



Copyright © 2018 T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı

<http://genclikarastirmalari.gsb.gov.tr/>

Gençlik Araştırmaları Dergisi • Ağustos 2018 • 6(15) • 5-24

ISSN 2147-8473

Başvuru | 03 Haziran 2018

Kabul | 06 Temmuz 2018

Gençlerde Sosyal Medyaya Yönelik Tutumlar ve Yalnızlık: İlişkisel Bir İnceleme*

*Farnaz Fathi Amaghani**

*Müge Akbağ***

Öz

Ülkemizde ve dünyada gençlerin büyük bir çoğunluğu zamanlarının büyük bir kısmını sosyal ağlarda geçirmekte ve sosyal medya sitelerinin gençler tarafından kullanımı gün geçtikçe artmaktadır. Bu noktada, gençlerin sanal ortamda oluşturdukları ilişki ağı ile yalnızlık duygusundan kurtulmaya çalıştıkları düşünülebilir. Sosyal medyaya yönedikçe gençlerin gerçek sosyal ortamlardan uzaklaşmaları ve gittikçe yalnızlığa doğru sürüklenmeleri de muhtemel görünmektedir. Bu varsayımdan hareketle; bu çalışmanın temel amacı, gençlerin yalnızlık düzeyleri ile sosyal medyaya ilişkin tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Bu araştırmada ayrıca, gençlerin yalnızlık düzeyleri ve sosyal medyaya yönelik tutumlarının sosyal medyayı kullanım sıklıkları ve kullandıkları araca göre farklılaşp farklılaşmadığı da incelenmiştir. Araştırma, İstanbul ili Kadıköy ilçesindeki dört devlet okulunun 10. ve 11. sınıflarında okuyan 120' si kız 130' u erkek toplam 250 lise öğrencisi üzerinde yapılmıştır. Araştırmada lise öğrencilerinin yalnızlık düzeylerini ölçmek için "UCLA Yalnızlık Ölçeği" (Demir, 1989), sosyal medyaya yönelik tutumlarını ölçmek için "Sosyal Medya Tutum Ölçeği" (Otrar ve Argın, 2015), diğer değişkenlere yönelik bilgi almak için "Kişisel Bilgi Formu" kullanılmıştır.

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre, Sosyal Medya Tutum Ölçeği toplam puanı ile UCLA Yalnızlık Ölçeği toplam puanı arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Ayrıca, UCLA Yalnızlık Ölçeği puanları ile Sosyal Medya Tutum Ölçeği'nin sosyal yetkinlik alt boyutu, paylaşım ihtiyacı alt boyutu, öğretmenlerle ilişki alt boyutu puanları arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler olduğu tespit edilirken; Sosyal Medya Tutum Ölçeği sosyal izolasyon alt boyutu puanları ile UCLA Yalnızlık Ölçeği puanları arasında negatif yönde anlamlı bir ilişkinin olduğu bulunmuştur. Diğer taraftan; gençlerin yalnızlık düzeyleri ve sosyal medyaya yönelik tutumlarının sosyal medyayı kullanım sıklığı ve kullanılan araca göre farklılaştığı tespit edilmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgulardan hareketle; yalnızlık duygusunu hafifletmek için sosyal medyaya yönelen gençlerde bağımlılık riskini azaltmak üzere yapılabilecek koruyucu ve önleyici hizmetler bağlamında önerilerde bulunulmuştur. Ayrıca gençlerde yalnızlık ve sosyal medya arasındaki karşılıklı ilişkinin doğasını daha iyi açıklayabilmek için ileride yapılacak araştırmalara yönelik öneriler de getirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yalnızlık, Sosyal Medya, Tutumlar, Lise Öğrencileri, Gençler.

* Bu makale, Dr. Öğretim Üyesi Müge AKBAĞ'ın danışmanlığında yürütülen yüksek lisans tezine dayanarak hazırlanmıştır.

** Uzm. Psikolojik Danışman, farnaz_fathi_64@yahoo.com.

*** Dr. Öğretim Üyesi, Marmara Üniversitesi, Atatürk Eğitim Fakültesi, Rehberlik ve Psikolojik Danışma Anabilim Dalı, İstanbul, makbag@marmara.edu.tr, makbag2014@gmail.com.

Abstract

The vast majority of youth in our country and around the world spend most of their time on social networks and the use of social media sites by young people is increasing day by day. At this point, it can be considered that young people are trying to get rid of the feeling of loneliness through the network of relationships they create in the virtual environment. As they move to social media, it seems likely that young people will move away from the real social environment and gradually drift towards loneliness. Based on this assumption, the main purpose of this study is to investigate the relationship between loneliness levels and attitudes towards social media among young people. In this study, it was also examined that young people's loneliness levels and attitudes towards social media differentiate or not in terms of frequency of use and the tools they use to connect social media. The research was carried out on 250 high school students, 120 girls and 130 boys, who attended 10th and 11th grades of four state schools in Kadıköy district, İstanbul. In this study, it was used "UCLA Loneliness Scale" (Demir, 1989) to measure the loneliness levels of high school students, "Social Media Attitude Scale" (Otrar ve Arğın, 2015) for measuring the attitudes towards social media and "Personal Information Form" to gain information on other variables.

Results showed that there was a significant positive correlation between the total score of the Social Media Attitude Scale and the total score of the UCLA Loneliness Scale. In addition, a positive significant relationship has been found between UCLA Loneliness Scale scores and some subscale scores of Social Media Attitude Scale (social competence, need for sharing and relationships with teachers), and a negative significant relationship has been found between UCLA Loneliness Scale scores and the social isolation subscale scores of Social Media Attitude Scale. On the other hand; the level of loneliness of young people and attitudes towards social media differ according to the frequency of use of social media and the tools they used to connect social media. Based on the findings obtained from the research; suggestions have been made in the context of protective and preventive services to reduce the risk of addiction in young people who are turning to social media to alleviate the feeling of loneliness. Moreover, suggestions have been made for further research in order to better explain the nature of the reciprocal relationship between loneliness and social media in young people.

Keywords: Loneliness, Social Media, Attitudes, High School Students, Young People.

Giriş

İnsan ilişkileri bilim, teknoloji, sanat, ekonomi ve iletişim alanındaki gelişmeler nedeniyle toplumdan topluma ve bir toplum içerisinde zamanla değişmektedir (Bilgin, 1988). Özellikle iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve hızlı internet erişimi sosyal medyayı modern toplumun ayrılmaz bir parçası haline getirmiştir. Medyanın farklı bir boyutu olan ve birçok etkinliğe ev sahipliği yapan *sosyal medya*, insanları bir araya getirip aynı amaç doğrultusunda örgütleme özelliğine sahiptir. Kullanıcılar sosyal medyada kişisel bilgilerinin yanı sıra çeşitli fotoğraflar ve videolar paylaşabilmekte, iş arayabilmekte, dünyanın dört bir yanındaki kişilerle ve gruplarla etkileşim kurabilmekte, gerçek dünyada eksikliğini hissettiği sosyal ilişki kurma ve paylaşım ihtiyacını giderebilmektedir (Aydoğan, 2010). Başka bir deyişle; sosyal medyanın özgür ve belirli bir mekândan bağımsız olması bireylerin bu ortamı

sosyalleşme açısından da etkin bir şekilde kullanmasına yol açmaktadır. Sosyal medya birçok insan için sanal da olsa dünyaya açılan bir pencere işlevi görmektedir.

Sosyal medya kavramının genel kabul görmüş bir tanımı bulunmamaktadır. Sosyal medya, genel anlamda Web 2.0 teknolojileri aracılığıyla daha derin sosyal etkileşime, topluluk oluşumuna ve işbirliği projelerini başarmaya imkan sağlayan web siteleri olarak tanımlanabilir (Akar, 2010). Tilley ve Eley (2009)'e göre, sosyal medya bloglar ve forumlar, fotoğraflar, ses kayıtları, videolar, linkler, sosyal ağlardaki profil sayfaları ve daha farklı içerikleri ifade eden geniş bir terimdir. Kaplan ve Haenlein (2010) ise sosyal medyayı "kullanıcı tarafından yaratılan içeriğin oluşturulmasına ve değiştirilmesine olanak tanıyan bir grup İnternet tabanlı uygulama" olarak tanımlamıştır. Kısaca insanları birbirine bağlayan web tabanlı bir yazılım olarak değerlendirilen (Showalter, 2012) sosyal medya, bireyin duygu ve düşüncelerini tanıdığı veya tanımadığı diğer kişilerle bir tuş tıklamasıyla paylaşabilmesine fırsat sunan sanal ortam uygulamasıdır (Edwardsen, 2012). Tanımlar dikkate alındığında; sosyal medyanın paylaşım ve sosyal etkileşime dayalı olduğu görülmektedir. Sosyal medya ağları gelişim sürecinde birçok değişikliklere uğramıştır. Sosyal medya denildiğinde akla ilk olarak Facebook ve Twitter gelmektedir. En popüler sosyal medya araçları Facebook ve Twitter olsa da sosyal medya çok geniş bir araç yelpazesine sahiptir. LinkedIn, Youtube, MySpace, Flickr ve Tumbler popüler olan diğer sosyal medya araçları arasında sayılabilir. Sosyal medya sitelerine katılım özellikle gençler ve genç yetişkinler arasında son yıllarda inanılmaz bir artış göstermiştir (Sheedy, 2011; O'Keeffe ve Clarke-Pearson, 2011). Özellikle okul çağında olan gençler zamanlarının önemli bir kısmını sosyal medya ağlarında geçirmektedirler. Ancak, çoğunlukla gençler tarafından kullanılan Myspace, Facebook, Youtube, Whatsapp, Viber gibi sosyal medya sitelerinin araştırma ya da bilgi edinme amacıyla değil de; daha çok arkadaşlarına erişme, özel yaşamlarını paylaşma ve tanımadığı diğer kişilere kendini tanıtmak başka bir deyişle eğlence ve iletişim amaçlı kullanıldığı belirtilmektedir (Özmen, Aküzüm, Sünkür ve Baysal, 2012; O'Keeffe ve Clarke-Pearson, 2011). Primack, Shensa, Sidani ve arkadaşları (2017) Amerika Birleşik Devletleri'nde genç yetişkinlerin yaklaşık %90'ının sosyal medyayı kullandıklarını, kullanıcıların büyük bir çoğunluğunun da bu siteleri günde en az bir kere ziyaret ettiklerini rapor etmiştir. Ülkemizde Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın (2013) 15-29 yaşları arasındaki gençler üzerinde yaptığı araştırmanın sonuçlarına göre; internet kullanıcısı gençlerin %96'sı sosyal medyayı kullanmaktadır. Gençlerin %86'sı sosyal medyaya günde en az 1 kere; %72'si ise her gün birkaç kere bağlanmaktadır. Her 3 gençten birisi sosyal medyada günde en az 3 saat geçirmektedir. Özellikle 15-17 yaş grubu (%35), bekârlar (%31) ve ortaöğretim ve altı mezunlarda (%31) bu oran daha yüksektir. Bu bulgular, bu araştırmanın da örneklem grubunu oluşturan gençlerin sosyal medya ile yakın bir ilişki içinde olduklarına ilişkin ipucu vermektedir. Aynı araştırmanın sonuçları; gençlerin en çok "sosyal medyada listelerindeki kişi ve kurumların paylaştıklarını takip ettikleri"ni (%89) ve "arkadaşlarının paylaştıklarına yorum yaptıkları"ni (%88) göstermiştir. Bu bulgu da, gençlerin sosyal medyayı bir sosyalleşme ortamı olarak gördüklerini ve bu ortamda sosyal ilişki kurma ihtiyaçlarını gidermeye çalıştıklarını düşündürmektedir.

Gelişimsel olarak ergenlik döneminde bulunan gençler için sosyal bağlar kurma ve aidiyet ihtiyacının giderilmesi ayrı bir öneme sahiptir. Bu ihtiyaçların yeterince karşılanmaması durumunda gençlerin yalnızlık duygusunu yaşamaları kaçınılmaz olmaktadır (Margalit, 2010; Segrin ve Flora, 2000; Weiss, 1973, Weiss, 1987). Araştırmacılar yalnızlık duygusunun gençler arasında oldukça yaygın olduğunu vurgulamakta (Manfusa, 2001; Pancar, 2009; Turan, 2010); bu duygunun gençler için temel bir sorun olduğuna işaret etmektedirler (Roscoe ve Skomski, 1989). Gençlerdeki yalnızlık duygusu depresyon, özgüven eksikliği, umutsuzluk, kendini çekici bulmama, sosyal çekingenlik, alkolizm, intihar eğilimi gibi olumsuz psikolojik özelliklerle de ilişki içindedir (Erim, 2001; Batıgün, 2006; Pancar, 2009; Turan, 2010). Dolayısıyla, yalnızlık gençler arasında ciddi bir psikososyal risk faktörü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Weiss'e (1973) göre, bireylerin ihtiyaç duyduğu en önemli sosyal gerekliliklerden birisi bağlanma ve sosyal bütünleşmedir. Bu sosyal gerekliliklerin herhangi birindeki en küçük yetersizlik farklı türde strese yol açmaktadır. Örneğin; bağlanmadaki yaşanan yetersizlikler duygusal yalnızlığa, sosyal bütünleşmedeki yetersizlikler de sosyal yalnızlığa neden olmaktadır. Yalnızlık, bireyin sosyal çevresi olmamasından veya ihtiyaç duyduğu sosyal ilişkilerin yokluğundan ya da az olmasından kaynaklanmaktadır. Peplau ve Perlman (1982) ise, yalnızlığı insan ilişkileri bazında değerlendirerek bireyin olmasını istediği sosyal ilişkileri ile algıladığı ilişkiler arasındaki farklılıklardan kaynaklanan bir duygu olarak tanımlamaktadır. Bu görüşe göre yalnızlık, yalnız olma ile aynı anlama gelmemekte veya başkalarıyla olmak kişinin yalnızlık hissetmeyeceğini göstermemektedir. Yani, eğer birey kendi sosyal ilişkilerini doyurucu bulmuyorsa yalnızlık duygusu oluşur. Bu haliyle yalnızlık öznel bir yaşantıdır. Kendini yalnız hisseden birey acı verici bu duygudan kurtulmak adına çeşitli kaçış noktalarına yönelmektedir. Kitap okumak, müzik dinlemek, televizyon izlemek, sosyal faaliyetlere katılmak bu kaçış noktaları arasında yer almakla birlikte; gençler kolay ulaşılabilirliği nedeniyle daha çok sosyal medyayı tercih etmektedirler. Araştırmacılar yalnızlık duyguna sahip bireyler için internet temelli teknolojilerin; sosyal izolasyon duygularını hafifletmek, aidiyet ihtiyaçlarını karşılamak ve sosyal bağlarını güçlendirmek adına etkili bir yol olabileceğine işaret etmektedir (Pelling ve White, 2009; Matsuba, 2006; Morahan-Martin, 1999; Morahan-Martin ve Schumacher, 2003). Yapılan bazı araştırmalar aileden, akranlardan, öğretmenlerden ve sosyal çevreden algılanan sosyal desteğin eksik olmasının da gençlerin yalnızlık duygusunda artışa sebep olduğunu ve gençlerin sosyal destek ihtiyaçlarını internet ortamında gidermeye çalıştıklarını bildirmektedir (Atalay, 2014; Tanrıverdi, 2012; Chen, Li ve Long, 2007). Ayrıca, yalnızlık duygusuna sahip olan bireyler büyük bir olasılıkla kendilerini sosyal ilişkilerde yetersiz hissettiklerinden (McKenna, Green ve Gleason, 2002; Kim, LaRose ve Peng, 2009; Demir, 1990) gerçek sosyal ortamlarda yüz-yüze iletişim kurmak yerine internet yoluyla kendilerini ifade etmeyi daha güvenli ve daha az tehditkar buluyor olabilirler (McKenna, Green ve Gleason, 2002; Kim, LaRose ve Peng, 2009). Gençlerin sosyal medya sitelerine üye olmak suretiyle sanal ortamda arkadaş gruplarına kolayca katılabilmeleri ve kendilerini açma konusunda daha rahat oldukları için duygu ve düşüncelerini daha fazla ifade edebilmeleri yalnızlık duygularını

