyutundan aldıkları puanların, cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir. Öğrencilerin sosyal yetkinlik, sosyal izolasyon, öğretmenlerle ilişki alt boyutlarından aldıkları puanların ise öğrencilerin cinsiyetine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiş ve tüm farklılıkların kız öğrencilerin lehine gerçekleştiği tespit edilmiştir.

2. Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının algılanan gelir düzeyi değişkenine göre farklılaşma durumunun belirlenmesi amacıyla yapılan analiz sonucunda gruplar arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur. Düşük gelir düzeyindeki gruptaki öğrencilerin puanları orta ve yüksek gelir düzeyindeki gruptaki öğrencilerin puanlarından daha yüksektir. Bu bulguya dayanarak düşük gelir grubundaki öğrencilerin tutumlarının daha yüksek olduğu ve bu farklılığın sosyal medya sitelerinin ücretsiz olmasından ve sosyal medya sitelerine erişimin kolay olmasından kaynaklandığı söylenebilir. Köseoğlu (2012) ise üniversite öğrencilerinin sosyal ağ sitesi kullanma motivasyonlarını belirlemek amacıyla yaptığı araştırmasında bu sonuçtan farklı olarak; gelir düzeyi yüksek olan öğrencilerin, gelir düzeyleri düşük olan öğrencilere göre daha çok Facebook kullandıklarını belirlemiştir. İki araştırma sonucu arasındaki farkın örneklemdaki öğrencilerin yaş gruplarından kaynaklandığı söylenebilir.

Ayrıca öğrencilerin paylaşım ihtiyacı ve sosyal yetkinlik alt boyutundan aldıkları puanların öğrencilerin algılanan gelir düzeyi değişkenine göre anlamlı farklılık gösterdiği de belirlenmiştir. Buna göre düşük gelir grubundaki öğrencilerin daha fazla paylaşımında bulunma ihtiyacı hissettikleri söylenebilir. Öte yandan öğrencilerin sosyal izolasyon ve öğretmenlerle ilişki alt boyutlarından aldıkları puanların öğrencilerin algılanan gelir düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

3. Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının öğrencilerin annelerinin eğitim düzeyi değişkenine göre farklılaşma durumunu belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucunda gruplar arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur. Anneleri lise eğitimi alan gruptaki öğrencilerin puanları, ilkokul ve altı eğitim alan gruptaki öğrencilerin puanlarına göre daha düşüktür. Bu bulguya dayanarak anneleri ilkokul ve altı eğitim alan gruptaki öğrencilerin tutumlarının daha yüksek olduğu söylenebilir. Öğrencilerin paylaşım ihtiyacı alt boyutundan aldıkları puanlar öğrencilerin annelerinin eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte olduğu belirlenmiş ve söz konusu farklılığın ilkokul ve altı eğitim alan grup (ortaokul eğitimi alan grup – lise eğitimi alan grup) lehine gerçekleştiği belirlenmiştir. Ayrıca öğrencilerin sosyal yetkinlik, sosyal izolasyon ve öğretmenlerle ilişki alt boyutundan aldıkları puanlar öğrencilerin annelerinin eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir.

4. Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının öğrencilerin babalarının eğitim düzeyi değişkenine göre farklılaşma durumunu belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucunda farklılık anlamlı bulunmuştur. Bu bulguya göre babaları ilkokul ve altı eğitim alan (ilkokul ve altı eğitim alan grup-lise eğitimi alan grup) öğrencilerin ve babaları lisans ve üstü eğitim alan (ortaokul eğitimi alan ve lise-lisans ve üstü eğitim alan) öğrencilerin puanları daha yüksektir. Bu bulguya dayanarak babalarının eğitim seviyesi yüksek olan öğrencilerin olumlu tutuma sahip olduğu söylenebilir.

Öğrencilerin paylaşım ihtiyacı alt boyutu puanları öğrencilerin babalarının eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Öğrencilerin sosyal yetkinlik, sosyal izolasyon, öğretmenlerle ilişki alt boyutlarından aldıkları puanlar eğitim seviyesi daha yüksek gruplar lehine gerçekleşmiştir. Buna göre babalarının eğitim seviyesi yüksek olan öğrencilerin sözü edilen alt boyutlardan daha yüksek puan aldıkları tespit edilmiştir.

5. Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının herhangi bir sosyal medya sitesine üye olup olmama değişkenine göre farklılaşma durumunu belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucu farklılık anlamlı bulunmuştur. Söz konusu farklılık herhangi bir sosyal medya sitesine üye olmayan öğrencilerin lehine gerçekleşmiştir. Bu bulguya dayanarak sosyal medya sitesine üye olmayan öğrencilerin olumlu tutuma sahip olduğu söylenebilir. Üye

olmadıkları için içerdiği risk ve itici koşulların farkındalığı düşük olabilir. Bu nedenle bu koşullara bağlı deneyimlerin az olmasına bağlı olarak daha olumlu yaklaşım sergiledikleri söylenebilir.

Demirel, Yörük ve Özkan (2012)'nin, çocukların ve gençlerin “Güvenli İnternet Hizmeti” konusundaki görüşlerini tespit etmek amacıyla yaptıkları araştırmaya göre çocukların çoğunluğunun, %62.3'ünün sosyal paylaşım sitesine üyeliği bulunmaktadır. Düvenci (2012)'nin araştırma sonuçlarına göre, üniversiteli veya mezun olan ağ nesli gençlerin % 92,1'sinin yani büyük çoğunluğunun sosyal ağ ve benzeri uygulamalara üyeliği bulunmaktadır.

Ayrıca yapılan analizler sonucunda, öğretmenlerle ilişki alt boyutu hariç diğer alt boyutlarda farklılık anlamlı bulunmuştur. Söz konusu farklılık paylaşım ihtiyacı ve sosyal yetkinlik alt boyutlarında üye olmayan, sosyal izolasyon alt boyutunda üye olan öğrencilerin lehine gerçekleşmiştir.

6. Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının sosyal medya sitelerini kullanma süresi değişkenine göre farklılaşma durumunu belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucunda farklılık anlamlı bulunmuştur. Söz konusu farklılık sosyal medya sitelerini hiç kullanmayan grup ile 1-2 yıl, 3-4 yıl, 4-6 yıl ve 6 yıldan fazla süreyle kullanan grup arasında hiç kullanmayan grup lehine gerçekleşmiştir. Sosyal medya sitelerini 1 yıldan az süreyle kullanan grup ile 3-4 yıl, 4-6 yıl ve 6 yıldan fazla kullanan grup arasında 1 yıldan az süreyle kullanan grup lehine gerçekleştiği saptanmıştır. Bu süre, öğrencilerin sosyal medya kullanımlarının yeni başladığını göstermektedir. Köseoğlu (2012)'nin sosyal ağ sitesi kullanıcılarının motivasyonlarını belirlemek amacıyla yaptığı araştırma sonuçlarına göre; araştırmaya katılan öğrencilerin büyük çoğunluğunun, %57'sinin 3 ile 4 yıl arasında süreyle Facebook kullanmaktadır. Sosyal medya kullanım sürelerinin farklı olması yaş grubunun farklı olmasından kaynaklanabilmektedir. Öğrencilerin paylaşım ihtiyacı, sosyal yetkinlik, sosyal izolasyon alt boyutlarından aldıkları puanların öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanma süresi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermekte olduğu, söz konusu farklılığın sosyal medya sitelerini hiç kullanmayan, 1 yıldan az süreyle kullanan ve



1-2 yıl süreyle kullanan gruplar lehine gerçekleştiği belirlenmiş; öğretmenlerle ilişki alt boyutundan aldıkları puanların ise anlamlı bir farklılık göstermediği belirlenmiştir.

7. Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı değişkenine göre farklılaşma durumunu belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucunda farklılık anlamlı bulunmuştur. Söz konusu farklılığın sosyal medya sitelerini hiç kullanmayan grupla ayda birkaç kez kullanan grup lehine gerçekleştiği saptanmıştır. Bu sonuç öğrencilerin sosyal medya kullanma biçimlerinin alışkanlık haline gelmediğini göstermektedir. Ayrıca yapılan analizler sonucunda tüm alt boyutlarda farklılık anlamlı bulunmuştur. Sosyal yetkinlik alt boyutunda sosyal medya sitelerini (her gün bir kaç kez kullanan-ayda birkaç kez kullanan) ayda birkaç kez kullanan grup lehine gerçekleştiği saptanmıştır. Sosyal izolasyon alt boyutunda sosyal medya sitelerini (hiç kullanmayan-her gün bir kez, her gün bir kaç kez ve haftada bir kaç kez kullanan) her gün bir kez, her gün bir kaç kez ve haftada bir kaç kez kullanan grup lehine gerçekleştiği saptanmıştır. Öğretmenlerle ilişki alt boyutunda sosyal medya sitelerini (her gün bir kaç kez kullanan-haftada bir kez kullanan) her gün bir kaç kez kullanan grup lehine gerçekleştiği saptanmıştır.

Öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı değişkeni ile ilgili yapılan araştırma sonuçları incelendiğinde öğrencilerin çoğunluğu sosyal medya sitelerini en az, günde bir defa kullanmaktadır. UBİK(2011)'in yaptığı araştırmaya göre, 9-16 yaş arası araştırmaya katılan çocukların %43'ü "her gün bir kez" sosyal ağları kullanmaktadır. Sezgin vd. (2011) BÖTE öğrencilerinin facebook kullanım amaçları ve eğitsel bağlamda kullanımı ile ilgili görüşlerini araştırdıkları çalışmalarında öğrencilerin birçoğunun Facebook'u her gün (%65,1) kullandıkları çok azının ise yılda birkaç defa (%6,8) kullandığı görülmektedir. Argın (2013) araştırmasında, öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı değişkenine göre farklılaşma durumunu belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucunda gruplar arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur. Sosyal medya ağlarını ayda birkaç kez kullanan öğrencilerin tutumları her gün ve haftada en az bir kez kullanan öğrencilerininkine göre daha düşüktür. Köseoğlu (2012)'nin sosyal ağ sitesi kullanıcılarının motivasyonlarını belirlemek amacıyla yaptığı araştırma sonuçlarına göre; araştırmaya katılan öğrencilerin %65,1'i Facebook'u her gün kullanmaktadır.

8. Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının sosyal medya sitelerinde harcanan ortalama süre değişkenine göre farklılaşma durumunu belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucunda farklılık anlamlı bulunmuştur. Söz konusu farklılığın sosyal medya sitelerinde harcanan ortalama süre daha az olan gruplar lehine gerçekleştiği saptanmıştır. Ayrıca yapılan analizler sonucunda öğretmenlerle ilişki alt boyutu hariç diğer alt boyutlarda farklılık anlamlı bulunmuştur. Söz konusu farklılıklar sosyal medya sitelerinde harcanan ortalama süre daha az olan gruplar lehine, sosyal izolasyon alt boyutunda ise sosyal medya sitelerinde harcanan ortalama süre daha fazla olan gruplar lehine gerçekleşmiştir. Bu bulgu; öğrencilerin sosyal medya sitelerinde harcadıkları sürenin artmasına bağlı olarak sosyal izolasyon seviyelerinin de arttığını göstermektedir.

