

İmam Hatip Lisesi Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ile Akademik Güdülenme ve Akademik Başarı Arasındaki İlişki

The Relationship Between Social Media Addiction and Academic Motivation and Academic Achievement Among Imam Hatip High School Students

Ömer Özdemir 

Dr. Öğr. Üyesi, Harran Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, Din Eğitimi Anabilim Dalı
Assist. Prof., Harran University, Faculty of Theology, Department of Religious Education
Şanlıurfa / Türkiye
omerozdemir@harran.edu.tr | <https://orcid.org/0000-0002-8147-494X>

Article Type / Makale Tipi

Research Article / Araştırma Makalesi

DOI: 10.33420/marife.1458250

Cite as / Atıf: Özdemir, Ömer. "İmam Hatip Lisesi Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ile Akademik Güdülenme ve Akademik Başarı Arasındaki İlişki". *Marife* 24/1 (2024) 188-215.
<https://doi.org/10.33420/marife.1458250>

Plagiarism / İntihal: This article has been reviewed by at least two referees and scanned via a plagiarism software. / Bu makale, en az iki hakem tarafından incelendi ve intihal içermediği teyit edildi.



Copyright / Telif Hakkı: "This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 (CC BY-NC-ND 4.0) International License." / "Bu makale Creative Commons Atıf-GayriTicari-Türetilemez 4.0 (CC BY-NC-ND 4.0) Uluslararası Lisansı altında lisanslanmıştır."

İmam Hatip Lisesi Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı ile Akademik Güdülenme ve Akademik Başarı Arasındaki İlişki

Özet

Günümüzde teknolojinin hızlı gelişimi ile birlikte bilgisayar, tablet ve akıllı telefon gibi cihazların kullanımı önemli ölçüde artmış ve bu artış, özellikle gençler arasında sosyal medya kullanımının süratle yayılmasına neden olmuştur. Sosyal medya kullanımı, ilk olarak Facebook ile başlamış olup günümüzde Instagram, Twitter, TikTok, Snapchat, YouTube, WhatsApp gibi çeşitli sosyal medya platformlarının yaygın bir biçimde kullanılmasıyla gelişim göstermiştir. Bireyler, aile ve diğer sosyal çevreleri ile iletişim kurma, bilgi, haber edinme, eğlence, oyun oynama, kişisel paylaşımlarda bulunma gibi nedenlerle sosyal medya platformlarını kullanmaktadır. Sosyal medyanın olumlu yönleri bulunmakla birlikte, aşırı ve kontrolsüz kullanımı depresyon, uyku bozukluğu, aile içi problemler, kötü arkadaş edinme, psikolojik, fizyolojik bazı problemlerin yanı sıra, öğrencilerin akademik güdülenme ve akademik başarılarını da olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu bağlamda, gençlerde sosyal medya bağımlılığı ile akademik güdülenme ve akademik başarı arasındaki ilişkinin ortaya konulması, buna yönelik bir takım çözüm önerilerinin geliştirilmesi, aynı zamanda ebeveynler, eğitimciler ve ilgililere bazı öneriler sunulması önem arz etmektedir. İmam hatip lisesi öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ile akademik güdülenme ve akademik başarı arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlayan bu çalışmada, nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel araştırma modeli kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini Şanlıurfa ilinde öğrenim görmekte olan imam hatip lisesi öğrencileri oluşturmaktadır. Bu evreni temsilen farklı imam hatip liselerinden 718 öğrenci araştırmanın örneklemini teşkil etmektedir. Araştırmaya başlamadan önce etik kurul izni alınmış, veri toplama aracı olarak kişisel bilgi formunun yanı sıra Özgenel ve arkadaşları (2019) tarafından geliştirilen "Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği" ile Bozanoğlu (2004) tarafından geliştirilen "Akademik Güdülenme Ölçeği" kullanılmıştır. Araştırmada elde edilen verileri analiz etmek amacıyla SPSS 21.0 istatistik programından faydalanılmıştır. Verilerin analizinde bağımsız örneklem t-testi, ANOVA testi ve Pearson Korelasyon testi kullanılmıştır. Araştırmadan edilen bulgular, gereğinden fazla ve kontrolsüz sosyal medya kullanımının öğrencilerin akademik güdülenme düzeyleri ve buna bağlı olarak akademik başarıları ile olumsuz yönde ilişkili olduğunu göstermektedir. Araştırma sonuçları, öğrencilerin sosyal medya kullanım süreleri arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeylerinin de arttığını göstermektedir. Ayrıca, videoların, mesajlaşmaya kıyasla daha yüksek sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olduğu bulunmuştur. Kısa videoların ise uzun videolara göre daha yüksek sosyal medya bağımlılığı ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Araştırma bulguları, günlük ortalama sosyal medya kullanım süreleri az olan öğrencilerin günlük ortalama sosyal medya kullanım süreleri fazla olan öğrencilere göre akademik güdülenmenin alt boyutları olan kendini aşma, bilgiyi kullanma ve keşfetme eğilimlerinin daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Günümüzde gençlerin sosyal medya araçlarına olan bağımlılığının arttığı gözlemlenmektedir ve bu araçları gençlerin hayatlarından tamamen çıkarmak mümkün görünmemektedir. Bu durumda, artık hayatın vazgeçilmez unsurlarından biri olan sosyal medya araçlarını etkili ve faydalı kullanmanın yolları aranmalıdır. Bu bağlamda, gençlere sosyal medyayı yasaklamak yerine, bilinçli bir şekilde sosyal medyayı kullanmaları konusunda onlara rehberlik etmek önemlidir. Bu hususta Millî Eğitim Bakanlığı'nın, Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın, Diyanet İşleri Başkanlığı'nın ve diğer ilgili kamu kurum ve kuruluşlarının yanı sıra sivil toplum örgütlerinin, gençlerin ilgi ve ihtiyaçlarını dikkate alarak, onların bilgi ve ahlaki gelişimlerine katkı sağlayacak faydalı sosyal medya platformları, grupları ve içerikleri oluşturmaları ve geliştirmeleri hayati önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Din Eğitimi, İmam Hatip Lisesi, Sosyal Medya Bağımlılığı, Akademik Güdülenme, Akademik Başarı.

The Relationship Between Social Media Addiction and Academic Motivation and Academic Achievement Among Imam Hatip High School Students

Summary

With the rapid advancement of technology today, the use of devices such as computers, tablets, and smartphones has increased significantly, and this increase has led to the rapid spread of social media use, especially among young people. The use of social media began with Facebook and has developed over time to include various platforms such as Instagram, Twitter, TikTok, Snapchat, YouTube, and WhatsApp. Individuals use social media platforms for various reasons such as communicating with

family and other social circles, obtaining information and news, entertainment, playing games, and making personal posts. Although social media has positive aspects, its excessive and uncontrolled use of social media can negatively affect students' academic motivation and academic achievement. It can also lead to depression, sleep disorders, family problems, unhealthy friendships, psychological and physiological problems. In this context, it is important to reveal the relationship between social media addiction among young people and academic motivation and achievement, to offer solutions, and to provide suggestions for parents, educators and other concerned parties. This study aims to examine the relationship between social media addiction and academic motivation and academic achievement among imam hatip high school students. To do so, it utilizes relational research model, one of the quantitative research methods. The population of the study consists of imam hatip high school students studying in Şanlıurfa. Representing this population, 718 students from different imam hatip high schools constitute the sample of the study. Before starting the research, ethical approval was obtained. As data collection tools, in addition to the personal information form, the "Social Media Addiction Scale for Adolescents" developed by Özgenel et al. (2019) and the "Academic Motivation Scale" developed by Bozanoğlu (2004), were used. The data obtained from the research were analyzed using SPSS 21.0 statistical software. Independent samples t-test, ANOVA test, and Pearson Correlation test were used for data analysis. The findings from the research show that excessive and uncontrolled use of social media is negatively associated with students' levels of academic motivation and, consequently, their academic achievement. The research results show that as students' social media usage time increases, their levels of social media addiction also increase. In addition, it was found that videos are more strongly associated with social media addiction than messaging. Short videos were found to be more strongly associated with social media addiction than longer videos. The research findings reveal that students with lower daily average social media usage times have higher tendencies in the sub-dimensions of academic motivation, such as self-transcendence, using knowledge, and exploration, compared to those with higher daily average social media usage times. Today, it is evident that young people's addiction to social media tools is increasing, and it does not seem possible to completely remove these tools from their lives. In this case, ways to effectively and beneficially use social media tools, which have now become indispensable elements of life, should be sought. In this context, it is important to guide young people to use social media consciously rather than banning them altogether. In this regard, it is crucial for the Ministry of National Education, the Ministry of Youth and Sports, the Presidency of Religious Affairs, and other relevant public institutions and organizations, along with NGOs, to create and develop beneficial social media platforms, groups, and content that will contribute to young people's knowledge and moral development, taking into account their interests and needs.

Keywords: Religious Education, Imam Hatip High School, Social Media Addiction, Academic Motivation, Academic Achievement.

Giriş

Teknolojinin hızlı gelişimi, dünya genelinde özellikle gençler arasında Instagram, YouTube, WhatsApp, X (Twitter), TikTok ve Snapchat gibi sosyal medya platformlarının yaygın kullanımına yol açmıştır. İnternet ve akıllı telefonların hızla yaygınlaşması, bu platformları kullanan kişi sayısında hızlı bir artışa neden olmuştur. Bireyler, aileleri, arkadaşları ve diğer sosyal çevreleri ile iletişim kurma, kişisel paylaşımlarda bulunma, eğlenme, oyun oynama bilgi ve haber edinme gibi çeşitli nedenlerle sosyal medyayı kullanmaktadırlar. Özellikle gençler arasında sosyal medya kullanımının yüksek olduğu ve bu yaş grubunda sosyal medya bağımlılığının önemli bir sorun haline geldiğinden söz edilmektedir.¹

¹ Mustafa Uslu, "Türkiye'de Sosyal Medya Bağımlılığı ve Kullanımı Araştırması", *Turkish Academic Research Review* 6/2 (25 Haziran 2021), 370-377; Mustafa İnce - Mesut Yılmaz, "Ergenlik Çağındaki Çocukların Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıklarının Yalnızlaşmaya Etkisi", *Gümüşhane Üniversitesi*

Sosyal medya bağımlılığı, bireylerin, günlük yaşamlarını ve sorumluluklarını olumsuz etkileyecek şekilde sosyal medya platformlarını aşırı ve kontrolsüz biçimde kullanmalarını ifade eden bir bağımlılık türüdür. Sosyal medya bağımlılığı bireyin, kişisel, ailevi, sosyal, eğitim, iş hayatında problemler yaşamasına neden olabilir.² Sosyal medya bağımlılığı, davranışsal bağımlılık kategorisinde değerlendirilmektedir. Söz konusu bağımlılık türü, madde bağımlılığına benzer biçimde, beyindeki ödül sistemini etkileyen dopamin hormonunu uyarmaktadır. Bireyler, sosyal medya paylaşımlarından almış oldukları “beğeni” ve “yorum” gibi geri bildirimlerle ödüllendirilir. Bu durum, bireylerde sosyal medya bağımlılığının artmasına yol açmaktadır.³

Gençlerde sosyal medya bağımlılığının birçok nedeni vardır. Eğlenme, oyun oynama, haber alma, bilgi edinme, iletişim kurma, kişisel paylaşımda bulunma (fotoğraf, video paylaşma, kişisel fikir belirtme), yeni arkadaş edinme, sosyalleşme, zaman geçirme, sevgi eksikliğini tamamlama gibi etkenler, gençler arasında sosyal medya bağımlılığının başlıca sebepleri arasında yer almaktadır.⁴

Sosyal medya bağımlılığı üzerine yapılan araştırmalar, özellikle gençlerin internet ve sosyal medya kullanımlarında hızlı bir artış olduğunu⁵ ve bu durumun gençlerde depresyon, anksiyete, agresyon, stres, kaygı bozukluğu, uyku bozukluğu, göz hastalıkları, obezite, ahlaki kayıtsızlık, aile içi problemler, kötü arkadaş edinme, bazı psikolojik ve fizyolojik problemlere yol açtığını ortaya koymaktadır.⁶

→

İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi 8/2 (30 Eylül 2020), 1141; Monica Anderson Gottfried Michelle Faverio and Jeffrey, “Teens, Social Media and Technology 2023”, *Pew Research Center*, 11 Aralık 2023.