hafifletmelerine yardımcı olabilir. Bu nedenle de gençlerin; sosyal medyaya karşı olumlu bir tutuma sahip oldukları düşünülebilir.

İnternetin ve sosyal medyanın gençler üzerindeki olumlu ve olumsuz psikolojik etkileri de literatürde en çok tartışılan konular arasındadır. Bazı araştırmacılar sosyal medya kullanımının öğrencilerde öğrenmeyi desteklediğini (O’Keeffe ve Clarke-Pearson, 2011; McCarty, 2010), sosyalleşmeyi, iletişim becerilerini ve sosyal bağları geliştirdiğini belirtmektedir (O’Keeffe ve Clarke-Pearson, 2011; Jones, Blackey, Fitzgibbon ve Chew, 2010). Sosyal medya aracılığıyla sosyal bağların geliştirilmesi gençlerin psikolojik iyi oluşları, kimlik gelişimleri ve aidiyet duygusu üzerinde olumlu etkilere sahiptir (Allen, Ryan, Gray, McInerney ve Waters, 2014). Davis (2012)’e göre sosyal medya, gencin aidiyet duygusunu onun düşünceleri ve deneyimlerine dair akranlarından onay görme ihtiyacını karşılmasına imkân vererek destekleyebilir. Diğer taraftan; çevrimiçi ortamda pozitif geribildirimlere ve mesajlara maruz kalmak gencin sağlıklı ve olumlu bir benlik imajı geliştirmesine sağlayabilir (Allen ve ark., 2014; Barker, 2012). Yüz yüze iletişimde kendini rahat ve başarılı hissetmeyen gençler de çevirim içi ortamda chat yaparken kendilerini daha rahat açmakta; daha az utangaç hissederek yeni insanlarla daha kolay tanışmakta ve bu yolla kendilerini bir gruba ait hissetmektedirler. Böylelikle yalnızlık duyguları ve sosyal kaygıları azalarak psikolojik iyi oluş düzeyleri olumlu yönde etkilenebilmektedir (Laghi, Schneider, Vitoroulis ve ark., 2013; Davis, 2012; Bonetti, Campbell ve Gilmore, 2010). Sosyal medyanın olumlu etkilerini savunan bu görüşlere karşıt görüşler de mevcuttur. Bazı araştırmacılara göre; internet ve sosyal medyanın aşırı kullanımı gerçek sosyal ilişkilerdeki yüzyüze iletişimin azalmasına ve bu nedenle de sosyal izolasyona yol açmaktadır. Sosyal izolasyondaki artış da zamanla yabancılaşmaya ve bireyin kendini daha fazla yalnız hissetmesine neden olabilmektedir (Allen ve ark., 2014; McKenna, Green ve Gleason, 2002; Chou ve Hsiau, 2010; Primack ve ark., 2017; Yao ve Zhong, 2014; Bonetti, Campbell ve Gilmore, 2010; Chou ve Hsiau, 2010; Kim, LaRose, ve Peng, 2009). Olası diğer olumsuz etkiler; akademik başarıda düşüş, internete ve sosyal medyaya bağımlı hale gelmek, bağımlılıkla ortaya çıkan uyku yoksunluğu, siber zorbalığa maruz kalmak, cinsel içerikli mesajlara maruz kalmak olarak sıralanabilir (O’Keeffe ve Clarke-Pearson, 2011; Esen ve Siyez, 2011; Kim, LaRose ve Peng, 2009; Caplan, 2003).

Sonuç olarak; gençlerin dönemsel olarak kendilerini yalnız hissetmeye eğilimli olmaları, sosyal medyanın da günlük hayatta gittikçe önemli bir yer tutması ve bununla beraber aşırı kullanımın bir risk faktörü oluşturması bu konu üzerinde daha fazla çalışma yapılması ihtiyacını doğurmaktadır. Yapılan çalışmalar genellikle internet kullanımı ve bağımlılığı üzerine odaklanmıştır. Sosyal medya ve sosyal medyaya yönelik tutumlar üzerine yapılan çalışmaların ise nispeten sınırlı sayıda olduğu dikkati çekmektedir. Literatürde genç yetişkinlerde sosyal medya kullanımı ve depresyon arasındaki ilişkinin (Li, Sidani, Shensa ve ark., 2016), facebook kullanımının üniversite öğrencilerinin kişilik özellikleri, benlik saygıları, yalnızlık düzeyleri ve narsistik eğilimleri üzerindeki etkisinin (Skues, Williams ve Wise, 2012); genç yetişkinlerde sosyal medya kullanımı ve sosyal izolasyon algısı arasındaki ilişkinin (Primack ve ark., 2017), sosyal medya kullanımının olumlu ve

olumsuz yönlerinin (Allen ve ark., 2014); ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının (Argın, 2013), lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları ile algıladıkları sosyal destek düzeyleri arasındaki ilişkinin (Atalay, 2014), üstün yetenekli çocukların sosyal medya kullanım motivasyonlarının (Köroğlu, 2014), sosyal medya ve ortaöğretim öğretmenlerinin Facebook kullanım alışkanlıklarının (Sönmez, 2013), öğretmen adaylarının sosyal ağları benimseme ve yalnızlık durumlarının (Bayraktar, Hopcan ve Hopcan, 2013), ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve motivasyonlarının (Ök, 2013) ve öğrencilerin zorbalık eğilimleri ile sosyal medyaya yönelik tutumları arasında ilişkinin (Ökte, 2014) incelendiği araştırmalar bulunmakla birlikte; gençlerde sosyal medyaya yönelik tutumun yalnızlıkla ilişkisini irdeleyen bir çalışmaya rastlanmadığından dolayı sosyal medyaya yönelik tutum ve yalnızlık arasındaki ilişkinin incelemesi bu araştırmanın amacını oluşturmuştur.

Amaç

Bu araştırmanın temel amacı, lise öğrenimi görmekte olan gençlerin yalnızlık düzeyleri ile sosyal medyaya yönelik tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Araştırmada ayrıca, gençlerin yalnızlık düzeyleri ve sosyal medyaya yönelik tutumlarının sosyal medyayı kullanım sıklıkları ve sosyal medyaya bağlanmak için kullandıkları araca göre farklılaşma farklılaşmadığı da incelenmiştir. Araştırmanın temel amacı doğrultusunda aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır.

1. Gençlerin yalnızlık düzeyleri ile sosyal medyaya yönelik tutumları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
2. Gençlerin yalnızlık düzeyleri sosyal medyayı kullanım sıklıklarına göre farklılaşmakta mıdır?
3. Gençlerin yalnızlık düzeyleri sosyal medyaya bağlanmak için kullandıkları araca göre farklılaşmakta mıdır?
4. Gençlerin sosyal medyaya yönelik tutumları sosyal medyayı kullanım sıklıklarına göre farklılaşmakta mıdır?
5. Gençlerin sosyal medyaya yönelik tutumları sosyal medyaya bağlanmak için kullandıkları araca göre farklılaşmakta mıdır?

Yöntem

Araştırma Modeli

Araştırma, gençlerin sosyal medyaya yönelik tutumları ile yalnızlık düzeyleri arasındaki karşılıklı ilişkinin incelenmesi amacıyla ilişkisel tarama modelinde hazırlanmıştır. Nicel araştırma yöntemlerinden biri olan ilişkisel (korelasyonel) araştırmalarda var olan durum betimlenir ve değişkenlerin sadece birlikte değişip değişmedikleri incelenir. Elde edilen

sonuçlar bir neden- sonuç ilişkisinin var olabileceğine işaret etse de kesinlikle neden-sonuç ilişkisinin var olduğu şeklinde yorumlanamaz (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2014; Creswell, 2017). Gençlerin sosyal medyaya yönelik tutumlarının ve yalnızlık düzeylerinin sosyal medyayı kullanım sıklığı ve sosyal medyaya bağlanmak için kullandıkları araca göre farklılaşıp farklılaşmadığı ise karşılaştırmalı tarama modelinde incelenmiştir.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, İstanbul ili Kadıköy ilçesinde bulunan devlet okullarının 10. ve 11. sınıflarında öğrenim gören lise öğrencileri oluşturmuştur. Örneklem grubu oluşturulurken basit seçkisiz küme örnekleme yoluyla dört farklı okul belirlenmiş, bu okulların 10. ve 11. sınıflarına devam eden öğrenciler arasından seçkisiz küme örnekleme yoluyla seçilen 250 öğrenci araştırmanın örneklemini oluşturmuştur. Öğrencilerin 120'si (%48) kız, 130'u (%52) ise erkektir. Öğrencilerin sosyo-ekonomik düzeylerine göre dağılımları incelendiğinde; 39'u (%15.6) düşük, 200'ü (%80) orta ve 11'i (%4.4) yüksek sosyo-ekonomik düzeyden geldiklerini belirtmişlerdir. Sınıf düzeyine göre dağılıma bakıldığında; öğrencilerin 126'sının (%50.4) 10. sınıfta, 124'ünün (%49.6) 11. sınıfta öğrenim gördüğü tespit edilmiştir. Bu araştırmada 9. ve 12. sınıflarla çalışılmamasının nedeni, 9. sınıf öğrencilerinin liseye yeni başladıkları için uyum sağlama sürecinde olmaları, 12. sınıf öğrencilerinin ise üniversiteye giriş sınavlarına yoğun bir şekilde hazırlanıyor olmaları nedeniyle yaşayabilecekleri düşünülen sınav kaygısının araştırma sonuçlarını etkileme olasılığıdır.

Veri Toplama Araçları

Araştırmanın veri toplama sürecinde "Sosyal Medya Tutum Ölçeği", "UCLA Yalnızlık Ölçeği" ve bu araştırma için hazırlanan "Kişisel Bilgi Formu"ndan yararlanılmıştır. Aşağıda veri toplama araçlarını tanıttıcı bilgilere yer verilmiştir.

Sosyal Medya Tutum Ölçeği: Araştırmada gençlerin sosyal medyaya yönelik tutumlarının belirlenmesi amacıyla Argın (2013) tarafından geliştirilen Sosyal Medya Tutum Ölçeği'nden yararlanılmıştır. Sosyal Medya Tutum Ölçeği, 23 maddeden oluşan beşli likert tipi bir ölçektir. Ölçekteki maddelerin 17'si olumlu, 6'sı olumsuzdur. Ters maddelerin tümü sosyal izolasyon alt ölçeğinde yer almaktadır. Sosyal izolasyon alt ölçeği tamamen olumsuz maddelerden oluştuğundan, toplam ölçek puanı bu maddeler ters kodlanarak hesaplanmaktadır. Ölçekten alınan toplam puanın yüksek olması sosyal medyaya ilişkin tutumların yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle; toplam puanın artması sosyal medyaya yönelik olumlu tutumlardaki artışa işaret etmektedir. Ayrıca alt boyutlardan alınan puanın artması alt boyutun ölçtüğü özelliğin düzeyinde de artış olduğu şeklinde değerlendirilmektedir. Başlangıçta oluşturulmuş taslak ölçeğin yapı geçerliliğini sınamak üzere faktör analizi yapılmış ve analizler sonucunda dört faktörlü bir ölçek elde edilmiştir. Bu faktörler; paylaşım ihtiyacı (örn.; "Arkadaşlarımla paylaşım hakkında yorum yapmaları beni mutlu ediyor"), sosyal yetkinlik (örn.; "Sosyal medya siteleri

sayesinde daha fazla arkadaşımın olacağını düşünürüm”) , sosyal izolasyon (örn.; “Sosyal medya siteleri yüzünden arkadaşlarıma yeterince vakit ayıramıyorum”) ve öğretmenlerle ilişki (örn.; “Öğretmenlerimin sosyal medya sitelerinde beni takip etmesi kendimi değerli hissetmemi sağlıyor”) olarak adlandırılmıştır (Otrar ve Arğın, 2015). Faktörler toplam varyansın %52.65’ini açıklamıştır. Güvenirlik için yapılan analizlerde ölçeğin Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı. 85 olarak bulunmuştur. Alt ölçekler için alpha katsayıları. 79 ve. 81 arasında değişmektedir. Ölçeğin üç hafta arayla aynı gruba uygulanması sonucunda elde edilen test-tekrar test güvenirlilik kat sayısı ise toplam ölçek puanı için. 83 olarak bulunmuş, alt ölçekler için .72 ile .89 arasında değişmiştir (Arğın, 2013).

