

TÜRKİYE DİN EĞİTİMİ ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Turkish Journal of Religious Education Studies

Türkiye Din Eğitimi Araştırmaları altı ayda bir yayımlanan uluslararası ve hakemli bir dergidir.
Turkish Journal of Religious Education Studies is an international, peer reviewed and biannual journal.

Sayı/Number 7 • Haziran/June 2019 • ISSN 2149-9845 • E-ISSN 2636-7807

İmtiyaz Sahibi ve Yazı İşleri Müdürü / Owner and Chief Executive Officer

Mehmet BAHÇEKAPILI

Baş Editör / Editor in-Chief

Mustafa USTA

Sayı Editörü / Editor

Hakkı KARAŞAHİN

Editörler / Editors

Siebre MIEDEMA (VU University Amsterdam)	Christopher G. ELLISON (The University of Texas at San Antonio)
Cemal TOSUN (Ankara Üniversitesi)	Recai DOĞAN (Ankara Üniversitesi)
Muhittin OKUMUŞLAR (Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi)	Zeki Salih ZENGİN (Yıldırım Beyazıt Üniversitesi)
Nurullah ALTAŞ (Atatürk Üniversitesi)	Michael NIELSEN (Georgia Southern University)
Ahmet KOÇ (Marmara Üniversitesi)	Friedrich SCHWEITZER (Eberhard Karls Universität Tübingen)
Mehmet BAHÇEKAPILI (İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi)	Süleyman AKYÜREK (Erciyes Üniversitesi)
Safnaz ASRİ (İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi)	Mohammed DERRADJ (University of Algeria II)
Ednan ASLAN (Universität Wien)	Kenan SEVINÇ (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi)
Zuhal AĞILKAYA ŞAHİN (İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi)	Murat Şimşek (Necmettin Erbakan Üniversitesi)

Kitap Değerlendirme Editörleri / Book Review Editors

Hakkı KARAŞAHİN (İzmir Katip Çelebi Üniversitesi)	Ahmet GEDİK (İzmir Katip Çelebi Üniversitesi) - Ahmet Ali ÇANAKCI (Balıkesir Üniversitesi)
---	---

Yayın Kurulu / Editorial Board*

Zuhal AĞILKAYA ŞAHİN, İstanbul Medeniyet Üniversitesi (TURKEY)	Ayman AGBARIA, University of Haifa (ISRAEL)
Muhsin AKBAŞ, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi (TURKEY)	Süleyman AKYÜREK, Erciyes Üniversitesi (TURKEY)
Ednan ASLAN, Universität Wien (AUSTRIA)	Safnaz ASRİ, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi (TURKEY)
Nedim BAHÇEKAPILI, Islamitische Universiteit Europa (HOLLAND)	Mehmet BAHÇEKAPILI, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi (TURKEY)
İrfan BAŞKURT, İstanbul Üniversitesi (TURKEY)	Bayraktar BAYRAKLI, Marmara Üniversitesi (TURKEY)
Beza BİLGİN, Ankara Üniversitesi (TURKEY)	Ahmet Ali ÇANAKCI, Balıkesir Üniversitesi (TURKEY)
Mohammed DERRADJ, University of Algeria II (ALGERIA)	Abdurrahman DODURGALI, Marmara Üniversitesi (TURKEY)
Recai DOĞAN – Ankara Üniversitesi (TURKEY)	Christopher G. ELLISON, The University of Texas at San Antonio (USA)
Ahmet GEDİK, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi (TURKEY)	Recep Emin GÜL, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi (TURKEY)
Hülya HACİSMAİLOĞLU, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi (TURKEY)	Michael NIELSEN, Georgia Southern University (USA)
Hakkı KARAŞAHİN, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi (TURKEY)	Recep KAYMAKCAN, Sakarya Üniversitesi (TURKEY)
Ahmet KOÇ, Marmara Üniversitesi (TURKEY)	Mustafa KÖYLÜ, Ondokuz Mayıs Üniversitesi (TURKEY)
Muhiddin OKUMUŞLAR, Necmettin Erbakan Üniversitesi (TURKEY)	Siebre MIEDEMA, VU University Amsterdam (HOLLAND)
Friedrich SCHWEITZER, Eberhard Karls University (GERMANY)	Halil İbrahim ŞENAVCU, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi (TURKEY)
Bülent UÇAR, Universität Osnabrück (GERMANY)	Mustafa USTA, Marmara Üniversitesi (TURKEY)
Prof. Dr. Edmunt WEBER, Universität Frankfurt am Main (GERMANY)	Samet YAĞCI (İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi (TURKEY))

*Soyadına göre alfabetik sırada / In alphabetical order by surname

Kapak Tasarımı / Cover Design

Furkan Selçuk Ertargin

Tasarım / Graphic Design

Mehmet BAHÇEKAPILI - Safnaz ASRİ

Baskı / Printed By - Baskı Tarihi / Printed Date

Limit Ofset – 27.06.2019



İNDEKSLER



SOSYAL MEDYA VE GENÇLİK DEĞERLERİ: ZONGULDAK'TA LİSELERDE ÖĞRENİM GÖREN GENÇLER ÜZERİNE BİR İNCELEME*

Hasan MEYDAN**
E-mail: hasanmeydan77@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-9093-7555

Salih AYBEY***
E-mail: salihaybey@hotmail.com
ORCID ID: 0000-0001-6030-395X

Fatmanur DİKMEN****
E-mail: fnur227@gmail.com.
ORCID ID: 0000-0001-9399-8831

Mustafa DİKMEN*****
E-mail: mustafadikmen1617@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-8737-0789

Citation/©: Meydan, H., Aybey, S., Dikmen, F. & Dikmen, S. (2018). Sosyal medya ve gençlik değerleri: Zonguldak'ta liselerde öğrenim gören gençler üzerine bir inceleme. *Türkiye Din Eğitimi Araştırmaları Dergisi*, 7, 125-143.

Öz

Bu araştırma, Zonguldak örnekleminde liselerde öğrenim gören gençlerin sahip oldukları değerleri sosyal medya ile olan ilişkileri bağlamında belirlemeyi ve farklı değişkenler açısından incelemeyi hedeflemektedir. Çalışma betimsel-ilişkisel modelde yapılandırılmıştır. Veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından geliştirilen aileye ilişkin tutum ve aile değerleri ölçeği, hayatın amacı ölçeği, gelecek için eğitime ve yeteneklerine güven ölçeği, sosyal medyaya güven ölçeği kullanılmıştır. Veriler, 2018-2019 yılı güz döneminde Zonguldak'taki farklı lise türlerinde öğrenim gören 429 öğrenciye anket uygulanarak toplanmıştır. Verilerin analizinde t-testi ve ANOVA'dan yararlanılmıştır. Araştırma sonucunda gençlerin büyük çoğunluğunun (%80) günde en az 1 saat sosyal medyada vakit geçirdiği; en çok kullandıkları sosyal medya

* Bu makale ZBEÜ Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinatörlüğü tarafından desteklenen 2018-61759757-01 numaralı BAP projesinin verileri kullanılarak hazırlanmıştır.
** Doç. Dr., ZBEÜ İlahiyat Fakültesi Öğretim Üyesi
*** Dr., ZBEÜ İlahiyat Fakültesi Öğretim Üyesi
**** Arş. Gör., ZBEÜ İlahiyat Fakültesi Öğretim Elemanı
***** Arş. Gör., ZBEÜ İlahiyat Fakültesi Öğretim Elemanı

platformlarının ise fikir, düşünce paylaşımından ziyade görsel, hareketli ve anlık durum paylaşımlarına odaklanan platformlar olduğu tespit edilmiştir. Bulgular sosyal medyada fazla vakit geçirenlerin, daha az vakit geçirenlere oranla hayatı amaçsız olarak değerlendirme eğilimlerinin daha fazla olduğunu göstermiştir. Eğitim kalitesinin daha yüksek olduğu (bilinen) okullarda öğrenim gören öğrencilerin sosyal medyaya daha az güvendiği, hayata bakışının daha idealist ve amaçlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Din eğitimi, Değer, Gençlik değerleri, Sosyal medya, Zonguldak.