Öğrencilerin sosyal medya sitelerinde harcanan ortalama süre değişkeni ile ilgili yapılan araştırma sonuçları incelendiğinde öğrencilerin yaşı arttıkça sosyal medya sitelerinde geçirdikleri ortalama süre de azalmaktadır. UBİK (2011)'in yaptığı araştırmaya göre, 9-16 yaş arası çocuklar sosyal ağlarda ortalama 72 dakika zaman harcamaktadırlar. Bu oran çocukların internette harcadıkları zamanlarının büyük çoğunluğunu sosyal ağlarda geçirdiklerini göstermektedir. Sezgin vd. (2011) BÖTE öğrencilerinin facebook kullanım amaçları ve eğitsel bağlamda kullanımı ile ilgili görüşlerini araştırdıkları çalışmalarının sonucuna göre öğrencilerin çoğunluğu yaklaşık 30 dakika Facebook kullanmaktadırlar (%25.3). Kaya (2011)'e göre; öğrencilerin sosyal ağ sitelerinde tek oturumda “21-40 dakika” zaman geçirdiği ve sosyal ağ sitelerinde geçirilen sürenin artmasına bağlı olarak öğretmen adaylarının internet bağımlılık düzeylerinin de arttığı belirtilmektedir.

9. Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının sosyal medya sitelerine bağlanılan ortam değişkenine göre farklılaşma durumunu belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucunda farklılık anlamlı bulunmamıştır. Paylaşım ihtiyacı ve sosyal yetkinlik alt boyutlarında ise farklılık anlamlı bulunmuş, söz konusu farklılıklar hiçbir ortamdan bağlanmayan, evden bağlanan ve diğer ortamlardan bağlanan gruplar lehine gerçekleşmiştir. Ayrıca yapılan analizler sonucunda sosyal yetkinlik ve öğretmenlerle ilişki alt boyutlarında farklılık anlamlı bulunmamıştır. İlgili literatür incelendiğinde; sosyal medya sitelerine evden bağlanan öğrencilerin daha fazla olduğu görülmektedir. Köseoğlu (2012)'nin sosyal ağ sitesi kullanıcılarının motivasyonlarını belirlemek amacıyla yaptığı araştırma sonuçlarına

göre; internete evden bağlananlar, Facebook sosyal ağını, internete yurttan ve internet kafeden bağlananlara göre daha sık ziyaret etmektedir. Deniz (2012)'nin sosyal ağ kullanımını ve sosyal ağlarda benlik algısını araştırdığı çalışmasında; öğrencilerin 393'ü (%77,1) evlerinden, 125'i (%24,5) internet kafelerden sosyal ağlara giriş yaptıklarını belirtmişlerdir.

10. Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının sosyal medya sitelerine bağlanılan araç değişkenine göre farklılaşma durumunu belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucunda farklılık anlamlı bulunmuştur. Söz konusu farklılık sosyal medya sitelerini hiç kullanmayan grup lehine gerçekleşmiştir. Paylaşım ihtiyacı ve sosyal izolasyon alt boyutlarında farklılık anlamlı bulunmuştur. Paylaşım ihtiyacı alt boyutunda söz konusu farklılık (masaüstü bilgisayar, dizüstü bilgisayar ile ve mobil cihazlar ile bağlanan grup) hiç bağlanmayan grup lehine; sosyal izolasyon alt boyutunda ise (hiç bağlanmayan grup- mobil cihazlar ile bağlanan grup) mobil cihazlar ile bağlanan grup lehine gerçekleştiği saptanmıştır. Sosyal yetkinlik ve öğretmenlerle ilişki alt boyutlarında ise farklılık anlamlı bulunmamıştır. Bu bulguya dayanarak sosyal medya sitesine mobil cihazlardan bağlanan öğrencilerin tutumlarının daha yüksek olduğunu söylenebilir.

Kaya (2011) sosyal ağ sitelerine bağlanırken öğretmen adaylarının %65'inin dizüstü bilgisayar ve notebook aracılığıyla bağlandıklarını ve bu bulgudan hareketle sosyal ağların, mobil cihazlar aracılığıyla kullanımının gençler arasında henüz yeterince yaygınlaşmadığının söylenebileceğini belirtmektedir. İki araştırma sonucunun farklı çıkmasında örneklem gruplarının yaşlarının farklı olmasından ve mobil teknolojilerin aradan geçen üç yılda daha çok yaygınlaşmasından kaynaklanabileceği düşünülmektedir.

11. Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının öğrencilerin en çok kullandıkları sosyal medya sitesi değişkenine göre farklılaşma durumunu belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucunda farklılık anlamlı bulunmuştur. Söz konusu farklılığın Youtube kullanan grup (Facebook-Youtube ve Twitter-Youtube) ile diğer sosyal medya araçlarını kullanan grup (Facebook-Diğer ve Twitter-Diğer) lehine gerçekleştiği saptanmıştır. Buna göre Youtube veya diğer sosyal medya sitelerini kullanan öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının daha yüksek olduğu söylenebilir. Paylaşım ihtiyacı alt boyutunda söz konusu

farklılığın Youtube ve diğer sosyal medya araçlarını kullanan gruplar lehine gerçekleştiği saptanmıştır. Sosyal yetkinlik alt boyutunda söz konusu farklılığın (Youtube-Facebook ve Twitter) Facebook ve Twitter kullanan gruplar lehine gerçekleştiği saptanmıştır. Öğretmenlerle ilişki alt boyutunda söz konusu farklılığın (Facebook-Twitter ve diğer sosyal medya araçları) Twitter ve diğer sosyal medya araçlarını kullanan gruplar lehine gerçekleştiği belirlenmiştir. Sosyal izolasyon alt boyutunda ise farklılık anlamlı bulunmamıştır.

İlgili literatür incelendiğinde; bu araştırmadan farklı olarak Facebook sitesi ön plana çıkmaktadır. UBİK(2011)'in yaptığı araştırmaya göre, 9-16 yaş arası çocukların en fazla kullandıkları sosyal ağ %99'luk kullanım oranı ile Facebook'tur. Argın (2013) araştırmasında en çok Facebook ve Twitter'ı kullanan öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının, Youtube veya diğer sosyal medya sitelerini kullanan öğrencilerininkine göre daha yüksek olduğu söylenebilir. Akıncı Vural ve Bat (2010) Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi öğrencilerine ilişkin, yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya kullanımını araştırmışlardır. Üniversite öğrencileri internetteki zamanının çoğunu sosyal medya sitelerine harcarken, sosyal ağlara da ilgi göstermektedir. Bostancı (2010)'un sosyal medyanın gelişimi ve iletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları konulu tez çalışmasının sonuçları incelendiğinde ilk tercih edilen sosyal medya aracı nedir sorusuna 272 öğrenci Facebook, 34 öğrenci Youtube, 20 öğrenci Ekşi sözlük cevabını vermişlerdir. Facebook, öğrenciler arasında en çok tercih edilen sosyal medya ağı konumundadır. Kaya (2011), öğretmen adaylarının sosyal ağ sitelerini kullanım durumlarını ve internet bağımlılığı düzeylerini incelediği araştırma sonuçlarına göre öğretmen adaylarının %88,8'inin Facebook, %23,4'ünün Windows Live Space, %14'ünün Twitter sosyal ağ sitelerinde üyelikleri bulunmaktadır.

- 12.** Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanım amacı değişkenine göre farklılaşma durumunu belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucunda farklılık anlamlı bulunmuştur. Söz konusu farklılığın eğitim ve müzik dinleme amacıyla kullanan gruplar lehine gerçekleştiği saptanmıştır. Aynı şekilde paylaşım ihtiyacı, sosyal yetkinlik, sosyal izolasyon ve öğretmenlerle ilişki alt boyutlarında da farklılık anlamlı bulunmuştur. Paylaşım ihtiyacı alt boyutunda söz konusu farklılık, sosyal medya

sitelerini eğitim, müzik dinleme ve diğer amaçla kullanan gruplar lehine gerçekleşmiştir. Sosyal yetkinlik alt boyutunda söz konusu farklılığın sosyal medya sitelerini (sohbet-iletişim / eğitim, müzik dinleme ve diğer amaçla kullanan grup) eğitim, müzik dinleme ve diğer amaçla kullanan gruplar lehine gerçekleştiği saptanmıştır. Sosyal izolasyon ve öğretmenlerle ilişki alt boyutlarında ise (eğitim-diğer amaçla kullanan grup) diğer amaçla kullanan grup lehine gerçekleştiği saptanmıştır.

İlgili literatür öğrencilerin daha çok şimdiki arkadaşlarıyla iletişim kurmak amacıyla sosyal medya sitelerini kullandığını göstermektedir, ancak ileriki dönemlerde ağ nesli çocukların sosyal medyanın eğitsel kullanıma ilişkin ilgisinin artacağı öngörülmektedir. UBİK(2011)'in yaptığı araştırmaya göre, 9-16 yaş arası çocukların %84'ü şimdiki arkadaşlarıyla iletişim kurmak için sosyal paylaşım sitesini kullandığını belirlemiştir. Yeni dijital medya, ergenlerin hayatının her noktasına sirayet eden ve her anında var olan bir olgu haline gelmiştir. Araştırmalar, ergenlerin dijital medyayı çoğunlukla akranlarıyla iletişim kurmak için kullandığını göstermektedir. Ergen gelişimi için önemli bir ortama dönüşmüş olması sebebiyle, yeni medyanın gençler üzerindeki sosyal ve bilişsel etkilerinin incelenmesi önem taşımaktadır (Subrahmanyam, 2013). Bostancı (2010)'un araştırma sonuçlarına göre, öğrencilerin sosyal medyayı kullanım amaçları arasında ortalamaya göre birinci sırayı “arkadaşlarımla iletişim kurmak amacıyla kullanırım” ifadesi, ikinci sırayı “bilgiye erişim amacıyla kullanırım” ifadesi ve üçüncü sırayı “akademik bilgi paylaşımı amacıyla kullanırım” ifadesi almaktadır. Sezgin vd. (2011) BÖTE öğrencilerinin facebook kullanım amaçları ve eğitsel bağlamda kullanımı ile ilgili görüşlerini araştırdıkları çalışmalarında öğrenciler Facebook'u en fazla sosyal ilişkiler ve günlük kullanım için kullandıklarını, en az dersler ve çalışmalara destek amaçlı kullandıklarını saptamışlardır. Öğrencilerin Facebook'un eğitsel kullanıma ilişkin görüşleri ise ortalama olarak yüksek olmasa da ( $x=6,88$ ) görüşlerinin olumlu olduğu söylenebilmektedir. Gülbahar vd. (2010)'a göre ise sosyal ağ sitelerinin günlük olay ve haberlerin paylaşımı için de önemli bir araçtır. (Hazar (2011) araştırmasında deneklere sosyal medyayı daha çok hangi amaçlarla kullandıklarını sorduğunda, % 47.2 oranıyla önemli bir kısmı bilgi edinmek seçeneğini işaretlemişlerdir. Yurtkoru (2009) Facebook'u kullanıcıların en fazla arkadaşlarıyla bağlantıya geçmek, arkadaşlarının profillerine, resimlerine bakmak ve arkadaşlarına mesaj göndermek için kullandıklarını belirtmiştir.