² Daria J. Kuss - Mark D. Griffiths, “Social Networking Sites and Addiction: Ten Lessons Learned”, *International Journal of Environmental Research and Public Health* 14/3 (Mart 2017), 311.

³ Cecilie Andreassen, “Online Social Network Site Addiction: A Comprehensive Review”, *Current Addiction Reports* 2 (01 Haziran 2015), 179; Hüseyin Bilal Macit vd., “A Research on Social Media Addiction and Dopamine Driven Feedback”, *Journal of Mehmet Akif Ersoy University Economics and Administrative Sciences Faculty* 5/3 (27 Aralık 2018), 882-897.

⁴ Mehmet Emin Aksoy, “A Qualitative Study on the Reasons for Social Media Addiction”, *European Journal of Educational Research* 7/4 (15 Ekim 2018), 861-865; Maria Chiara D’Arienzo vd., “Addiction to Social Media and Attachment Styles: A Systematic Literature Review”, *International Journal of Mental Health and Addiction* 17/4 (01 Ağustos 2019), 1094-1118.

⁵ Bk. *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2023* (Erişim 16 Şubat 2024); Daria J Kuss - Olatz Lopez-Fernandez, “Internet Addiction and Problematic Internet Use: A Systematic Review of Clinical Research”, *World Journal of Psychiatry* 6/1 (22 Mart 2016), 143-176; Handan Yalvaç Arıcı, “Gençlerde Sosyal Medya Bağımlılığına Yönelik Manevi Danışmanlık Müessesesi”, *Diyanet İlimi Dergi* 60/1 (15 Mart 2024), 384; Mehmet Fatih Çömlekçi - Oğuz Başol, “Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları İle Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi”, *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 17/4 (27 Aralık 2019), 183; Kevser Hülya Yurdakul, “Youtube Kullanımının Gençler Üzerindeki Negatif Etkisi: Sosyal Medya Bağımlılığı”, *Liberal Düşünce Dergisi* 107 (25 Eylül 2022), 167-190; Amareswara Prasad Chunduru, “Social Media Addiction” (Engineering for Real World, 2014); Selim Günüş - Murat Kayrı, “Türkiye’de İnternet Bağımlılık Profili ve İnternet Bağımlılık Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlik-Güvenirlik Çalışması”, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 39/39 (01 Haziran 2010), 227.

⁶ Geniş bilgi için bk. Anna Vannucci vd., “Social Media Use and Anxiety in Emerging Adults”, *Journal of Affective Disorders* 207 (01 Ocak 2017), 163-166; Liu yi Lin vd., “Association Between Social Media Use and Depression Among U.s. Young Adults”, *Depression and Anxiety* 33/4 (Nisan 2016), 323-331; Şirin Gedik, “Lise Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı ve Obezite İlişkisinin Belirlenmesi”, *Dokuz*

→

Sosyal medya, bilgi edinme, iletişim kurma, geniş kitlelere ulaşma, içerik üretme ve işletmeleri büyütme gibi insanların hayatında birçok kolaylığı sağlama-sına⁷ karşın, lise öğrencilerinin ders çalışma, derse odaklanma gibi hususlarda akademik güdülenme ve akademik başarılarını olumsuz anlamda etkileyebilir. Bu durum, öğrencilerin akademik başarılarının düşmesine neden olabilir. Junco'nun yaptığı araştırma, sosyal medya bağımlılığının öğrencilerin akademik başarılarını olumsuz etkileyebileceğini ortaya koymaktadır.⁸

Literatürde, sosyal medya bağımlılığı ile akademik güdülenme ve akademik başarı arasındaki ilişkiyi inceleyen çeşitli araştırmalar bulunmaktadır. Örneğin,

→

Eylül Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi 35/3 (30 Aralık 2021), 311-320; Necati Borak - Abdulhakim Beki, "Sosyal Medya Bağımlılığının Lise Öğrencilerinin Akademik Başarıları Üzerindeki Etkisi", *Toplumsal Politika Dergisi* 2/1 (25 Haziran 2021), 61-76; Pınar Koç - Mehmet Albayrak, "Farklı Gelişim Düzeylerindeki Bireyler Üzerinde İnternet Bağımlılığının Etkileri", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 22/Kayfor 15 Özel Sayısı (30 Aralık 2017), 2391-2404; Canan Sarı - Havva Karadeniz, "İnternet Bağımlılığının Aile İçi İlişkilere Etkisi", *Sürekli Tıp Eğitimi Dergisi* 28/4 (02 Ağustos 2019), 294-298; Semra Karaca vd., "Internet Addiction and Depressive Symptoms in Secondary School Students", *Acıbadem Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi* 12/2 (01 Nisan 2021), 510-516; Eda Büyükgebiz Koca - Mustafa Zihni Tunca, "İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığının Öğrencilerin Performanslarına Etkileri Üzerine Bir Yazın Taraması", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 24/1 (30 Ocak 2019), 33-53; Merve İnan Budak vd., "Üniversite Öğrencilerinde Travmatik Yaşantılar, Agresyon ve İnternet Bağımlılığı", *Bağımlılık Dergisi* 23/4 (27 Aralık 2022), 502-510; Andrew K. Przybylski vd., "Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out", *Computers in Human Behavior* 29/4 (01 Temmuz 2013), 1841-1848; Ünsal Bekdemir - Pınar Tağrınculu, "The Academic and Social Effects of Using Social Media on University Students", *Bartın University Journal of Faculty of Education* 7/1 (28 Şubat 2018), 316-348; Deniz Mertkan Gezgin, "Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Davranışları İle Okuma Alışkanlıkları Üzerine Bir İnceleme", *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 23/2 (24 Aralık 2021), 802; Handan Yalvaç Arıcı - Sümeyra Arıcan, "Sosyal Medyanın Etkilerine Yönelik Manevi Danışmanlık Eğitimi İhtiyaç Analizi", *Kilis 7 Aralık Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 9/1 (30 Haziran 2022), 277; Yıldız Bilge vd., "Sosyal Medya Bağımlılığını Yordamada Anksiyete, Stres ve Günlük Sosyal Medya Kullanımı: Meslek Yüksekokulu Örneği", *Bağımlılık Dergisi* 21/3 (30 Eylül 2020), 223-235; Youbo Hou vd., "Social Media Addiction: Its Impact, Mediation, and Intervention", *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace* 13 (21 Şubat 2019); Mehmet Bilgin, "Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Psikolojik Bozukluklar Arasındaki İlişki", *The Journal of International Scientific Researches* 3/3 (29 Ekim 2018), 243; Hızır Hacıkeleşoğlu, "Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı, Dindarlık ve Ahlakî Kayıtsızlık İlişkisi Üzerine Bir Araştırma", *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi* 21/2 (30 Eylül 2021), 901; Şükrü Balcı - Enes Baloğlu, "Sosyal Medya Bağımlılığı ile Depresyon Arasındaki İlişki: Üniversite Gençliği Üzerine Bir Saha Araştırması", *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi* 29 (25 Aralık 2018), 227.

⁷ Bk. Merve Sezgin - Işıl Altay, "Üniversite Tercihinde Sosyal Medyanın Aracı Rolü", *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi* 3/4 (05 Nisan 2021), 87-104; Nurullah Bora, *Din Eğitiminin Referans Noktası Olarak Sosyal Medya Vaizliği-İstanbul Örneği* (İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2023), 71; Dilşad Güzel vd., "Sosyal Medyanın Firma Performansı Üzerindeki Etkisi", *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 22/4 (31 Aralık 2018), 2244; Türkan Çelik vd., "Velilerin Gözünden Sosyal Medyanın Ortaokul Öğrencileri Açısından Yarar ve Riskleri", *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 50 (26 Nisan 2019), 117-118; Hasan Önal Şeyhanlıoğlu - Burhanettin Zengin, "Dijitalleşmenin ve Sosyal Medyanın Müslüman-Dostu Turizme Yansımaları", *Journal of Hospitality and Tourism Issues* 4/2 (31 Aralık 2022), 130.

⁸ Reynol Junco, "Too Much Face and Not Enough Books: The Relationship Between Multiple Indices of Facebook Use and Academic Performance", *Computers in Human Behavior* 28/1 (01 Ocak 2012), 187-198.

Tsitsika ve arkadaşları (2017)⁹ ile Kuss ve Griffiths (2017)¹⁰ sosyal medya bağımlılığının öğrencilerin akademik performanslarını olumsuz etkilediğini belirtmişlerdir. Benzer şekilde, Kirschner ve Karpinski (2010), sosyal medya kullanımının öğrencilerin ders çalışma sürelerini azaltarak akademik başarılarını düşürdüğünü tespit etmişlerdir.¹¹ Bu nedenle lise öğrencilerinin sosyal medya kullanımları ile akademik güdülenme ve akademik başarıları arasındaki ilişkinin incelenmesi önemlidir.

Milli Eğitim Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı 2023 verilerine göre Türkiye’de 2023 yılı itibarıyla örgün eğitimde öğrenim gören öğrenci sayısı 19 milyon 904 bin 679’dur. Bu öğrencilerin 6 milyon 789 bin 681’i lise düzeyinde eğitim görmekte ve bu grubun 579 bin 306’sı imam hatip lisesi öğrencilerinden oluşmaktadır.¹² Dolayısıyla, sosyal medya bağımlılığının imam hatip lisesi öğrencilerinin akademik güdülenme ve akademik başarıları üzerindeki etkisinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi önem arz etmektedir.

Bu bağlamda, imam hatip lisesi öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ile akademik güdülenme ve akademik başarı arasındaki ilişkiyi ortaya koymak, eğitimciler, ebeveynler ve ilgili kamu kurum ve kuruluşlarının gençlerin sosyal medya kullanımını yönetme konusundaki stratejilerini belirlemesi ve geliştirmesi açısından da önemlidir. Zira toplumların bilimsel, kültürel ve ekonomik olarak gelişmesi için doğru ve etkili eğitimin önemi göz önüne alındığında, sosyal medya bağımlılığının akademik başarı üzerindeki etkisi sadece öğrencileri değil, ülkenin geleceğini ilgilendiren önemli bir meseledir. Bu nedenle, sosyal medya bağımlılığı ile akademik güdülenme ve akademik başarı arasındaki ilişkiyi anlamak, eğitim politikalarının geliştirilmesi ve gençlerin akademik başarılarını artırmaya yönelik çözüm önerileri sunulması açısından hayati önem taşımaktadır.

Bu araştırmanın amacı, imam hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile akademik güdülenme ve akademik başarı düzeyleri arasında ilişki olup olmadığını incelemektir. Bu genel amaç doğrultusunda belirlenen araştırma soruları şu şekildedir:

1. İmam hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri nedir?
2. İmam hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
3. İmam hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri sınıf düzeyi değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
4. İmam hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile akademik başarı düzeyleri arasında bir ilişki var mıdır?