UCLA Yalnızlık Ölçeği: Gençlerin yalnızlık düzeylerini belirlemek üzere Russell, Peplau ve Ferguson (1978) tarafından geliştirilen ve Russell, Peplau ve Cutrona (1980) tarafından tekrar gözden geçirilen UCLA Yalnızlık Ölçeği kullanılmıştır. UCLA Yalnızlık Ölçeği; 10’u düz, 10’u ters toplam 20 maddeden oluşan dördümlük likert tipi bir ölçektir. Ölçekten alınan puandaki artış yalnızlığın daha yoğun yaşandığının göstergesi olarak kabul edilmektedir. Ölçeğin Türk kültürüne adaptasyonu Demir (1989) tarafından yapılmıştır. Geçerlik çalışmaları kapsamında ölçek, yalnızlıktan yakınan “hasta” grubu ile yalnızlıktan yakınmayan “normal” gruba uygulanmış ve “hasta” grubun “normal” gruba göre daha yüksek yalnızlık ortalamasına sahip olduğu görülmüştür ($t=6.29, p<.001$). UCLA Yalnızlık Ölçeği’nin Beck Depresyon Envanteri ve Çok Yönlü Depresyon Ölçeği’nin Sosyal İçedönüklük alt ölçeği ile ilişkisine de bakılmış; elde edilen ilişki katsayılarının Beck Depresyon Envanteri ($r = .77, p<.001$) ve Sosyal İçedönüklük alt ölçeği ($r = .82, p<.001$) için anlamlı düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Ölçeğin güvenirlilik analizleri kapsamında iç tutarlılık katsayısı ve test tekrar test katsayıları da hesaplanmış; iç tutarlılık katsayısı. 96; test tekrar test güvenirlilik katsayısı ise. 94 olarak bulunmuştur (Demir, 1989).

Kişisel Bilgi Formu: Bu araştırmada kullanılan Kişisel Bilgi Formu, örnekleme oluşturan gençlerden cinsiyete, sınıf düzeyine, algılanan sosyo-ekonomik düzeye, sosyal medyayı kullanma sıklığına, sosyal medyaya bağlanmak için kullanılan araca ilişkin bilgileri almak amacıyla oluşturulmuş bir formdur.

İşlem

Veri toplama sürecinde kullanılan ölçme araçları öğrencilere aynı anda verilmiş ve “Kişisel Bilgi Formu”, “Sosyal Medya Tutum Ölçeği” ve “UCLA Yalnızlık Ölçeği” sıralamasıyla uygulanmıştır. Veri toplama işlemi yaklaşık bir ders saatinde (35-40 dakika) gerçekleştirilmiştir. Uygulama öncesinde araştırmanın amacına, ölçme araçlarının nasıl cevaplanacağına, verilerin gizli tutulup sadece araştırma için kullanılacağına yönelik gerekli açıklamalar yapılmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçların güvenilir olması için; öğrencilerin ölçeklere verdikleri cevapların içten ve samimi olmasının önemi özellikle vurgulanmıştır.

Verilerin Analizi

Veri toplama işlemi tamamlandıktan sonra elde edilen verilerin analizi SPSS istatistik programında gerçekleştirilmiştir. Veri analizi sürecinde istatistiksel anlamlılık düzeyi .05 olarak alınmıştır. İstatistiksel analizlerde öncelikle örneklem grubunu oluşturan gençlerin “Sosyal Medya Tutum Ölçeği” ve “UCLA Yalnızlık Ölçeği”nden aldıkları puanların ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Ardından araştırmanın amacı doğrultusunda; “Sosyal Medya Tutum Ölçeği” nin toplam puanı ve alt ölçek toplam puanları (sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı, öğretmenlerle ilişki ve sosyal izolasyon) ile “UCLA Yalnızlık Ölçeği” puanı arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını test etmek için Pearson Momentler Çarpım Korelasyon tekniği uygulanmıştır. Gençlerin sosyal medyaya yönelik tutumlarının ve yalnızlık düzeylerinin sosyal medyaya bağlanmak için kullandıkları araca göre farklılaşp farklılaşmadığını test etmek için; ikiden fazla grubun ortalamalarının karşılaştırılması söz konusu olduğundan parametrik tekniklerden tek yönlü varyans analizi (ANOVA) tekniği kullanılmıştır. Grup ortalamaları arasında anlamlı bir farkın çıkması durumunda, bu farkın hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla Post-Hoc çoklu karşılaştırma tekniklerinden biri olan Scheffe testinden (varyanslar homojen olduğundan) yararlanılmıştır. Diğer taraftan; gençlerin sosyal medyaya yönelik tutumlarının ve yalnızlık düzeylerinin sosyal medya sitelerini kullanım sıklığına göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek üzere ikiden fazla grubun ortalamalarının karşılaştırılması söz konusu olduğundan ve karşılaştırılacak gruplardaki veri sayısı ($n < 30$) az olup değişkenler normal dağılım göstermediğinden (Can, 2014) parametrik olmayan tekniklerden Kruskal Wallis-H testi uygulanmıştır. Grupların sıra ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık çıkması durumunda, bu farkın hangi gruplardan kaynaklandığı ikili karşılaştırmalar yapmaya imkân veren Mann-Whitney U testi ile sınıanmıştır.

Bulgular

Araştırmada öncelikle ölçeklerden alınan toplam puan ve alt ölçek puanlarına ait ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmış, elde edilen bulgular Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. UCLA Yalnızlık Ölçeği ve Sosyal Medya Tutum Ölçeği (SMTÖ) Toplam ve Alt Ölçek Puanları için Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Değişkenler	N	\bar{X}	ss
Yalnızlık	250	2.54	.42
SMTÖ Toplam	250	3.88	.36
Sosyal Yetkinlik	250	3.67	.77
Paylaşım İhtiyacı	250	4.29	.33
Öğretmenlerle İlişki	250	3.42	.46
Sosyal İzolasyon	250	2.60	.47

Tablo 1’de görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan gençlerin UCLA Yalnızlık Ölçeği’nden aldıkları puanların aritmetik ortalaması $\bar{X} = 2.54$, standart sapması $ss = .42$,

Sosyal Medya Tutum Ölçeği'nden aldıkları toplam puanların aritmetik ortalaması $\bar{X} = 3.88$, standart sapması $ss = .36$ olarak bulunmuştur. Gençlerin Sosyal Medya Tutum Ölçeği'nin alt boyutlarından aldıkları puanların ortalamaları incelendiğinde; paylaşım ihtiyacı alt boyutundan aldıkları puanların göreceli olarak en yüksek ortalamaya ($\bar{X}=4.29$, $ss=.33$) sahip olduğu görülmektedir.

Araştırmanın ana amacı doğrultusunda, gençlerin yalnızlık düzeyleri ile sosyal medyaya yönelik tutumları arasındaki ilişkileri belirleyebilmek için Pearson Momentler Çarpım Korelasyon katsayıları hesaplanmış, bulgular Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Gençlerin Yalnızlık Düzeyleri ve Sosyal Medyaya Yönelik Tutumları Arasındaki İlişkiler (N=250)

Değişkenler	1	2	3	4	5	6
1. Yalnızlık	1					
2. SMTÖ Toplam	.85***	1				
3. Sosyal Yetkinlik	.85***	.86***	1			
4. Paylaşım İhtiyacı	.67***	.83***	.69***	1		
5. Öğretmenlerle İlişki	.19**	.21***	.14*	.21***	1	
6. Sosyal İzolasyon	-.16*	-.36***	-.45***	-.06	.17**	1

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Tablo 2'ye göre, örneklem grubunu oluşturan gençlerin yalnızlık düzeyleri ile Sosyal Medya Tutum Ölçeği'nden aldıkları toplam puan arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r=0.85$; $p < .001$). Gençlerin yalnızlık düzeyleri ile Sosyal Medya Tutum Ölçeği'nin sosyal yetkinlik ($r=0.85$; $p < .001$), paylaşım ihtiyacı ($r=.67$; $p < .001$), öğretmenlerle ilişkiler ($r=.19$; $p < .01$) alt boyutları arasında da pozitif yönde ve anlamlı ilişkiler olduğu görülmektedir. Ayrıca gençlerin yalnızlık düzeyleri ile Sosyal Medya Tutum Ölçeği'nin sosyal izolasyon alt boyutu ($r=-.16$; $p < .05$) arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Gençlerin yalnızlık düzeyleri ile sosyal izolasyon arasında negatif yönde bir ilişkinin çıkması sosyal izolasyon alt boyutunu oluşturan maddelerin tamamının olumsuz (ters) maddeler olmasından kaynaklanmaktadır. Başka bir deyişle; sosyal izolasyon puanlarındaki artış sosyal medyanın izolasyona neden olduğuna ilişkin algının yükselmesine işaret emektedir. Dolayısıyla; yalnızlık düzeyi arttıkça sosyal izolasyon algısı azalmaktadır.

Gençlerin yalnızlık düzeylerinin sosyal medyayı kullanım sıklığına göre farklılaşp farklılaşmadığını tespit etmek üzere Kruskal Wallis-H testi uygulanmış, elde edilen bulgular Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. UCLA Yalnızlık Ölçeği Puanlarının Sosyal Medyayı Kullanım Sıklığı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları

Puan	Gruplar	N	\bar{X} sıra	X^2	sd	P
Yalnızlık	Her gün bir kere	63	90.93	65.43	5	.000
	Her gün bir kereden fazla	126	160.40			
	Haftada bir kere	11	74.41			
	Haftada bir kereden fazla	34	104.40			
	Ayda bir kere	6	32.50			
	Ayda bir kereden fazla	10	87.30			
	Toplam	250				

Tablo 3'te görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan gençlerin yalnızlık puanlarının sosyal medyayı kullanım sıklığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıra ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ($\chi^2=65.43$, $p<.001$). Bir sonraki adımda farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek üzere gruplar Mann-Whitney U testi ile ikili olarak karşılaştırılmış, bulgular Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. UCLA Yalnızlık Ölçeği Puanlarının Sosyal Medyayı Kullanım Sıklığı Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Gruplar	Her gün bir kere	Her gün bir k. fazla	Haftada bir kere	Haftada bir k. fazla	Ayda bir kere	Ayda bir k. fazla
Her gün bir kere	$\bar{X}_{sıra}=90.93$	$P<.001$	$P>.05$	$P>.05$	$P<.05$	$P>.05$
Her gün bir k.fazla		$\bar{X}_{sıra}=160.40$	$P<.001$	$P<.001$	$P<.001$	$P<.01$
Haftada bir kere			$\bar{X}_{sıra}=74.41$	$P>.05$	$P>.05$	$P>.05$
Haftada bir k.fazla				$\bar{X}_{sıra}=104.40$	$P<.01$	$P>.05$
Ayda bir kere					$\bar{X}_{sıra}=32.50$	$P>.05$
Ayda bir k.fazla						$\bar{X}_{sıra}=87.30$

Tablo 4 incelendiğinde; sıra ortalamaları arasındaki sözkonusu farklılığın sosyal medyayı her gün bir kere kullanan grupla her gün bir kereden fazla kullanan grup arasında, her gün bir kereden fazla kullanan grubun lehine $p<.001$ düzeyinde; her gün bir kere kullanan grupla ayda bir kere kullanan grup arasında, her gün bir kere kullanan grubun lehine $p<.05$ düzeyinde; her gün bir kereden fazla kullanan grupla haftada bir kere kullanan grup arasında, her gün bir kereden fazla kullanan grubun lehine $p<.001$ düzeyinde; her gün bir kereden fazla kullanan grupla haftada bir kereden fazla kullanan grup arasında, her gün bir kereden fazla kullanan grubun lehine $p<.001$ düzeyinde; her gün bir kereden fazla kullanan grupla ayda bir kere kullanan grup arasında, her gün bir kereden fazla kullanan grubun lehine $p<.001$ düzeyinde; her gün bir kereden fazla kullanan grupla ayda

bir kereden fazla kullanan grup arasında, her gün bir kereden fazla kullanan grubun lehine $p < .01$ düzeyinde; haftada bir kereden fazla kullanan grupla ayda bir kere kullanan grup arasında, haftada bir kereden fazla kullanan grup lehine $p < .01$ düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların sıra ortalamaları arasındaki farklılıklar ise istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p > .05$).

Gençlerin yalnızlık düzeylerinin sosyal medyaya bağlanmak için kullandıkları araca göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek üzere tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmış, elde edilen bulgular Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5. UCLA Yalnızlık Ölçeği Puanlarının Sosyal Medyaya Bağlanmak İçin Kullanılan Araca Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

					ANOVA Sonuçları					
Puan	Grup	N	\bar{X}	SS	Var. K.	K.T.	Sd	KO	F	p
Yalnızlık	Masaüstü	62	44.11	5.74	G.içi	4375.93	2	2187.96	41.55	.000
	Dizüstü	38	49.29	7.54	G.arası	13004.96	247	52.65		
	Mobil	150	53.98	7.72	Toplam	17380.90	249			
	Toplam	250	50.82	8.35						

Tablo 5'te görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan gençlerin yalnızlık puanlarının sosyal medya sitelerine bağlanmak için kullandıkları araca göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ($F=41.55$; $p < .001$). Bu işlemin ardından farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla Post-Hoc çoklu karşılaştırma tekniklerinden Scheffe tekniği kullanılmış ve sonuçlar Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. UCLA Yalnızlık Ölçeği Puanlarının Sosyal Medyaya Bağlanmak İçin Kullanılan Araca Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{X}_i - \bar{X}_j$	$Sh_{\bar{x}}$	P
Masaüstü	Dizüstü	-5.177	1.495	.003
	Mobil	-9.867	1.096	.000
Dizüstü	Masaüstü	5.177	1.495	.003
	Mobil	-5.177	1.318	.002
Mobil	Masaüstü	-9.867	1.096	.000
	Dizüstü	5.177	1.318	.002

Tablo 6'da görüldüğü gibi, örneklem grubunu oluşturan gençlerin yalnızlık puanlarının hangi gruplar arasında farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek üzere yapılan Scheffe testi sonucunda söz konusu farklılığın sosyal medyaya bağlanmak için masaüstü bilgisayarı kullananlarla

dizüstü bilgisayarı kullananlar arasında dizüstü bilgisayarı kullananların lehine $p < .01$ düzeyinde; masaüstü bilgisayarı kullananlarla mobil cihazları kullananlar arasında mobil cihazları kullananların lehine $p < .001$ düzeyinde ve dizüstü bilgisayar kullananlarla mobil cihazları kullananlar arasında mobil cihazları kullananlar lehine $p < .01$ düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır.