Öğrencilerin benlik saygısı düzeylerine ilişkin bulguların araştırmanın değişkenlerine göre farklılık gösterip göstermediğine yönelik elde edilen sonuçlar ve tartışma;

1. Öğrencilerin benlik saygısı düzeylerinin cinsiyet değişkenine göre farklılaşma durumunu belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucunda öğrencilerin mutluluk-doyum, popülerite/sosyal beğeni, gözde olma, zihinsel ve okul durumu alt boyutlarından aldıkları puanların öğrencilerin cinsiyetine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği ve tüm farklılıkların kız öğrencilerin lehine gerçekleştiği tespit edilmiştir, bu sonuç kız öğrencilerin yetişme tarzından ve yerleşim yerinden kaynaklanabilir. Öğrencilerin kaygı alt boyutundan aldıkları puanların öğrencilerin cinsiyetine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiş ve farklılığın erkek öğrencilerin lehine gerçekleştiği tespit edilmiştir. Ayrıca öğrencilerin davranış ve uyma/konformite, fiziksel görünüm alt boyutlarından aldıkları puanların cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Literatürde benlik saygısını cinsiyet değişkeni açısından inceleyen çalışmalarda hem benzer ve hem de farklı sonuçlara ulaşıldığı görülmüştür: Benzer şekilde, Yenidünya (2005)'in, Deniz (2012)'nin, Özşaker (2008)'in, Arıcak (1995)'in ve Aktaş (2011)'in araştırma sonuçlarında kız ya da erkek öğrencilerin benlik saygıları arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Ayrıca Özşaker (2008) ergenler üzerinde yaptığı araştırma sonuçlarında yaş artışıyla birlikte kız öğrencilerde benlik saygısı puanlarında azalma, erkek öğrencilerde ise yaşla artışıyla birlikte benlik saygısı puanlarında artma meydana geldiği belirlemiştir. Kahrıman ve Polat (2003)'ün adölesanlarda aile ve arkadaşlarından algılanan sosyal destek ile benlik saygısı arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında ise farklı olarak, adölesanların benlik saygısı ölçeği puan ortalamalarının kızlarda erkeklere göre daha yüksek olduğu bulunmuştur. Tatoğlu (2006) genel lise öğrencilerinin benlik saygısının akademik başarıya etkisini araştırdığı tez çalışmasında, araştırmaya katılan kız öğrencilerin % 47.9'unun, erkek öğrencilerin % 45.8'inin benlik saygısı puanının yüksek olduğunu belirlemiştir. Merter (2013)'ün ortaokul öğrencilerinin benlik saygısı düzeylerinin cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir fark gösterip göstermediğini incelemek için yaptığı araştırma sonucuna göre grupların aritmetik ortalamaları arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

2. Öğrencilerin benlik saygısı düzeylerinin algılanan gelir düzeyi değişkenine göre farklılaşma durumunu belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucunda öğrencilerin popülarite/sosyal beğeni, gözde olma alt boyutunda farklılık anlamlı bulunmuş ve söz konusu farklılığın orta gelir düzeyindeki grup lehine meydana geldiği saptanmıştır. Bu sonuca göre orta gelir grubunda yer alan öğrencilerin popülarite/sosyal beğeni, gözde olma özelliklerinin benlik saygısını daha fazla arttırdığı söylenebilir. Ayrıca öğrencilerin mutluluk-doyum, kaygı, davranış ve uyma/konformite, fiziksel görünüm, zihinsel ve okul durumu alt boyutlarında farklılık anlamlı bulunmamıştır. Aydoğan (2010)'un, Torucu (1990)'ın, Özşaker (2008)'in ve Aktaş (2011)'in araştırma sonuçlarına göre ise öğrencilerin benlik saygısı puanlarının, gelir durumları iyi olanların, gelir durumları orta ve kötü olanlara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Ergenlerde benlik saygısı ile ilgili yapılan pek çok araştırma algılanan gelir düzeyi ile benlik saygısı arasında farklılık olduğunu göstermesine karşın, ilgili literatürde bundan farklı çıkan araştırma sonuçları da bulunmaktadır. Balat ve Akman (2004), her iki cinsiyette de benlik saygısı puan ortalamalarının yüksek olduğunu ve ergenlik dönemindeki gençlerin benlik saygısı düzeylerinin sosyo-ekonomik durumlarından etkilenmediğini saptamışlardır. Kahrıman ve Polat (2003)'ün adölesanlarda aile ve arkadaşlarından algılanan sosyal destek ile benlik saygısı arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında, benlik saygısı ile gelir düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olmadığı belirlenmiştir.
3. Öğrencilerin benlik saygısı düzeylerinin öğrencilerin annelerinin eğitim düzeyi değişkenine göre farklılaşma durumunu belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucunda öğrencilerin tüm alt boyutlardan aldıkları puanların, öğrencilerin annelerinin eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir. Tatoğlu (2006) genel lise öğrencilerinin benlik saygısının akademik başarıya etkisini araştırdığı tez çalışmasında, öğrencilerin anne ve baba eğitim düzeyi arttıkça daha yüksek benlik saygısı puanına sahip olduğunu belirlemişlerdir. Işıkol Özge (2013) Piers Harris çocuklarda öz kavramı ölçeği mutluluk-doyum alt boyut puanlarının anne eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı farklılık gösterdiği, farklılığın ilkökul ve altı ile lise grupları arasında lise lehine, ilkökul ve altı ile lisans grupları arasında lisans lehine, ilkökul ve altı ile lisansüstü grupları arasında lisansüstü lehine, ortaokul ile lisans grupları arasında lisans lehine, ortaokul ile lisansüstü grupları arasında lisansüstü lehine gerçekleştiği belirlenmiştir. Çuhadaroğlu (1986)

ergenlerde benlik saygısını etkileyen faktörleri araştırıldığı çalışmasında annenin eğitim düzeyi arttıkça, çocuğun benlik düzeyinin de arttığını belirtmiştir. Torucu (1990), 13-14 yaş grubu arasındaki 300 ergende benlik saygısı ve sosyo-ekonomik özelliklerin, ana-baba tutumları arasındaki ilişkiyi araştırmış, yüksek ana-baba eğitiminin benlik saygısını olumlu olarak etkilediğini belirlemiştir. Tunç (2011)'in ilköğretim 7. ve 8.sınıf öğrencilerinin karar vermede özsaygı ve karar verme stilleri ile algılanan ana baba tutumları arasındaki ilişkiyi incelenmek amacıyla yaptığı araştırma sonuçlarına göre; annesi hiçbir okul mezunu olmayan öğrencilerin özsaygılarının, annesi ortaokul ve lise mezunu ile yüksekokul mezunu olanlardan düşük olduğu bulunmuştur. Ayrıca annesi ilkokul mezunu olan öğrencilerin özsaygılarının, annesi ortaokul ve lise ile yüksekokul mezunu olanlardan düşük olduğu bulunmuştur. Kahrıman ve Polat (2003)'ün adölesanlarda aile ve arkadaşlarından algılanan sosyal destek ile benlik saygısı arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında, annesi orta dereceli okul mezunu olan adölesanlarda benlik saygısı puan ortalamalarının en yüksek olduğu belirlenmiş ve gruplar arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olduğu bulunmuştur. Ceylan (2013)'ün araştırma sonuçlarına göre; anne öğrenim durumunun ergenlerin benlik saygısı üzerinde etkili olmadığı saptanmıştır ve bu sonucun ergenlerin kendilerini değerli hissetmesinin anne öğrenimine bağlı olmadığı anlamına geldiği, anne ile ilişkisinin kalitesine ve anne tutumuna göre değişeceği düşünülmekte olduğu belirtilmiştir.

4. Öğrencilerin benlik saygısı düzeylerinin öğrencilerin babalarının eğitim düzeyi değişkenine göre farklılaşma durumunu belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucunda kaygı alt boyutu hariç diğer alt boyutlarda farklılık anlamlı bulunmamıştır. Bu bulgu öğrencilerin benlik saygısı düzeylerinin öğrencilerin babalarının eğitim düzeyi değişkenine göre değişmediği şeklinde yorumlanabilir. Ancak öğrencilerin kaygı alt boyutundan aldıkları puanların, öğrencilerin babalarının eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı farklılık göstermekte olduğu belirlenmiş ve söz konusu farklılığın lise ve lisans ve üstü eğitim alan grup lehine gerçekleştiği saptanmıştır. Bu bulgu öğrencilerin babalarının eğitim düzeyi yükseldikçe, kaygı düzeylerinin de arttığı şeklinde yorumlanabilir. Bu bulgu Işıkol Özge (2013)'ün araştırma sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir; araştırma sonuçlarına göre öğrencilerin babalarının eğitim düzeyi yükseldikçe çocukların benlik saygısı düzeyi de yükselmektedir. Piers Harris çocuklarda öz kavramı ölçeği toplam puanlarının



öğrencilerin babalarının eğitim düzeyi değişkenine göre anlamlı farklılık gösterdiği, farklılığın ilkököl ve altı ile lise grupları arasında lise lehine, ilkököl ve altı ile lisans grupları arasında lisans lehine, ilkököl ve altı ile lisansüstü grupları arasında lisansüstü lehine gerçekleştiği belirlenmiştir. Kahrıman ve Polat (2003)'ün çalışmalarında ise farklı bir sonuç çıkmış ve babanın eğitimin ve çalışma durumunun öğrencilerin benlik saygısı puan ortalamalarını etkilemediği saptanmıştır. Ayrıca ailenin eğitim seviyesi artıkcça çocuğa gösterilen sosyal destek artmakta ve bu durum benlik saygısını da artırmaktadır (Kahrıman ve Polat, 2003).

5. Öğrencilerin benlik saygısı düzeylerinin herhangi bir sosyal medya sitesine üye olup olmama değişkenine göre farklılaşma durumunu belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucunda popülarite/sosyal beğeni, gözde olma alt boyutu hariç diğer alt boyutlarda farklılık anlamlı bulunmamıştır. Bu bulgu öğrencilerin benlik saygısı düzeylerinin herhangi bir sosyal medya sitesine üye olup olmama değişkenine göre değişmediği şeklinde yorumlanabilir. Öğrencilerin popülarite/sosyal beğeni, gözde olma alt boyutunda ise herhangi bir sosyal medya sitesine üye olan öğrencilerin lehine farklılık gerçekleşmiştir. Işıkol Özge (2013) ilköğretim II. kademe öğrencilerinin sosyal görünüş kaygıları ile benlik saygıları arasındaki ilişkinin incelenmesi konulu tez çalışmasında da, Piers Harris çocuklarda öz kavramı ölçeği davranış ve uyma/konformite alt boyut puanlarının ve toplam puanlarının sosyal paylaşım sitelerinin aktif kullanıcı olma değişkenine göre hayır grubu lehine anlamlı bir farklılık gösterdiğini belirlemiştir.
6. Öğrencilerin benlik saygısı düzeylerinin öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanma süresi değişkenine göre farklılaşma durumunu belirlemek amacıyla yapılan analizler sonucunda, popülarite/sosyal beğeni, gözde olma alt boyutu hariç diğer alt boyutlarda farklılık anlamlı bulunmamıştır. Bu bulgu öğrencilerin benlik saygısı düzeylerinin sosyal medya sitelerinde harcadıkları süreye göre değişmediği şeklinde yorumlanabilir. Popülarite/sosyal beğeni, gözde olma alt boyutunda söz konusu farklılık sosyal medya sitelerini 3-4 yıl süreyle kullanan grup (1 yıldan az kullanan ve 3-4 yıl süreyle kullanan grup) lehine gerçekleşmiştir.