⁹ Artemis Tsitsika vd., “Online Social Networking in Adolescence: Patterns of Use in Six European Countries and Links with Psychosocial Functioning”, *The Journal of Adolescent Health: Official Publication of the Society for Adolescent Medicine* 55 (04 Mart 2014).

¹⁰ Kuss - Griffiths, “Social Networking Sites and Addiction”.

¹¹ Paul Kirschner - Aryn Karpinski, “Facebook (r) and Academic Performance”, *Computers in Human Behavior* 26 (01 Kasım 2010), 1237-1245.

¹² *Millî Eğitim İstatistikleri, Örgün Eğitim 2022-2023* (Erişim 16 Şubat 2024).

5. İmam hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile akademik güdülenme düzeyleri arasında bir ilişki var mıdır?

6. İmam hatip lisesi öğrencilerinin akademik güdülenme düzeyleri, günlük sosyal medya kullanım sürelerine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

7. İmam hatip lisesi öğrencilerinin akademik güdülenme düzeyleri, en çok kullandıkları sosyal medya uygulamasına göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

8. İmam hatip lisesi öğrencilerinin akademik güdülenme düzeyleri, evde bilgisayar bulunma durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

9. İmam hatip lisesi öğrencilerinin akademik güdülenme düzeyleri, evde internet bağlantısı bulunma durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

10. İmam hatip lisesi öğrencilerinin akademik güdülenme düzeyleri, sosyal medya kullanım amaçlarına göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

1. Yöntem

1.1. Araştırmanın Modeli

İmam hatip lisesi öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ile akademik güdülenme ve akademik başarı arasındaki ilişkiyi ortaya koymaya çalışan bu çalışmada, nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel araştırma modeli kullanılmıştır. İlişkisel araştırma modelleri, iki veya daha fazla değişkenin aralarındaki ilişkiyi incelemek üzere kullanılan bir modeldir.¹³

1.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Şanlıurfa ilinde öğrenim görmekte olan imam hatip lisesi öğrencileri oluşturmakta olup, bu grubu temsilen farklı imam hatip liselerinden 718 öğrenci araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Örneklem seçiminde kota örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Sözü edilen yöntemde, her tabakanın evrendeki oranı dikkate alınarak, belirli bir kota belirlenir ve örnekleme yer almaları sağlanır.¹⁴ Buna göre, her sınıf ve cinsiyet grubunun evrendeki oranlarına göre belirli bir kota konulmuş ve bu kotalar doğrultusunda örneklem oluşturulmuştur. Bu sayede, araştırma evrenindeki cinsiyet ve sınıf düzeylerine göre dağılım sağlanmış, her tabakanın orantılı temsili gerçekleştirilmiş ve örneklemin temsil gücü artırılmıştır.

Örneklemin demografik özellikleri Tablo 1’de sunulmaktadır.

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Demografik Özellikleri

¹³ Şirin Karadeniz vd., *Eğitimde Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık, 2020), 25.

¹⁴ Ali Balcı, *Sosyal Bilimlerde Araştırma: Yöntem, Teknik ve İlkeler* (Ankara: Pegem Akademi Yayınları, 2021), 104.

Değişken	Grup	Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Kız	479	66.7
	Erkek	239	33.3
Yaş	13-14	192	26.7
	15	195	27.2
	16	181	25.2
	17-18	150	20.9
	9	185	25.8
Sınıf	10	217	30.2
	11	175	24.4
	12	141	19.6
Evinizde bilgisayar var mı?	Evet	360	50.1
	Hayır	358	49.9
Evinizde internet var mı?	Evet	551	76.7
	Hayır	167	23.3
Sosyal medyaya erişim için en sık kullandığınız araç hangisidir?	Telefon	598	83.3
	Tablet	88	12.3
	Bilgisayar	32	4.5
En sık kullandığımız sosyal medya uygulaması hangisidir?	Instagram	283	39.4
	Snapchat	36	5
	TikTok	37	5.2
	WhatsApp	140	19.5
	YouTube	194	27
	Diğer	28	3.9
Sosyal medyayı en çok hangi amaçla kullanmaktasınız?	Aile, arkadaşlar ve diğer sosyal çevreyle iletişim kurma	280	39
	Haber alma / Bilgi edinme	213	29.7
	Eğlence/oyun	180	25.1
	Kişisel paylaşımında bulunma (Fotoğraf, video paylaşma, kişisel fikir belirtme)	29	4
	Yeni arkadaş edinme	16	2.2
Günde ortalama olarak	Hiç kullanmıyorum	33	4.6

kaç saatinizi sosyal medyada geçiriyorsunuz?	1 saatten az	215	29.9
	1-3 saat	336	46.8
	3-5 saat	88	12.3
	5 saatten fazla	46	6.4

1.3. Veri Toplama Araçları

Veri toplama aracı olarak kişisel bilgi formunun yanı sıra Özgenel ve arkadaşları (2019) tarafından geliştirilen “Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği” ile Bozanoğlu (2004) tarafından geliştirilen “Akademik Güdülenme Ölçeği” kullanılmıştır.

Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği tek faktörlü bir yapıya sahip olup 9 maddeden oluşmaktadır. Katılımcılar her bir maddeye 1: hiçbir zaman, 2: nadiren, 3: bazen/ara sıra, 4: çoğunlukla, 5: her zaman seçeneklerinden birini işaretleyerek cevap vermektedirler. Sözü edilen ölçek 9 maddeden oluşmakta ve ölçekten en yüksek 45, en düşük ise 5 puan alınmaktadır. Orijinal çalışmada, 5’li Likert tipinde hazırlanmış olan bu ölçeğin Cronbachs’ Alpha güvenilirlik katsayısı 0.904 bulunmuş olup, bu çalışmada ise Cronbachs’ Alpha güvenilirlik katsayısı 0.86 olarak tespit edilmiştir.

Akademik Güdülenme Ölçeği ise “kendini aşma”, “bilgiyi kullanma” ve “keşif” şeklinde üç faktörlü bir yapıya sahip olup, orijinal çalışmada Cronbachs’ Alpha değeri .086 iken, bu çalışmada elde edilen güvenilirlik katsayıları sırası ile 0.76, 0.75 ve 0.70 şeklindedir. Katılımcılar her bir maddeye 1: kesinlikle uygun değil, 2: uygun değil, 3: kararsızım, 4: uygun, 5: kesinlikle uygun şeklindeki seçeneklerden birini işaretleyerek cevap vermektedirler. Söz konusu ölçek 19 olumlu 1 olumsuz maddeden oluşmakta ve ölçekten en yüksek 100, en düşük ise 20 puan alınmaktadır.

Hesaplanan güvenilirlik katsayısının .70 ve daha üzeri olması güvenilirlik için genel olarak yeterli görülmektedir.¹⁵ Buna göre her iki ölçek için elde edilen güvenilirlik katsayısının yeterli düzeyde olduğu söylenebilir.

1.4. Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmanın yürütülmesi için öncelikle etik kuruldan onay alınmış ve Haran Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu’nun 19.12.2023 tarih ve 297032 sayılı izniyle veri toplama süreci başlatılmıştır.

Elde edilen bulguları analiz etmek üzere SPSS 21.0 (Statistical Package for the Social Sciences) bilgisayar programından yararlanılmıştır. Frekans ve yüzde gibi betimsel analizlerle birlikte bağımsız gruplar t-testi, tek yönlü varyans analizi (One Way ANOVA) ve Pearson momentler çarpımı korelasyon katsayısı hesaplan-

¹⁵ Şener Büyüköztürk, *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı* (Ankara: Pegem Akademi, 2012), 171.

mıştır. Elde edilen veriler analiz edilerek yorumlanıp, bir takım değerlendirme ve önerilerde bulunulmuştur.

T-testi ve ANOVA testi yapmadan önce verinin normal dağılım gösterip göstermediği kontrol edilmiştir. Tabachnick ve Fidell'e (2013) göre çarpıklık ve basıklığın -1,5 ve +1,5 aralığında olması durumunda verinin normal dağılım gösterdiği kabul edilebilir.¹⁶ İstatiksel olarak anlamlı düzeyde farklılık bulunması halinde çoklu karşılaştırma testleri yapılmıştır. Varyansların homojenliği varsayımı karşılanması durumunda, gruptaki örneklem sayıları birbirine yakınsa Tukey testi, gruptaki örneklem sayıları birbirinden farklı ise Scheffe testi yapılmıştır. Varyansların homojenliği varsayımı karşılanmaması durumunda ise Dunett's C testi uygulanmıştır.¹⁷ Ayrıca not ortalaması, sosyal medya bağımlılığı ve akademik güdülenme arasındaki ilişkiyi incelemek üzere Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Katsayısı hesaplanmıştır. Korelasyon katsayısının, mutlak değer olarak, 0.00-0.29 arasında olması, düşük; 0.30-0.69 arasında olması, orta; 0.70-1.00 arasında olması, yüksek düzeyde bir ilişki olarak tanımlanmıştır.¹⁸

2. Bulgular ve Yorumlar

Bu bölümde araştırmada elde edilen bulgular, "Öğrencilerde Sosyal Medya Bağımlılığı", "Öğrencilerde Akademik Güdülenme" ve "Öğrencilerde Sosyal Medya Bağımlılığı, Akademik Güdülenme ve Akademik Başarı Arasındaki İlişki" başlıkları altında ele alınarak yorumlanmıştır.

2.1. Öğrencilerde Sosyal Medya Bağımlılığına İlişkin Bulgular ve Yorumlar

Katılımcıların, "Ergenler İçin Sosyal Medyayı Bağımlılığı Ölçeği"nden almış oldukları puanlara ilişkin betimsel istatistiksel veriler Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2. Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığına İlişkin Betimsel İstatistik Değerleri

	N	Minimum	Maksimum	\bar{x}	Standart Sapma	Çarpıklık	Basıklık
Sosyal Medya Bağımlılığı	718	9.00	45.00	19.58	7.51	0.818	0.449

Tablo 2 incelendiğinde öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin "nadiren" aralığında (\bar{X} : 16.2-23.4) olduğu görülmektedir. Buna göre öğrencilerin genel olarak sosyal medya bağımlılığına işaret eden davranışlarının nadiren sergiledikleri söylenebilir.

Tablo 3. Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarının Cinsiyete İlişkin t-Testi Sonuçları

¹⁶ Barbara G. Tabachnick - Linda S. Fidell, *Using Multivariate Statistics* (Harlow: Pearson, 2013).

¹⁷ Post Hoc çoklu karşılaştırma testlerinin kullanımı hakkında bk. Abdullah Can, *SPSS ile Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi* (Ankara: Pegem Akademi Yayınları, 2019), 154.

¹⁸ Büyükoztürk, *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*, 32.

Cinsiyet	N	\bar{X}	SS	t	p
Kız	479	19.62	7.55	198	0.843
Erkek	239	19.50	7.42		

Tablo 3'e göre katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinde ($t_{(718)}=198$, $p>0.05$), cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

Tablo 4. Katılımcıların Yaşa Göre Sosyal Medya Bağımlılığı ANOVA Testi Sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Genel puan	Gruplararası	438.25	3	146.08	2.61	.05	-
	Gruplarıçi	39948.56	714	55.95			
	Toplam	40386.82	717				

Tablo 4 incelendiğinde, katılımcıların yaş açısından sosyal medya bağımlılık ölçeğinden aldıkları puan ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı görülmektedir ($F_{(3, 714)}= 2.61$, $p>0.05$).

Tablo 5. Katılımcıların Sınıfa Göre Sosyal Medya Bağımlılığı ANOVA Testi Sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Genel puan	Gruplararası	421.94	3	140.65	2.51	.06	-
	Gruplarıçi	39964.88	714	55.97			
	Toplam	40386.82	717				

Tablo 5 incelendiğinde, katılımcıların sınıf açısından sosyal medya bağımlılık ölçeğinden aldıkları puan ortalamaları arasında anlamlı farklılık bulunmadığı görülmektedir ($F_{(3, 714)}= 2.51$, $p>0.05$).