Gençlerin sosyal medyaya yönelik tutumlarının sosyal medyayı kullanım sıklığına göre farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek üzere Kruskal Wallis-H testi yapılmış, elde edilen bulgular Tablo 7’de sunulmuştur.

Tablo 7. SMTÖ Toplam Puanlarının Sosyal Medyayı Kullanım Sıklığı Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Kruskal Wallis-H Testi Sonuçları

Puan	Gruplar	N	\bar{X} sıra	X^2	sd	P
SMTÖ	Her gün bir kere	63	92.02	67.65	5	.000
	Her gün bir kereden fazla	126	161.54			
	Haftada bir kere	11	79.05			
	Haftada bir kereden fazla	34	96.31			
	Ayda bir kere	6	36.17			
	Ayda bir kereden fazla	10	86.30			
	Toplam	250				

Tablo 7’de görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan gençlerin SMTÖ’nden aldıkları toplam puanların sosyal medyayı kullanım sıklığı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan Kruskal Wallis-H testi sonucunda grupların sıra ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ($\chi^2=67.65$; $p < .001$). Bu işlemin ardından farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek üzere gruplar Mann-Whitney U testi ile ikili olarak karşılaştırılmış, bulgular Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8. SMTÖ Toplam Puanlarının Sosyal Medyayı Kullanım Sıklığı Değişkenine Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Gruplar	Her gün bir kere	Her gün bir k. fazla	Haftada bir kere	Haftada bir k. fazla	Ayda bir kere	Ayda bir k. fazla
Her gün bir kere	$\bar{X}_{sıra} = 92.02$	$P < .001$	$P > .05$	$P > .05$	$P < .05$	$P > .05$
Her gün bir k.fazla		$\bar{X}_{sıra} = 161.54$	$P < .001$	$P < .001$	$P < .001$	$P < .01$
Haftada bir kere			$\bar{X}_{sıra} = 79.05$	$P > .05$	$P > .05$	$P > .05$
Haftada bir k.fazla				$\bar{X}_{sıra} = 96.31$	$p < .05$	$P > .05$
Ayda bir kere					$\bar{X}_{sıra} = 36.17$	$P > .05$
Ayda bir k.fazla						$\bar{X}_{sıra} = 86.30$

Tablo 8 incelendiğinde, sıra ortalamaları arasındaki söz konusu farklılığın sosyal medyayı her gün bir kere kullanan grupla her gün bir kereden fazla kullanan grup arasında, her gün bir kereden fazla kullanan grubun lehine $p < .001$ düzeyinde; her gün bir kere kullanan grupla ayda bir kere kullanan grup arasında, her gün bir kere kullanan grubun lehine $p < .05$ düzeyinde; her gün bir kereden fazla kullanan grupla haftada bir kere kullanan grup arasında, her gün bir kereden fazla kullanan grubun lehine $p < .001$ düzeyinde; her gün bir kereden fazla kullanan grupla haftada bir kereden fazla kullanan grup arasında, her gün bir kereden fazla kullanan grubun lehine $p < .001$ düzeyinde; her gün bir kereden fazla kullanan grupla ayda bir kere kullanan grup arasında, her gün bir kereden fazla kullanan grubun lehine $p < .001$ düzeyinde; her gün bir kereden fazla kullanan grupla ayda bir kereden fazla kullanan grubun lehine $p < .01$ düzeyinde; haftada bir kereden fazla kullanan grupla ayda bir kere kullanan grup arasında, haftada bir kereden fazla kullanan grup lehine $p < .05$ düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır. Diğer grupların sıra ortalamaları arasındaki farklılıklar ise anlamlı bulunmamıştır ($p > .05$).

Gençlerin sosyal medyaya yönelik tutumlarının sosyal medyaya bağlanmak için kullandıkları araca göre farklılaşp farklılaşmadığını saptamak üzere tek yönlü varyans analizi (ANOVA) tekniği uygulanmış, elde edilen bulgular Tablo 9’da sunulmuştur.

Tablo 9. SMTÖ Toplam Puanlarının Sosyal Medyaya Bağlanmak İçin Kullanılan Araca Göre Farklılaşp Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

Puan	Grup	N	\bar{X}	SS	ANOVA Sonuçları					
					Var. K.	K.T.	Sd	KO	F	p
SMTÖ	Masaüstü	62	3.59	.24	G.içi	8.34	2	4.17	42.95	.000
	Dizüstü	38	3.81	.26	G.arası	23.98	247	.09		
	Mobil	150	4.02	.34	Toplam	32.32	249			
	Toplam	250	3.88	.36						

Tablo 9’da görüldüğü üzere, örneklem grubunu oluşturan gençlerin SMTÖ’nden aldıkları toplam puanların sosyal medya sitelerine bağlanmak için kullandıkları araca göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ($F=42.95$; $p < .001$). Bu işlemin ardından farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek amacıyla Post-Hoc çoklu karşılaştırma tekniklerinden Scheffe tekniği kullanılmış ve sonuçlar Tablo 10’da verilmiştir.

Tablo 10. SMTÖ Toplam Puanlarının Sosyal Medyaya Bağlanmak İçin Kullanılan Araca Göre Hangi Gruplar Arasında Farklılaştığını Belirlemek Üzere Yapılan Scheffe Testi Sonuçları

Gruplar (i)	Gruplar (j)	$\bar{X}_i - \bar{X}_j$	$Sh\bar{x}$	P
Masaüstü	Dizüstü	-.216	.064	.004
	Mobil	-.216	.047	.000
Dizüstü	Masaüstü	-.429	.064	.004
	Mobil	.216	.056	.001
Mobil	Masaüstü	-.212	.047	.000
	Dizüstü	.429	.056	.001

Tablo 10'da görüldüğü gibi, örneklem grubunu oluşturan gençlerin SMTÖ'nden aldıkları toplam puanların hangi gruplar arasında farklılaştığını belirlemek üzere yapılan Scheffe testi sonucunda söz konusu farklılığın masaüstü bilgisayar kullanıcıları ile dizüstü bilgisayar kullanıcıları arasında dizüstü bilgisayar kullanıcılarının lehine $p < .01$ düzeyinde; masaüstü bilgisayar kullanıcıları ile mobil cihazları kullananlar arasında mobil cihazları kullananların lehine $p < .001$ düzeyinde; dizüstü bilgisayar kullanıcıları ile mobil cihazları kullananlar arasında mobil cihazları kullananların lehine $p < .001$ düzeyinde gerçekleştiği saptanmıştır.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Gençlerin yalnızlık düzeyleri ile sosyal medyaya yönelik tutumları arasındaki karşılıklı ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan bu araştırmadan elde edilen sonuçlar aşağıda sırasıyla verilmiş, bulgular ilgili literatüre dayanarak tartışılmış ve araştırmanın sınırlılıkları dikkate alınmak suretiyle bazı öneriler getirilmiştir.

Öncelikle, gençlerin yalnızlık düzeyleri ve sosyal medyaya yönelik tutumlarını belirlemek amacıyla yapılan betimleyici istatistiksel analizlerden (Tablo 1) elde edilen bulgulara göre, gençlerin yalnızlık düzeylerinin ($\bar{x} = 2.54$) ve sosyal medyaya yönelik tutumlarının (\bar{x} toplam = 3.88) yüksek denebilecek düzeyde olduğu söylenebilir. Sosyal medyaya yönelik tutum puanlarının yüksek olması nedeniyle gençlerin sosyal medyaya yönelik olumlu tutum geliştirdikleri düşünülebilir. Ayrıca, gençlerin özellikle SMTÖ'nin paylaşım ihtiyacı alt ölçeğinden aldıkları puanların ortalamasının ($\bar{x} = 4.30$) diğer alt ölçek ortalamalarından daha yüksek olmasına dayanarak yüksek düzeyde paylaşım ihtiyacına sahip oldukları da söylenebilir.

Bu araştırmanın temel amacı, gençlerin yalnızlık düzeyleri ile sosyal medyaya yönelik tutumları arasındaki karşılıklı ilişkinin incelenmesidir. Bu amaçla değişkenler arasındaki ilişkiler sınanmış, elde edilen bulgular Sosyal Medya Tutum Ölçeği'nden alınan toplam puan arttıkça yalnızlık düzeyinde artış olduğunu göstermiştir (Tablo 2). Araştırmadan elde edilen bu bulguya göre, gençlerin yalnızlık düzeyleri arttıkça sosyal medyaya yönelik tutumlarında olumlu yönde artış olduğu, yalnızlık düzeyleri azaldıkça da sosyal medyaya yönelik olumlu tutumlarının azaldığı söylenebilir. Bu bulgu literatürdeki benzer araştırma bulgularıyla tutarlılık göstermektedir. Bu araştırmalarda lise ve üniversite öğrencilerinde yalnızlığın artması ile problemler internet kullanımının da arttığı (Morahan-Martin ve

Schumacher; 2000; Amichai-Hamburger ve Ben-Artzi, 2003; Çağır, 2010; Yao ve Zhong, 2014), internet bağımlılığı arttıkça yalnızlık düzeyinde de artış olduğu (Kurtaran, 2008; Esen ve Siyez, 2011; Önay, 2014) sonucuna varılmıştır. Tokunaga ve Rains (2010) 22 farklı ülkede yapılmış 94 araştırma üzerinden yürüttükleri bir meta-analiz çalışmasında yalnızlık ve problemlerli internet kullanımı arasında orta düzeyde ve tutarlı ilişkilerin olduğuna dair bir sonuca ulaşmıştır. Ayrıca Skues, Williams ve Wise (2012) üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştirdikleri bir çalışmada yalnızlık arttıkça öğrencilerin Facebook kullanımlarının ve Facebook'taki arkadaş sayılarının da arttığını tespit etmişlerdir. Doğan ve Karakuş (2015)'un lise öğrencileri üzerinde gerçekleştirdiği bir başka araştırmanın bulguları ise romantik ilişkilerde ve aile ilişkilerinde yalnızlık duygusu arttıkça sosyal ağların kullanımında artış olduğunu göstermiştir. Tüm bu araştırmalardan elde edilen bulgulara da dayanarak; gençlerin yalnızlık duygusundan kurtulmak için sosyal medyaya yönelmeleri ve sosyal medyaya yönelik olumlu tutumlar geliştirmeleri beklenen bir sonuç olarak değerlendirilebilir. Bu durumda internetin sosyal medya siteleri aracılığıyla yalnızlık düzeyi yüksek olan gençlere başkalarına kolaylıkla ulaşmak ve onlarla etkileşime girmek için ortam yarattığı ve böylece gençlerin sosyal medyaya yönelik tutumlarında olumlu yönde bir artış olduğu düşünülebilir. Diğer taraftan; sosyal medyadaki sanal ilişki ağlarının sanılanın aksine yalnızlık duygusunu azaltmadığı; reel sosyal ilişkilerden ve sağlıklı sosyal aktivitelerden uzaklaştırdığı için zamanla yalnızlık duygusunun artmasına yol açabileceği de düşünülmektedir. Nitekim bazı araştırmacılar sosyal medya kullanımı ve yalnızlık değişkenlerinden hangisinin öncül değişken olduğuna dair net bir bilginin olmadığına vurgu yaparak; yalnızlığın sosyal medya kullanımını arttırdığı gibi sosyal medya kullanımının da yalnızlığı arttırabileceğini belirtmektedirler (Primack ve ark., 2017; Yao ve Zhong, 2014; Bonetti, Campbell ve Gilmore, 2010; Kim, LaRose, ve Peng, 2009). Bu durumda yalnızlığın sosyal medyaya yönelimde hem bir neden hem bir sonuç olabileceği ve bu iki değişken arasında bir kısır döngü olduğu söylenebilir.