7. Öğrencilerin benlik saygısı düzeylerinin öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanma sıklığı değişkenine göre farklılaşma durumunu belirlemek amacıyla yapılan analizler sonucunda hiçbir alt boyutta farklılık anlamlı bulunmamıştır. Bu bulgu öğrencilerin benlik saygısı düzeylerinin sosyal medya sitelerini kullanma sıklığına göre değişmediği şeklinde yorumlanabilir.
8. Öğrencilerin benlik saygısı düzeylerinin öğrencilerin sosyal medya sitelerinde harcanan ortalama süre değişkenine göre farklılaşma durumunu belirlemek amacıyla yapılan analizler sonucunda davranış ve uyma/konformite alt boyutu hariç diğer alt boyutlarda farklılık anlamlı bulunmamıştır. Bu bulgu öğrencilerin benlik saygısı düzeylerinin sosyal medya sitelerinde harcadıkları ortalama süreye göre değişmediği şeklinde yorumlanabilir. Davranış ve uyma/konformite alt boyutunda ise söz konusu farklılık sosyal medya sitelerini ortalama 5-10 dk. süreyle kullanan grup (5-10 dk.-2 saat ve üzeri süreyle kullanan grup) lehine gerçekleştiği saptanmıştır.
9. Öğrencilerin benlik saygısı düzeylerinin öğrencilerin sosyal medya sitelerine bağlanılan ortam değişkenine göre farklılaşma durumunu belirlemek amacıyla yapılan analizler sonucunda popülerite/sosyal beğeni, gözde olma alt boyutu hariç diğer alt boyutlarda farklılık anlamlı bulunmamıştır. Bu bulgu öğrencilerin benlik saygısı düzeylerinin sosyal medya sitelerine bağlanılan ortama göre değişmediği şeklinde yorumlanabilir.
10. Öğrencilerin benlik saygısı düzeylerinin öğrencilerin sosyal medya sitelerine bağlanılan araç değişkenine göre farklılaşma durumunu belirlemek amacıyla yapılan analizler sonucunda popülerite/sosyal beğeni, gözde olma ve zihinsel, okul durumu alt boyutlarında farklılık anlamlı bulunmuştur. Söz konusu farklılığın sosyal medya sitelerine (masaüstü bilgisayar-mobil cihazlar aracılığıyla kullanan grup) mobil cihazlar aracılığıyla kullanan grup lehine gerçekleştiği saptanmıştır. Bu bulguya göre öğrencilerin, mobil cihazları kullanarak sosyal medya sitelerine bağlanması benlik saygısı düzeylerini yükseltmektedir yorumu yapılabilir. Ancak mutluluk-doyum, kaygı, davranış ve uyma/konformite, fiziksel görünüm alt boyutlarında farklılık anlamlı bulunmamıştır.

11. Öğrencilerin benlik saygısı düzeylerinin öğrencilerin en çok kullandıkları sosyal medya sitesi değişkenine göre farklılaşma durumunu belirlemek amacıyla yapılan analizler sonucunda popülerite/sosyal beğeni, gözde olma alt boyutu hariç diğer alt boyutlarda farklılık anlamlı bulunmamıştır. Bu bulguya göre öğrencilerin benlik saygılarının en çok kullandıkları sosyal medya sitesine göre değişmediği söylenebilir.
12. Öğrencilerin benlik saygısı düzeylerinin öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanım amacı değişkenine göre farklılaşma durumunu belirlemek amacıyla yapılan analizler sonucunda tüm alt boyutlarda farklılık anlamlı bulunmamıştır. Bu bulgu öğrencilerin benlik saygısı düzeylerinin sosyal medya sitelerini kullanım amacına göre değişmediği şeklinde yorumlanabilir.

Öğrencilerin benlik saygısı düzeylerine ilişkin bulguların araştırmanın değişkenlerine göre farklılık gösterip göstermediğine yönelik elde edilen sonuçlar; öğrencilerin benlik saygısı düzeylerinin öğrencilerin cinsiyeti, gelir düzeyi ve sosyal medya sitelerine bağlandıkları araç değişkenlerinden etkilendiğini, diğer değişkenlerde ise anlamlı farklılık bulunmadığını ya da sadece bir alt boyuttan etkilendiğini göstermektedir.

Alanda yapılmış benzer araştırma sonuçları incelendiğinde; ergenlik dönemindeki öğrencilerin benlik saygılarının yüksek olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Deniz (2012)'nin sosyal ağ kullanımını ve sosyal ağlarda benlik algısını araştırdığı çalışmasında; benlik algısı ölçeği için puan ortalaması 56,50 olarak hesaplanmış ve öğrencilerin genel benlik algı düzeylerinin yüksek olduğu belirlenmiştir ( $\chi < 40$ ). Çelik ve Odacı (2011) çalışmalarında, üniversite öğrencilerinin problemleri internet kullanımı ile benlik saygısı arasında anlamlı bir ilişki olmadığını ortaya koymuşlardır. Ayrıca ergenlik dönemi benlik saygısını geliştirmede en uygun dönem olduğundan ergenlerin benlik saygılarının gelişimi için gereken önem gösterilmelidir. Kaya ve Saçkes benlik saygısı geliştirme programının ilköğretim 8. Sınıf öğrencilerinin benlik saygısına etkisini inceledikleri çalışmalarında, programın düşük benlik saygısına sahip öğrencilerin benlik saygısını arttırmada anlamlı düzeyde etkili olduğu sonucuna varmışlardır. Özşaker (2008)'in 12-14 yaş çocukların motorsal performans ve benlik saygısı düzeylerini belirlemek amacıyla yaptığı araştırma

sonuçlarına göre fiziksel aktivite ve spor yapmanın, benlik saygısı ve kişiliğin gelişimine çok önemli katkı sağladığı da ortaya çıkmıştır.

Öğrencilerin benlik saygıları ile sosyal paylaşım sitelerine ilişkin tutumları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığına yönelik elde edilen sonuçlar ve tartışma;

1. PHBSÖ mutluluk-doyum alt boyutu ile SMTÖ sosyal yetkinlik alt boyutu ( $r=.134$ ;  $p<.01$ ) arasında pozitif yönde ve sosyal izolasyon ( $r=-.316$ ;  $p<.01$ ) alt boyutu arasında negatif yönde anlamlı ilişkiler bulunduğu saptanmıştır. Bu durum öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin sosyal yetkinliğinin yükseldikçe, mutluluk ve doyumlarının dolayısıyla benlik saygılarının da yükseldiği; sosyal izolasyonlarının yükseldikçe mutluluk ve doyumlarının dolayısıyla benlik saygılarının da düştüğü şeklinde yorumlanabilir. Niemz ve diğerleri (2005)'in yaptığı çalışmada internet bağımlılarının benlik saygılarının düşük olduğu ve bu durumun bağımlılığın bir sonucu olabileceği gibi bağımlılığın nedeni de olabileceği vurgulanmıştır (akt: Kaya, 2011).
2. PHBSÖ kaygı alt boyutu ile SMTÖ sosyal yetkinlik alt boyutu ( $r=.096$ ;  $p<.05$ ) ve sosyal izolasyon alt boyutu ( $r=.164$ ;  $p<.01$ ) arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler bulunduğu saptanmıştır. Bu durum, öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin sosyal yetkinlik ve sosyal izolasyonları yükseldikçe, kaygı seviyeleri de yükselmektedir şeklinde yorumlanabilir.
3. PHBSÖ popülerite/sosyal beğeni, gözde olma alt boyutu ile SMTÖ sosyal izolasyon alt boyutu ( $r=.306$ ;  $p<.01$ ) arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler bulunduğu saptanmıştır. Bu durum öğrencilerin sosyal izolasyonlarının yükseldikçe, popülerite/sosyal beğeni, gözde olmalarının dolayısıyla benlik saygılarının da yükseldiği şeklinde yorumlanabilir. SMTÖ paylaşım ihtiyacı alt boyutu ( $r=-.094$ ;  $p<.05$ ) ve toplam puan ( $r=-.151$ ;  $p<.01$ ) arasında negatif yönde anlamlı ilişkiler bulunduğu saptanmıştır. Bu durum öğrencilerin paylaşım ihtiyacının yükseldikçe, popülerite/sosyal beğeni, gözde olmalarının dolayısıyla benlik saygılarının düştüğü şeklinde yorumlanabilir. Öğrencilerin SMTÖ toplam puanındaki ( $r=-.151$ ;  $p<.01$ ) yükselmeye bağlı olarak ise popülerite/sosyal beğeni, gözde olmaları dolayısıyla benlik saygıları da düşmektedir.

4. Öğrencilerin PHBSÖ davranış ve uyma/konformitesi yükseldikçe SMTÖ paylaşım ihtiyacı ( $r=.103$ ;  $p<.05$ ), sosyal yetkinliği ( $r=.195$ ;  $p<.01$ ) ve sosyal izolasyonu ( $r=.272$ ;  $p<.01$ ) yükselmektedir, bu durum benlik saygıları da yükselmektedir şeklinde yorumlanabilir.
5. PHBSÖ fiziksel görünümü yükseldikçe SMTÖ sosyal izolasyonu ( $r=.109$ ;  $p<.01$ ) yükselmektedir; toplam puanı ( $r=-.125$ ;  $p<.01$ ) ise düşmektedir. Öğrencinin fiziksel görünümü iyi ise sosyal izolasyonu da artmaktadır şeklinde yorumlanabilir. Sosyal medyada fiziksel görünümün fazla önemi olmadığı için PHBSÖ fiziksel görünüm ile SMTÖ toplam puan arasında negatif ilişki bulunmaktadır şeklinde yorumlanabilir.
6. PHBSÖ zihinsel ve okul durumu alt boyutu ile SMTÖ paylaşım ihtiyacı alt boyutu ( $r=-.100$ ;  $p<.05$ ), öğretmenlerle ilişki ( $r=-.118$ ;  $p<.01$ ) ve toplam puan ( $r=-.137$ ;  $p<.01$ ) arasında negatif yönde anlamlı ilişkiler bulunduğu saptanmıştır. Bu durum öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının okul ile ilgili olmadığı şeklinde yorumlanabilir. Sosyal medyada eğitimle ilgili içerik paylaşımı yaparak öğrencilerin zihinsel ve okul durumlarını dolayısıyla benlik saygılarını yükseltmek mümkün olabilir. Deniz (2012)'nin araştırma sonucuna göre öğrencilerin sosyal ağlardaki zihinsel açıdan benlik algılarının genel olarak olumsuz olduğu belirlenmiştir.