SOCIAL MEDIA AND YOUTH VALUES: AN INVESTIGATION ON HIGH SCHOOLS

Abstract

This article aims to determine the values of young people who are studying in high school in the context of their relations with social media and analyze with regard to different variables, in the sample of Zonguldak. The article is structured in descriptive-relational model. The data was collected via scales which developed by researchers, attitudes relating to family and family values scale, aims of life scale, confidence on having educations and abilities scale, confidence on social media scale. Data were collected from 429 students who studying in different high schools, by taking a sample poll in Zonguldak during fall of 2018-2019. T-test and ANOVA were used to analyze the data. As a result of research, that a great majority of the young people (%80) take up with social media at least one hour a day has been determined; the most preferred social media platforms which are oriented with image, dramatic and snapshot sharing rather than shaping opinion and idea. The findings showed that youngest who spend more time in social media in comparison with the others, have higher tendency on considering the life as the aimless object. Students who studying on higher quality school are less rely on social media and having more idealist and purposeful attitude to life.

Key Words: Religion education, Value, Youth values, Social media, Zonguldak.

Giriş

Türkiye gibi genç nüfus oranının oldukça yüksek olduğu ülkeler için gençlik olgusu, hem genç nüfusun ülke nüfusunun büyük bir çoğunluğunu oluşturmasından hem de ülkenin ekonomik, siyasal, toplumsal ve kültürel yapılarının gelecekteki belirleyicisi olmasından dolayı önemli bir yere sahiptir. Çünkü toplumların demografik bakımdan en hareketli ve dinamik kesimini oluşturan gençlik, ait olduğu milletin geleceği, değişim ve gelişimdeki itici gücü, bugünün aynası ve yarının belirleyicisidir. Bu noktada gençliği tanımak, sorunlarını tespit edip sağlıklı bir kişilik/kimlik gelişimini sağlamak için gerekli çabayı göstermek, aynı zamanda o toplumun sağlığı için de son derece önemlidir.

Gençler dinamik yapıları sayesinde değişimlerden çok hızlı bir şekilde etkilenmektedir. Özellikle, teknoloji kullanımı açısından nüfusun diğer unsurlarına oranla çok daha yetenekli ve isteklidirler. Mobil teknolojilerin her geçen gün yeni boyutlara taşındığı bir dünyada bu teknolojilerin en önemli kullanıcıları da yine gençler olmaktadır. Çok hızlı haber alabilme, harekete geçebilme ve örgütlenebilme potansiyeline ulaşan gençler ve toplumlar açısından bu durumun olumlu bir süreç olmasının yanında olumsuz etkilerin olduğu da görülmektedir. İçinde yetiştiği kültürel ortamdan çok farklı sosyo-kültürel yapılarla iletişim kurabilen genç nesil için modern ile geleneksel, yerel ile evrensel arasında pek çok çatışma alanı ortaya çıkmaktadır.

Toplumsal değerlerin yaşaması gençler tarafından kendilerine özgü bir formda içselleştirilmesine bağlıdır. Onlar, kendilerine özgü yaşam tarzlarıyla, değerleri yeniden yorumlayıp geleceğe taşırlar. Bu nedenle değer araştırmalarında gençlik değerleri önem verilen konuların başında gelmektedir. Genç nüfusun önemli bir kısmını teşkil eden lise gençliği yoğunluğu ve dinamizmi ile bu açıdan dikkate alınması gereken önemli gruba oluşturmaktadır. Bu nedenle bu araştırma, Zonguldak örneğinde liselerde öğrenim gören gençlerin sahip oldukları değerleri sosyal medya ile olan ilişkileri bağlamında belirlemeyi ve farklı değişkenler açısından incelemeyi hedeflemektedir. Böylelikle gençliğin sosyal medya ile olan ilişkisini anlayıp, değerler açısından olumlu bir şekilde yorumlayabilmek için yapılması gerekenlere ilişkin katkı sunulabileceği değerlendirilmektedir.

1. Sosyal Medya

Geleneksel medyadan farklı özelliklere sahip olan sosyal medya, kullanıcılara bilgi ve düşünce paylaşım olanağı sunarak karşılıklı etkileşim yaratan çevrimiçi araçlara verilen isimdir (Sayımer, 2008, s.23). Toplumda yeni bir iletişim modeli ve ilişki ağı ortaya çıkaran sosyal medya, insanların birbirinden farklı mekânlarda olsa bile, görüşmelerine ve paylaşımında bulunmalarına olanak sağlayan bir uygulamadır.

Son yıllarda tüm dünyada bireylerin yaşamının önemli bir parçası haline gelerek farklı bilgi, bakış ve düşüncelerin internet üzerinden paylaşılmasına imkân sağlayan sosyal medya uygulaması (Weinberg, 2009, s.1), dünyada vuku bulan her türlü konudan haberdar olmayı ve farklı bir formda sosyalleşmeyi sağlamaktadır. Bu nedenle sosyal medya, gündelik hayatın her karesinde bir şekilde varlığını gösteren, bireyin ve toplumun ilişkilerini her yönüyle değişim ve dönüşüme uğratan bir olgu olmuştur (Babacan, 2006, s.23). İletişimin dışında bilgi edinme, oyun, eğlence gibi ihtiyaçların giderilmesine de yardım eden sosyal medya, gün geçtikçe yaygınlaşmış sıradan bir uygulama haline gelmiştir. Öyle ki, bilgisayarı kullanmayı bilmeyenlerin bile bu uygulamaları kullandıkları ve genç-yaşlı, kadın-erkek, çoluk-çocuk herkesin bu mecrada koşuşturması ister-istemez pek çok toplumsal sorunların da ortaya çıkmasına sebep olmaktadır (Oyman, 2016, s.126).

İnsanların, kullanıcılar tarafından hazırlanan içerikleri interaktif bir şekilde birbirlerine iletebildikleri internet siteleri olarak tanımlanan (Solmaz, Tekin, Herzem ve Demir, 2013, ss.24-25) sosyal ağlar gün geçtikçe geleneksel iletişim kanallarının yerini almaktadır. Bu sosyal ağ siteleri arasında en çok bilinen ve kullanıcı sayısı itibarıyla diğer sosyal ağ sitelerine göre daha önde olan 2004 yılında kullanıma açılan Facebook¹ ve 2006 yılında hizmete açılan Twitter karşımıza çıkmaktadır. Bunların yanında Instagram, Youtube, Google+, Snapchat, Pinterest, Vine, Wordpress, LinkedIn vb. gibi pek çok sosyal medya sitesi mevcuttur.

Modern dünyanın yeni iletişim ağı olan sosyal medya, bireyin çevresiyle olan iletişiminin seyrini değiştirerek sanal bir iletişim alanı oluşturmuştur. Sosyal medya uygulamalarının sunduğu hizmetler, insanların ilgilerini çekerek, onların bu alanda daha çok zaman geçirmesine neden olmaktadır. Bireyler için sanal gerçeklik çoğu zaman bağımlılık ya da toplumdaki ayrı kalmaya sebep olabilmektedir (Oyman, 2016: 126-127). Bilinçli kullanılmadığı takdirde psikolojik ve biyolojik pek çok problemlere yol açabilen sosyal medya, birey ve toplum için önemli bir konu haline gelmiştir.

2. Gençlik Değerleri

İnsan, belli dönemler halinde fizyolojik, bilişsel ve sosyal değişimler geçirerek olgunlaşır kendi kemaline ulaşır. İnsan hayatının birbirini izleyen bu dönemleri, birbirinden farklı özellikler gösterir (Bayyığıt, 2011, s.27). İnsan gelişiminin en dinamik dönemi olarak gençlik, değişik ülkelerde ve değişik kaynaklarda farklı yaş aralıkları üzerinden tanımlanmakla birlikte, UNESCO gençlik dönemini 15-25 yaş dilimleri arasında, Birleşmiş Milletler Örgütü ise, 12-24 yaş aralığını gençlik dönemi olarak belirlemiştir. Ülkemiz ise Birleşmiş Milletler Örgütü'nün belirlediği 12-24 yaş aralığını gençlik dönemi olarak kabul etmiştir (Yörükoğlu, 1986, s.3; Sandström, 1982, ss.17-18; Şemin, 1991, s.21). TÜİK'in 2017 yılı verilerine göre ülkemiz nüfusunun %16,1'ini (12. 983.097) genç nüfus oluşturmaktadır (Türkiye İstatistik Kurumu, 2019).