Gençlerin yalnızlık düzeyleri ile Sosyal Medya Tutum Ölçeği'nin alt boyutları arasındaki ilişkiler incelendiğinde; gençlerin yalnızlık düzeyleri arttıkça Sosyal Medya Tutum Ölçeği alt boyutlarından olan sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı ve öğretmenlerle ilişki alt boyutlarından aldıkları puanlarda da artış olmaktadır. Diğer taraftan; gençlerin Sosyal Medya Tutum Ölçeği'nin sosyal izolasyon alt boyutundan aldıkları puanlar arttıkça yalnızlık düzeylerinde azalma olmaktadır (Tablo 2). Elde edilen bulgulardan hareketle, gençlerin yalnızlık düzeyleri arttıkça sosyal medya ortamındaki sosyal yetkinlik algılarının da arttığı söylenebilir. Gençlerin yalnızlık duygularıyla baş edemediklerinde sosyal medya sitelerinde tanıdığı veya tanımadığı kişilerle iletişime geçerek arkadaşlık kurup bu yolla sosyal yetkinliklerini artırma çabası içinde oldukları düşünülebilir. Caplan (2003) ve Kim, LaRose ve Peng (2009) yalnızlık ve depresyon gibi bazı psikososyal problemleri olan bireylerin kendilerini büyük bir ihtimalle sosyal açıdan yeterli algılamadıklarını ve etkili sosyal becerilere sahip olmadıklarını belirtmektedir. Bu nedenle bu bireyler görünmez oldukları ve kendilerini daha rahat hissettikleri için sanal ortamlarda sosyal etkileşime geçmeyi yüz-yüze etkileşime geçmeye tercih etmektedirler. Hatta muhtemelen online etkileşimlerde kendilerini daha başarılı bulmaktadırlar ve bu durum aşırı internet kullanımına ve bağımlılığın yol açabilmektedir. Araştırmacıların ortaya koyduğu bu

görüş, bu araştırmanın sonucunu da desteklemektedir. Diğer taraftan; gençlerin yalnızlık düzeyleri arttıkça sosyal medya ortamında paylaşım ihtiyaçları da artmaktadır. Bu bulgu, yalnızlık düzeyi yüksek olan gençlerin başkaları ile yazılı iletişim kurarak ve kendi fikir ve görüşlerini öne sürerek gerçek sosyal ortamlarda gideremedikleri paylaşım ihtiyaçlarını sosyal medya sitelerinde gidermeyi tercih ettiklerini düşündürmektedir. Gençler, sosyal medya ortamında hem paylaşımında bulunarak hem de başkalarından beğeni ve istek alarak kendilerinin ne kadar önemli olduklarını, başkaları tarafından sevildiklerini ve yalnız olmadıklarını hissediyor olabilirler. Öğretmenlerle ilişki alt boyutu açısından bakıldığında; gençlerin yalnızlık düzeyleri arttıkça öğretmenlerle ilişki ihtiyacının da arttığı söylenebilir. Araştırmanın örneklem grubunu oluşturan gençler zamanlarının önemli bir kısmını okulda geçirdikleri için ister istemez öğretmenlerle iletişime geçmektedirler. Dolayısıyla, gençlerin sosyal medya hesapları vasıtasıyla öğretmenlerini takip ederek, onlarla gerçek dünyada olmasa bile sanal dünyada iletişim kurup düşünce aktarımı yaparak, öğretmenlerinin paylaştıklarını ve onların etkilendikleri konuları takip ederek daha çok irtibatta olma çabası gösterdikleri böylelikle yalnızlıklarını gidermeye çalıştıkları düşünülebilir. Sosyal izolasyon alt boyutuna ait bulgular değerlendirildiğinde; yalnızlık düzeyi azaldıkça gençlerin sosyal medyanın sosyal izolasyona neden olduğu yönündeki algılarında da artış olduğu düşünülebilir. Başka bir deyişle; yalnızlık düzeyi düşük olan gençler sosyal medyanın kendilerini gerçek yaşamdaki sosyal ilişkilerden alıkoyduğunu düşünüyor olabilirler. Nitekim, Sosyal Medya Ölçeği'nin sosyal izolasyon alt boyutu sosyal medyaya olumsuz özellikler atfeden maddelerden oluşmaktadır (örneğin; "Sosyal medya sitelerinin beni arkadaşlarımdan uzaklaştırdığını düşünüyorum"). Dolayısıyla, bu durum sosyal medyaya yönelik olumsuz tutumun varlığına da işaret etmektedir. Bazı araştırmacılar da özellikle sosyal medyanın gençler üzerindeki olumlu ve olumsuz psikolojik sonuçlarına vurgu yaparak, sosyal medya kullanımının gençlerin sosyal bağlantılarını geliştirici rolünün yanısıra gittikçe toplumdaki uzaklaşmaya ve sosyal izolasyona yol açabileceğini de belirtmektedirler (Allen ve ark., 2014).

Araştırmada gençlerin yalnızlık düzeylerinin sosyal medya sitelerini kullanım sıklığına göre farklılaşp farklılaşmadığı da incelenmiş, elde edilen bulgulara göre sosyal medyayı her gün bir kereden fazla kullanan gençlerin yalnızlık düzeylerinin her gün bir kere, haftada bir kere, haftada bir kereden fazla, ayda bir kere ve ayda bir kereden fazla kullanan gençlere göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Ayrıca sosyal medyayı ayda bir kere kullanan gençlerin yalnızlık düzeylerinin her gün bir kere kullanan ve haftada bir kereden fazla kullanan gençlere göre daha düşük olduğu tespit edilmiştir (Tablo 3 ve Tablo 4). Başka bir ifadeyle; gençlerin yalnızlık düzeyleri arttıkça sosyal medyayı kullanım sıklıklarının da arttığı söylenebilir. Bu bulgu, aynı zamanda gençlerin yalnızlık duygusunu yaşadıkları zaman bu duyguyla baş etmede sosyal medya sitelerine bağlanmayı en kolay yol olarak gördüklerine de işaret etmektedir. Yapılan bazı araştırmalarda da benzer bulgulara ulaşılmıştır. Çağır (2010) yalnızlık yaşayan bireylerin problemleri internet kullanımına yöneldiğini, problemleri internet kullanımının da zamanla bireyleri daha da yalnızlığa ittiğini bildirmektedir. Önay (2014) internete bağımlı olan ergenlerin bağımlı olmayan ergenlere göre yalnızlık düzeylerinin daha yüksek olduğunu belirtmiştir. Primack ve arkadaşlarının (2017) genç yetişkinler üzerinde yaptıkları bir araştırmanın sonuçları da sosyal izolasyon algısı arttıkça

sosyal medya kullanımında artış olduğunu göstermiştir. Dolayısıyla bu araştırmada sosyal medyayı daha sık kullanan gençlerin yalnızlık düzeylerinin yüksek olması beklenen bir sonuç olarak değerlendirilebilir.

Araştırmanın bir başka amacı; gençlerin yalnızlık düzeylerinin sosyal medyaya bağlanmak için kullandıkları araç değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığıdır. Yapılan istatistiksel analizler sonucunda gruplar arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir (Tablo 5). Sosyal medyaya bağlanmak için mobil cihazları kullanan gençlerin yalnızlık düzeyleri masaüstü bilgisayar ve dizüstü bilgisayar kullanan gençlere göre daha yüksektir (Tablo 6). Elde edilen bu bulguya göre, sosyal medyaya bağlanmak için mobil cihazları kullanan gençlerin kendilerini daha yalnız hissettikleri söylenebilir. Günümüzde oldukça gelişmiş donanıma sahip olan cep telefonlarının sosyal medya sitelerine bağlanma kolaylığının olması, ergenlerin daha hızlı ve basit bir şekilde bu sitelere ulaşmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla yalnızlık düzeyi yüksek olan öğrenciler bu cihazlarla sosyal medyaya bağlanmaya daha fazla eğilim gösterebilirler.

Araştırmada gençlerin sosyal medyaya yönelik tutumlarının sosyal medya sitelerini kullanım sıklığına göre farklılaşıp farklılaşmadığı da incelenmiş, elde edilen bulgular sosyal medyayı her gün bir kereden fazla kullanan gençlerin sosyal medyaya yönelik tutumlarının her gün bir kere, haftada bir kere, haftada bir kereden fazla, ayda bir kere ve ayda bir kereden fazla kullanan gençlere göre daha yüksek olduğunu göstermiştir. Ayrıca sosyal medyayı ayda bir kere kullanan gençlerin sosyal medyaya yönelik tutumlarının her gün bir kere, her gün bir kereden fazla ve haftada bir kereden fazla kullanan gençlere göre daha düşük olduğu bulunmuştur (Tablo 7 ve Tablo 8). Bu bulguya göre, gençlerin sosyal medyayı kullanım sıklığı arttıkça sosyal medyaya yönelik tutumlarında da olumlu yönde artış olduğu söylenebilir. Literatürde bu bulguyu destekleyen başka araştırma bulguları da mevcuttur. Arğin (2013) tarafından gerçekleştirilen bir araştırmada da sosyal medyayı daha seyrek kullanan ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medyaya yönelik olumlu tutumlarının daha düşük olduğu sonucuna varılmıştır. Yılmaz (2013) tarafından gerçekleştirilen başka bir araştırmada ise, lise öğrencilerinde internet kullanım süresi arttıkça internete bağımlılık düzeylerinin de arttığı görülmüştür. Sosyal medyaya yönelik tutumların incelendiği bir başka araştırma bulgusuna göre; öğrencilerin sosyal medyaya yönelik tutumları sosyal medyayı günlük ortalama kullanım süresine bağlı olarak değişmektedir. Atalay (2014) tarafından gerçekleştirilen bu araştırmada sosyal medyada günlük ortalama 1-3 saat arası, 4-6 saat arası, 7 saat ve üstü zaman geçiren öğrencilerin 1 saat ve daha az zaman geçiren öğrencilere göre sosyal medyaya ilişkin tutumlarının daha olumlu olduğu tespit edilmiştir. Ökte (2014) de paylaşım ihtiyacı yoğun olan öğrencilerin sosyal medya sitelerini daha sık kullandıklarını ortaya koymuştur. Subrahmanyam, Reich, Waechter ve Espinoza (2008) tarafından yapılan bir başka araştırmada ise kullanıcıların dörtte birinin sosyal ağ sitelerini her gün sık sık ziyaret ettiği belirtilmektedir. Dolayısıyla gençlerin sosyal medya sitelerini sık sık ziyaret etmeleri sosyal medyayı bir iletişim kanalı olarak gördüklerini ve bu nedenle sosyal medyaya yönelik daha olumlu bir tutum geliştirdiklerini düşündürmektedir. Çünkü gençlerin bu sitelerde kendileriyle ilgili paylaşımda bulunmaları, arkadaşlarının paylaşımlarından haberdar olmaları, diğerlerini takip edebilmeleri ve sosyalleşme ihtiyaçlarını karşılamaları oldukça kolaydır.

Son olarak, araştırmada gençlerin sosyal medyaya yönelik tutumlarının sosyal medyaya bağlanmak için kullandıkları araca göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir. Yapılan istatistiksel analizler sonucunda gençlerin sosyal medyaya yönelik tutumlarının sosyal medyaya bağlanmak için kullandıkları araca göre farklılaştığı belirlenmiştir (Tablo 9). Sosyal medyaya bağlanmak için mobil cihazları kullanan gençlerin sosyal medyaya yönelik tutumları masaüstü bilgisayar ve dizüstü bilgisayar kullananlara göre daha yüksektir (Tablo 10). Bir başka deyişle; sosyal medyaya bağlanmak için mobil cihazları tercih eden gençlerin sosyal medyaya yönelik daha olumlu tutumlara sahip oldukları söylenebilir. Araştırma grubunu oluşturan gençlerin yarısı (%50.4) sosyal medya sitelerine her gün bir kereden fazla bağlanmaktadır. Bir önceki bulguda da belirtildiği gibi, sosyal medyaya daha sık bağlanan gençlerin sosyal medyaya yönelik tutumları da daha olumludur. Dolayısıyla mobil cihazların sosyal medya sitelerine daha sık bağlanmaya olanak tanınması ve bu cihazların kolay ulaşılabilir olması sosyal medyaya yönelik olumlu tutum sergileyen gençler tarafından daha çok tercih edilmesine sebep olmuş olabilir.

Araştırmadan elde edilen bulgular çerçevesinde araştırmanın sınırlılıkları da dikkate alınarak uygulamacılar ve araştırmacılar için aşağıdaki öneriler getirilebilir:

Uygulamacılara Yönelik Öneriler

- Bu araştırmada yalnızlık düzeyleri yüksek olan gençlerin sosyal medyaya yönelik olumlu tutumlar geliştirdikleri tespit edilmiştir. Bir başka deyişle; gençler yalnızlık duygularını hafifletmek için sosyal medyaya yönelmektedirler. Okullarımızdaki önleyici ve koruyucu psikolojik danışma ve rehberlik hizmetleri çerçevesinde gençler gerçek sosyal ortamlarda sağlıklı ilişkiler kurabilmeleri ve bu yolla yalnızlık duygusuyla baş edebilmeleri için iletişim becerileri ve sosyal becerileri geliştirmeye yönelik grupla psikolojik danışma ve rehberlik programları ve gerekirse bireysel danışma ve rehberlik uygulamaları ile desteklenebilir. Böylelikle sosyal medyaya bağımlılık riski de en aza indirgenebilir.
- Araştırmada sosyal medyayı daha sık kullanan gençlerin yalnızlık düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Literatür incelendiğinde, sosyal medyada fazla zaman geçirmenin genç yetişkinlik ve daha sonraki dönemlerde de görüldüğü ve bireylerin bu durumdan olumsuz etkilendikleri belirtilmektedir. Yakın tarihli bu araştırmalardan bazıları yalnızlığın sosyal medya kullanımını arttırdığı gibi sosyal medyanın fazla kullanılmasının da yalnızlığı arttırabileceğine ve sosyal izolasyona neden olabileceğine işaret etmektedir (Primack ve ark., 2017; Allen ve ark., 2014; Yao ve Zhong, 2014). Dolayısıyla, okullarımızdaki psikolojik danışmanlar veya konu ile ilgili olarak çalışan ruh sağlığı uzmanları, gençlere ve onları yetiştiren ailelere ve öğretmenlere yönelik olarak sosyal medyanın sadece zaman geçirme amacıyla değil, gençlerin akademik ve sosyal gelişimlerini destekleyici olarak nasıl kullanılacağına ilişkin bilinçlendirici psiko-eğitim programları hazırlayıp uygulayabilirler, seminer ve konferanslar verebilirler. Rehberliğin bilgiyi toplama ve yayma hizmetleri çerçevesinde okullarımızdaki psikolojik danışmanlar tarafından sosyal medya sitelerinin sağlıklı kullanımına yönelik broşürler hazırlanabilir, rehberlik panoları ve okulların web siteleri bu konu ile ilgili bilgileri aktaracak şekilde düzenlenebilir.

- Gençlerde yalnızlık duygusunun ve bu duygunun yol açtığı sosyal medyayı aşırı kullanım ve bağımlılık gibi olumsuz davranışların ne şekilde gözlemlenebileceği konusunda öğretmenlerin ve ailelerin bilgilendirici çalışmalarla desteklenmesi yararlı olabilir.