Tablo 6. Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarının Bilgisayar Olup Olmamasına İlişkin t-Testi Sonuçları

Bilgisayar	N	\bar{X}	SS	t	p
Var	360	20.49	7.53	3.294	0.001*
Yok	358	18.66	7.38		

$p<0.01$

Tablo 6'ya göre katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinde, evde bilgisayar bulunup bulunmamasına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır. ($t_{(716)}=3.294$, $p<0.01$). Söz konusu anlamlı farklılığın kaynağına baktığımızda, evinde bilgisayar olanların ($\bar{X}=20.49$) evinde bilgisayar olmayanlara ($\bar{X}=18.66$) göre daha yüksek düzeyde sosyal medya bağımlılığına sahip olduğu görülmektedir. Buna göre evinde bilgisayar olan öğrencilerin evinde bilgisayar olmayan öğrencilere göre daha fazla sosyal medya bağımlılığına sahip oldukları söylenebilir.

Tablo 7. Katılımcıların Sosyal Medya Bağımlılığı Puanlarının Evlerinde İnternet Olup Olmasına İlişkin t-Testi Sonuçları

İnternet	N	\bar{X}	SS	t	p
Var	551	19.98	7.39	2.612	.009*
Yok	167	18.26	7.76		

p<0.01

Tablo 7'ye göre katılımcıların sosyal medya bağımlılık düzeylerinde, evde internet bulunup bulunmamasına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık vardır ($t_{(718)}=2.612$, $p<0.01$). Söz konusu anlamlı farklılığın kaynağına baktığımızda, evinde internet olanların ($\bar{X}=19.98$) evinde internet olmayanlara ($\bar{X}=18.26$) göre daha yüksek düzeyde sosyal medya bağımlılığına sahip olduğu görülmektedir. Buna göre evinde internet olan öğrencilerin, evinde internet olmayan öğrencilere göre daha yüksek sosyal medya bağımlılık düzeylerine sahip oldukları söylenebilir.

Tablo 8. Katılımcıların Sosyal Medyaya Erişimde En Sık Kullandıkları Medya Araçlarına Göre Sosyal Medya Bağımlılığı ANOVA Testi Sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Genel puan	Gruplararası	5.32	2	2.66	.047	.954	-
	Gruplarıçi	40381.50	715	56.48			
	Toplam	40386.82	717	2.66			

Tablo 8 incelendiğinde, katılımcıların sosyal medyaya erişimde en sık kullandıkları sosyal medya araçları açısından sosyal medya bağımlılık ölçeğinden aldıkları puan ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı görülmektedir ($F_{(2, 715)}= .047$, $p>0.05$).

Tablo 9. Katılımcıların En Sık Kullandıkları Sosyal Medya Uygulamasına Göre Sosyal Medya Bağımlılığı ANOVA Testi Sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Genel puan	Gruplararası	2728.98	5	545.80	10.32	.000*	1>4,
	Gruplarıçi	37657.83	712	52.89			3>4,
	Toplam	40386.82	717				3>5,
							5>4

Kullanım amacı (1= Instagram; 2= Snapchat; 3= TikTok; 4= WhatsApp; 5= YouTube; 6= Diğer)

****p<0.01***

Tablo 9 incelendiğinde, katılımcıların en sık kullandıkları sosyal medya uygulamasına göre sosyal medya bağımlılık ölçeğinden aldıkları puan ortalamaları arasında anlamlı farklılık bulunduğu görülmektedir ($F_{(5, 712)}= 10.32$, $p<0.01$). Anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu incelemek üzere yapılan Scheffe

testi sonucuna göre en sık kullandıkları sosyal medya uygulaması Instagram olan öğrenciler ($\bar{X}=20.77$) ile en sık kullandığı sosyal medya uygulaması WhatsApp olan öğrenciler ($\bar{X}=16.30$) arasında, Instagram kullananlar lehine istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu bulguya göre, en sık kullandığı sosyal medya uygulaması Instagram olan öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri en sık kullandığı sosyal medya uygulaması WhatsApp olan öğrencilere göre sosyal medya bağımlılık düzeylerinin daha yüksek olduğunu söylemek mümkündür.

Benzer şekilde en sık kullandığı sosyal medya uygulaması TikTok olan öğrenciler ($\bar{X}=24.24$) ile en sık kullandığı sosyal medya uygulaması WhatsApp olan öğrenciler ($\bar{X}=16.30$) ve en sık kullandığı sosyal medya uygulaması YouTube olan öğrenciler ($\bar{X}=19.30$) arasında, TikTok kullanan öğrenciler lehine istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu bulguya göre, en sık kullandığı sosyal medya uygulaması TikTok olan öğrencilerin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin, en sık kullandığı sosyal medya uygulaması WhatsApp olan öğrencilerden ve en sık kullandığı sosyal medya uygulaması YouTube olan öğrencilerden daha yüksek olduğunu söylemek mümkündür. Öte yandan en sık kullandığı sosyal medya uygulaması WhatsApp olan öğrenciler ($\bar{X}=16.30$) ile en sık kullandığı sosyal medya uygulaması YouTube olan öğrenciler ($\bar{X}=19.30$) arasında YouTube kullananlar lehine istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Buna göre en sık kullandığı sosyal medya uygulaması YouTube olan öğrencilerin, en sık kullandığı sosyal medya uygulaması WhatsApp olan öğrencilere göre sosyal medya bağımlılık düzeylerinin daha yüksek olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 10. Katılımcıların Sosyal Medyayı En Çok Hangi Amaçla Kullandıklarına Göre Sosyal Medya Bağımlılığı ANOVA Testi Sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Genel puan	Gruplararası	2946.71	4	736.68	14.03	.000	1<3,
	Gruplarıçi	37440.10	713	52.51			1<5,
	Toplam	40386.82	717				2<3, 2<5

Kullanım amacı (1= aile, arkadaşlar ve diğer sosyal çevreyle iletişim kurma; 2= bilgi edinme; 3= eğlen-ce/oyun; 4= kişisel paylaşımda bulunma; 5= yeni arkadaş bulunma)

***p<0.01**

Tablo 10 incelendiğinde, katılımcıların sosyal medyayı en çok hangi amaçla kullandıklarına göre sosyal medya bağımlılık ölçeğinden aldıkları puan ortalamaları arasında anlamlı farklılık bulunduğu görülmektedir ($F_{(4, 713)}= 14.03, p<0.01$). Anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu incelemek üzere yapılan Scheffe testi sonucuna göre sosyal medyayı en çok “aile, arkadaşlar ve diğer sosyal çevreyle iletişim kurma” amacıyla kullanan öğrenciler ($\bar{X}=18.59$) ile en çok “eğlen-ce/oyun” amacıyla kullanan öğrenciler ($\bar{X}=22.24$) arasında, sosyal medyayı en çok

“eğlence/oyun” amacı ile kullanan öğrenciler lehine istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu bulguya göre, sosyal medyayı en çok “eğlence/oyun” amaçlı kullanan öğrencilerin, sosyal medyayı en çok “tanıdıkları ile iletişim” amacıyla kullanan öğrencilerden daha yüksek düzeyde sosyal medya bağımlılık düzeyine sahip oldukları söylenebilir. Benzer şekilde sosyal medyayı en çok “aile, arkadaşlar ve diğer sosyal çevreyle iletişim kurma” amacıyla kullanan öğrenciler ($\bar{X}=18.59$) ile sosyal medyayı en çok “yeni arkadaş edinme” amacıyla kullanan öğrenciler ($\bar{X}=26.25$) arasında, en çok “eğlence/oyun” amacıyla kullanan öğrenciler lehine istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu bulguya göre, sosyal medyayı en çok yeni arkadaş edinme amaçlı kullanan öğrencilerin, sosyal medyayı en çok tanıdıkları ile iletişim amacıyla kullanan öğrencilerden daha yüksek düzeyde sosyal medya bağımlılık düzeyine sahip oldukları söylenebilir.

Araştırma bulguları, sosyal medyayı en çok “bilgi edinme” amacıyla kullanan öğrenciler ($\bar{X}=17.91$) ile sosyal medyayı en çok “eğlence/oyun” amacıyla kullanan öğrenciler ($\bar{X}=22.24$) arasında da anlamlı bir farklılık olduğunu göstermektedir. Burada da sosyal medyayı en çok “eğlence/oyun” amacıyla kullanan öğrenciler lehine istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu bulguya göre, sosyal medyayı en çok eğlence/oyun amaçlı kullanan öğrencilerin, sosyal medyayı en çok bilgi edinme amacıyla kullanan öğrencilerden daha yüksek düzeyde sosyal medya bağımlılık düzeyine sahip oldukları söylenebilir. Aynı zamanda sosyal medyayı en çok “bilgi edinme” amacıyla kullanan öğrenciler ($\bar{X}=17.91$) ile sosyal medyayı en çok “yeni arkadaş edinme” amacıyla kullanan öğrenciler ($\bar{X}=26.25$) arasında, sosyal medyayı en çok “eğlence/oyun” amacıyla kullanan öğrenciler lehine istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu bulguya göre, sosyal medyayı en çok “yeni arkadaş edinme” amacıyla kullanan öğrencilerin, sosyal medyayı en çok “bilgi edinme” amacıyla kullanan öğrencilere kıyasla daha yüksek düzeyde sosyal medya bağımlılığına sahip oldukları söylenebilir.

Tablo 11. Katılımcıların Günlük Ortalama Sosyal Medya Kullanım Sürelerine Göre Sosyal Medya Bağımlılığı ANOVA Testi Sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Genel puan	Gruplararası	9688.87	4	2422.20	56.259	.000	1<3,
	Gruplarıçi	30697.99	713	43.06			4<5,
	Toplam	40386.82	717				3<4, 3<5

Kullanım süresi (1= hiç kullanmıyorum; 2= 1 saatten az; 3= 1-3 saat; 4= 3-5 saat; 5= 5 saatten fazla)

***p<0.01**

Tablo 11 incelendiğinde, katılımcıların günlük ortalama sosyal medya kullanım sürelerine göre sosyal medya bağımlılık ölçeğinden aldıkları puan ortalamaları arasında anlamlı farklılık bulunduğu görülmektedir ($F_{(4, 713)}= 56.259$, $p<0.01$).

Anlamli farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu incelemek üzere yapılan Dunnet-C testi sonucuna göre sosyal medyayı günlük “hiç kullanmayan” öğrenciler ($\bar{X}=13.82$) ile sosyal medyayı günlük “1-3 saat arasında” kullanan öğrenciler ($\bar{X}=19.79$), sosyal medyayı günlük “3-5 saat arasında” kullanan öğrenciler ($\bar{X}=24.66$) ve sosyal medyayı günlük “5 saatten fazla” kullanan öğrenciler ($\bar{X}=28.61$) arasında, sosyal medyayı günlük “1-3 saat arasında”, “3-5 saat arasında” ve “5 saatten fazla” kullanan öğrenciler lehine istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu bulguya göre, sosyal medyayı günlük ortalama 1-3 saat arasında, 3-5 saat arasında ve 5 saatten fazla kullanan öğrencilerin, sosyal medyayı hiç kullanmayan öğrencilere kıyasla daha yüksek düzeyde sosyal medya bağımlılığına sahip oldukları söylenebilir.

2.2. Öğrencilerde Akademik Güdülenmeye İlişkin Bulgular ve Yorumlar

Öğrencilerin akademik güdülenme düzeylerine ilişkin betimsel istatistiksel değerler Tablo 12’de verilmiştir.