Modernleşme sürecinde yaşanan sosyal, kültürel ve ekonomik alanlardaki değişim ve gelişimler, toplumu ve bireyleri derinden etkilemektedir. Bu süreçte hızlı değişim ve dönüşümlerden en fazla etkilenenlerden birisi de kuşkusuz gençlerdir. Gençlerin etkilenmesi, aynı zamanda toplumun geleceğini de ilgilendirmektedir. Bütün geleneksel kurum ve yapıları içine alan bu değişim, uyumsuzluk ve çatışmaları da beraberinde getirmiştir. Değişen toplum düzeni içinde farklı rol beklentileri ve değişime paralel biçimde

¹ Dünya üzerinde yaklaşık 4,38 milyar insan, diğer bir ifadeyle dünya nüfusunun yarısından fazlası interneti etkin olarak kullanmaktadır. Bu kullanıcıların 3,98 milyarlık kısmı sosyal ağlara katılmış durumdadır. 2.7 milyar insanın ise düzenli olarak Facebook kullandığı, bunu 1.9 milyar ile youtube ve 1.1 milyar ile instagram kullanıcıları takip etmektedir. Ayrıca 396 milyon kullanıcıya sahip olan twitter ise dördüncü sırada yer almaktadır. Bkz. We Are Social and Hootsuite, Digital in 2019, erişim: 04.04.2019, <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>.

değişime zorlanan gençler, ruhsal bir gerilim ortamında kalmışlardır (Hökelekli, 2002: 13-14). Kendi yaşı gereği değer yargıları hızla değişen gencin, içinde yaşadığı toplumun değerlerinin de hızla değişmesi karşısında bunalıp kalmaması imkansız gözükmektedir. Bu noktada ilk önce aileye büyük görev düşmektedir. Çünkü aile, dini ve ahlaki duyguların uyandırılması, uygulanması ve dini bilgi ve değerlerin kazandırılması yoluyla diğer eğitimlerin yanında değer eğitimi görevini de yerine getirir. Ailenin bu önemi, onun çocukla münasebetlerinde diğer eğitici kurumların ulaşması mümkün olmayan birtakım özelliklere sahip olmasından kaynaklanır (Kaymakcan ve Meydan, 2016, s.25).

İnsan hayatının en önemli psiko-sosyal etmenlerinden birisi olan değerler, insanın davranışlarına yön veren faktörlerin başında gelmektedir. Değerlerin kazanılmasında ve aktarılmasında uygun yöntemler izlenebilirse, güvenilir, dürüst, kendisiyle birlikte başkalarını da düşünen, sorumluluk sahibi, davranışlarının olası tüm sonuçlarını hesaba katan, insanların kendi yaşamları hakkında karar verme haklarına saygı gösteren, adaletli ve topluma duyarlı insanlardan oluşan bir gelecek inşa edilebilir. Bunun için gençlerin sahip oldukları değerleri, eğilimlerini etkileyen unsurların da iyi tespit edilmesi gerekmektedir. Günümüz gençliğinin bilgi edinmede ve gündemi takip etmede sosyal medya ile olan yakın ilişkisi aşikardır. Onların fikirlerinin, eğilimlerinin, sahip oldukları değerlerin şekillenmesinde sosyal medyanın önemli bir etkisinin olacağı göz ardı edilmemelidir.

3. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı Zonguldak örnekleminde liselerde öğrenim gören gençlerin aile, hayatın anlamı ve kendini geleceğe hazır görmeye ilişkin değerlerini sosyal medya ile olan ilişkileri bağlamında belirlemek ve farklı değişkenler açısından incelemektir. Bu amaç çerçevesinde şekillenen aşağıdaki araştırma sorularına cevap aranmaya çalışılmıştır:

- a) Gençlerin sosyal medya kullanma durumları, amaçları; sosyal medyada sık kullandıkları platformlar nelerdir?
- b) Gençlerin sosyal medyada vakit geçirme ve kullanılan platform bağımsız değişkenlerine göre aile, hayatı anlamlandırma, geleceğe hazır hissetme ve sosyal medyaya güvenme değişkenleri arasında anlamlı farklılaşma var mıdır?
- c) Cinsiyet ve okul değişkenlerine göre aile, hayatı anlamlandırma, kendini geleceğe hazır hissetme ve sosyal medyaya güvenme durumlarında farklılaşma oluşmakta mıdır?

4. Yöntem

Veri toplama ve analiz süreçlerinde nicel yaklaşımın kullanıldığı bu araştırma betimsel-ilişkisel modelde yapılandırılmıştır. Veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından geliştirilen aileye ilişkin tutum ve aile değerleri ölçeği, hayatın amacı ölçeği, gelecek için eğitimine ve yeteneklerine güven ölçeği, sosyal medyaya güven ölçeği kullanılmıştır. Araştırmanın bağımsız değişkenleri cinsiyet, sosyal medyada vakit geçirme sıklığı, okul türü

ve görüşlerini belirleyen kurumdur. Bağımlı değişken olarak ise aile ile uyum, aileye ilişkin değerler; idealist bir hayat amacına sahip olma veya amaçsız bir hayat; aldığı eğitim ve yeteneklerini gelecek için yeterli görme durumu ve sosyal medyaya güven değişkenlerine ait veriler değerlendirilmiştir.

4.1. Evren ve Örneklem

Araştırma evreni 2018-2019 eğitim öğretim yılı güz döneminde Zonguldak il merkezinde öğrenim görmekte olan lise öğrencileridir. Söz konusu evrenden okul türü ve sınıf seviyesi kriterlerine göre belirlenen 429 öğrenci araştırma örneklemini oluşturmuştur. Anketlerin uygulanması araştırmacıların gözetiminde öğretmenler tarafından gerçekleştirilmiştir. Uygulanan 550 anketten 429 anket değerlendirmeye alınmıştır. 121 anket tamamı cevaplandırılmadığı yahut özensiz cevaplandırıldığı tespit edildiği için değerlendirme dışı bırakılmıştır. Örneklemeye ait bilgiler tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1: Örneklem özellikleri

		Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Kız	171	39,9
	Erkek	258	60,1
	Toplam	429	100,0
Yaş	14	51	11,9
	15	170	39,7
	16	132	30,8
	17	53	12,4
	18	17	4,0
	19	5	1,2
	Toplam	428	100,0
	Cevap Vermeyen	1	
	Toplam	429	
Ailenin Ekonomik Durumu	Kötü	19	4,4
	İdare eder	114	26,6
	İyi	233	54,3
	Çok iyi	63	14,7
	Toplam	429	100,0
Öğrenim Görülen Lise	Anadolu Lisesi	160	37,3
	Fen Lisesi	92	21,4
	Anadolu İmam-Hatip Lisesi	23	5,4
	Mesleki ve Teknik Lise	148	34,5

	Proje Anadolu İmam Hatip Lisesi	4	,9
	Diğer	2	,5
	Toplam	429	100,0
Kaçınıcı sınıfta olduğu	Bir	108	25,2
	İki	199	46,4
	Üç	81	18,9
	Dört	41	9,6
	Toplam	429	100,0
Kimlerle birlikte yaşıyor	Çekirdek aile	280	65,4
	Geniş aile	104	24,3
	Ailesi ile birlikte yaşamıyor	44	10,3
	Toplam	428	100,0
	Cevapsız	1	
Sahip olduğunuz değerleri belirleyen kurum	Aile	327	76,6
	Okul	31	7,3
	Arkadaş Ortamı	20	4,7
	Medya	12	2,8
	Çevre	37	8,7
	Toplam	427	100,0
	Cevapsız	2	
	Toplam	429	