Araştırmacılara Yönelik Öneriler

- Bu araştırmada ülkemizdeki gençlerin yalnızlık düzeyleri ve sosyal medyaya yönelik tutumları arasındaki karşılıklı ilişkiye yönelik bulgulara ulaşılmış olmakla birlikte yalnızlık duygusunun nedenleri bilinmemektedir. Daha sonra yapılacak araştırmalarda bu konu, gençleri sosyal medyaya yönelten yalnızlık duygusunun nedenleri, başka bir deyişle; olası öncül değişkenler de ele alınarak daha detaylı bir şekilde incelenebilir.
- Bu araştırmada yalnızlık duygusu gençlerin sadece sosyal medya sitelerine yönelik geliştirdikleri tutumlar bağlamında incelenmiştir. Yalnızlık duygusuyla birlikte bir risk faktörü olarak gençlerin sosyal medyaya bağımlılık geliştirip geliştirmedikleri de ampirik olarak araştırılabilir.
- Bu araştırma, İstanbul ili Kadıköy ilçesindeki 10. ve 11. sınıf lise öğrencileri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bu sınırlılık dikkate alındığında; bulguların genellenebilmesi için farklı yaş gruplarından alınacak daha geniş örneklem grupları üzerinde karşılaştırmalı araştırmalar yapılabilir.
- Başka bir sınırlılık olarak bu araştırmaya katılan gençlerin sosyo-ekonomik düzey açısından homojen bir yapıya sahip olduğu dikkate alındığında; sosyal medyaya yönelik tutumlar ve yalnızlık duygusu farklı sosyo-ekonomik seviyeden gelen bireylerin oluşturacakları örneklem üzerinde incelenebilir.
- Araştırmada yalnızlık ve sosyal medyaya yönelik tutum arasında genel olarak yüksek düzeyde bir ilişki elde edilmiştir (Tablo 2). Yüksek düzeyde elde edilen ilişki katsayısı, bu iki değişken arasındaki ilişkiyi güçlendiren farklı aracı (mediator) ve düzenleyici (moderator) değişkenlerin olma ihtimalinin yüksek olduğunu düşündürmektedir. Dolayısıyla, daha sonraki araştırmalarda bu iki değişken arasındaki ilişkinin doğasının daha iyi anlaşılabilmesi için bireyin kişilik özellikleri, ebeveyn ve sosyal çevre ile ilişkilerinin niteliği, algılanan sosyal destek gibi farklı değişkenlerin de ele alındığı çoklu bir model içinde incelenmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir.
- Bazı araştırmacılar sosyal medya ve yalnızlık değişkenlerinden hangisinin öncül değişken olduğuna dair net bir bilginin olmadığına vurgu yaparak yalnızlığın sosyal medya kullanımını arttırdığı gibi sosyal medyaya aşırı yönelimin de yalnızlığı arttırabileceğini belirtmektedirler (Primack ve ark., 2017; Yao ve Zhong, 2014; Bonetti, Campbell ve Gilmore, 2010; Kim, LaRose, ve Peng, 2009). Bu noktada; konunun açıklığa kavuşturmak adına nicel ve nitel araştırma desenlerinin birlikte kullanıldığı karma araştırma deseni içinde incelenmesi önerilebilir. Bu amaç doğrultusunda, yalnızlık düzeyi yüksek ve sosyal medyaya yönelik olumlu tutuma sahip gençlerle bireysel veya odak grup görüşmeleri yapılabilir.



EXTENDED ABSTRACT

Attitudes towards Social Media among Young People and Loneliness: A Correlational Study*

Farnaz Fathi Amaghani*

Müge Akbağ**

Introduction

Human affairs can change due to the improvement in science, technology, art, business and communication from one society to another or inside the same society over time (Bilgin, 1988). Specifically, improvement in communication technologies and fast Internet access transform social media to an inseparable part of modern society. Social media as a different aspect of media which hosts various events offers people the opportunity to come together over the same purpose and organize them over it. Users can share their personal information as well as their photographs and videos, look for jobs, interact with people from all over the world and get in touch with different groups, satisfy their social interaction and share needs which they fail to meet in their real world (Aydoğan, 2010). In other words, because social media is free and independent from a specific environment, individuals can use the platforms more effectively to socialize. Social media functions as a window to world for lots of people even if it is virtual.

* This article has been prepared based on the master thesis conducted under supervision of Assistant Prof. Dr. Müge Akbağ

** MA., Psychological Counselor, farnaz_fathi_64@yahoo.com

*** Corresponding author, Assistant Prof. Dr. , Marmara University, Faculty of Atatürk Education, Department of Guidance and Psychological Counseling, İstanbul, makbag@marmara.edu.tr, makbag2014@gmail.com.

There is no definition of social media which has received wide acceptance. Social media in general can be defined as web sites promoting collaborative work, communication building and close interactions thanks to Web 2.0 technologies (Akar, 2010). Kaplan and Haenlein (2010), on the other hand, state that social media is “internet based applications which enable content building by the user himself-herself and change it as well”. In short, social media as a web-based software which connects people to each other (Showalter, 2012) also provides opportunity for individuals to share their own feelings and thoughts with people they do or do not know via a click of a mouse (Edwardsen, 2012). Definitions in mind, it can be concluded that social media is based on shares and social interaction. Facebook and Twitter are social media tools first to think of. Even though they are quite popular, social media has a wide range of tools. LinkedIn, Youtube, MySpace, Flickr and Tumbler are among other popular social media tools. Joining social media sites has an unbelievable increase among young people and young adults recently (Sheedy, 2011; O’Keeffe and Clarke-Pearson, 2011). Young people who are at their school ages spend most of their time in social media networks. However, social media sites such as Myspace, Facebook, Youtube, Whatsapp, Viber which are often preferred by young people are not utilized to obtain information or research; on the contrary, they are preferred most to attain friends, share their private lives and introduce themselves to the people they do not know in person. In other words, they are used for entertainment and communication (Özmen, Aküzüm, Sünkür and Baysal, 2012; O’Keeffe and Clarke-Pearson, 2011). Primack, Shensa, Sidani and colleagues (2017) reported that 90% of the young adults in the USA use social media and most of these users visit those social media sites at least once a day. According to the findings of the research which was conducted by the Ministry of Youth and Sports (2013) with young people between 15-29 ages in our country, 96% of Internet users are young people who use social media. 86% of the young people connect social media at least once a day; 72% of them connect a few times every day. One out of three young people spend at least 3 hours in social media every day. This rate is even higher in 15-17 age group (35%), single (31%) and graduates of secondary education or less (31%). These findings give a clue that the sample of this study consisted of young people are in close relationship with social media. The results of the same study also showed that young people often “follow what people and institutions on their social media list share” (89%) and “comment on their friends’ posts” (88%). This finding revealed that young people consider social media as an environment in which they can socialize and try to satisfy their need for social interaction.

Establishing social networks and satisfying the need for belonging have a great importance for young people who are at their adolescent period in developmental terms. It is inevitable that young people experience the feeling of loneliness in the case that those needs are not met enough (Margalit, 2010; Segrin and Flora, 2000; Weiss, 1973, Weiss, 1987). Researchers emphasize that the feeling of loneliness is quite common among young people (Manfusa, 2001; Pancar, 2009; Turan, 2010); in addition, this feeling constitutes a fundamental problem for them (Roscoe and Skomski, 1989). The feeling of

Loneliness among young people is also related to unfavorable psychological features such as depression, lack of self-confidence, despair, considering himself-herself unappealing, social timidity, alcoholism, suicidality etc. (Erim, 2001; Batgün, 2006; Pancar, 2009; Turan, 2010). Hence, loneliness is considered as a serious psychosocial risk factor among the young.

Bonding and social integration are people's one of the most important social necessities according to Weiss (1973). Insufficiency in one of these social necessities causes different type of stress. For instance, insufficiency in bonding causes emotional loneliness while insufficiency in social integration causes social loneliness. Loneliness is originated because people do not have a social environment or they do not have social relationship they need. Peplau and Perlman (1982), on the other hand, define loneliness by evaluating it on the basis of human affairs as the feeling caused due to the difference between social relationships people demand and people perceive. According to this opinion, loneliness does not mean the same with being alone or being with others does not indicate that people do not feel lonely. In short, if a person cannot satisfy himself-herself with his-her own social relationship, the feeling of loneliness occurs. Loneliness is a subjective experience in this sense. People who feel lonely lead their selves to different vanishing points to get rid of this painful feeling. Reading books, listening to music, watching television and participating social activities are among these vanishing points; yet, young people prefer social media as it is easy to reach. Researchers advocate that web-based technologies can be an effective way for lonely people to ease their social isolation feeling, to meet their sense of belonging and to enhance social networks (Pelling and White, 2009; Matsuba, 2006; Morahan-Martin, 1999; Morahan-Martin and Schumacher, 2003). Some researches revealed that insufficiency in perceived social support obtained from family, peers, teachers and social environment causes increase in young people's loneliness; thus, young people try to satisfy their social support needs in web-based environments (Atalay, 2014; Tanrıverdi, 2012; Chen, Li and Long, 2007). Besides, people with the feeling of loneliness are more likely to feel their own incompetence in their social relationships (McKenna, Green and Gleason, 2002; Kim, LaRose and Peng, 2009; Demir, 1990); that's why, they may consider explaining themselves on the Internet instead of building a face to face communication in real social environments is safer and less threatening (McKenna, Green and Gleason, 2002; Kim, LaRose and Peng, 2009). Easily taking part in a social circle in virtual environment thanks to social media and expressing their feelings and opinions more often and in a more comfortable way may help young people to ease their feeling of loneliness. That's why young people might be considered to develop a positive attitude towards social media.

Positive and negative psychological effects of social media and the Internet on the young are among the mostly debated topics in the literature. Some studies supported that social media use enhances students' learning (O'Keeffe and Clarke-Pearson, 2011; McCarty, 2010) and improves socializing, communication skills and social networks (O'Keeffe and Clarke-Pearson, 2011; Jones, Blackey, Fitzgibbon and Chew, 2010). Developing social

networks via social media has positive effects on young people's psychological well-being, identity development and sense of belonging (Allen, Ryan, Gray, McInerney and Waters, 2014). According to Davis (2012), social media can support young people's sense of belonging by providing them with an opportunity to satisfy their need for approval for their opinions and experiences by their peers. On the other hand, being exposed to positive feedbacks and messages in online environment may provide an opportunity for young people to develop a healthy and positive self-image (Allen et al., 2014; Barker, 2012). Young people who are not comfortable with face to face communications and do not feel successful with it open themselves much more easily while chatting in online environment, meet new people more easily due to the feeling less shy and they feel belonging to a group in this way. Thus, their feeling of loneliness and social anxiety diminishes and their psychological well-being can be affected positively (Laghi, Schneider, Vitoroulis et al., 2013; Davis, 2012; Bonetti, Campbell and Gilmore, 2010).

There are opposing views regarding the positive effects of social media. Some researchers advocate that the excessive use of the Internet and social media causes a decrease in face to face communication in real social relationships, therefore, leads to social isolation. An increase in social isolation may cause alienation overtime and make individuals feel more lonely (Allen et al., 2014; McKenna, Green and Gleason, 2002; Chou and Hsiau, 2010; Primack et al., 2017; Yao and Zhong, 2014; Bonetti, Campbell and Gilmore, 2010; Chou and Hsiau, 2010; Kim, La Rose and Peng, 2009). Other possible negative effects can be listed as decrease in academic achievement, being addictive to the Internet and social media, sleep deprivation due to addiction, being exposed to cyber bullying and sexual thematic texts (O'Keeffe and Clarke-Pearson, 2011; Esen and Siyez, 2011; Kim, La Rose and Peng, 2009; Caplan, 2003).

In conclusion, due to the facts that young people are tend to feel lonely in developmental terms, social media's placing an enormous part in daily life and creating a risk factor due to its excessive use arise the need for further researches regarding this topic. The studies conducted are often focused on the Internet use and Internet addiction. Social media and attitudes towards social media are also taken attention but they are relatively limited. There are researches in the literature examining the relationship between young adults' use of social media and depression (Li, Sidani, Shensa et al., 2016), the effects of Facebook use on university students' personality characteristics, self-esteem, loneliness levels and narcissistic tendencies (Skues, Williams and Wise, 2012), the relationship between young adults' use of social media and perceived social isolation (Primack et al., 2017), the negative and positive sides of social media use (Allen et al., 2014), secondary and high school students' attitudes towards social media (Argın, 2013), the relationship between high school students' attitudes towards social media and their perceived social support levels (Atalay, 2014), gifted students' motivations for the use of social media (Köroğlu, 2014), social media and high school teachers' habits of Facebook use (Sönmez, 2013), teacher candidates' adoption of social networks and their loneliness (Bayraktar,

Hopcan and Hopcan, 2013), high school students' social media use habits and their motivations (Ök, 2013) and the relationship between students' bullying tendency and their attitudes towards social media (Ökte, 2014). Yet, there are not any research regarding the investigation of the relationship between young people's attitudes towards social media and loneliness. As a result, the investigation of the relationship between the attitudes towards social media and loneliness constitutes the aim of this study.

Purpose

The main aim of this study is to investigate the reciprocal relationship between young people's loneliness levels who are at high school and their attitudes towards social media. It is also studied whether young people's loneliness levels and their attitudes towards social media differ according to the frequency of their social media use and the tools they use to connect social media. The main aim of this study is in mind, the research questions to be answered are presented below.

1. Is there a significant relationship between young people's loneliness levels and their attitudes towards social media?
2. Do young people's loneliness levels differ according to the frequency of their social media use?
3. Do young people's loneliness levels differ according to the tool they use to connect social media?
4. Do young people's attitudes towards social media differ according to the frequency of their social media use?
5. Do young people's attitudes towards social media differ according to the tool they use to connect social media?

Method

Research Design

This study is designed as correlational survey model to investigate the reciprocal relationship between young people's attitudes towards social media and their loneliness levels. Correlational study which is one of the quantitative research methods describes an existing situation and examines if the variables show a mutual change. Results may indicate a possible cause-effect relationship. However, they cannot be interpreted as an existing and definite cause-effect relationship (Büyükoztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz and Demirel, 2014; Creswell, 2017). Whether young people's attitudes towards social media and their loneliness levels differ according to the frequency of their social media use and tools they use to connect social media is studied with comparative survey model.