Tablo 12. Akademik Güdülenmeye İlişkin Betimsel İstatistik Değerleri

	N	Minimum	Maksimum	\bar{x}	Standart Sapma	Çarpıklık	Basıklık
Kendini Aşma	718	7,00	35,00	23,20	5,46	-0,329	-0,129
Bilgiyi Kullanma	718	6,00	30,00	22,82	4,46	-0,890	0,980
Keşif	718	7,00	35,00	23,19	5,20	-0,360	0,041

Tablo 12 incelendiğinde öğrencilerin akademik güdülenme alt boyutlarından “kendini aşma” boyutunda “kararsızım” düzeyinde (\bar{X} : 18.2-23.8), “bilgiyi kullanma” “uygun” düzeyinde (\bar{X} : 20.4-25.2), “keşif” boyutunda ise “kararsızım” düzeyinde (\bar{X} : 18.2-23.8) olduğu görülmektedir.

Tablo 13. Katılımcıların Akademik Güdülenme Puanlarının Cinsiyete İlişkin t-Testi Sonuçları

Alt Boyut	Cinsiyet	N	\bar{X}	SS	t	p
Kendini Aşma	Kız	479	22.95	5.46	-1.750	0.081
	Erkek	239	23.71	5.43		
Bilgiyi Kullanma	Kız	479	22.72	4.51	-0.816	0.415
	Erkek	239	23.01	4.36		
Keşif	Kız	479	23.06	5.14	-0.975	0.330
	Erkek	239	23.46	5.31		

Tablo 13 incelendiğinde, cinsiyet değişkenine göre kendini aşma alt boyutunda ($t_{(716)}=-1.750$, $p>0.05$), bilgiyi kullanma alt boyutunda ($t_{(716)}=-0.816$, $p>0.05$) ve keşif alt boyutunda ($t_{(716)}=-0.975$, $p>0.05$) istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

Tablo 14. Katılımcıların Yaş Değişkenine Göre Akademik Güdülenme ANOVA Testi Sonuçları

Akademik Güdülenme	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Kendini Aşma	Gruplararası	131.73	3	43.91	1.478	0.219	
	Gruplariçi	21212.57	714	29.71			
	Toplam	21344.31	717				
Bilgiyi Kullanma	Gruplararası	79.70	3	26.57	1.338	0.261	
	Gruplariçi	14180.03	714	19.86			
	Toplam	14259.73	717				
Keşif	Gruplararası	230.00	3	76.67	2.856	0.036*	13-14 >
	Gruplariçi	19165.47	714	26.84			17-18
	Toplam	19395.48	717				

***p<0.05**

Tablo 14 incelendiğinde, katılımcıların yaş açısından akademik güdülenme ölçeğinden aldıkları puan ortalamaları arasında kendini aşma ($F_{(3, 714)} = 1.478$, $p > 0.05$) ve bilgiyi kullanma ($F_{(3, 714)} = 1.338$, $p > 0.05$) alt boyutlarında anlamlı bir farklılık bulunmadığı, keşif alt boyutunda ($F_{(3, 714)} = 2.856$, $p < 0.05$) ise anlamlı farklılığın bulunduğu görülmektedir. Keşif alt boyutunda anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek üzere gerçekleştirilen Dunnett-C testi sonucuna göre, 13-14 yaş grubundaki öğrencilerin ($X = 23.72$) 17-18 yaş grubundaki öğrencilerden ($X = 22.14$) anlamlı düzeyde daha yüksek keşif puanına sahip olduğu görülmüştür. Buna göre 13-14 yaş grubundaki öğrencilerin, 17-18 yaş grubundaki öğrencilere göre daha fazla keşfetme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Tablo 15. Katılımcıların Sınıf Düzeyine Göre Akademik Güdülenme ANOVA Testi Sonuçları

Akademik Güdülenme	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Kendini Aşma	Gruplararası	219.59	3	73.197	2.474	0.060	
	Gruplariçi	21124.72	714	29.59			
	Toplam	21344.31	717				
Bilgiyi Kullanma	Gruplararası	103.02	3	34.34	1.732	0.159	
	Gruplariçi	14156.71	714	19.83			
	Toplam	14259.73	717				
Keşif	Gruplararası	232.54	3	77.51	2.888	0.035*	9. sınıf >
	Gruplariçi	19162.93	714	26.84			12. sınıf
	Toplam	19395.48	717				

***p<0.05**

Tablo 15 incelendiğinde, katılımcıların sınıf açısından akademik güdülenme ölçeğinden aldıkları puan ortalamaları arasında kendini aşma ($F_{(3, 714)} = 2.474$, $p > 0.05$) ve bilgiyi kullanma ($F_{(3, 714)} = 1.732$, $p > 0.05$) alt boyutlarında anlamlı bir

farklılık bulunmadığı, keşif alt boyutunda ($F_{(3, 714)} = 2.888, p < 0.05$) ise anlamlı farklılığın bulunduğu görülmektedir. Keşif alt boyutunda anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek üzere gerçekleştirilen Tukey testi sonucuna göre, 9. sınıf gurubundaki öğrencilerin ($\bar{X} = 23.89$) 12. sınıf grubundaki öğrencilerden ($\bar{X} = 22.25$) anlamlı düzeyde daha yüksek keşif puanına sahip olduğu görülmüştür. Buna göre 9. sınıf öğrencilerinin, 12. sınıf öğrencilerine göre daha fazla keşfetme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Tablo 16. Katılımcıların Akademik Güdülenme Puanlarının Bilgisayar Olup Olmamasına İlişkin t-Testi Sonuçları

Alt Boyut	Bilgisayar	N	\bar{X}	SS	t	p
Kendini Aşma	Var	360	23.21	5.51	.025	0.980
	Yok	358	23.20	5.41		
Bilgiyi Kullanma	Var	360	22.53	4.60	-1.740	.082
	Yok	358	23.11	4.30		
Keşif	Var	360	22.86	5.13	-1.698	.090
	Yok	358	23.52	5.26		

Tablo 16 incelendiğinde, katılımcıların akademik güdülenme düzeylerinin, evde bilgisayar olup olmama değişkenine göre kendini aşma alt boyutunda ($t_{(716)} = .025, p > 0.05$), bilgiyi kullanma alt boyutunda ($t_{(716)} = -1.740, p > 0.05$) ve keşif alt boyutunda ($t_{(716)} = -1.698, p > 0.05$) istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

Tablo 17. Katılımcıların Akademik Güdülenme Puanlarının İnternet Bağlantıları Olup Olmamasına İlişkin t-Testi Sonuçları

Alt Boyut	İnternet	N	\bar{X}	SS	t	p
Kendini Aşma	Var	551	23.00	5.47	-1.768	.077
	Yok	167	23.86	5.36		
Bilgiyi Kullanma	Var	551	22.59	4.49	-2.439	.015
	Yok	167	23.55	4.28		
Keşif	Var	551	22.98	5.18	-1.955	.051
	Yok	167	23.88	5.24		

Tablo 17 incelendiğinde, internet değişkenine göre kendini aşma alt boyutunda ($t_{(716)} = -1.767, p > 0.05$) ve keşif alt boyutunda ($t_{(716)} = -1.955, p > 0.05$) istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamakta iken bilgiyi kullanma alt boyutunda ($t_{(716)} = -2.439, p < 0.05$) istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bilgiyi kullanma alt boyutundaki anlamlı farklılığın kaynağına baktığımızda, evinde internet olmayanların ($\bar{X} = 23.55$) evinde internet olanlara ($\bar{X} = 22.59$) göre daha yüksek düzeyde akademik güdülenmeye sahip oldukları görülmektedir.

Tablo 18. Katılımcıların En Sık Kullandıkları Sosyal Medya Araçlarına Göre Akademik Güdülenme

lenme ANOVA Testi Sonuçları

Akademik Güdülenme	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Kendini Aşma	Gruplarasası	13.92	2	6.96	.233	0.792	-
	Gruplariçi	21330.40	715	29.83			
	Toplam	21344.31	717				
Bilgiyi Kul- lanma	Gruplarasası	58.14	2	29.07	1.464	0.232	-
	Gruplariçi	14201.59	715	19.86			
	Toplam	14259.73	717				
Keşif	Gruplarasası	24,086	2	12.04	.445	0.641	-
	Gruplariçi	19371.39	715	27.09			
	Toplam	19395.48	717	6.96			

Tablo 18 incelendiğinde, katılımcıların en sık kullanılan sosyal medya araçları açısından akademik güdülenme ölçeğinden aldıkları puan ortalamaları arasında kendini aşma ($F_{(3, 714)} = .233, p > 0.05$), bilgiyi kullanma ($F_{(3, 714)} = 1.464, p > 0.05$) ve keşif alt boyutunda ($F_{(3, 714)} = .445, p > 0.05$) anlamlı bir farklılık bulunmadığı görülmektedir.

Tablo 19. Katılımcıların En Sık Kullandıkları Sosyal Medya Uygulamasına Göre Akademik Güdülenme ANOVA Testi Sonuçları

Akademik Güdülenme	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Kendini Aşma	Gruplarasası	186.29	5	37.26	1.254	0.282	-
	Gruplariçi	21158.02	712	29.72			
	Toplam	21344.31	717				
Bilgiyi Kul- lanma	Gruplarasası	447.36	5	89.47	4.612	0.000	5>3, 6>4
	Gruplariçi	13812.37	712	19.40			
	Toplam	14259.73	717				
Keşif	Gruplarasası	465.13	5	93.03	3.499	0.004	4>1
	Gruplariçi	18930.35	712	26.59			
	Toplam	19395.48	717	37.26			

Kullanım amacı (1= Instagram; 2= Snapchat; 3= TikTok; 4= WhatsApp; 5= YouTube; 6= Diğer)

* $p < 0.05$

Tablo 19 incelendiğinde, katılımcıların en sık kullandıkları sosyal medya araçları açısından akademik güdülenme ölçeğinden aldıkları puan ortalamaları arasında kendini aşma ($F_{(5, 712)} = 1.254, p > 0.05$) alt boyutunda anlamlı bir farklılık bulunmadığı görülmektedir. Fakat bilgiyi kullanma alt boyutunda ($F_{(5, 712)} = 4.612, p < 0.01$) ve keşif alt boyutunda ($F_{(5, 712)} = 1.254, p < 0.05$) anlamlı farklılık bulunmuştur. Bilgiyi kullanma alt boyutunda anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek üzere gerçekleştirilen Scheffe testi sonucuna göre en sık kullan-

diği sosyal medya uygulaması TikTok olan öğrenciler ($\bar{X}=20.73$) ile en sık kullandığı sosyal medya uygulaması WhatsApp olan öğrenciler ($\bar{X}=23.66$) arasında, WhatsApp lehine istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu bulguya göre, en sık kullandığı sosyal medya uygulaması WhatsApp olan öğrencilerin, en sık kullandığı sosyal medya uygulaması TikTok olan öğrencilere göre bilgiyi kullanma eğilimlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir. Benzer şekilde en sık kullandığı sosyal medya uygulaması TikTok olan öğrenciler ($\bar{X}=20.73$) ile en sık kullandığı sosyal medya uygulaması YouTube olan öğrenciler ($\bar{X}=23.40$) arasında, YouTube lehine istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu bulguya göre, en sık kullandığı sosyal medya uygulaması YouTube olan öğrencilerin, en sık kullandığı sosyal medya uygulaması TikTok olan öğrencilere göre bilgiyi kullanma eğilimlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Keşif alt boyutunda anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek üzere gerçekleştirilen Scheffe testi sonucuna göre en sık kullandığı sosyal medya uygulaması Instagram olan öğrenciler ($\bar{X}=22.78$) ile en sık kullandığı sosyal medya uygulaması WhatsApp olan öğrenciler ($\bar{X}=24.57$) arasında, WhatsApp lehine istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu bulguya göre, en sık kullandığı sosyal medya uygulaması WhatsApp olan öğrencilerin, en sık kullandığı sosyal medya uygulaması Instagram olan öğrencilere göre keşfetme eğilimlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 20. Katılımcıların Sosyal Medyayı En Çok Hangi Amaçla Kullandıklarına Göre Akademik Güdülenme ANOVA Testi Sonuçları