Tablo 1'deki değerler, 429 öğrenciden 171'inin (%39,9) kız, 258'inin (%60,1) ise, erkek olduğunu ifade etmektedir. Tablodan anlaşıldığı üzere, öğrencilerin %39,7'si 15 yaşında, %30,8'i 16 yaşında, %12,4'ü 17 yaşında, %11,9'u 14 yaşında, %4'ü 18 yaşında ve %1,2'si de 19 yaşındadır. Ankete katılan öğrencilerin büyük çoğunluğunu (%70,5) 15 ve 16 yaşındaki öğrenciler oluşturmaktadır. Katılımcıların %54,3'ü ekonomik durumlarının iyi, %26,6'sı idare eder, %14,7'si çok iyi ve %4,4'ü de kötü olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların %37,3'ünün Anadolu Lisesinde, % 34,5'inin Mesleki ve Teknik Lisede, %21,4'ünün Fen Lisesinde, %5,4'ünün Anadolu İmam Hatip Lisesinde ve %0,9'unun da Proje Anadolu İmam Hatip Lisesinde öğrenim görmekte olduğu anlaşılmaktadır. Öğrencilerin %46,4'ü ikinci sınıf, %25,2'si birinci sınıf, %18,9'u üçüncü sınıf ve %9,6'sı da dördüncü sınıfta okumaktadır.

Tablodaki verilere göre öğrencilerin %65,4'ü çekirdek aile içinde, %24,3'ü de geniş aile içinde yaşamaktadır. Öğrencilerin %10,3'ünün ise ailesiyle birlikte yaşamadığı görülmektedir. Veriler TÜİK Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi, Hanehalkı Tipleri verileri ile örtüşmektedir. İlgili veriye göre Türkiye'de çekirdek ailede yaşayan çocukların oranı %66,1'dir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2019).

4.2. Veri Toplama Araçları ve Veri Analizi

Araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından geliştirilen aileye ilişkin tutum ve aile değerleri ölçeği, hayatın amacı ölçeği, gelecek için eğitimine ve yeteneklerine güven ölçeği, sosyal medyaya güven ölçeği kullanılmıştır. Ölçeklerin geliştirilmesi için öncelikle literatür incelenmiş ve araştırmacının amaçlarına uygun taslak maddeler yazılmıştır. İlk oluşturulan taslakta aileye ilişkin tutum ve aile değerleri ile ilgili 11, hayatın amacına ilişkin görüşlerin alınması için 9, gelecek için eğitimine ve yeteneklerine güvene dair görüşleri almak için 4, sosyal medyaya güvenlerini belirlemek için ise 7 madde yazılmıştır. Maddeler beşli likert formda öğrencilere sunulmuştur. Yazılan maddelerin hepsi katılımcıların olgusal verilerini belirlemeye yönelik soruları da içeren bir anket formu ile öğrencilere uygulanmıştır. Elde edilen anket sonuçları öncelikle şekil olarak incelenmiş özensiz doldurulanlar tespit edilip kapsam dışında tutulmuştur. Usulüne uygun doldurulduğu kanaatine ulaşılan 429 ankete ait veriler SPSS 22.0 programına işlenmiş ve öncelikle her bir ölçek için madde analizi ve faktör analizi yapılmıştır.

Aileye ilişkin tutum ve aile değerleri ölçeğine uygulanan madde analizi ve faktör analizi işlemleri sonucunda 3 maddenin yapı ile uyum göstermediği belirlenerek ölçekten çıkartılmış böylelikle 8 madde ve iki boyuttan oluşan bir ölçek elde edilmiştir. Ölçeğin birinci boyutu öğrencilerin aile içi uyum durumlarını belirlemeye yönelik 5 olumlu sorudan oluşmaktadır. İkinci boyutta ise aileyi kutsal bir kurum olarak addedip aileye itaati zorunlu görmeye yönelik değerleri belirleyen 3 soru yer almaktadır. Ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı 0,852 olarak hesaplanmıştır.

Liseli gençlerin hayatın amacına yönelik görüşlerini belirlemek üzere yazılan 9 maddeye uygulanan madde analizi sonucunda madde toplam korelasyonu değeri 0,30'un altında gerçekleşen iki madde ölçekten çıkartılmış ve faktör analizi sonucunda geriye kalan 7 maddenin iki boyutlu bir yapı ortaya çıkardığı görülmüştür. 4 maddeden oluşan birinci boyut gençlerin ülkesine, insanlığa, milletine vb. hizmet etmek gibi idealler uğruna yaşamayı hayatın amacı olarak değerlendirme durumlarını belirlemektedir. 3 maddeden oluşan ikinci boyuttaki sorular ise hayatın amaçsız, boş bir uğraş olduğu yönündeki eğilimi belirlemektedir. Ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı 0,728 olarak hesaplanmıştır.

Gelecek için eğitimine ve yeteneklerine güven ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirliğini belirlemek için gerçekleştirilen madde analizi ve faktör analizi sonucunda başlangıçta yazılan dört maddeden birinin gerekli değerleri sağlamadığı görülmüş ve geriye kalan üç maddenin eğitimine ve yeteneklerine güveni ifade eden tek bir yapıyı ölçtüğü belirlenmiştir. Üç soru öğrencilerin okulda aldıkları eğitimi kendilerini geleceğe veya mesleğe hazırlaması ve yeteneklerine güvenme anlamında olumlu düşünme derecesini belirlemektedir. Toplam üç sorudan oluşan tek boyutlu ölçeğin Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı 0,739 olarak hesaplanmıştır.

Öğrencilerin sosyal medyaya güvenme durumlarını belirlemek için başlangıçta yazılan 7 maddeden birisi madde analizi ve faktör analizi sonucunda beklenen değerleri karşılamadığı için çıkartılmıştır. Gerekli güvenilirlik kriterlerini sağlayan 6 maddeden oluşan sosyal medyaya güven ölçeği faktör analizi sonucunda sosyal medyaya güvenilebileceğini belirten ve güvenilemeyeceğini belirten iki farklı boyut olarak yapılmıştır. 4 maddeden oluşan birinci boyut gençlerin yetişmesinde, yaşam kriterlerini belirlemede sosyal medyaya güven ifade ederken iki maddeden oluşan ikinci boyut sosyal medyayı toplumu kötü etkileyen, zaman israfı olarak değerlendirmektedir. Söz konusu boyutun Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı 0,689 olarak hesaplanmıştır.

Dört ölçeğe ait güvenilirlik değerleri tarama türü araştırmalar açısından kabul edilebilir standartların üstündedir (Coşkun, Altunışık, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2015, s.126). Çalışmanın bağımsız değişkenleri (cinsiyet, okul, sosyal medyada vakit geçirme durumu, sosyal medyada kullanılan platform, siyasi görüşlerini belirlemede algılanan en etkin kurum)'nin bağımlı değişkenler üzerinde farklılık oluşturup oluşturmadığını belirlemek üzere t-testi ve ANOVA testlerinden yararlanılmıştır. Makalenin sınırlılığı nedeniyle analizler sonucunda sadece istatistiksel açıdan anlamlı sonuç elde edilen sonuçlara ait değerler tablolarda verilmiştir. Ancak yorumlamada anlamlı sonuç çıkmayan işlemler dikkate alınmıştır. Örneğin kullanılan sosyal medya platformlarından her birisi bağımsız değişken olarak alınıp eğilimler üzerinde fark oluşturup oluşturmadığı hesaplanmış olmasına karşın facebook dışındaki platformların herhangi bir anlamlı fark oluşturmadığı belirlendiği için bunlara ait değerler verilmemiş, fakat yorumlamalarda dikkate alınmıştır.