Berber Çelik ve Odacı (2011), öğrencilerin problemleri internet kullanımı ile benlik saygısı arasında anlamlı bir ilişki olmadığını ortaya koymuş ancak Deniz (2012) öğrencilerin genel olarak sosyal ağlarda benlik algılarının olumlu olduğunu belirlemiştir.

## 5.2.ÖNERİLER

Araştırmanın bulgularına ve yorumlarına dayanarak, araştırmacılara ve uygulayıcılara yönelik öneriler iki başlık altında geliştirilmiştir:

### 5.2.1. Araştırmacılara Yönelik Öneriler

1. Bu çalışma benlik gelişimi açısından önemli bir dönem olan ergenlik dönemindeki öğrencilerle gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın farklı örneklem grubu üzerinde tekrar yapılması, benlik saygısı ve sosyal medya kullanımı arasında nasıl bir ilişki olduğuyula ilgili daha ayrıntılı bilgilerin ortaya çıkmasını sağlayabilir.
2. Araştırma daha geniş bir evrende gerçekleştirilebilir.
3. Araştırma MEB'e bağlı ortaokullarda yapılmış olduğundan bu araştırmanın özel okullarda yapılması sonucunda kendine saygı düzeylerinin kişisel özelliklere göre farklılaşp farklılaşmadığı sınanabilir.
4. Araştırma sonuçları incelendiğinde örneklem grubundaki öğrencilerin çoğunun orta sosyo-ekonomik düzeyde olduğu belirlenmiştir, araştırma farklı sosyo-ekonomik düzeydeki öğrenciler için de gerçekleştirilebilir.
5. Kişileri sosyal medya kullanımına iten bilişsel ve duyuşsal nedenler nitel çalışmalarla daha derinlemesine incelenip, ayrıntılı olarak araştırılarak sosyal medyada kişilerin benlik saygısının yükselmesini sağlayan özelliklerine yönelik ölçekler geliştirilebilir.
6. Bundan sonra yapılacak araştırmalarda, farklı bağımsız değişkenlerin öğrencilerin benlik saygısı düzeylerini ve sosyal medya ilişkin tutumlarını belirlemeye katkılarının ne düzeyde olacağı değerlendirilerek, ilgili çalışmaların sayısı arttırılabilir.

### 5.2.2. Uygulayıcılara Yönelik Öneriler

1. Okullarda düşük benlik saygısına sahip ergenler tespit edilerek, benlik saygısı düzeylerini arttıracak sosyal medya uygulamalarına yönlendirilebilir. Ergenler arasında arkadaşlık ilişkileri önemli olduğundan benlik saygısı düşük ergenler için sosyal medya kullanımı doğal bir arkadaş ortamı olarak benlik saygılarını geliştirmesine katkı sağlayabilir.

2. Öğrenciler, sosyal medyanın benlik saygısını olumsuz etkileyebilme olasılığı bulunan özelliklerine, uygulamalarına ve kullanımlarına karşı bilgilendirilebilirler.
3. Öğrencilere sosyal medya araçlarını eğitimlerinde daha etkin kullanmalarını sağlayacak eğitimler verilerek, sosyal medya araçlarının eğitime katkısı artırılabilir.
4. Öğretmenler sosyal medyayı, derslerini destekleyecek materyalleri geliştirmek ya da bu materyalleri internet ortamına yüklemek amacıyla kullanabilirler.

## KAYNAKLAR

### Kitap, Tez , Makale, Sempozyum, Konferans ve Bildiriler

- Akar, E. (2010). *Sosyal medya pazarlaması: sosyal webde pazarlama stratejileri*. Ankara: Efil Yayınevi.
- Akıncı Vural, Z. B., Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, 20(5), 3348-3382.
- Akgündüz, D. (2013). *Fen eğitiminde harmanlanmış öğrenme ve sosyal medya destekli öğrenmenin öğrencilerin başarı, motivasyon, tutum ve kendi kendine öğrenme becerilerine etkisi*. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Aktaş, S. (2011). *9. Sınıfta anne baba tutumları ve benlik saygısı arasındaki ilişkinin bazı değişkenler açısından incelenmesi*. Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Aktuğ, T. (2006). *Ergenlerde akran baskısı ve benlik saygısının incelenmesi*. Yüksek lisans tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Alikılıç, Ö. ve Onat, F. (2007). Bir halkla ilişkiler aracı olarak kurumsal bloglar. *Journal of Yaşar University*, 2(8), 899-927.
- Argın, F. S. (2013). *Ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi: Çekmeköy Örneği*. Yüksek lisans tezi, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Arıca, T. (1999). *Grupla psikolojik danışma yoluyla benlik ve mesleki benlik saygısının geliştirilmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Arseven, D. (2001). *Alan Araştırma Yöntemi*. Ankara: Gündüz Eğitim ve Yayıncılık.
- Ateş, D. (2011). *Türkiye’de kültürel kimlik farkındalığı yaratmada bir bilişim sistemi olarak sosyal ağların rolü: Manav Türkleri örneği*. Yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Atıcı, B. ve Yıldırım, S. (2010). *Web 2.0 uygulamalarının e-öğrenmeye etkisi*. Akademik Bilişim’10. XII. Akademik Bilişim Konferans Bildirileri (s. 287-292). <http://ab.org.tr/ab10/bildiri/118.doc> adresinden 20 Ekim 2013 tarihinde edinilmiştir.
- Avcı, M. (2006). *Ergenlikte toplumsal uyum sorunları*. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(1), 39-63.



- Avşaroğlu, S. ve Üre, Ö. (2007). Üniversite öğrencilerinin karar vermede özsaygı, karar verme ve stresle başa çıkma stillerinin benlik saygısı ve bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18, 85-100.
- Aydoğan, S. (2010). *İlköğretim II. kademe öğrencilerinin umut ve benlik saygısı düzeylerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi*. Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Aytekin, Ç. (2011). Wiki uygulamalarına iletişimsel yaklaşım ile bir model önerisi. *Online Academic Journal of Information Technology*, 2(5), 7-17.
- Bağlıkol, Y. (2010). *İlköğretim 8.sınıf öğrencilerinin kendine saygı ile karar verme stratejileri arasındaki ilişki*. Yüksek lisans tezi, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Balat, G. U. ve Akman, B. (2004). Farklı sosyal-ekonomik düzeydeki lise öğrencilerinin benlik saygısı düzeylerinin incelenmesi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(2), 175-183.
- Barış, M. F. (2011). *Bir sosyal ağ sitesine e-portfolyonun (elektronik gelişim dosyası) entegre edilerek uygulanması ve sonuçlarının incelenmesi*. Doktora Tezi, Trakya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Edirne.
- Barış, M. F. ve Tosun N. (2013). Sosyal ağ ve e-portfolyo entegrasyonu: Facebook örneği. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 122-129.
- Baş, T. ve Tüzün, H. (2007). *Aday Öğretmenlerin Alan Eğitiminde Web Günlüklerinin (Blog'ların) Kullanılması*. Uluslararası Öğretmen Yetiştirme Politikaları ve Sorunları Konferansı Bildiriler Kitabı, (s. 34-38). <http://yunus.hacettepe.edu.tr/~htuzun/html/academic/Bas-Tuzun-2007-Baku.pdf> adresinden 16 Eylül 2013 tarihinde edinilmiştir.
- Bat, M. (2012). *Dijital platformda sosyal medyanın stratejik kurumsal iletişime etkisi*. Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Berber Çelik, Ç. ve Odacı, H. (2011). Kendilik algısı ve benlik saygısının problemleri internet kullanımı üzerindeki yordayıcı rolü. *e-Journal of New World Sciences Academy NWSA-Education Sciences*, 7(1), 433-441. [http://www.newwsa.com/download/gecici\\_makale\\_dosyalari/NWSA-3443-2658-4.pdf](http://www.newwsa.com/download/gecici_makale_dosyalari/NWSA-3443-2658-4.pdf) adresinden 16 Eylül 2013 tarihinde edinilmiştir.
- Vural, Z.B. ve Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine yönelik bir araştırma. *Journal of Yasar University*, 20(5), 3348-3382.

- Bostancı, M. (2010). *Sosyal medyanın gelişimi ve iletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları*. Yüksek lisans tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Boyd, Danah M. and Ellison, Nicole B. (2007). Social Network Sites: Definition, History and Scholarship, *Journal of computer-mediated communication*, 13(1), 210-230. <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> adresinden 16 Eylül 2013 tarihinde edinilmiştir.
- Büyükşener, E. (2009). *Türkiye’de sosyal ağların yeri ve sosyal medyaya bakış*. 14. Türkiye’de İnternet Konferansı, Bilgi Üniversitesi, Dolapdere, İstanbul.
- Ceylan, İ. (2013). *Ergenlerin benlik saygısı ve duygusal öz-yeterlik düzeylerinin incelenmesi*. Yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Civelek, M. E. (2009). *İnternet çağı dinamikleri*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Cüceloğlu, D. (1991). *İnsan ve davranışı* (2. bs). İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Çelik, İ. (2012). *Öğretmen adaylarının sosyal ağ (facebook) kullanımlarının incelenmesi*. Yüksek lisans tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Çelik, S. (2011). *Öğretmen tutumları ile ilköğretim 5. sınıf öğrencilerinin benlik saygısı düzeyleri arasındaki ilişki*. Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Çivitci, A. (2009). İlköğretim öğrencilerinde yaşam doyumu: Bazı kişisel ve ailesel özelliklerin rolü. *Eğitim Fakültesi Dergisi*, 22(1), 29-52.
- Çuhadaroğlu F. (1986). *Adölesanlarda benlik saygısı*. Yayımlanmamış Uzmanlık tezi, Hacettepe Üniversitesi Tıp Fakültesi, Ankara.
- Demirel, M., Yörük, M., ve Özkan, O. (2012). Çocuklar için güvenli internet: Güvenli internet hizmeti ve ebeveyn görüşleri üzerine bir araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7, 54-68.
- Demirel, S. (2013). *Sosyal medya ve müşteri ilişkileri yönetimi facebook uygulaması*. Yüksek lisans tezi, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Deniz, A. (2012). *Sosyal ağ kullanımı ve sosyal ağlarda benlik algısı: Muğla ili örneği*. Yüksek lisans tezi, Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