Akademik Güdülenme	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Kendini Aşma	Gruplarası	689.68	4	172.42	5.952	.000	1>4,
	Gruplariçi	20654.63	713	28.97			2>3,
	Toplam	21344.31	717				2>4
Bilgiyi Kullanma	Gruplarası	635.37	4	158.84	8.313	.000	1>4,
	Gruplariçi	13624.36	713	19.11			2>3,
	Toplam	14259.73	717				2>4
Keşif	Gruplarası	584.70	4	146.17	5.541	.000	2>3,
	Gruplariçi	18810.78	713	26.38			2>4
	Toplam	19395.48	717	172.42			

Kullanım amacı (1= aile, arkadaşlar ve diğer sosyal çevreyle iletişim kurma; 2= bilgi edinme; 3= eğlenme/oyun; 4= kişisel paylaşımında bulunma; 5= yeni arkadaş bulunma)

***p<0.01**

Tablo 20 incelendiğinde, katılımcıların sosyal medyayı en çok hangi amaçla kullandıkları açısından akademik güdülenme ölçeğinden aldıkları puan ortalamaları arasında kendini aşma ($F_{(4, 713)}= 5.952, p<0.01$), bilgiyi kullanma ($F_{(4, 713)}= 8.313, p<0.01$) ve keşif ($F_{(4, 713)}= 5.541, p<0.01$) alt boyutlarında anlamlı farklılık bulunduğu görülmektedir. Kendini aşma, bilgiyi kullanma ve keşif alt boyutlarında

anlamli farklıliğin hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek üzere gerçekleştirilen Scheffe testi sonucuna göre sosyal medyayı en çok ‐aile, arkadaşlar ve diğeri sosyal çevreyle iletişim kurma‐ amacıyla kullanan öğrenciler ($\bar{X}=23.42$) ile sosyal medyayı en çok ‐kişisel paylaşımında bulunma‐ amacıyla kullanan öğrenciler ($\bar{X}=20.10$) arasında, sosyal medyayı en çok ‐aile, arkadaşlar ve diğeri sosyal çevreyle iletişim kurma‐ amacıyla kullanan öğrenciler lehine istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu bulguya göre, sosyal medyayı en çok ‐aile, arkadaşlar ve diğeri sosyal çevreyle iletişim kurma‐ amacıyla kullanan öğrencilerin, sosyal medyayı en çok ‐kişisel paylaşımında bulunma‐ amacıyla kullanan öğrencilere göre kendini aşma ve bilgiyi kullanma eğilimlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Sosyal medyayı en çok ‐haber alma/bilgi edinme‐ amacıyla kullanan öğrenciler ($\bar{X}=24.20$) ile sosyal medyayı en çok ‐eğlence/oyun‐ amacıyla kullanan öğrenciler ($\bar{X}=22.18$) arasında, sosyal medyayı en çok ‐haber alma/bilgi edinme‐ amacıyla kullanan öğrenciler lehine istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu bulguya göre, sosyal medyayı en çok en çok ‐haber alma/bilgi edinme‐ amacıyla kullanan öğrencilerin, sosyal medyayı en çok ‐eğlence/oyun‐ amacıyla kullanan öğrencilere göre kendini aşma, bilgiyi kullanma ve keşfetme eğilimlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Benzer şekilde sosyal medyayı en çok en çok ‐haber alma/bilgi edinme‐ amacıyla kullanan öğrenciler ($\bar{X}=24.20$) ile sosyal medyayı en çok ‐kişisel paylaşımında bulunma‐ amacıyla kullanan öğrenciler ($\bar{X}=20.10$) arasında, sosyal medyayı en çok ‐haber alma/bilgi edinme‐ amacıyla kullanan öğrenciler lehine istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu bulguya göre, sosyal medyayı en çok ‐haber alma/bilgi edinme‐ amacıyla kullanan öğrencilerin, sosyal medyayı en çok ‐kişisel paylaşımında bulunma‐ amacıyla kullanan öğrencilere göre kendini aşma, bilgiyi kullanma ve keşfetme eğilimlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 21. Katılımcıların Günlük Ortalama Sosyal Medya Kullanım Sürelerine Göre Akademik Güdülenme ANOVA Testi Sonuçları

Akademik Güdülenme	Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Kendini Aşma	Gruplararası	1154.373	4	288.593	10.19	.000	1>5,
	Gruplarıçi	20189.939	713	28.317			1>5,
	Toplam	21344.312	717				3>5
Bilgiyi Kullanma	Gruplararası	1170.637	4	292.659	15.94	.000	1>5,
	Gruplarıçi	13089.095	713	18.358			2>3,
	Toplam	14259.733	717				2>4
Keşif	Gruplararası	1955.331	4	488.833	19.99	.000	1>5,
	Gruplarıçi	17440.145	713	24.460			1>5,

Toplam	19395.476	717	288.593	3>5
--------	-----------	-----	---------	-----

Kullanım süresi (1= hiç kullanmıyorum; 2= 1 saatten az; 3= 1-3 saat; 4= 3-5 saat; 5= 5 saatten fazla)

*** $p<0.01$**

Tablo 21 incelendiğinde, katılımcıların sosyal medyayı kullanım süreleri açısından akademik güdülenme ölçeğinden aldıkları puan ortalamaları arasında kendini aşma ($F_{(4, 713)}= 10.19, p<0.01$), bilgiyi kullanma ($F_{(4, 713)}= 15.94, p<0.01$) ve keşif ($F_{(4, 713)}= 19.99, p<0.01$) alt boyutlarında anlamlı farklılık bulunduğu görülmektedir.

Kendini aşma alt boyutunda anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek üzere gerçekleştirilen Scheffe testi sonucuna göre sosyal medyayı “hiç kullanmayan” öğrenciler ($\bar{X}=23.27$) ile sosyal medyayı günde ortalama “5 saatten fazla kullanan” öğrenciler ($\bar{X}=18.46$) arasında, sosyal medyayı “hiç kullanmayan” öğrenciler lehine istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu bulguya göre, sosyal medyayı “hiç kullanmayan” öğrencilerin, sosyal medyayı günde ortalama “5 saatten fazla kullanan” öğrencilere göre kendini aşma eğilimlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Ayrıca sosyal medyayı günde ortalama “1 saatten az kullanan” öğrenciler ($\bar{X}=24.30$) ile sosyal medyayı günde ortalama “5 saatten fazla” kullanan öğrenciler ($\bar{X}=18.46$) arasında, sosyal medyayı günde ortalama “1 saatten az kullanan” öğrenciler lehine istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu bulguya göre, sosyal medyayı günde ortalama “1 saatten az kullanan” öğrencilerin, sosyal medyayı günde ortalama “5 saatten fazla kullanan” öğrencilere göre kendini aşma eğilimlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Benzer şekilde sosyal medyayı günde ortalama “1-3 saat arasında kullanan” öğrenciler ($\bar{X}=23.27$) ile sosyal medyayı günde ortalama “5 saatten fazla kullanan” öğrenciler ($\bar{X}=18.46$) arasında, sosyal medyayı günde ortalama “1-3 saat arasında kullanan” öğrenciler lehine istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu bulguya göre, sosyal medyayı günde “1-3 saat arasında kullanan” öğrencilerin, sosyal medyayı günde ortalama “5 saatten fazla kullanan” öğrencilere göre kendini aşma eğilimlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Bilgiyi kullanma ve keşif alt boyutlarında anlamlı farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu incelemek üzere yapılan Dunnet-C testi sonucuna göre ise sosyal medyayı “hiç kullanmayan” öğrenciler ($\bar{X}=23.27$) ile sosyal medyayı günde ortalama “5 saatten fazla kullanan” öğrenciler ($\bar{X}=18.46$) arasında, aynı zamanda sosyal medyayı günde ortalama “1 saatten az kullanan” öğrenciler ($\bar{X}=23.75$), sosyal medyayı günde ortalama “1-3 saat arasında kullanan” öğrenciler ($\bar{X}=23.03$) ile sosyal medyayı günde ortalama “5 saatten fazla kullanan” öğrenciler ($\bar{X}=18.46$) arasında sosyal medyayı günde ortalama “5 saatten fazla kullanan” öğrenciler aleyhine istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu bulguya göre, sosyal medyayı “hiç kullanmayan”, sosyal medyayı günlük ortalama “1 saatten az” ve “1-3 saat arasında kullanan” öğrencilerin, sosyal medyayı günde ortalama “5 saatten fazla kullanan” öğrencilere göre bilgiyi kullanma ve keşifme eğilimlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

Benzer şekilde sosyal medyayı günde ortalama “1 saatten az kullanan” öğrenciler ($\bar{X}=23.75$) ile sosyal medyayı günde ortalama “3-5 saat arasında kullanan” öğrenciler ($\bar{X}=21.83$) arasında, sosyal medyayı “1 saatten az kullanan” öğrenciler lehine istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu bulguya göre, sosyal medyayı günde ortalama “1 saatten az kullanan” öğrencilerin, sosyal medyayı günde ortalama “3-5 saat arasında kullanan” öğrencilere göre bilgiyi kullanma ve keşfetme eğilimlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

2.3. Öğrencilerde Sosyal Medya Bağımlılığı, Akademik Güdülenme ve Akademik Başarı Arasındaki İlişkiye Dair Bulgular ve Yorumlar

Elde edilen verilerde, her bir veri dizisinin diğerinden bağımsız olarak normal dağılım gösterdiği görüldükten sonra öğrencilerin not ortalaması ve sosyal medya bağımlılığı ile akademik güdülenmenin alt boyutları olan kendini aşma, bilgiyi kullanma ve keşif alt boyutları arasındaki ilişkiyi incelemek üzere yapılan Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Katsayıları Tablo 22’de verilmiştir.

Tablo 22. Sosyal Medya Bağımlılığı, Akademik Güdülenme ve Akademik Başarı Arasında Pearson Korelasyon Katsayısı

	1	2	3	4	5
1. Not Ortalaması	1				
2. Sosyal Medya Bağımlılığı	-0.007				
3. Kendini Aşma	0.212**	-0.269**			
4. Bilgiyi Kullanma	0.086*	-0.328**	0.631**		
5. Keşif	0.137**	-0.366**	0.657**	0.655**	1

** $p < 0.01$; * $p < 0.05$

Tablo 22 incelendiğinde, not ortalaması ile sosyal medya bağımlılığı arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir ilişkinin olmadığı, ancak not ortalaması ile akademik güdülenme alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde pozitif yönlü bir ilişkinin söz konusu olduğu görülmektedir. Bununla birlikte sosyal medya bağımlılığı ile akademik güdülenme alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde negatif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir.

Not ortalaması ile kendini aşma alt boyutu arasında ($r=0.212$, $p<0.01$) pozitif yönde ve anlamlı düzeyde, not ortalaması ile bilgiyi kullanma alt boyutu arasında ($r=0.086$, $p<0.05$) pozitif yönde ve anlamlı düzeyde, not ortalaması ile keşif alt boyutu arasında ($r=0.137$, $p<0.01$) pozitif yönde ve anlamlı düzeyde bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Not ortalaması ile akademik güdülenmenin her alt boyutu arasındaki ilişki kuvvetinin düşük olduğunu söylemek mümkündür.