5. Bulgular ve Yorumu

5.1. Sosyal Medyada Vakit Geçirme Durumu

Tablo 2 Sosyal medyada gün içerisinde ne kadar vakit geçiriyorsunuz

	Frekans	Yüzde	Birikimli Yüzde
Bir saatten daha az	86	20,0	20,0
1-2 saat	150	35,0	55,0
2-3 saat	93	21,7	76,7
3-4 saat	47	11,0	87,6
4 saat ve üzeri	53	12,4	100,0
Toplam	429	100,0	

Tablo 2'de yer alan verilere göre örneklemdaki öğrencilerin gün içerisinde, %20'sinin bir saatten daha az, %35'inin 1-2 saat, %21,7'sinin 2-3 saat, %11,0'inin 3-4 saat ve %12,4'ünün 4 saatten daha fazla sosyal medyada vakit geçirdiklerini beyan ettikleri görülmektedir. Tablo incelendiğinde en yüksek oranın 1-2 saat vakit geçirenlerin (%35,0) olduğu görülmektedir. Buna en yakın oran ise 2-3 saat vakit geçirdiğini beyan edenlerdir (%21,7). Bu durumda örnekleme yer alan öğrencilerin yarısından fazlasının (toplamda %56,7) günde en az 1-3 saat kadar sosyal medyada vakit geçirdikleri söylenebilir. Sosyal medyada

3-4 saatten daha fazla süre geçirenlerin oranı ise toplamda %23,4'tür. Bu durumda her dört öğrenciden birinin gün içerisinde 3 saatten daha fazla sosyal medyada vakit geçirdiği söylenebilir. Bir saatten daha az vakit geçirdiğini beyan edenlerin oranı ise %20,0'dir.

5.2. Gençlerin Kullandıkları Sosyal Medya Platformları

Tablo 3: Kullanılan Sosyal Medya Platformları

	Frekans	Yüzde
Instagram	364	84,8
Youtube	312	72,7
Facebook	231	53,8
Google+	220	51,3
Snepchat	170	39,6
Twitter	147	34,3
Pineterst	53	12,4
Vine	36	8,4
Diğer	26	6,1
Wordpress	18	4,2
Linkedin	15	3,5
Toplam	429	100

Katılımcılara en çok hangi sosyal ağı kullanıyorsunuz diye sorduğumuzda %84,8'i Instagram, %72,7'si Youtube, %53,8'i Facebook, %51,3'ü Google+, %39,6'sı Snapchat ve %34,3'ü Twitter, %12,4'ü Pineterest, %8,4'ü Vine, %4,2'si Wordpress, %3,5'i LinkedIn sosyal ağını kullandığını beyan ederken %6,1'i de diğer sosyal medya platformlarını kullandığını beyan etmiştir. Tablo incelendiğinde gençlerin en fazla kullandığı sosyal ağı instagram olduğu görülmektedir. Bunu Youtube ve Facebook takip etmektedir. "Görsel" (fotoğraf yahut video) paylaşımı odaklı olan sosyal ağların gençler tarafından fikir/yazı odaklı sosyal ağlara (Twitter, Wordpress gibi..) göre daha fazla tercih edildiği görülmektedir.

5.3. Sosyal Medyada Vakit Geçirme Durumuna Göre Bağımlı Değişkenler

Tablo 4: Sosyal Medyada Vakit Geçirme Süresine Bağlı Olarak Değer

Değer Boyutu	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	SD	Kareler Ortalaması	F	P	Farklılığın Oluştığı Puan Türü
Aile kutsal-itaat	Gruplar Arası	6,538	4	1,635	2,091	,081	3-4 saat- 4 ≥ *
	Grup İçi	326,041	417	,782			
	Toplam	332,580	421				
Hayat-amaçsız	Gruplar Arası	19,600	4	4,900	4,572	,001	4 ≥ - 1 < ** 4 ≥ - 1-2 saat** 4 ≥ - 2-3 saat** 4 ≥ - 3-4 saat**
	Grup İçi	446,900	417	1,072			
	Toplam	466,499	421				
Hayata-hazır-eğt-yet	Gruplar Arası	11,299	4	2,825	2,963	,020	1 < - 2-3 saat* 1 < - 3-4 saat*
	Grup İçi	387,941	407	,953			
	Toplam	399,240	411				
Sosyalmedya güveniyor	Gruplar Arası	14,745	4	3,686	4,349	,002	1 < - 3-4 saat* 1 < - 4 ≥ **
	Grup İçi	344,959	407	,848			
	Toplam	359,704	411				

* p<0,05; ** p<0,01 (4 ≥ : 4 saat ve üzeri, 1 < : 1 saatten az)

Tablo 4'te değer eğilimlerinin sosyal medyada vakit geçirme süresine bağlı olarak istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde farklılaştığı değer boyutları yer almaktadır. Farklılıkların sosyal medyada ne kadar vakit geçiren katılımcıların ortalamalarından kaynaklandığını belirlemek amacıyla Post Hoc Tukey HSD testi yapılmıştır. Buna göre aileyi kutsal addedip ona itaati gerekli görme konusunda sosyal medyada 3-4 saat (3,2553) vakit geçirenlerle 4 saatten daha fazla (3,7358) vakit geçirenler arasında 4 saatten fazla vakit geçirenler lehine (p0,054<(0,05) anlamlı düzeyde bir farklılaşma olduğu tespit edilmiştir.

Hayatı amaçsız olarak değerlendiren katılımcılar arasında sosyal medyada vakit geçirme sürelerine göre istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde farklılaşmalar olduğu görülmektedir. Farklılaşmanın 4 saatten daha fazla (3,3459) sosyal medyada vakit geçirenlerle diğer değişkenler arasında 4 saatten fazla vakit geçirenlerin lehine olduğu görülmektedir; 4 saatten fazla ile 1 saatten az (2,6746) (p0,002<(0,01)), 4 saatten fazla ile 1-2 saat (2,7313) (p0,002<(0,01)), 4 saatten fazla ile 2-3 saat (2,7216) (p0,005<(0,01)), 4 saatten fazla ile 3-4 saat (2,6312) (p0,006<(0,01)). Bu durum sosyal medyada vakit geçirmeye hayatı amaçsız olarak değerlendirme arasındaki göz ardı edilemeyecek derecede önemli doğrusal bir ilişkinin olduğunu göstermektedir.

Alınan eğitimin hayata hazırlama konusunda yeterli olduğunu düşünenler arasında sosyal medyada 1 saatten daha az (3,6767) vakit geçirenlerle 2-3 saat (3,2955) vakit geçirenler arasında 1 saatten daha az vakit geçirenlerin lehine (p0,081<(0,05)) ve 1 saatten daha az

(3,6767) vakit geçirenlerle 3-4 saat (3,1449) vakit geçirenler arasında 1 saatten daha az vakit geçirenlerin lehine ($p < 0,027 < (0,05)$) istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde farklılaşma olduğu tespit edilmiştir. Sonuçlar sosyal medyada daha az vakit geçiren gençlerin kendilerini geleceğe hazır hissetme konusunda daha iyimser olduğunu göstermektedir.

Sosyal medyaya güvenme konusunda da sosyal medyada 1 saatten daha az (2,5301) vakit geçirenlerle 3-4 saat (3,0707) vakit geçirenler arasında 3-4 saat vakit geçirenler lehine ($p < 0,013 < (0,05)$) ve 1 saatten daha az (2,5301) vakit geçirenlerle 4 saatten fazla (3,0849) vakit geçirenler arasında 4 saatten fazla vakit geçirenler lehine ($p < 0,006 < (0,01)$) istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde farklılaşma olduğu tespit edilmiştir. Sosyal medyada daha az vakit geçirenler beklendiği üzere ona daha az güvenmektedirler.