Population and Sample

The population of this study consisted of 10th and 11th grade high school students who are from public schools in Kadıköy province, İstanbul city. To determine the sample group, simple random cluster sampling was used and four different schools were settled. Two hundred and fifty students from 10th and 11th grades of these schools were selected via random cluster sampling and composed the sample of this study. There are 120 girls (48%) while 130 boys (52%). When students' socio-economic distribution is analyzed, it is seen that 39 of them (15.6%) are from low, 200 of them are from middle (80%) and 11 of them (4.4%) are from high socio-economic class. When the distribution is analyzed based on classroom levels, 126 students (50.4%) are 10th graders while 124 students (49.4%) are 11th graders.

Data Collection Tools

Social Media Attitude Scale: Social Media Attitude Scale developed by Argın (2013) is used in this study to determine young people's attitudes towards social media. Social Media Attitude Scale consists of 23 items and is a 5 point Likert scale. There are 17 positive and 6 negative items in the scale. Factor analysis was conducted to test construct validity. Analysis resulted a scale with 4 factors. These factors are named as the need for share (i.e. "It makes me happy that my friends comment about my posts."), social competence (i.e. "I think I will have more friends thanks to social media sites."), social isolation (i.e. "I fail to save time for my friends due to social media sites.") and relationship with teachers (i.e. "It makes me feel worth that my teachers follow me on social media sites.") (Otrar and Argın, 2015). *Higher total score obtained from the scale indicates a high level of positive attitudes towards social media.* As social isolation sub-scale consists of negative items, those items are coded conversely and total scores are calculated based on those conversely coded items. Reliability analysis showed that Cronbach Alpha internal consistency coefficient was .85. Cronbach Alpha Internal Consistency Coefficient for sub-scales were found to change between .79 and .81. Test retest reliability coefficient for total score was calculated as .84 and for sub-scales, it changed between .72 and .89 (Argın, 2013).

UCLA Loneliness Scale: UCLA Loneliness Scale which was developed by Russell, Peplau and Ferguson (1978) and revised by Russell, Peplau and Cutrona (1980) was used to identify the young people's loneliness levels. UCLA Loneliness Scale is a 4 point Likert type Scale with 20 items; 10 of which are coded reverse. The increase in total scale score points out that individuals experience much loneliness. The adaptation of scale to Turkish culture was conducted by Demir (1989). Within the context of validity studies, the scale was applied to a 'patient' group who complain about loneliness and 'normal' group who does not. The results showed that patient group had higher loneliness average score than normal group ($t=6.29$, $p<.001$). Besides, the internal consistency and test retest coefficients of the scale were calculated for reliability analysis; internal consistency coefficient was computed as .96 while test retest reliability coefficient was .94 (Demir, 1989).

Personal Information Form: Personal Information Form used in this study is a form designed to collect data regarding gender, classroom level, perceived socio-economic level, the frequency of social media use and tools used to connect social media of young people who composed the sample of this study.

Procedure

Data collection tools used in this study were given students simultaneously and “Personal Information Form”, “Social Media Attitude Scale” and “UCLA Loneliness Scale” were administered respectively. Data collection process took almost a lesson (35-40 minutes). Necessary explanations such as the aim of the study, how to respond to scales, information about the secrecy of the data and its use only for the present study were made prior to the application.

Data Analysis

Upon completing data collection, data analysis was conducted with SPSS statistical package program. Statistical significance level was determined as .05 for data analysis process. For statistical analysis, mean value and standard deviation values of scores which are obtained from “Social Media Attitude Scale” and “UCLA Loneliness Scale” by young people of the sample group were first calculated. After, with the aim of the study in mind, Pearson Product-Moment Correlation coefficient, one-way variance analysis (ANOVA) which is a parametric technique and Kruskal Wallis-H test which is a nonparametric technique were executed to determine the relationships between variables.

Results

First, mean scores and standard deviations of total scores and sub-scale scores were calculated. Findings are presented in Table 1.

Table 1. Mean Scores and Standard Deviation Values of Total Scores and Sub-Scale Scores for UCLA Loneliness Scale and Social Media Attitude Scale (SMAS)

Variables	N	M	SD
Loneliness	250	2.54	.42
SMAS Total	250	3.88	.36
Social Competence	250	3.67	.77
Need for Share	250	4.29	.33
Relationship with Teachers	250	3.42	.46
Social Isolation	250	2.60	.47

Based on the findings from the descriptive statistical analysis which was conducted to determine young people's loneliness levels and their attitudes towards social media, their loneliness level ($\bar{x} = 2.54$) and attitudes towards social media ($\bar{x}_{total}=3.88$) can be concluded to be high. Due to the fact that their score of attitudes towards social media is high, young people can be thought to develop a positive attitude towards social media. Besides, as young people got higher average scores in the need for share as sub-scale of Social Media Attitude Scale ($\bar{x} = 4.30$) than other sub-scales, it can be interpreted that they have a higher need for share as well.

In accordance with the main aim of the study, to determine the reciprocal relationship between young people's loneliness levels and their attitudes towards social media, Pearson Product-Moment Correlation coefficients were calculated. The findings are provided in Table 2.

Table 2. Relationships between Young People's Loneliness Levels and Their Attitudes towards Social Media (N=250)

Variables	1	2	3	4	5	6
1.Loneliness	1					
2.SMAS Total	.85***	1				
3.Social Competence	.85***	.86***	1			
4.Need for Share	.67***	.83***	.69***	1		
5.Relationship with Teachers	.19**	.21***	.14*	.21***	1	
6.Social Isolation	-.16*	-.36***	-.45***	-.06	.17**	1

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

The findings obtained showed that as the total score from Social Media Attitude Scale increased, loneliness level increased as well ($r=0.85$; $p < .001$). Based on this finding, as young people's loneliness level increased, their attitudes towards social media showed a positive rise; likewise, as their loneliness level decreased, their positive attitude towards social media showed a decline. This finding is found to be consistent with other studies in the literature (Morahan-Martin and Schumacher; 2000; Amichai-Hamburger and Ben-Artzi, 2003; Çağır, 2010; Tokunaga and Rains, 2010; Yao and Zhong, 2014; Kurtaran, 2008; Esen and Siyez, 2011; Önay, 2014). Skues, Williams and Wise (2012) found in their study which was conducted with university students that as students' loneliness scaled up, their use of Facebook and number of friends they have on Facebook increased. Another research by Doğan and Karakuş (2015) which was carried out on high school students revealed findings that there is an increase in social network use when the feeling of loneliness in romantic and family relationship rises up. Based on all these research findings, young people's tendency to use social media to get rid of their feeling of loneliness and develop

positive attitudes towards social media can be considered as an expected result. As a result, it can be thought that the Internet provides environment for the young who have a higher level of loneliness to reach other young people easily and interact with them via social media sites. Thus, young people's attitudes towards social media are considered to show a positive increase. On the other hand, it can also be speculated that virtual network in social media does not ease the feeling of loneliness contrary to expected. This situation suspends people from real relationships and healthy social activities; thus, it leads a rise in the feeling of loneliness over time. Hence, some researchers emphasize that there is no consensus and clear information regarding whether social media use or loneliness variable is a premise. They specify that loneliness may increase social media use; likewise, social media use increases loneliness (Primack et al., 2017; Yao and Zhong, 2014; Bonetti, Campbell and Gilmore, 2010; Kim, LaRose and Peng, 2009). As a result, loneliness can be both a cause and an effect for social media tendency and it can be claimed that there is a vicious circle between these variables.

When the relationships between young people's loneliness levels and sub-scales of Social Media Attitude Scale are studied, as their loneliness levels increase, social competence sub-scale scores ($r=0.85$; $p<.001$), the need for share sub-scale scores ($r=.67$; $p<.001$) and relationship with teachers sub-scale scores ($r=.19$; $p<.01$) of Social Media Attitude Scale increase as well. On the other hand, scores young people obtained from social isolation sub-scale of Social Media Attitude Scale increase, their loneliness levels decrease ($r=-.16$; $p<.05$). This negative relationship between young people's loneliness levels and social isolation is due to the fact that all items of social isolation sub-scale are negative (contrary) items. In other words, the increase in social isolation scores indicates that the perception that social media causes isolation is high. According to the findings obtained, it can be stated that as young people's loneliness levels increase, their social competence perception in social media environment does as well. Young people are thought that when they cannot handle their feeling of loneliness, they communicate with people they do or do not know in social media sites and get friends; thus, they attempt to develop their social competence. Caplan (2003) and Kim, La Rose and Peng (2009) state that people with psychosocial problems such as loneliness and depression are more likely to perceive themselves socially incompetent and do not have effective social skills. That's why, these people prefer social interaction in virtual environment over face to face interaction because they become invisible and feel more comfortable. In fact, they probably find themselves more successful in online interactions. This may lead an excessive use of the Internet and addiction. This opinion which was set forth by researchers supports the results of this study. On the other hand, the higher young people's loneliness level gets, the more likely they need for share in social media environments. This finding gives rise to the idea that young people with high loneliness level prefer to meet their need for share by written communication and explaining their own opinion and thoughts in social media sites as they fail to meet this need in real social environments. Young people may feel that they are being loved by others, they are not lonely and they receive attention and

care by receiving likes and requests from other people and by sharing posts in social media environments. When the relationship with teachers sub-scale is studied, it can be argued that young people's need for relationship with teachers increases as their loneliness level increases. Young people who are also the sample of this study spend significant amount of their time in school; thus, they interact with teachers no matter they want or not. Therefore, young people can be thought to try to remove their feeling of loneliness by following their teachers' social media accounts, communicating with them in virtual world and transferring their opinions in social media instead of real world and following their posts and topics they are impressed so they can be in much contact. The finding of social isolation sub-scale revealed that as young people's loneliness level decreases, there is an increase in young people's perception that social media causes social isolation. In other words, young people with low loneliness level might think that social media detain them from real world social affairs. Hence, this situation also indicates a negative attitude towards social media. Allen and colleagues (2014) emphasize positive and negative psychological results of social media on the young and specify that social media use enhances young people's social connections while it can increasingly turn them away from the society and lead to social isolation.

Kruskal Wallis H Test was conducted to determine whether young people's loneliness level differ based on the frequency of social media use, the findings obtained are presented in Table 3.

Table 3. Results of Kruskal Wallis H Test Conducted to Determine if UCLA Loneliness Scale Score Differs According to the Frequency of Social Media Use

Score	Groups	N	Mean Rank	X ²	df	P
Loneliness	Once a day	63	90.93	65.43	5	.000
	More than once a day	126	160.40			
	Once a week	11	74.41			
	More than once a week	34	104.40			
	Once a month	6	32.50			
	More than once a month	10	87.30			
	Total	250				

According to the results of Kruskal Wallis H Test which was conducted to determine whether young people's loneliness level differs based on the frequency of social media use, the difference between mean ranks of groups was found to be statistically significant ($\chi^2=65.43, p<.001$). Later, groups were compared pairwise with Mann-Whitney U test to determine the source of the difference. According to the findings, young people's loneliness level who use social media more than once a day are found to be higher than young people who use social media, once a day, once a week, more than once a week, once a month and more than once a month. Besides, young people's level of loneliness

who use social media once a month are identified to be lower than those who use social media once a day and more than once a week. In other words, as young people's loneliness levels go up, their frequency to use social media also increases. This finding also indicates that young people consider a connection to social media sites as the easiest way to cope with the feeling of loneliness when they experience this feeling. There are similar findings in some researches (Çağır, 2010; Önay, 2014). The results of another study by Primack and colleagues (2017) also showed an increase in young adults' social media use as their perception of social isolation rises up.

One-way variance analysis (ANOVA) was conducted to determine if young people's loneliness levels differ based on the tools they use to connect social media, the findings are presented in Table 4.

Table 4. Results of One-Way Variance Analysis (ANOVA) Conducted to Determine If Score from UCLA Loneliness Scale Differs Based on the Tools Young People Use to Connect Social Media

Score	Group	N	M	SD	ANOVA Results					
					Variance Source	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
Loneliness	Desktop	62	44.11	5.74	Within groups	4375.93	2	2187.96	41.55	.000
	Laptop	38	49.29	7.54	Between groups	13004.96	247	52.65		
	Mobile	150	53.98	7.72	Total	17380.90	249			
	Total	250	50.82	8.35						

The results of one-way variance analysis (ANOVA) conducted to identify if young people's loneliness levels differ based on the tools they use to connect social media revealed that there is a statistically significant difference between arithmetic means of groups ($F=41.55$; $p<.001$). Later, as the variances are found to be homogeneous, Scheffe post hoc multiple comparison test was applied to specify which groups caused this difference. The finding concluded that young people who use mobile devices to connect social media have higher level of loneliness than young people who use desktop and laptops. Based on this finding, it can be declared that young people who use mobile devices to connect social media feel themselves lonelier. Today, mobile phones are well-equipped and can easily connect social media sites; thus, adolescents can reach these web sites faster and simply. Hence, students with higher loneliness levels are more keen on the use of these devices to connect social media.

Kruskal Wallis H Test was conducted to determine if Social Media Attitude Scale total scores differ according to the frequency of social media use. The findings are as presented in Table 5.

Table 5. Results of Kruskal Wallis H Test Conducted to Determine if Social Media Attitude Scale Total Scores Differ According to the Frequency of Social Media Use

Score	Groups	N	Mean Rank	X ²	sd	P
SMAS	Once a day	63	92.02	67.65	5	.000
	More than once a day	126	161.54			
	Once a week	11	79.05			
	More than once a week	34	96.31			
	Once a month	6	36.17			
	More than once a month	10	86.30			
	Total	250				

The results of Kruskal Wallis H Test conducted to determine if young people’s Social Media Attitude Scale total scores differ according to the frequency of social media use revealed that there is a statistical significant difference between mean ranks of groups ($\chi^2=67.65$; $p<.001$). Later, the groups were compared pairwise with Mann-Whitney U test to determine the source of the difference. The findings declared that young people who use social media more than once a day have higher attitudes towards social media than who use social media once a day, once a week, more than once a week, once a month and more than once a month. Besides, young people who use social media once a month have lower attitudes towards social media than those who use it once a day, more than once a day and more than once a week. Based on this finding, it can be said that the more frequent young people use social media, the more positive their attitudes are towards social media. There are other research findings in the literature supporting this finding (Argin, 2013; Yılmaz, 2013; Atalay, 2014; Ökte, 2014). Another research conducted by Subrahmanyam, Reich, Waechter and Espinoza (2008) specified that one out of four user visit social media sites often in a day. Therefore, young people’s frequent visit to social media sites means that they consider social media as a way of communication and that’s why, they develop a more positive attitude towards social media. Thanks to that, it is very easy for young people to share posts about themselves, know about friends’ posts, follow others and satisfy their need for socialization.