Sosyal medya bağımlılığı ile kendini aşma alt boyutu arasında ($r=-0.269$, $p<0.01$) negatif yönde ve anlamlı düzeyde, sosyal medya bağımlılığı ile bilgiyi kullanma alt boyutu arasında ($r=-0.328$, $p<0.01$) negatif yönde ve anlamlı düzeyde, sosyal medya bağımlılığı ile keşif alt boyutu arasında ($r=-0.366$, $p<0.01$) da negatif yönde ve anlamlı düzeyde bir ilişki olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Sosyal medya

bağımlılığı ile kendini aşma alt boyutu arasındaki ilişkinin kuvveti düşük iken, bilgiyi arama ve keşif alt boyutları arasındaki ilişki kuvvetinin orta düzeyde olduğunu söylemek mümkündür.

Tartışma ve Sonuç

Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre, öğrenciler arasında sosyal medya bağımlılığının akademik güdülenme ve akademik başarıları üzerinde önemli bir etkisinin olduğu görülmüştür. Zira öğrencilerde sosyal medya bağımlılığı arttıkça öğrencilerin akademik güdülenme ve akademik başarılarının düştüğü tespit edilmiştir. Bu bulguya göre, aşırı sosyal medya kullanımının, öğrencilerin dikkatini dağıtarak, öğrenmeye odaklanmalarını engellediğini ve akademik başarılarını düşürdüğü söylenebilir.

Bu sonuç, Jumbo, Duman, Kirschner ve Karpinski tarafından gerçekleştirilen araştırmalarda elde edilen bulgularla örtüşmektedir. Söz konusu araştırmalarda, sosyal medya kullanımının öğrencilerin akademik performanslarını olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir.¹⁹ Benzer şekilde, Borak ve Beki tarafından gerçekleştirilen araştırmada da sosyal medya bağımlılığının öğrencilerin akademik başarılarına zarar verdiği sonucuna ulaşılmıştır.²⁰ Bu bağlamda, konuyla ilgili yapılan bazı araştırmaların bulguları ile araştırmada elde ettiğimiz sonuçlar arasında paralellik gözlenmektedir.²¹

Araştırmada, öğrencilerin sosyal medya bağımlılıkları ile akademik güdülenme ve akademik başarıları arasında cinsiyete göre herhangi bir anlamlı farklılık bulunmamıştır. Bu sonuç, Borak ve Beki'nin "Sosyal Medya Bağımlılığının Lise Öğrencilerinin Akademik Başarıları Üzerindeki Etkisi" adlı araştırmada elde ettikleri bulgularla farklılık göstermektedir. Borak ve Beki'nin araştırmasında, erkek öğrencilerin sosyal medyanın akademik başarıya etkisinin az olduğunu, kız öğrencilerin ise sosyal medyanın akademik başarılarını olumsuz etkilediğini düşündükleri belirlenmiştir.²² Bu durum, sosyal medya bağımlılığının cinsiyetler arasında farklılık gösterebileceğini ve bunun akademik başarı üzerindeki etkilerinin cinsiyete göre değişebileceğini göstermektedir.

Öte yandan evinde internet olmayan öğrencilerin evinde internet olan öğrencilere göre daha yüksek düzeyde akademik güdülenmeye sahip oldukları tespit edilmiştir. Bu bulgu, internet erişiminin öğrencilerin dikkat ve odaklanma seviyelerini etkileyebileceğini göstermektedir. Evinde internet olmayan öğrencilerin da-

¹⁹ Junco, "Too Much Face and Not Enough Books"; Kirschner - Karpinski, "Facebook (r) and Academic Performance"; M. Zeki Duman, "İnternet Kullanımının Öğrencilerin Sosyal İlişkileri ve Okul Başarıları Üzerindeki Etkisi", *Toplum ve Demokrasi Dergisi* 2/3 (25 Temmuz 2016), 93-112.

²⁰ Borak - Beki, "Sosyal Medya Bağımlılığının Lise Öğrencilerinin Akademik Başarıları Üzerindeki Etkisi", 67.

²¹ Louis Leung - Paul Lee, "Impact of Internet Literacy, Internet Addiction Symptoms, and Internet Activities on Academic Performance", *Social Science Computer Review* 30 (01 Kasım 2012), 403-418; Hatice Kumcağız vd., "Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımının Akademik Başarı ve Arkadaşlık İlişkilerine Etkisi", *International Journal of Social Science Research* 8/2 (31 Aralık 2019), 13.

²² Borak - Beki, "Sosyal Medya Bağımlılığının Lise Öğrencilerinin Akademik Başarıları Üzerindeki Etkisi", 64.

ha yüksek düzeyde akademik güdülenmeye sahip olmaları, internetin olumsuz etkilerini göstermesi bakımından önemli bir bulgudur. Bu durum, öğrencilere yönelik internet kullanımına dair bilinçlendirme ve denetim mekanizmalarının önemini ortaya koymaktadır. Zira internetin yanlış kullanımı sonucunda, öğrencilerin ders dışı etkinliklere daha fazla zaman ayırarak akademik güdülenmelerini olumsuz etkileyebileceği düşünülebilir. Ancak bazı araştırmalarda, elde ettiğimiz bulgulardan farklı sonuçlara ulaşıldığı görülmüştür. Örneğin, Jackson ve arkadaşları (2011) tarafından gerçekleştirilen bir araştırmada, evde internet kullanımı ile akademik başarı arasında düşük seviyede ($r=0.1$) anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir.²³ Bu farklılık, internet kullanımının niteliği ile ilgili olabilir. Dolayısıyla, internet erişiminin öğrencilerin akademik güdülenme ve başarıları üzerindeki etkisinin birçok değişkene bağlı olduğu söylenebilir.

Araştırma bulguları, öğrencilerin sosyal medya kullanım süreleri arttıkça sosyal medya bağımlılık düzeylerinin arttığını göstermektedir. Junco, Kirschner ve Karpinski, Duman, Çiftçi, Çömlekçi ve Başol, Borak ve Beki'nin sosyal medya bağımlılığını inceleyen çalışmaları da araştırmada elde ettiğimiz bulgularla örtüşmektedir.²⁴ Bu konuda yapılan diğer araştırmalarda da benzer bulgular elde edilmiştir.²⁵ Ayrıca, günlük ortalama sosyal medya kullanım süreleri az olan öğrencilerin günlük ortalama sosyal medya kullanım süreleri fazla olan öğrencilere göre akademik güdülenmenin alt boyutları olan kendini aşma, bilgiyi kullanma ve keşfetme eğilimlerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmada elde edilen verilere göre, videoların mesajlaşmaya kıyasla daha fazla sosyal medya bağımlılığı yaptığı görülmektedir. Özellikle, kısa videoların daha fazla sosyal medya bağımlılığına neden olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgular, kısa video formatının sosyal medya kullanıcılarını daha fazla cezbetme ve ilgilerini koruma potansiyeline işaret etmektedir. Dolayısıyla, sosyal medya platformlarının içerik formatının bağımlılık üzerinde önemli bir etkisi olduğu söylenebilir.

Bazı araştırmalar, çalışmada elde ettiğimiz bulguları destekler nitelikte sonuçlar elde etmiştir. Örneğin Zhang ve arkadaşları (2019) tarafından gerçekleştirilen

²³ Linda A. Jackson vd., *Current Research Topics in Cognitive Load Theory*, "A Longitudinal Study of the Effects of Internet Use and Videogame Playing on Academic Performance and the Roles of Gender, Race and Income in These Relationships", *Computers in Human Behavior* 27/1 (01 Ocak 2011), 228-239.

²⁴ Bk. Junco, "Too Much Face and Not Enough Books"; Kirschner - Karpinski, "Facebook (r) and Academic Performance"; Borak - Beki, "Sosyal Medya Bağımlılığının Lise Öğrencilerinin Akademik Başarıları Üzerindeki Etkisi", 68; H. Çiftçi, "Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı", *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi* 7/4 (01 Ekim 2018), 417-434; Çömlekçi - Başol, "Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları İle Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi", 183; Duman, "İnternet Kullanımının Öğrencilerin Sosyal İlişkileri ve Okul Başarıları Üzerindeki Etkisi", 112.

²⁵ Uslu, "Türkiye'de Sosyal Medya Bağımlılığı ve Kullanımı Araştırması", 390; Levent Deniz - Ercan Gürültü, "Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları", *Kastamonu Eğitim Dergisi* 26/2 (15 Mart 2018), 366; Ali Kırık vd., "A Quantitative Research on the Level of Social Media Addiction among Young People in Turkey", *International Journal of Sport Culture and Science* 3/3 (30 Eylül 2015), 109; Handan Ankaralı, "Beyoğlu Anadolu İmam Hatip Lisesi Öğrencilerinde İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyi, Başarı ile İlişkisi ve Bağımlılık Üzerine Etkili Faktörler", *Kalemname* 4/8 (28 Aralık 2019), 330; Borak - Beki, "Sosyal Medya Bağımlılığının Lise Öğrencilerinin Akademik Başarıları Üzerindeki Etkisi", 70.

len bir araştırmada, kısa video içeriklerinin sosyal medya bağımlılığını artırdığı ve kullanıcıların sosyal medya platformlarını daha sık kullandıklarını tespit edilmiştir.²⁶ Ayrıca, Qin ve arkadaşları (2022) tarafından yapılan bir çalışmada, kısa videoların ergenlerde sosyal medya bağımlılığına yol açtığı bulunmuştur.²⁷ Bu bulgular, kısa videoların sosyal medya bağımlılığı üzerindeki etkisinin daha detaylı bir şekilde incelenmesinin gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Araştırma sonucuna göre, gençler arasında sosyal medya kullanımının yaygın olduğu ve sosyal medya bağımlılığının gençlerin akademik güdülenme ile akademik başarıları üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Günümüzde gençler arasında yaygın biçimde kullanılan sosyal medya araçları, çift yönlü keskin bir bıçak gibi düşünülebilir. Gençleri, hayatın vazgeçilmez unsurlarından biri haline gelen sosyal medyadan tamamen soyutlamak mümkün değildir. Bu nedenle, gençlerin bilinçlendirerek sosyal medyayı kontrollü, etkili ve faydalı bir şekilde kullanmaları için yönlendirilmeleri gerekmektedir. Bu bağlamda, Millî Eğitim Bakanlığı ve Diyanet İşleri Başkanlığı gibi kamu kuruluşları ile ilgili sivil toplum örgütleri, gençlerin ilgi, ihtiyaç ve gelişim düzeylerini dikkate alarak onların millî, manevî ve ahlakî gelişimlerine katkı sağlayacak faydalı sosyal medya platformları, grupları ve içerikleri üretmelidir. Ayrıca, başta Spor ve Gençlik Bakanlığı olmak üzere yerel idareler yukarıda belirtilen hususları göz önünde bulundurarak gençlerin birbirleriyle nitelikli vakit geçirebilmeleri adına gençlere yönelik sosyal ve kültürel faaliyet alanları oluşturmalı ve geliştirmelidir.

Funding / Finansman: This research received no external funding. / Bu araştırma herhangi bir dış fon almamıştır.

Conflicts of Interest / Çıkar Çatışması: The authors declare no conflict of interest. / Yazar, herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan eder.

²⁶ Xing Zhang vd., "Exploring Short-Form Video Application Addiction: Socio-Technical and Attachment Perspectives", *Telematics and Informatics* 42 (01 Eylül 2019), 101243.

²⁷ Yao Qin vd., "The Addiction Behavior of Short-Form Video App Tiktok: The Information Quality and System Quality Perspective", *Frontiers in Psychology* 13 (06 Eylül 2022).