5.4. Facebook Kullanma Durumuna Göre Bağımlı Değişkenler

Tablo 5: Facebook kullanımı ve değer eğilimleri T-Testi Sonuçları

	Facebook kullanma durumu	N	M	SD	Std. Error Mean	T	P
Aile-uyum	Evet	227	3,9618	,91571	,06078	-1,622	0,105
	Hayır	195	4,0959	,78194	,05600		
Ailekutsal-itaat	Evet	227	3,6579	,87009	,05775	2,534	0,012
	Hayır	195	3,4393	,89810	,06431		
İdealist-amaç	Evet	227	3,4585	,92539	,06142	0,804	0,422
	Hayır	193	3,3873	,88052	,06338		
Hayat-amaçsız	Evet	227	2,8847	1,05680	,07014	0,337	0,034
	Hayır	195	2,6667	1,03822	,07435		
Hayata-hazır-eğt-yet	Evet	221	3,4902	,96060	,06462	0,849	0,396
	Hayır	191	3,4075	1,01445	,07340		
Sosyal medya güveniyor	Evet	220	2,8693	,95041	,06408	0,334	0,115
	Hayır	192	2,7235	,91442	,06599		
Sosyal medya olumsuz	Evet	220	2,8159	1,07969	,07279	-2,182	0,030

	Hayır	192	3,0365	,97144	,07011		
--	-------	-----	--------	--------	--------	--	--

Tablo 5'te yer alan T-Testi verilerine göre gençlerin değer eğilimlerinin facebook kullanma değişkenine bağlı olarak bazı boyutlarda istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde farklılaşma gerçekleştiği görülmektedir. Nitekim aileyi kutsal addedip ona itaati gerekli gören gençlerin ortalamaları incelendiğinde facebook kullananların (3,6579), kullanmayanlara (3,4393) göre bu fikre daha çok katıldıkları görülmektedir (t:2,534, p0,012). Bu sonuç, facebook kullanan katılımcıların, diğerlerine oranla geleneksel değerlere daha fazla önem verdiği şeklinde yorumlanabilir.

Hayatı amaçsız olarak değerlendirme boyutunda da facebook kullanan katılımcılarla kullanmayanlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde farklılaşma olduğu görülmektedir (t:0,337, p0,034). Bu boyutta farklılaşma, facebook kullananlara (2,6667) oranla kullananlar (2,8847) lehine gerçekleşmiştir. Dolayısıyla facebook kullanan öğrencilerin, kullanmayanlara göre hayatı amaçsız olarak değerlendirme eğiliminin daha fazla olduğu söylenebilir.

Tablo 5 incelendiğinde sosyal medyayı olumsuz olarak değerlendirenler arasında da facebook kullanma değişkenine bağlı olarak istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde bir farklılaşmanın (t:-2,182, p0,030) olduğu görülmektedir. Buna göre facebook kullanan katılımcıların (3,0365), facebook kullanan (2,8159) katılımcılara oranla sosyal medyayı olumsuz olarak değerlendirme eğilimlerinin daha fazla olduğu şeklinde bir yorum yapılabilir.

5.5. Cinsiyet Değişkenine Göre Bağımlı Değişkenler

Tablo 6: Cinsiyet değişkenine göre değer eğilimleri T-testi sonuçları

Bileşen Boyutu	Cinsiyet	N	M	SD	T	P
Ailekutsal-itaat	Kadın	168	3,4246	,88132	-2,502	0,013
	Erkek	254	3,6444	,88462		
Hayat-amaçsız	Kadın	168	2,5317	,93091	-4,214	0,000
	Erkek	254	2,9508	1,09621		
Hayata-hazır-eğt-yet	Kadın	165	3,3455	1,01939	-1,796	0,073
	Erkek	247	3,5229	,95786		

Tablo 6'da yer alan T-testi sonuçlarına göre aileyi kutsal addedip, ona itaati gerekli görmek hususunda cinsiyet değişkenine bağlı olarak istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde bir farklılaşma olduğu görülmektedir (t:-2,502, p0,013). Ortalamalar incelendiğinde erkeklerin (3,6444) aileyi kutsal addedip ona itaat etmenin gerekli olduğu fikrine kadınlara (3,4246) oranla daha fazla katıldıkları söylenebilir.

Hayatı amaçsız olarak değerlendirme boyutunda erkekler ve kadınlar arasında istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde bir farklılaşma ($t: -4,214, p0,000$) vardır. Erkeklerin (2,9508) ortalamasının, kadınlara (2,5317) göre daha yüksek olması, erkeklerin hayatı amaçsız olarak değerlendirme eğiliminin daha fazla olduğunu göstermektedir. Kadınlar arasındaki standart dağılımın yüksek olması ise, kadınların bu konuda daha fazla görüş ayrılığı içerisinde olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Alınan eğitimin hayata hazırlamada yeterli olduğu konusunda cinsiyet değişkenine bağlı olarak, erkeklerin lehine istatistiksel açıdan anlamlı ölçüde farklılaşma ($t: -1,796, p0,073$) olduğu görülmektedir (Kadınlar (3,3455), erkekler (3,5229)). Erkek öğrenciler kızlara göre kendi eğitim ve yeteneklerine daha fazla güvenmektedir.

5.6. Okul Türü Değişkenine Göre Bağımlı Değişkenler

Tablo 7: Okul Değişkenine Göre Değer Eğilimleri ANOVA Sonuçları

Değer Boyutu	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	SD	Kareler Ortalaması	F	P	Farklılığın Oluştığı Okul Türü
Ailekutsal-itaat	Gruplar Arası	20,970	4	5,243	7,016	,000	Fen-Anadolu* Fen-İHL* Fen-Mes.Tek**
	Grup İçi	311,609	417	,747			
	Toplam	332,580	421				
İdealist-amaç	Gruplar Arası	12,700	4	3,175	3,990	,003	Anadolu-İHL* Fen-İHL**
	Grup İçi	330,224	415	,796			
	Toplam	342,923	419				
Hayat-amaçsız	Gruplar Arası	41,425	4	10,356	10,160	,000	Mes. Tek-Anadolu* Mes. Tek-Fen** Mes. Tek. -İHL* Anadolu-Fen*
	Grup İçi	425,074	417	1,019			
	Toplam	466,499	421				
Hayata-hazır-eğit-yet.	Gruplar Arası	15,298	4	3,824	4,054	,003	Fen-Anadolu* Fen-Mes. Tek.**
	Grup İçi	383,942	407	,943			
	Toplam	399,240	411				
Sosyalmedya güveniyor	Gruplar Arası	10,702	4	2,675	3,120	,015	Fen-Anadolu* Fen-İHL*
	Grup İçi	349,002	407	,857			
	Toplam	359,704	411				

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$

Tablo 7’de okul türü değişkenine bağlı olarak değer eğilimlerinde istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde farklılık oluşan değer boyutlarına yer verilmiştir. Farklılıkların hangi okul türüne ait katılımcıların ortalamalarından kaynaklandığını belirlemek amacıyla Post Hoc Tukey HSD testi yapılmıştır. Test sonucu “aileyi kutsal addedip ona itaati gerekli görme” değer boyutunda farklılığın Fen lisesi (3,1848) ile Anadolu (3,5355), İHL (3,7654) ve

Mesleki ve Teknik lise (3,7694) arasında oluştuğunu göstermektedir. Farklılığın Fen Lisesi ile Anadolu Lisesi arasında Anadolu Lisesi lehine ($p_{0,019} < (0,05)$), Fen lisesi ile İHL arasından İHL lehine ($p_{0,019} < (0,05)$), Fen Lisesi ile Mesleki ve Teknik lise arasında Mesleki ve teknik lise lehine ($p_{0,000} < (0,01)$) oluştuğu görülmektedir. Bu sonuçlar değerlendirildiğinde Fen lisesinde öğrenim gören gençlerin, “aileyi kutsal addedip ona itaat etmeyi gerekli görme” fikrini Anadolu Lisesi, İHL ve Mesleki ve teknik lisede öğrenim gören gençlere göre daha az benimsedikleri söylenebilir.