- Deperlioğlu, Ö. ve Köse, U. (2010). *Web 2.0 teknolojilerinin eğitim üzerindeki etkileri ve örnek bir öğrenme yaşantısı*. XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri (s. 337-432).  
<http://tojde.anadolu.edu.tr/elearning.pdf> adresinden 16 Eylül 2013 tarihinde edinilmiştir.
- Dikme, G. (2013). *Üniversite öğrencilerinin iletişimde ve günlük hayatta sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Kadir Has Üniversitesi örneği*. Yüksek lisans tezi, Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Dinçel, E. (2006). *Ergenlik dönemi gelişimsel ödevleri ve psikolojik problemler*. Yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Düvenci, A. (2012). *Ağ neslinin internet kullanımı üzerindeki sosyal medya etkisinin sosyal sapma yaklaşımı ile incelenmesi*. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ekici, M. ve Kıyıcı, M. (2012). Sosyal ağların eğitim bağlamında kullanımı. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), 156-167.
- Erkul, R. E. (2009). Sosyal medya araçlarının (Web 2.0) kamu hizmetleri ve uygulamalarında kullanılabilirliği. *Türkiye Bilişim Derneği*, 116, 96-101.
- Ersoy, E. (2013). *Ortaokul öğrencilerinin algıladıkları anne baba tutumları ile benlik saygısı ve depresyon düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesi: İstanbul ili Fatih ilçesi örneği*. Yüksek lisans tezi, Fatih Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Genç, Z. (2010). *Web 2.0 yeniliklerinin eğitimde kullanımı: Bir Facebook eğitim uygulama örneği*. XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri (s. 237-242).  
[http://ab.org.tr/ab10/kitap/genc\\_AB10.pdf](http://ab.org.tr/ab10/kitap/genc_AB10.pdf) adresinden 16 Eylül 2013 tarihinde edinilmiştir.
- Göktaş, M. (2008). *İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin akademik benlik saygısı düzeyleri ile ders başarıları arasındaki ilişki*. Yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Gül, S. K. ve Güneş, İ. D. (2009). Ergenlik dönemi sorunları ve şiddet. GEAR Yayınları Makale Kütüphanesi, *Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 79-1001.
- Güneş, M. (2008). *İlköğretim 5. sınıf sosyal bilgiler dersi kazanımları ile ders kitabında önerilen etkinliklerin uygunluk düzeyi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Gülbahar, Y., Kalelioğlu, F. ve Madran, R. O. (2010). *Sosyal ağların eğitim amaçlı kullanımı*. İnet-tr 2010, *Türkiye'de İnternet Konferansı*. İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.

- Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı-bir alan çalışması. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 151-176.
- Hüseyinoğlu, B. (2009). *Tüketici tarafından yaratılan medya ortamında ağızdan ağıza pazarlama ve bir uygulama*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Işıkol Özge, F. (2013). *İlköğretim II. kademe öğrencilerinin sosyal görünüş kayguları ile benlik saygıları arasındaki ilişkinin incelenmesi: Üsküdar İlçesi Örneği*. Yüksek lisans tezi, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- İkiz, F. E. (2000). *Farklı liselerdeki ergenlerin benlik saygısı, akademik başarı ve sürekli kaygı düzeyi arasındaki ilişki*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- İşlek, M. (2012). *Sosyal medyanın tüketici davranışlarına etkileri: Türkiye'deki sosyal medya kullanıcıları üzerine bir araştırma*. Yüksek lisans tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- Kahraman, M. (2010). *Sosyal medya 101*. İstanbul: Mediacat Yayınları.
- Kapıcı, E. G. (2004). İlköğretim öğrencilerinin zorbalığa maruz kalma türünün ve sıklığının depresyon, kaygı ve benlik saygısıyla ilişkisi. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 37(1), 1-13.
- Kaplan, A. (2007). *Öfke yönetimi becerileri programının ilköğretim 5.sınıf öğrencilerinin saldırganlık düzeyi ve benlik saygısına etkisi*. Yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Kaplan, M. A., Michael H. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons* 53(1): 59–68.
- Karabulut Vazgeçer, A. (2013). *Beden eğitimi derslerinde uygulanan macera temelli öğretim uygulamalarının 11-12 yaş grubu öğrencilerin benlik saygısı ile problem çözme becerilerine etkisinin incelenmesi*. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Karakullukcu, B. (2012). *Sosyal medyaya panaromik yaklaşım*. I. Ulusal Genç Sosyal Bilimciler Kongresi (s. 147-152).  
[https://www.academia.edu/1965500/Sosyal\\_Medyaya\\_Panaromik\\_Bir\\_Yaklasim\\_Bildiri\\_adresinden](https://www.academia.edu/1965500/Sosyal_Medyaya_Panaromik_Bir_Yaklasim_Bildiri_adresinden) 20 Eylül 2013 tarihinde edinilmiştir.
- Karaman, S., Yıldırım, S. ve Kaban, A. (2008). *Öğrenme 2.0 yaygınlaşıyor: Web 2.0 uygulamalarının eğitimde kullanımına ilişkin araştırmalar ve sonuçları*. İnet-tr'08–XIII. Türkiye'de İnternet Konferansı Bildirileri (s. 35-40).  
[http://inet-tr.org.tr/inetconf13/kitap/karaman\\_yildirim\\_inet08.pdf](http://inet-tr.org.tr/inetconf13/kitap/karaman_yildirim_inet08.pdf) adresinden 20 Eylül 2013 tarihinde edinilmiştir.

- Karasar, N. (2002). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kaya, A. (2011). *Öğretmen adaylarının sosyal ağ sitelerini kullanım durumları ve internet bağımlılığı düzeyleri*. Yüksek lisans tezi, Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Keskin, T. (2010). *İlköğretim okullarındaki öğrencilerin akran zorbalığının benlik saygısıyla ilişkisi*. Yüksek lisans tezi, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kırık, M. A. (2011). *Gençlerin sosyal paylaşım ağlarındaki kimlik sorunu ve etik değerlerin ihlali*. II. Medya ve Etik/Medya-Kültür İlişkisinde Etik Sempozyumu (s. 509-516).  
[https://www.academia.edu/5322787/Genclerin\\_Sosyal\\_Paylasim\\_Aglarindaki\\_Kimlik\\_Sorunu\\_ve\\_Etik\\_Degerlerin\\_Ihlali](https://www.academia.edu/5322787/Genclerin_Sosyal_Paylasim_Aglarindaki_Kimlik_Sorunu_ve_Etik_Degerlerin_Ihlali) adresinden 16 Eylül 2013 tarihinde edinilmiştir.
- Kırksekiz, A. (2013). Sosyal ağlardan facebook'un kullanımına ilişkin öğretim elemanlarının görüşleri (SAÜ Örneği). Yüksek lisans tezi, Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Kobak, K. ve Biçer, S. (2008). Facebook sosyal paylaşım sitesinin kullanım nedenleri, *8th International Education Technology Conference* (s. 567-571).  
<http://ietc2008.home.anadolu.edu.tr/ietc2008/105.doc> adresinden 16 Eylül 2013 tarihinde edinilmiştir.
- Koç, M. (2004). Gelişim psikolojisi açısından ergenlik dönemi ve genel özellikleri. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17, 231-256.
- Koçak, N. G. (2012). *Bireylerin sosyal medya kullanım davranışlarının ve motivasyonlarının kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında incelenmesi: Eskişehir'de bir uygulama*. Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Köknel, Ö. (2001). *Kimliğini arayan gençliğimiz*. İstanbul: Altın Kitaplar.
- Köse, Z. (2013). 13-14 Yaş grubu ergenlerin bilgisayar oyunlarını oynama alışkanlıklarının ve sosyalleşme durumlarının araştırılması: Kütahya ili örneği. Yüksek lisans tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.
- Köseoğlu, Ö. (2012). Sosyal ağ sitesi kullanıcılarının motivasyonları: Facebook üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 7(2), 58-81.
- Kulaksızoğlu, A. (1998). *Ergenlik psikolojisi*. İstanbul: Remzi Yayınevi.
- Mazman, S. G. (2009). *Sosyal ağların benimsenme süreci ve eğitsel bağlamda kullanımı*. Yüksek lisans tezi, Hacettepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

- Meriç, B. (2010). *İnternet üzerindeki paylaşım sitelerinin ve blogların tüketici davranışları üzerine etkisi*. Yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Odabaşı, H., Mısırlı, Ö., Günüş, S., Şahin Timar, Z. ve ark. (2012). Eğitim için yeni bir ortam: Twitter. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 2(1), 89-103.
- UBİK (2011). Çocukların sosyal paylaşım sitelerini kullanım alışkanlıkları (Araştırma Raporu). <http://www.internetkurulu.org/tr/Raporlar.aspx> adresinden 16 Eylül 2013 tarihinde edinilmiştir.
- Oktan, V. ve Şahin, M. (2010). Kız ergenlerde beden imajı ile benlik saygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 7(2), 1-14.
- Otrar, M. ve Arğın, F.S. (2013). *Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması*. 7. Uluslararası Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Sempozyumu (ICITS-2013) Bildiri Özetleri. Ankara.
- Ozan, Ö. (2013). *Bağlantıcı mobil öğrenme ortamlarında yönlendirici destek*. Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Ök, F. (2013). *Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve motivasyonları*. Yüksek lisans tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Öner, N. (1996). *Piers Harris'in çocuklarda öz kavramı ölçeği el kitabı*. Ankara: Türk Psikologlar Derneği Yayınları.
- Özdemir Benli, E. ve Arık, S. (2013). Ortaokul öğrencilerinin benlik saygı düzeylerinin ve sürdürülebilir çevreye yönelik tutumlarının incelenmesi. *Tarih Okulu Dergisi*, 6(16), 641-655.
- Özşaker, M. (2008). 12-14 Yaş çocukların motorsal performans ve benlik saygısı düzeylerinin incelenmesi. Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Sarı, C. (2008). *Ergenlerin psikolojik belirti düzeyleri ve uyumlarını yordayan bazı değişkenler*. Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Sarıyüce Körükçü, Ö. (2004). *Altı yaş grubundaki çocukların özsaygı düzeyleri ile anne empatik becerilerinin incelenmesi*. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Satıl, E. (2011). *Yeni medya ve sosyalleşme*. Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

- Senemoğlu, N. (1997). *Gelişim öğrenme ve öğretim, kuramdan uygulamaya*. Ankara: Ertem Matbaacılık.
- Sezgin, S., Erol, O., Dulkadir, N. ve Karakaş, A. (2011). Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri (Böte) öğrencilerinin Facebook kullanım amaçları ve eğitsel bağlamda kullanımı ile ilgili görüşleri: Makü örneği. IETC-International Educational Technology Conference.İstanbul University, İstanbul.
- Sidekli, S. ve Avaroğulları, M. (2013). Facebook: Sosyal bilgiler öğretiminde yeni bir yöntem. *Cumhuriyet International Journal of Education-CIJE*, 2(2), 145-154.
- Sönmez, B. (2013). *Sosyal medya ve ortaöğretim öğretmenlerinin facebook kullanım alışkanlıkları*. Yüksek lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Subrahmanyam, K. (2013). Ergenlerde Yeni Medya Kullanımının Etkileri/Sosyal Etkiler ve Beliren Bilişsel Etkileri. *Türkiye çocuk ve medya kongresi bildiriler kitabı*, 2, 223-242, (Zeynep Baransel, Çev.), Dr. Feride Zeynep Güder (Der), İstanbul.
- Süzgün, S. (2013). *Türkiye'deki kurumsal marka imajlarının sosyal ağlar üzerinden yönetimi*. Yüksek lisans tezi, Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Şahin, M. C. (2009). Yeni bin yılın öğrencilerinin özellikleri. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 155–172.
- Şahin, T.Y. ve Yıldırım, S. (1999). *Öğretim teknolojileri ve materyal geliştirme*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Şendağ S. (2008). Web'de yeni eğilimler: öğrenme ortamlarına entegrasyonu. Proceedings of 8th International Educational Technology , *Anadolu University, Faculty of Education*, 995-1001, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Tanrıkulu, M. (2013). *Ergenlerin akademik erteleme davranışlarıyla benlik saygılarının incelenmesi*. Yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Taşgit, M. S. (2012). *Üniversite öğrencilerinin benlik saygısı ve karar verme düzeylerinin incelenmesi*. Yüksek lisans tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- Tonta, Y. (2009). Dijital yerliler, sosyal ağlar ve kütüphanelerin geleceği. *Hakemli Yazılar, Türk Kütüphaneciliği*, 23(4), 742-768.
- Tunç, A. (2011). *İlköğretim 7. ve 8. Sınıf öğrencilerinin karar vermede özsaygı ve karar verme stilleri ile algılanan ana baba tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yüksek lisans tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.