Kaynakça

- Aksoy, Mehmet Emin. "A Qualitative Study on the Reasons for Social Media Addiction". *European Journal of Educational Research* 7/4 (15 Ekim 2018), 861-865.
- Andreassen, Cecilie. "Online Social Network Site Addiction: A Comprehensive Review". *Current Addiction Reports* 2 (01 Haziran 2015).
- Ankaralı, Handan. "Beyoğlu Anadolu İmam Hatip Lisesi Öğrencilerinde İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılık Düzeyi, Başarı ile İlişkisi ve Bağımlılık Üzerine Etkili Faktörler". *Kalemname* 4/8 (28 Aralık 2019), 301-331.
- Arıcı, Handan Yalvaç. "Gençlerde Sosyal Medya Bağımlılığına Yönelik Manevi Danışmanlık Müessesesi". *Diyanet İlmî Dergi* 60/1 (15 Mart 2024), 377-410.
- Arıcı, Handan Yalvaç - Arıcan, Sümeýra. "Sosyal Medyanın Etkilerine Yönelik Manevi Danışmanlık Eğitimi İhtiyaç Analizi". *Kilis 7 Aralık Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 9/1 (30 Haziran 2022), 263-302.
- Balcı, Ali. *Sosyal Bilimlerde Araştırma: Yöntem, Teknik ve İlkeler*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları, 2021.
- Balcı, Şükrü - Baloğlu, Enes. "Sosyal Medya Bağımlılığı ile Depresyon Arasındaki İlişki: 'Üniversite Gençliği Üzerine Bir Saha Araştırması'". *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi* 29 (25 Aralık 2018), 209-234.
- Bekdemir, Ünsal - Tağrikulu, Pınar. "The Academic and Social Effects of Using Social Media on University Students". *Bartın University Journal of Faculty of Education* 7/1 (28 Şubat 2018), 316-348.
- Bilge, Yıldız vd. "Sosyal Medya Bağımlılığını Yordamada Anksiyete, Stres ve Günlük Sosyal Medya Kullanımı: Meslek Yüksekokulu Örneği". *Bağımlılık Dergisi* 21/3 (30 Eylül 2020), 223-235.
- Bilgin, Mehmet. "Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı ve Psikolojik Bozukluklar Arasındaki İlişki". *The Journal of International Scientific Researches* 3/3 (29 Ekim 2018), 237-247.
- Bora, Nurullah. *Din Eğitiminin Referans Noktası Olarak Sosyal Medya Vaizliği-İstanbul Örneği*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2023.
- Borak, Necati - Beki, Abdulhakim. "Sosyal Medya Bağımlılığının Lise Öğrencilerinin Akademik Başarıları Üzerindeki Etkisi". *Toplumsal Politika Dergisi* 2/1 (25 Haziran 2021), 61-76.
- Budak, Merve İnan vd. "Üniversite Öğrencilerinde Travmatik Yaşantılar, Agresyon ve İnternet Bağımlılığı". *Bağımlılık Dergisi* 23/4 (27 Aralık 2022), 502-510.
- Büyüköztürk, Şener. *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Ankara: Pegem Akademi, 16. Basım., 2012.
- Can, Abdullah. *SPSS ile Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları, 2019.
- Chunduru, Amareswara Prasad. "Social Media Addiction". *Engineering for Real World*, 2014.
- Çelik, Türkan vd. "Velilerin Gözünden Sosyal Medyanın Ortaokul Öğrencileri Açısından Yarar ve Riskleri". *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 50 (26 Nisan 2019), 110-135.
- Çiftçi, H. "Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Medya Bağımlılığı". *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi* 7/4 (01 Ekim 2018), 417-434.
- Çömlekçi, Mehmet Fatih - Başol, Oğuz. "Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları İle Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi". *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 17/4 (27 Aralık 2019), 173-188.
- D'Arienzo, Maria Chiara vd. "Addiction to Social Media and Attachment Styles: A Systematic Literature Review". *International Journal of Mental Health and Addiction* 17/4 (01 Ağustos 2019), 1094-1118.
- Deniz, Levent - Gürültü, Ercan. "Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılıkları". *Kastamonu Eğitim Dergisi* 26/2 (15 Mart 2018), 355-367.
- Duman, M. Zeki. "İnternet Kullanımının Öğrencilerin Sosyal İlişkileri ve Okul Başarıları Üze-

- indeki Etkisi". *Toplum ve Demokrasi Dergisi* 2/3 (25 Temmuz 2016), 93-112.
- Gedik, Şirin. "Lise Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı ve Obezite İlişkisinin Belirlenmesi". *Dokuz Eylül Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi* 35/3 (30 Aralık 2021), 311-320.
- Gezgin, Deniz Mertkan. "Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Davranışları İle Okuma Alışkanlıkları Üzerine Bir İnceleme". *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 23/2 (24 Aralık 2021), 789-806.
- Gottfried, Monica Anderson, Michelle Faverio and Jeffrey. "Teens, Social Media and Technology 2023". *Pew Research Center*, 11 Aralık 2023.
- Günüç, Selim - Kayri, Murat. "Türkiye'de İnternet Bağımlılık Profili ve İnternet Bağımlılık Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlik-Güvenirlilik Çalışması". *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 39/39 (01 Haziran 2010), 220-232.
- Güzel, Dilşad vd. "Sosyal Medyanın Firma Performansı Üzerindeki Etkisi". *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 22/4 (31 Aralık 2018), 2237-2247.
- Hacıkeleşoğlu, Hızır. "Ergenlerde Sosyal Medya Bağımlılığı, Dindarlık ve Ahlakî Kayıtsızlık İlişkisi Üzerine Bir Araştırma". *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi* 21/2 (30 Eylül 2021), 877-907.
- Hou, Youbo vd. "Social Media Addiction: Its Impact, Mediation, and Intervention". *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace* 13 (21 Şubat 2019).
- İnce, Mustafa - Yılmaz, Mesut. "Ergenlik Çağındaki Çocukların Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıklarının Yalnızlaşmaya Etkisi". *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi* 8/2 (30 Eylül 2020), 1111-1144.
- Jackson, Linda A. vd. *Current Research Topics in Cognitive Load Theory*. "A Longitudinal Study of the Effects of İnternet Use and Videogame Playing on Academic Performance and the Roles of Gender, Race and Income in These Relationships". *Computers in Human Behavior* 27/1 (01 Ocak 2011), 228-239.
- Junco, Reynol. "Too Much Face and Not Enough Books: The Relationship Between Multiple Indices of Facebook Use and Academic Performance". *Computers in Human Behavior* 28/1 (01 Ocak 2012), 187-198.
- Karaca, Semra vd. "İnternet Addiction and Depressive Symptoms in Secondary School Students". *Acıbadem Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi* 12/2 (01 Nisan 2021), 510-516.
- Karadeniz, Şirin vd. *Eğitimde Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık, 2020.
- Kırık, Ali vd. "A Quantitative Research on the Level of Social Media Addiction among Young People in Turkey". *International Journal of Sport Culture and Science* 3/3 (30 Eylül 2015), 108-122.
- Kirschner, Paul - Karpinski, Aryn. "Facebook (r) and Academic Performance". *Computers in Human Behavior* 26 (01 Kasım 2010), 1237-1245.
- Koca, Eda Büyükgebiz - Tunca, Mustafa Zihni. "İnternet ve Sosyal Medya Bağımlılığının Öğrencilerin Performanslarına Etkileri Üzerine Bir Yazın Taraması". *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 24/1 (30 Ocak 2019), 33-53.
- Koç, Pınar - Albayrak, Mehmet. "Farklı Gelişim Düzeylerindeki Bireyler Üzerinde İnternet Bağımlılığının Etkileri". *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 22/Kayfor 15 Özel Sayısı (30 Aralık 2017), 2391-2404.
- Kumcağız, Hatice vd. "Ergenlerde Sosyal Medya Kullanımının Akademik Başarı ve Arkadaşlık İlişkilerine Etkisi". *International Journal of Social Science Research* 8/2 (31 Aralık 2019), 1-17.
- Kuss, Daria J. - Griffiths, Mark D. "Social Networking Sites and Addiction: Ten Lessons Learned". *International Journal of Environmental Research and Public Health* 14/3 (Mart 2017), 311.
- Kuss, Daria J - Lopez-Fernandez, Olatz. "İnternet Addiction and Problematic İnternet Use: A Systematic Review of Clinical Research". *World Journal of Psychiatry* 6/1 (22 Mart 2016), 143-176.
- Leung, Louis - Lee, Paul. "Impact of İnternet Literacy, İnternet Addiction Symptoms, and

- Internet Activities on Academic Performance". *Social Science Computer Review* 30 (01 Kasım 2012), 403-418.
- Lin, Liu yi vd. "Association Between Social Media Use and Depression Among U.s. Young Adults". *Depression and Anxiety* 33/4 (Nisan 2016), 323-331.
- Macit, Hüseyin Bilal vd. "A Research on Social Media Addiction and Dopamine Driven Feedback". *Journal of Mehmet Akif Ersoy University Economics and Administrative Sciences Faculty* 5/3 (27 Aralık 2018), 882-897.
- Przybylski, Andrew K. vd. "Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out". *Computers in Human Behavior* 29/4 (01 Temmuz 2013), 1841-1848.
- Qin, Yao vd. "The Addiction Behavior of Short-Form Video App Tiktok: The Information Quality and System Quality Perspective". *Frontiers in Psychology* 13 (06 Eylül 2022).
- Sarı, Canan - Karadeniz, Havva. "İnternet Bağımlılığının Aile İçi İlişkilere Etkisi". *Sürekli Tıp Eğitimi Dergisi* 28/4 (02 Ağustos 2019), 294-298.
- Sezgin, Merve - Altay, Işıl. "Üniversite Tercihinde Sosyal Medyanın Aracı Rolü". *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi* 3/4 (05 Nisan 2021), 87-104.
- Şeyhanlıoğlu, Hasan Önal - Zengin, Burhanettin. "Dijitalleşmenin ve Sosyal Medyanın Müslüman-Dostu Turizme Yansıması". *Journal of Hospitality and Tourism Issues* 4/2 (31 Aralık 2022), 123-134.
- Tabachnick, Barbara G. - Fidell, Linda S. *Using Multivariate Statistics*. Harlow: Pearson, 2013.
- Tsitsika, Artemis vd. "Online Social Networking in Adolescence: Patterns of Use in Six European Countries and Links with Psychosocial Functioning". *The Journal of Adolescent Health: Official Publication of the Society for Adolescent Medicine* 55 (04 Mart 2014).
- Uslu, Mustafa. "Türkiye'de Sosyal Medya Bağımlılığı ve Kullanımı Araştırması". *Turkish Academic Research Review* 6/2 (25 Haziran 2021), 370-396.
- Vannucci, Anna vd. "Social Media Use and Anxiety in Emerging Adults". *Journal of Affective Disorders* 207 (01 Ocak 2017), 163-166.
- Yurdakul, Kevser Hülya. "Youtube Kullanımının Gençler Üzerindeki Negatif Etkisi: Sosyal Medya Bağımlılığı". *Liberal Düşünce Dergisi* 107 (25 Eylül 2022), 167-190.
- Zhang, Xing vd. "Exploring Short-Form Video Application Addiction: Socio-Technical and Attachment Perspectives". *Telematics and Informatics* 42 (01 Eylül 2019), 101243.
- Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2023. Erişim 16 Şubat 2024. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2023-49407](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2023-49407)
- Millî Eğitim İstatistikleri, Örgün Eğitim 2022-2023. Erişim 16 Şubat 2024. <https://sgb.meb.gov.tr/www/resmi-istatistikler/icerik/64>