Hayatın anlamının idealist amaçlarda olduğunu düşünen gençler arasında da okul değişkenine göre istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde bir farklılaşma vardır. Farklılaşma, Anadolu Lisesi (3,3480) ile İHL (3,9537) arasında İHL lehine ($p_{0,011} < (0,05)$) ve Fen Lisesi (3,2717) ile İHL (3,9537) arasında İHL lehine ($p_{0,05} = (0,05)$) gerçekleşmiştir. Bu durum İHL’de öğrenim gören gençlerin Anadolu ve Fen liselerinde öğrenim görenlere göre hayatın anlamını idealist amaçlarda görme eğiliminin daha yüksek olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Hayatı amaçsız olarak değerlendiren gençler arasında okul değişkenine göre anlamlı düzeyde bir farklılaşma gerçekleşmiştir. Farklılaşma, Mesleki ve teknik lisede (3,1450) öğrenim görenlerle Anadolu Lisesinde (2,7742) öğrenim görenler arasında Mesleki ve teknik lisedekiler lehine ($p_{0,013} < (0,05)$), Mesleki ve teknik lisedekilerle (3,1450) Fen lisesindekiler (2,3333) arasında Mesleki ve teknik lisede öğrenim görenler lehine ($p_{0,000} < (0,01)$), Mesleki ve teknik lisedekilerle (3,1450) İHL’dekiler (2,4815) arasında Mesleki ve teknik lisede öğrenim görenler lehine ($p_{0,16} < (0,05)$) ve Anadolu Lisesinde (2,7742) okuyanlarla Fen lisesinde (2,3333) okuyanlar arasında Anadolu Lisesi lehine ($p_{0,09} < (0,05)$) gerçekleşmiştir. Ortalamalar incelendiğinde hayatı amaçsız olarak değerlendirmede en yüksek oranın Mesleki ve teknik lisede öğrenim gören öğrencilerde gerçekleştiği görülmektedir. Bunu sırasıyla Anadolu Lisesi, İHL ve Fen lisesinde öğrenim görenler takip etmektedir. Buna göre mesleki ve teknik lisede öğrenim gören gençlerin Fen, Anadolu ve İHL’de öğrenim görenlere oranla hayatı amaçsız olarak değerlendirmeye daha yatkın oldukları söylenebilir.

Aldığı eğitimin hayata hazırlamada yeterli görmede Fen Lisesi (3,0978) ile Anadolu Lisesi (3,5200) arasında Fen Lisesinde öğrenim görenler lehine ($p_{0,010} < (0,05)$) ve Fen Lisesi (3,0978) ile Mesleki ve teknik lise (3,5827) arasında Mesleki ve teknik lisede öğrenim görenler lehine ($p_{0,002} < (0,01)$) anlamlı düzeyde bir farklılaşma olduğu görülmüştür. Bu durum Fen Lisesinde öğrenim gören gençlerin, okullarında verilen eğitimin hayata hazırlamada noktasında, Anadolu Lisesi ve Mesleki ve Teknik lisede öğrenim görenlere oranla daha yeterli gördükleri şeklinde yorumlanabilir.

Son olarak sosyal medyaya güvenme değer boyutunda Fen Lisesinde öğrenim görenlerle (2,7554) ile Anadolu Lisesi (2,9733) arasında Anadolu Lisesi lehine ($p_{0,080} < (0,05)$), Fen Lisesi (2,7554) ile İHL (3,1296) arasında İHL lehine ($p_{0,032} < (0,05)$) istatistiksel açıdan

anlamli düzeyde bir farklılaşmanın olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre Fen Lisesinde öğrenim gören gençlerin Anadolu Lisesi ve İHL’de öğrenim görenlere göre sosyal medyaya daha az güvendikleri söylenebilir.

Sonuç ve Değerlendirme

Gençlerin sosyal medya kullanma durumları ve sosyal medya kullanma durumuna bağlı olarak aile, hayatın amacına dair değerleri ve kendi eğitim ve yeteneklerine güvenme durumlarını belirlemeyi amaçlayan bu çalışma sonucunda örnekleme yer alan gençlerin büyük çoğunluğunun (%80) gün içerisinde en az 1 saat olmak üzere sosyal medyada vakit geçirdiği belirlenmiştir. Çeşitli araştırmalar (bkz. Yıldız ve Demir, 2016, s.25) çalışmamızla paralel biçimde gençlerin büyük kısmının sosyal medyada günde bir saatten fazla vakit geçirdiğini göstermiştir. Gençlerin %12’sinden fazlasının ise günde dört saatten fazla sosyal medyada vakit geçirmesi bağımlılığa ve sosyal yabancılaşmaya ilişkin dikkat edilecek bir eşiği işaret etmektedir. Zira lise gençliği üzerine yapılan bir başka araştırma (bkz. Amaghani ve Akbağ, 2018, ss.5-24) sonucuna göre zamanının önemli kısmını sosyal ağlarda geçiren gençlerin bu platformlarda yalnızlıktan kurtulmaya çalıştığını ancak bu platformlarda zaman geçirme arttıkça ruhsal sorunlar ve yalnızlığın yükseldiğini göstermiştir.

Örnekleminizdeki gençlerin en çok kullandığı sosyal medya platformu Instagram olurken bunu sırasıyla Youtube, Facebook, Google+ Snapchat ve Twitter takip etmektedir. En sık kullanılan platformların öne çıkan işlevleri daha çok etkinlik/anı paylaşımı, arkadaş takibi/iletişimi ve eğlenceye yöneliktir. Twitter gibi siyasal ve entelektüel düzeyi daha yüksek platformların ise nispeten daha az takip edildiği anlaşılmaktadır. Bu değerlendirme Türkiye’de internet kullanımına yönelik çeşitli raporlarla da desteklenmektedir. Kaspersky Lab’in yayınladığı bir rapora göre 2018’in Haziran ayından Ağustos’un ortasına kadarki sürede bilgisayar ve mobil cihazlardan internette yapılan aramalara ilişkin istatistiklerde Türkiye’de internet kullanımı en çok ses ve video, haber sitelerinin takibi ve internet iletişim medyası için kullanılmaktadır. Aynı raporda ülkemizdeki çocukların dünyanın geri kalanındaki yaşlılarına göre iletişimle ilgili sitelerde daha yüksek oranda vakit geçirdiği tespiti de yapılmıştır (Çocuklarda İnternet Kullanım Karnesi, 2019).

Yapılan araştırmadan elde edilen sonuçlara göre sosyal medyada vakit geçirme süresi ile hayatı anlamlandırma, geleceğe hazır hissetme ve sosyal medyaya güvenme değişkenleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde bir farklılaşma gerçekleştiği görülmektedir. Bulgular sosyal medyada fazla vakit geçirenlerin, daha az vakit geçirenlere oranlara hayatı amaçsız olarak değerlendirme eğilimlerinin daha fazla olduğunu göstermiştir. Kanaatimizce bu durum gelişimsel olarak önemli bir gençlik görevi kabul edilen hayatın amacını belirleme açısından sosyal medyayı fazla kullanmanın olumsuz etkisini göstermektedir. Çalışmanın ortaya koyduğu bir başka sonuç bu değerlendirmeyi destekler mahiyettedir. Buna göre sosyal medyada daha az vakit geçiren gençler kendilerini

geleceğe hazır hissetme konusunda daha iyimserdirler. Bu gençler kendilerinin eğitimlerine ve yeteneklerine daha fazla güvenmektedir. Özellikle Fen Lisesi gibi eğitim kalitesi yüksek okullarda okuyan gençlerde bu güvenin daha yüksek ortaya çıkması alınan eğitimin kalitesi, geleceğe hedef ve umutla bakma ve ideallere sahip olma gibi özelliklerin sosyal medyada gereksiz zaman harcamayı engelleyici bir faktör olduğu yorumunu yapmaya imkân vermektedir.

Ulaşılan bulgular gençlerin aileye, hayata ve geleceğe bakışlarının cinsiyet değişkenine bağlı olarak da değişkenlik gösterdiğini göstermektedir. Erkek öğrenciler, aileyi kutsal addedip ona itaati gerekli görme fikrine kız öğrencilere göre daha fazla katılmaktadır. Bu durum aile söz konusu olduğunda genç erkeklerin daha geleneksel ve itaat merkezli düşünmeye devam ettikleri şeklinde yorumlanabilir. Kız öğrenciler ise ölçekte yer alan aileyi kutsal temele dayandırıp vurgulayan kanaate daha ihtiyatlı yaklaşmışlardır. Bu sonuç geleneksel olarak ailede itaate ilişkin hususların toplumumuzda kadın üzerinden tanımlanması ve bunun yükünü daha fazla hisseden kız öğrencilerin temkinli davranma eğilimine girmesine bağlanabilir.