- Türk Ailesinde Adölasanların Sorunları, (1997). *Türk Ailesinde Adölasanların Sorunları*. T.C. Başbakanlık, Aile Araştırma Kurumu Başkanlığı, T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Başkanlığı Yayınları. Ankara.
- Ucun, K. (2012). *Meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal ağlardan Facebook'u genel ve mesleki eğitimde kullanım amaçları*. Yüksek lisans tezi, Sakarya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Ünüvar, A. (2007). *Lise öğrencilerinin algıladıkları ana-baba tutumları ile kendine saygı düzeylerinin incelenmesi*. Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Üstün, B. (1990). Ergenlik dönemi ve aile ilişkileri, *Türk Hemşireler Dergisi* 3, 29-30.
- Yavuzer, H. ve ark. (1995). *Ana-baba okulu* (3. bs). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Yenidünya, A. (2005). *Lise öğrencilerinde rekabetçi tutum, benlik saygısı ve akademik başarı ilişkisi*. Yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Yeşilyapak, B. (2004). *Gelişim ve öğrenme psikolojisi*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Yılmaz, E. Yiğit, R. ve Yurt, E. (2012). İlköğretim ikinci kademedeki öğrenim görmekte olan öğrencilerin genel benlik saygılarının öğrenci başarısı ve bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(1), 197-213.
- Yörükoğlu, A. (1985). *Gençlik çağı*. Ankara: Türkiye İş Bankası Yayınevi.
- Yörükoğlu, A. (1989). *Değişen toplumda aile ve çocuk*. İstanbul: Özgür Yayın Dağıtım.
- Yüksel, A. (2009). İlköğretim 5. sınıf öğrencilerinin empatik becerileriyle aile işlevleri ve benlik kavramlarının incelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(25), 153-165.
- Zafarmand, N. (2010). *Halkla ilişkiler alanında yeni mecra ve uygulamaların yeri ve önemi: Sosyal medya ve Pr2.0*. Yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Zorbaz, O. ve Tuzgöl Dost, M. (2014). Lise öğrencilerinin problemleri internet kullanımının cinsiyet, sosyal kaygı ve akran ilişkileri açısından incelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(1), 298-310.

### **Elektronik Kaynaklar**

alexa, 2014, <http://www.alexa.com/topsites/countries;0/TR> (Erişim Tarihi: 27.01.2014)



Blog, 2013, <http://tr.wikipedia.org/wiki/Blog> (Erişim Tarihi: 14 Kasım 2013)

chip/google-tam-olarak-nedir, 2014, [http://www.chip.com.tr/haber/google-tam-olarak-nedir-ne-sunuyor\\_27805.html](http://www.chip.com.tr/haber/google-tam-olarak-nedir-ne-sunuyor_27805.html)(Erişim Tarihi: 28.01.2014)

e-siber, 2010, <http://www.e-siber.com/sosyal-medya/internetteki-sosyal-paylasimin-yuzde-44u-facebook-ile-yapiliyor/> (Erişim Tarihi: 28.01.2014)

Facebook, 2013, <http://tr.wikipedia.org/wiki/Facebook> (Erişim Tarihi: 14 Kasım 2013)

Gençlik ve Sosyal Medya Araştırması, 2013, <http://www.dersbilgisayar.com/genclik-ve-sosyal-medya-arastirmasi-sonuclari/> (Erişim Tarihi: 28.01.2014)

Genç Türkiye Araştırması, 2012, <http://www.guvenliweb.org.tr/makaleler/> (Erişim Tarihi: 27.01.2014)

Google/Trends, 2014, <http://www.google.com.tr/trends/> (Erişim Tarihi: 27.01.2014)

hi5/tagged\_mobile, 2014, [http://www.hi5.com/tagged\\_mobile.html](http://www.hi5.com/tagged_mobile.html) (Erişim Tarihi: 27.01.2014)

mechgag, 2014, <http://mechgag.com/2013-sosyal-infografigi-yayinlandi/> (Erişim Tarihi: 27.01.2014)

MySpace, 2013, <http://tr.wikipedia.org/wiki/MySpace> (Erişim Tarihi: 14 Kasım 2013)

netlog/about, 2014, <http://tr.netlog.com/go/about>

myspace/pressroom, 2014, <https://myspace.com/pressroom> (Erişim Tarihi: 27.01.2014)

Sosyal Medya, 2013, [http://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal\\_medya](http://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal_medya) (Erişim Tarihi: 14 Kasım 2013)

sosyalmedya.co, 2013, <http://sosyalmedya.co/gencler-ve-sosyal-medya/> (Erişim Tarihi: 27.01.2014)

tumblr/about, 2014, <http://www.tumblr.com/about> (Erişim Tarihi: 27.01.2014)

Twitter, 2013, <http://tr.wikipedia.org/wiki/Twitter> (Erişim Tarihi: 14 Kasım 2013)

twitter/learn-more, 2013, <https://discover.twitter.com/tr/learn-more> (Erişim Tarihi: 14 Kasım 2013)

Vlog, 2013, <http://tr.wikipedia.org/wiki/Vlog> (Erişim Tarihi: 14 Kasım 2013)

Web 2.0, 2013, [http://tr.wikipedia.org/wiki/Web\\_2.0](http://tr.wikipedia.org/wiki/Web_2.0) (Erişim Tarihi: 14 Kasım 2013)

Webrazzi, 2014, <http://www.webrazzi.com/2014/01/27/cocuklar-sosyal-medyayi-nasil-kullaniyor-infografik/> (Erişim Tarihi: 27.01.2014)

## EKLER

### EK-1 KİŞİSEL BİLGİ FORMU

Sevgili öğrenciler;

Bu araştırma “Ortaokul 8. Sınıf Öğrencilerinin Benlik Saygıları İle Sosyal Medya Tutumları Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi” konulu yüksek lisans tez çalışması için yapılmaktadır. Bu çalışma 1 kişisel bilgi formu ve 2 ölçekten oluşmaktadır. Tüm soruları cevaplamanız yaklaşık 20 dakika sürecektir. Verdiğiniz cevaplar araştırmanın kaliteli, sonuçların geçerli olması açısından önemlidir, soruların doğru veya yanlış cevabı yoktur lütfen hiçbir soruyu cevapsız bırakmayınız. Yanıtlarınız sadece akademik çalışma amaçlı kullanılacağından adınızı yazmanıza gerek yoktur. Zamanınızı ayırarak çalışmaya sağladığınız katkı için çok teşekkür ederim.

Nagihan SARAÇ  
Yeditepe Ün. Sos. Bil. Ens.  
Eğitim Yönetimi ve Denetimi

- 1) Cinsiyetiniz:  Kız  Erkek
- 2) Gelir durumunuz:  Düşük  Orta  Yüksek
- 3) Annenizin eğitim durumu:  Okuryazar değil  İlkokul  
 Ortaokul  Lise  
 Ön lisans (2 yıllık üniversite)  Lisans ve üstü
- 4) Babanızın eğitim durumu:  Okuryazar değil  İlkokul  
 Ortaokul  Lise  
 Ön lisans (2 yıllık üniversite)  Lisans ve üstü
- 5) Herhangi bir sosyal medya sitesine (Facebook, Twitter, Youtube...) üyeliğiniz var mı?  
 Evet  Hayır
- 6) Ne kadar süredir sosyal medya sitelerini kullanıyorsunuz?  
 Kullanmıyorum  1 yıldan az  1-2 yıl  
 3-4 yıl  4 -6 yıl  6 yıldan fazla
- 7) Sosyal medya sitelerini kullanım sıklığınız nedir?  
 Kullanmıyorum  Her gün bir kez  Her gün birkaç kez  
 Haftada bir kez  Haftada birkaç kez  Ayda birkaç kez
- 8) Sosyal medya sitelerine her girdiğinizde harcadığınız ortalama süre ne kadardır?  
 Hiç  5-10 dk.  10-30 dk.  
 30-60 dk.  1-2 Saat  2 Saat ve üzeri
- 9) Sosyal medya sitelerine en çok hangi ortamdan bağlanıyorsunuz? (Sadece bir madde işaretleyiniz.)  
 Bağlanmıyorum  Ev  Okul  
 Yurt  İnternet kafe  Kablosuz ağı olan bir yer  
 Diğer .....

**10) Sosyal medya sitelerine bağlanmak için en fazla hangi aracı kullanıyorsunuz?(Sadece bir madde işaretleyiniz)**

- Bağlanmıyorum  Masaüstü bilgisayar  
 Dizüstü bilgisayar  Mobil cihazlar (Cep telefonu, iPhone, Tablet vb.)

**11) En çok hangi sosyal medya sitesini kullanıyorsunuz?(Sadece bir madde işaretleyiniz.)**

- Facebook  Twitter  Youtube  Flickr  
 SecondLife  Friendfeed  Myspace  Wikipedia  
 hi5  Netlog  Blogger  Tumblr  
 Wordpress  Badoo  Delicious  Podcastler  
 Google Buzz  Diğer.....