Geleceğe bakış açısından genç kız ve erkeklere ait değerler ilginç farklılaşmalar göstermektedir. Ulaşılan değerler erkeklerin hayata daha amaçsız ancak geleceğe daha güçlü bir özgüvenle baktıklarını göstermektedir. Bu durumun genç erkek öğrenciler için altı çok fazla doldurulamayan bir özgüven yorumuna imkân verip vermediği sorusu sorulabilir. Zira çalışmadan elde edilen diğer bulgular kaliteli eğitim veren okullar ve sosyal medyada daha az zaman geçirmeye geleceğe umutla bakma arasında olumlu ilişki bulunduğunu gösterirken, geleceğe umutla bakışla çok ilişkili olan hayatta bir amaç ve ideal sahibi olma ile gelecek için kendine güvenme arasında ters ilişki çıkması makul görünmemektedir. Genç erkeklerde hayatı amaçsız değerlendirme eğilimi daha yüksekken aldıkları eğitim ve yeteneklerinin kendilerini hayata hazırlamada yeterli olduğu fikrine kız öğrencilere göre daha fazla katılmaktadırlar.

Erkek öğrencilerin geleceğe ilişkin özgüvenli bakışını benzer çalışmaların sonuçları ile değerlendirdiğimizde genel olarak benzer eğitim özelliklerine sahip erkek öğrencilerin kızlara göre daha cesurca cevap verdikleri görülmektedir. Söz konusu veriler literatürde yer alan çeşitli çalışmalarla birlikte değerlendirildiğinde erkek öğrencilerin aldıkları eğitim ve sahip oldukları yeteneklere güvenme konusunda daha cesur davranma eğiliminde buldukları anlaşılmaktadır. Nitekim literatürde gelecekte umut konusunda kadın ve erkekler arasında net farklılıklar ortaya çıkmazken (bkz. Şen, 2015, s.54-60) kendi yeteneklerine güven konusunda farklılaşmalara rastlanmaktadır. Şahin (2013: 103) sosyal bilgiler öğretmen adayları üzerine yaptığı öz yeterlilik çalışması bu yorumu destekleyen sonuçlar ortaya koymuştur. Benzer şekilde Güder (2018) erkeklerde kendi beceri ve yeteneklerine güvenme düzeyinin kadınlara göre daha yüksek olduğunu belirlemiştir. Çalışmada erkek öğretmen adaylarının kızlara göre değerler eğitimi öz yeterlilikleri daha yüksek bulunmuştur.

Öğrenim görülen okul değişkenine bağlı olarak elde edilen bulgular düşük eğitim kalitesine sahip olan okullarda hayata bir amaçla bakma oranının yüksek, sosyal medyaya güven oranının ise daha düşük olduğunu göstermektedir. Bulgular mesleki ve teknik lisede öğrenim gören gençlerin fen, anadolu ve İHL'de öğrenim görenlere oranla hayatı amaçsız olarak değerlendirmeye daha yatkın olduklarını göstermiştir. Ortalamalar incelendiğinde hayatı amaçsız olarak değerlendirmede en yüksek oranın mesleki ve teknik lisede öğrenim gören öğrencilerde gerçekleştiği görülmektedir. Bu durum akademik başarı için de hayatta bir ideal ve amaca sahip olmanın önemini göstermektedir. Öte yandan eğitimin daha kaliteli olduğu ve başarılı öğrencilerin yoğunlaştığı okullar olarak fen lisesinde öğrenim gören gençlerin diğer okullarda öğrenim görenlere göre sosyal medyaya daha az güvendikleri anlaşılmaktadır. Kanaatimizce bu durum akademik başarının bir öncülü olan kritik düşünme, sağlam bilgiye dayanma eğiliminin sosyal medyaya da yansması şeklinde yorumlanabilir.

Bu çalışmanın sonuçları gençlerin sosyal medya kullanımı ile hayatı anlamlandırma ve geleceğe dair umut değerleri arasında anlamlı farklılaşmalar olduğunu göstermiştir. Gençlerin bu araştırmaya konu edilen iki temel değer dışındaki bireysel ve toplumsal değerleri ile sosyal medya kullanımı arasındaki ilişkiye dair yeni çalışmalar yapılarak sosyal medya ve gençlik değerlerine ilişkin bütüncül bir perspektif geliştirilmesine ihtiyaç olduğu anlaşılmaktadır.

KAYNAKÇA

- Amaghani, F. F., Akbağ, M. (2018). Gençlerde sosyal medyaya yönelik tutumlar ve yalnızlık: İlişkisel bir inceleme. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 6(15), 5-24.
- Babacan, M. E. (2006). Toplumsal derinlik, sosyal medya ve gençlik. *İnsan ve Toplum*, 6 (1), 23-45.
- Bayyığıt, M. (2011). *Gençlik ve din*. Konya: Yediveren Kitap.
- Coşkun, R., Altunışık R., Bayraktaroğlu, S., Yıldırım, E. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri (SPSS Uygulamalı)*. Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Güder, O. (2018) Sınıf Öğretmenlerinin Fen Bilimleri Dersine Yönelik Teknolojik Pedagojik Alan Bilgisi Öz Güven Algılarının İncelenmesi. Dumlupınar Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Kütahya.
- Hökekleli, H. (2002). Gençlik ve din. *Gençlik, Din ve Değerler Psikolojisi*. Ankara: Ankara Okulu Yayınları.
- Kaymakcan, R. & Meydan, H. (2016). *Ahlak değerler ve eğitimi*. İstanbul: Dem Yayınları.
- Oyman, N. (2016). Sosyal medya dindarlığı. *Kahramanmaraş Sütçü İmam İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 14(28).

- Sandström, C. I. (1982). *Çocuk ve gençlik psikolojisi*. Refia U. Şemin (çev.). İstanbul: İÜ Edebiyat Fakültesi Yayınları.
- Sayımer, İ. (2008). *Sanal ortamda halkla ilişkiler*, İstanbul: Beta Yayınları.
- Solmaz, B., Tekin, G., Herzem, Z., Demir, M. (2013). İnternet ve sosyal medya kullanımı üzerine bir uygulama. *Selçuk İletişim*, 7(4), 23-32.
- Şahin, T. (2013). Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Değerler Eğitimi Öz-Yeterliliklerinin İncelenmesi. Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul.
- Şen, A. S. (2015). Ergenlerin Sahip Oldukları Değerler İle Gelecek Beklentileri ve Madde Bağımlılığından Korunma Öz-Yeterliliği Arasındaki Yordayıcı İlişkiler. Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü (Yüksek Lisans Tezi). Konya.
- Uğürel Şemin, R. (1991). *Gençlik psikolojisi*. İstanbul: Remzi Yayınevi.
- Yağmurlu, A. (2011). Kamu yönetiminde halkla ilişkiler ve sosyal medya. *Selçuk İletişim Dergisi*, 7(1), 5-15.
- Yıldız, A., Demir, F. M. (2016). Üniversite Öğrencilerinin İnternet ve Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Örneği. *Sosyal Ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi Journal Of Social Sciences And Humanities Researches Girişimcilik Özel Sayısı*, 17(37).
- Yörükoğlu, A. (1986). *Gençlik çağı*. (13. bs.), Ankara: Özgür yayınları.
- Weinberg, T. (2009). *The new community rules: Marketing on the social rules*, USA: O'Reilly Media.
- Çocukların internet kullanım karnesi, erişim, 09.02.2019, https://www.kaspersky.com.tr/about/press-releases/2017_cocuklari-internet-kullanim-karnesi.
- We Are Social and Hootsuite, Digital in 2019, erişim: 04.04.2019, <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>.
- Türkiye İstatistik Kurumu, İstatistiklerle 2017, Gençlik. erişim: 13.01.2019, www.tuik.gov.tr.
- TÜİK, İstatistiklerle Aile, 2017, www.tuik.gov.tr, Erişim tarihi: 26.04.2019