**12) Sosyal medya sitesini en çok hangi amaçla kullanıyorsunuz?(Sadece bir madde işaretleyiniz.)**

- Profil/ durum güncelleme ve arkadaşlarımın profillerini inceleme  
 Eski arkadaşlarımı arama ve yeni insanlarla tanışma  
 Arkadaşlarımın durumlarını takip etme ve arkadaşlarımın duvarlarına yazı yazma  
 Günlük gelişmeleri takip etme (haber, etkinlik vb.)  
 Eğitim amaçlı toplulukları ve etkinlikleri takip etme  
 Mesajlaşma ve çevrimiçi sohbet etme  
 Ödev ve projelerimle ilgili araştırma yapma  
 Video ve fotoğraf paylaşma  
 Video, fotoğraf, yazı vb. gönderilere yorum yapma  
 Müzik dinleme  
 Oyun oynama (Farmville, Fishville vb.)  
 Grup kurma/ gruplara katılma  
 Organizasyon/ etkinlik düzenleme  
 Tartışmalara katılma

**EK-2**  
**SOSYAL MEDYA TUTUM ÖLÇEĞİ**

Aşağıdaki ifadelerin her birini dikkatlice okuduktan sonra, ifadeye ne ölçüde katıldığınızı gösteren sütuna ait olan ve ifadenin hizasında bulunan kutucuğun içini X şeklinde işaretleyiniz.		Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
1	Sosyal medya siteleri sayesinde arkadaşlarımla beni fark etmesini isterim.					
2	Sosyal medya siteleri sayesinde yeni bir kişilik kazandığımı hissediyorum.					
3	Sosyal medya sitelerinin beni arkadaşlarımdan uzaklaştırdığını düşünüyorum.					
4	Sosyal medya sitelerinde gördüğüm paylaşımları arkadaşlarımla sohbet konusu yapmak hoşuma gidiyor.					
5	Sosyal medya sitelerindeki içerikler hakkında yorum yapmak hoşuma gidiyor.					
6	Sosyal medya sitelerinde yazı, video, müzik vb. paylaşımlarda bulunmaktan hoşlanıyorum.					
7	Sosyal medya sitelerinin beni ailemden kopardığını düşünüyorum.					
8	Sosyal medya siteleri sayesinde yalnızlıktan kurtulduğumu düşünüyorum.					
9	Sosyal medya sitelerinde öğretmenlerimi takip etmeyi seviyorum.					
10	Öğretmenlerimin yazdıklarını takip etmesi hoşuma gidiyor.					
11	Sosyal medya siteleri yüzünden aileme yeterince vakit ayıramıyorum.					
12	Paylaşımlarımla arkadaşlarımla tarafından beğenilmesinden hoşlanıyorum.					
13	Sosyal medya siteleri sayesinde ortak ilgi ve amaçlara sahip olduğum kişilere ulaşabileceğimi düşünüyorum.					
14	Sosyal medya siteleri yüzünden diğer sosyal aktivitelere yeterince vakit ayıramıyorum.					
15	Sosyal medya sitelerinde zaman geçirmekten mutlu oluyorum.					
16	Özel ilgi duyduğum arkadaşlarıma sosyal medya siteleri aracılığıyla duygularımı daha rahat ifade edebiliyorum.					
17	Sosyal medya siteleri sayesinde düzenlenen etkinliklerden haberim olması hoşuma gidiyor.					
18	Sosyal medya siteleri sayesinde daha fazla arkadaşımın olacağını düşünürüm.					
19	Öğretmenlerimin sosyal medya sitelerinde beni takip etmesi kendimi değerli hissetmemi sağlıyor.					
20	Sosyal medya siteleri sayesinde saygınlık ihtiyacımın karşılandığını düşünüyorum.					
21	Arkadaşlarımla paylaşımlarımla hakkında yorum yapmaları beni mutlu ediyor.					
22	Sosyal medya siteleri yüzünden derslerime yeterli özeni gösteremiyorum.					
23	Sosyal medya siteleri yüzünden arkadaşlarıma yeterince vakit ayıramıyorum.					

**EK-3**  
**PIERS HARİS ÇOCUKLARDA ÖZ KAVRAMI ÖLÇEĞİ**  
**(Kendim Hakkında Düşüncelerim)**

**AÇIKLAMA:** Aşağıda 80 cümle var. Bunlardan sizi tanımlayanları **evet**, tamamlamayanları ise **hayır** ile cevaplandırın. Bazı cümlelerde karar vermek zor olabilir. Yine de lütfen bütün cümleleri cevaplayın. Aynı cümleyi hem evet, hem hayır şeklinde işaretlemeyin. Unutmayın, cümledeki ifade genellikle sizi anlatıyorsa evet, genellikle sizi anlatmıyorsa hayır olarak işaretleyeceksiniz. Cümlenin size uygun olup olmadığını en iyi siz kendiniz bilebilirsiniz. Bunun için kendinizi gerçekten nasıl görüyorsanız öyle cevaplandırın.

CÜMLE	EVET	HAYIR
1. İyi resim çizerim.		
2. Okul ödevlerimi bitirmem uzun sürer.		
3. Ellerimi kullanmada becerikliyimdir.		
4. Okulda başarılı bir öğrenciyim.		
5. Aile içinde önemli bir yerim vardır.		
6. Sınıf arkadaşlarım benimle alay ediyorlar.		
7. Mutluyum.		
8. Çoğunlukla neşesizim.		
9. Akıllıyım.		
10. Öğretmenler derse kaldırıncaya heyecanlanırım.		
11. Dış (fiziki) görünüşüm beni rahatsız ediyor.		
12. Genellikle çekingenim.		
13. Arkadaş edinmekte güçlük çekiyorum.		
14. Büyüdüğümde önemli bir kimse olacağım.		
15. Aileme sorun yaratırım.		
16. Kuvvetli sayılırım.		
17. Sınavlardan önce heyecanlanırım.		
18. Okulda terbiyeli ve uyumlu davranırım.		
19. Herkes tarafından pek sevilen biri değilim.		
20. Parlak, güzel fikirlerim vardır.		
21. Genellikle kendi dediklerimin olmasını isterim.		
22. İstedğim bir şeyden kolayca vazgeçerim.		
23. Müzikte iyiyim.		
24. Hep kötü şeyler yaparım.		
25. Evde çoğu zaman huysuzluk ederim.		
26. Sınıfta arkadaşlarım beni sayarlar.		
27. Sinirli biriyim.		
28. Gözlerim güzeldir.		
29. Derse kalktığımda bildiklerimi sıkılmadan anlatırım.		
30. Derslerde sık sık hayal kurarım.		
31. (Kardeşiniz varsa) Kardeş(ler)imi sataşırım.		
32. Arkadaşlarım fikirlerimi beğenir.		
33. Başım sık sık belaya girer.		
34. Evde büyüklerimin sözünü dinlerim.		
35. Sık sık üzülür, meraklanırım.		

36. Ailem benden çok şey bekliyor.		
37. Halimden memnunum.		
38. Evde ve okulda pek çok şeyin dışında bırakıldığım hissine kapılıyorum.		
39. Saçlarım güzeldir.		
40. Çoğu zaman okul faaliyetlerine gönüllü olarak katılıyorum.		
41. Şimdiki halimden daha başka olmayı isterdim.		
42. Geceleri rahat uyurum.		
43. Okuldan hiç hoşlanmıyorum.		
44. Arkadaşlar arasında oyunlara katılmak için bir seçim yapılırken, en son seçilenlerden biriyim.		
45. Sık sık hasta olurum.		
46. Başkalarına karşı iyi davranırım.		
47. Okul arkadaşlarım güzel fikirlerim olduğunu söyler.		
48. Mutsuzum.		
49. Çok arkadaşım var.		
50. Neşeliyim.		
51. Pek çok şeye aklım ermez.		
52. Yakışıklıyım / güzelim.		
53. Hayat dolu bir insanım.		
54. Sık sık kavgaya karışıyorum.		
55. Erkek arkadaşlarım arasında sevilirim.		
56. Arkadaşlarım bana sık sık sataşır.		
57. Ailemi düş kırıklığına uğrattım.		
58. Hoş bir yüzüm var.		
59. Evde hep benle uğraşırlar.		
60. Oyunlarda ve sporda başı ben çekerim.		
61. Ne zaman birşey yapmaya kalksam herşey ters gider.		
62. Hareketlerimde hantal ve beceriksizim.		
63. Oyunlarda ve sporda, oynamak yerine seyredirim.		
64. Öğrendiklerimi çabuk unuturum.		
65. Herkesle iyi geçinirim.		
66. Çabuk kızarım.		
67. Kız arkadaşlarım arasında sevilirim.		
68. Çok okurum.		
69. Bir grupla birlikte çalışmaktansa tek başıma çalışmaktan hoşlanırım.		
70. (Kardeşiniz varsa) Kardeş(ler)imi severim.		
71. Vücutça güzel sayılırım.		
72. Sık sık korkuya kapılıyorum.		
73. Her zaman birşeyler düşürür ve kırarım.		
74. Güvenilir bir kimseyim.		
75. Başkalarından farklıyım.		
76. Kötü şeyler düşünürüm.		
77. Kolay ağlarım.		
78. İyi bir insanım.		
79. İşler hep benim yüzümden ters gider.		
80. Şanslı bir kimseyim.		

**EK-4**  
**SOSYAL MEDYA TUTUM ÖLÇEĞİ KULLANIM İZİNİ**



**Ferhat S. Argın**

10:45 (11 dakika önce) ☆



Kime: bana ▾

Değerli hocam merhaba,

Öğrenciler için "Sosyal Medya Tutum Ölçeği" mail ekindedir. Kaynak göstererek kullanabilirsiniz. Ayrıca araştırma sonuçları ile ilgili beni de bilgilendirirseniz memnun olurum. Çalışmalarınız da kolaylıklar dilerim.

**EK-5**  
**PIERS HARRİS ÇOCUKLARDA ÖZ KAVRAMI ÖLÇEĞİ KULLANIM İZİNİ**

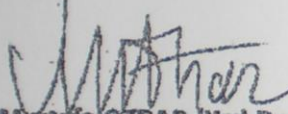
Sayın Hocam,

İsmim Mustafa Otrar. Ben Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Bölümü Ölçme ve Değerlendirme Anabilim dalı başkanayım.

Tez öğrencilerimden Nagihan Saraç ile "Lise Öğrencilerinin Öz Kavramları ile Sosyal Medyaya İlişkin Tutumları Arasındaki İlişki" başlıklı bir tez çalışması yürütmekteyim. Bu bağlamda alanyazına kazandırdığınız "Piers Harris Çocuklarda Öz-Kavramı Ölçeği"ni [kaynak göstererek] kullanmak istiyoruz. Ancak izniniz olmaksızın çalışmada kullanacağımız ölçme aracını kesinleştirmenin bilim etiği açısından uygun olmadığını düşündüğümüzden sizin izninizi almayı önceledik.

Ölçeğinizi kullanmamız konusunda sizden izin istirham etmeyiz. Çalışmanın alana katkı sağlayacağını ümit ediyoruz. Eğer mümkün ise, aracı kullanmamız konusunda bize izin verdiğinizizi ifade eden bir mail veya bir faks mesajı yeterli olacaktır.

İlginiz için çok teşekkür ederim.



**Mustafa OTRAR (Yrd.Doç.Dr.)**  
Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi  
Eğitim Bilimleri Bölümü  
Ölçme ve Değerlendirme AD Başkanı  
Göztepe Kampüsü  
Tel: 216.345 90 90  
539.289 01 39  
Fax: 216.481 30 23  
URL: [www.mustafaotrar.net](http://www.mustafaotrar.net)  
Mail: [motrar@marmara.edu.tr](mailto:motrar@marmara.edu.tr)

Sayın M. Otrar,  
Araştırmanız da Piers-Harris  
Çocuklarda Öz-Kavramı Ölçeği  
kullanabileceğiniz.

M. Öner  
Prof. Dr. Necla Öner