One-way variance analysis (ANOVA) technique was applied in order to identify if young people’s attitudes towards social media differ based on the tools they use to connect social media. The findings are presented in Table 6.

Table 6. Results of One-Way Variance Analysis (ANOVA) Conducted to Identify If Social Media Attitude Scale Total Scores Differ Based on the Tools Young People Use to Connect Social Media

ANOVA Results										
Score	Group	N	M	SD	Variance Source	Sum of Squares	df	Mean Square	F	P
SMAS	Desktop	62	3.59	.24	Within groups	8.34	2	4.17	42.95	.000
	Laptop	38	3.81	.26	Between groups	23.98	247	.09		
	Mobile	150	4.02	.34	Total	32.32	249			
	Total	250	3.88	.36						

The results of one-way variance analysis (ANOVA) conducted to identify if young people's attitudes toward social media differ based on the tools they use to connect social media revealed that there is a statistically significant difference between arithmetic means of groups ($F=42.95$; $p<.001$). Later, Scheffe post hoc multiple comparison test was applied to specify which groups caused this difference. Based on the findings obtained as a result of the statistical analysis, it can be claimed that young people's attitudes towards social media who use mobile devices to connect social media are more positive than those who use desktops and laptops. The half of the young people in the sample group (50.4%) get connected social media sites more than once a day. As the prior finding revealed, young people who are more often get connected social media have more positive attitudes towards social media. Hence, mobile devices may be preferred much more by young people who have positive attitudes towards social media as these devices provide environment for an immediate connection and they are easy to reach and use.

Conclusion and Recommendations

Based on the findings obtained from this study, it is concluded that there is a reciprocal relationship between young people's attitudes towards social media and their loneliness levels. Besides, the results show that young people's loneliness levels and attitudes towards social media change based on the frequency of social media use and tools being used to connect social media. Keeping in mind the findings and limitations of this study, some recommendations for practitioners and researchers are provided below.

Recommendations for Practitioners

- This study found that young people with high loneliness level develop positive attitudes towards social media. In other words, young people front social media to ease their feeling of loneliness. Within the framework of preventive and protective counseling and guidance services in our schools, young people should be supported with group counseling programs and, if necessary, individual counseling interventions, to help them develop communicative and social skills so that they can built healthy relationships in the real social environments and, thus, cope with the feeling of loneliness. Hereby, risk for social media addiction may be levelled down.
- This study concluded that young people who use social media more often have higher loneliness levels. When the literature is reviewed, it is specified that spending plenty of time in social media can be observed in young adults and elders; however, individuals are badly affected due to this situation. Some of recent researches indicate that loneliness may increase social media use as well as social media use may increase loneliness and cause social isolation (Primack et al., 2017; Allen et al., 2014; Yao and Zhong, 2014). In these circumstances, psychological counselors in our schools and mental healthcare professionals who work related to this topic should prepare and implement awareness-raising psycho-educational programs for young people, their

parents and teachers to underline that social media is not solely used to spend time; it can also be used to support young people's academic and social developments and give lectures and seminars. Within the context of gathering information and spreading function of counselling and guidance services, psychological counselors in schools can design booklets regarding how to use social media sites wisely, promote web sites of schools and prepare bulletin boards to convey information related to this topic.

- It can be beneficial that teachers and parents are supported with informative practices regarding how to observe negative behaviors such as excessive use of social media and addiction in young people caused by feeling of loneliness.

Recommendations for Researchers

- When the limitations of this study are considered, young people who took part in this study are homogenous in terms of age and socio-economic level. To be able to generalize the results, the feeling of loneliness and attitudes towards social media should be studied on samples which consisted of individuals from different socio-economic levels and various age groups.
- The findings regarding the reciprocal relationship between young people's loneliness levels in Turkey and their attitudes towards social media were obtained in this study, however, the reasons for the feeling of loneliness remain unknown. Some further researches can be conducted to determine the reasons for the feeling of loneliness pushing young people to use social media, in other words, antecedent variables for social media use can be studied in a detailed way.
- High correlation between loneliness and attitude towards social media was generally achieved in this study (Table 2). This high correlation gives rise to the thought that there is a high possibility to lead to be some mediator and moderator variables empowering the relationship between these two variables. Hence, it would be useful if further researches are conducted to understand the nature of the relationship between these two variables better. For instance, individuals' personality characteristics, the quality of relationships of parental and social environments, perceived social support etc. variables can be studied in a multiple model.
- Some studies emphasize that there is no clear finding regarding which variable is the antecedent variable, loneliness or attitude towards social media. Thus, loneliness can increase social media use while excessive use of social media might increase loneliness as well (Primack et al., 2017; Yao and Zhong, 2014; Bonetti, Campbell and Gilmore, 2010; Kim, LaRose and Peng, 2009). At this point, it can be recommended that mixed method research which contains both qualitative and quantitative research methods together should be conducted to clarify this subject. In accordance with this purpose, individual and focus group interviews can be organized with young people with high feeling of loneliness and positive attitudes towards social media.

Kaynakça/References

- Akar, E. (2010). *Sosyal medya pazarlaması*. İstanbul: Elif Yayınevi.
- Allen, K. A., Ryan, T., Gray, D. L., McInerney, D. M. & Waters, L. (2014). Social media use and social connectedness in adolescents: The positives and the potential pitfalls. *The Australian Educational and Developmental Psychologist*, 31 (1), 18–31 .
- Amichai-Hamburger, Y., & Ben-Artzi, E. (2003). Loneliness and internet use. *Computers in Human Behaviour*, 19, 71–80.
- Argın, F. S. (2013). *Ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi, İstanbul.
- Atalay, R. (2014). *Lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları ile algıladıkları sosyal destek düzeyleri arasında ilişki*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Aydoğan, F. (2010). *İkinci medya çağında gözetim ile kamusal alan paradoksunda internet*. İstanbul: Alfa Yayınevi.
- Barker, V. (2012). A generational comparison of social networking site use: The influence of age and social identity. *International Journal of Aging & Human Development*, 74 (2), 163–187.
- Batıgün, A. D. (2006). İntihar olasılığında cinsiyet, iletişim becerileri ve yalnızlık değişkenlerinin incelenmesi. *Ankara Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projesi Kesin Raporu*, Ankara.
- Bayraktar, D. M., Hopcan, E. P. ve Hopcan, S. (2013). Öğretmen adaylarının sosyal ağları benimseme ve yalnızlık durumları. *Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi*, 20(2), 35–45.
- Bonetti, L., Campbell, M.A., & Gilmore, L. (2010). The relationship of loneliness and social anxiety with children's and adolescents' online communication. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(3), 279–285.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E. Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2011). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. (8. baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Can, A. (2014). *SPSS ile bilimsel araştırma sürecinde nicel veri analizi*. (2. baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Caplan, S. E. (2003). Preference for online social interaction: A theory of problematic internet use and psychosocial well-being. *Communication Research*, 30 (6), 625-648.
- Chen, X. , Li, F. H. & Long, L. L. (2007). Prospective study on the relationship between social support and internet addiction. *Chinese Mental Health Journal*, 21 (4), 240-243.
- Chou, C. & Hsiao, M. C. (2000). Internet addiction, usage, gratification, and pleasure experience: The Taiwan college students' case. *Computers & Education*, 35(1), 65-80.
- Creswell, John W. (2017). *Eğitim araştırmaları: Nicel ve nitel araştırmanın planlanması, yürütülmesi ve değerlendirilmesi*. Çeviri Ed. Halil Ekşi. İstanbul: EDAM.
- Çağır, G. (2010). *Lise ve üniversite öğrencilerinin problemleri internet kullanım düzeyleri ile algılanan esenlik halleri ve yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişki*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Davis, K. (2012). Friendship 2.0: Adolescents' experiences of belonging and self-disclosure online. *Journal of Adolescence*, 35, 1527–1536.

- Demir A. (1989). UCLA yalnızlık ölçeğinin geçerlik ve güvenilirliği, *Psikoloji Dergisi*, 7(23), 14-18.
- Demir, A. (1990). Üniversite öğrencilerinin yalnızlık düzeylerini etkileyen bazı etmenler. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Doğan, U. ve Karakuş, Y. (2016). Lise öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanımının yordayıcısı olarak çok boyutlu yalnızlık. *Sakarya University Journal of Education*, 6 (1), 57-71.
- Edwardsen, G.E. (2012). *Use of social media as a support network in families with a child diagnosed with trisomy 13, 18, or 21*. Unpublished Master's Thesis. North Carolina State University, USA.
- Esen, E. ve Siyez, D. M. (2011). Ergenlerde internet bağımlılığını yordayan psiko-sosyal değişkenlerin incelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4 (36), 127-138.
- Erim, B. (2001). *Yetiştirme yurtlarında ve aileleri yanında yaşayan ergenlerin, benlik saygısı, depresyon ve yalnızlık düzeyleri ile sosyal destek sistemleri açısından karşılaştırılması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Gençlik ve Spor Bakanlığı. (2013). Gençlik ve sosyal medya araştırma raporu. Ankara. <https://leventeraslan.files.wordpress.com/2015/09/genclik-sosyalmedyayonetici-ozeti.pdf> adresinden indirilmiştir.
- Jones, N., Blackey, H., Fitzgibbon, K., & Chew, E. (2010). Get out of myspace!. *Computers & Education*, 54(3), 776-782.
- Kaplan, A. M, & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53, 59-68.
- Kim, J. K., LaRose, R., & Peng, W. (2009). Loneliness as the cause and the effect of problematic internet use: The relationship between internet use and psychological wellbeing. *Cyberpsychology and Behaviour*, 12(4), 451-455.
- Kurtaran, G. T. (2008). *İnternet bağımlılığını yordayan değişkenlerin incelenmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi, Mersin.
- Laghi, F., Schneider, B.H., Vitoroulis, I., Coplan, R.J., Baiocco, R., Amichai-Hamburger, Y., Hudek, N., Koszycki, D., Miller, S., & Flament, M. (2013). Knowing when not to use the Internet: Shyness and adolescents' on-line and off-line interactions with friends. *Computers in Human Behavior*, 29, 51-57.
- Lin, L., Sidani, J. E., Shensa, A., Radovic, A., Miller, E., Colditz, J. B., Hoffman, B. L., Giles, L. M. & Primack, B. A. (2016). Association between social media use and depression among U.S. young adults. *Depression & Anxiety*. 33(4), 323-331.
- Köroğlu, İ. Ş. (2014). *Üstün yetenekli çocukların sosyal medya kullanım motivasyonları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.
- Manfusa, S. (2001). Social support, loneliness and friendship preference among British Asian and non-Asian adolescent. *Social Behavior and Personality*, 29 (4), 399-404.
- Margalit, M. (2010). *Lonely children and adolescents: Self-perceptions, social exclusion, and hope*. NewYork: Springer.
- Matsuba, M. K. (2006). Searching for self and relationships online. *CyberPsychology & Behavior*, 9, 275-284.
- McCarthy, J. (2010). Blended learning environments: Using social networking sites to enhance the first year experience. *Australasian Journal of Educational Technology*, 26 (6), 729-740.

- McKenna, K.Y.A., Green, A. S., & Gleason, M.E.J. (2002). Relationship formation on the internet: What's the big attraction?. *Journal of Social Issues*, 58, 9–31.
- Morahan-Martin, J. & Schumacher, P. (2000). Incidence and correlates of pathological internet use among college students. *Computers in Human Behavior*, 16, 13-29.
- Morahan-Martin, J. (1999). The relationship between loneliness and Internet use and abuse. *CyberPsychology & Behavior*, 2, 431–440.
- O'Keeffe, G. S., Clarke-Pearson & Council on Communications and Media (2011). Clinical report: The impact of social media on children, adolescents, and families. *Pediatrics*, 127 (4), 800-804.
- Otrar, M. ve Argın, F. S. (2015). Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 4 (1), 391-403.
- Ök, F. (2013). *Ortaöğretim öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve motivasyonları*. Yüksek Lisans Tezi. Fırat Üniversitesi, Elazığ.
- Ökte, A. (2014). *Öğrencilerin zorbalık eğilimleri ile sosyal medyaya yönelik tutumları arasında ilişkinin incelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi, İstanbul.
- Önay, N. (2014). *Ergenlerde internet bağımlılığı yordayıcıları olarak anne baba tutumları, iletişim becerisi ve yalnızlık algısı*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Arel Üniversitesi, İstanbul.
- Özmen, F., Aküzüm, C., Sünkür, M., ve Baysal, N. (2012). Sosyal ağ sitelerinin eğitsel ortamlardaki işlevselliği. *e-Journal of New World Sciences Academy 7(2)*, 496-506.
- Pancar, A. (2009). *Parçalanmış ve tam aileye sahip ergenlerin yalnızlık düzeylerinin çeşitli değişkenler arasından incelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Pelling, E. L., & White, K. M. (2009). The theory of planned behavior applied to young people's use of social networking web sites. *Cyberpsychology & Behavior*, 12 (6), 755-759.
- Peplau, L. A. & Perlman, D. (1982). *Perspectives on loneliness*, In L. A. Peplau & D. Perlman, *Loneliness: A source book of current theory, research and therapy*. New York: John Wiley & Sons.
- Primack, B. A., Shensa, A., Sidani, J. E., Whaite, E. O., Lin, L. Y., Rosen, D., Colditz, J. B., Radovic, A., & Miller, E. (2017). Social media use and perceived social isolation among young adults in the U.S. *American Journal of Preventive Medicine*, 53(1), 1–8.
- Roscoe, B., & Skomski, G. G. (1989). Loneliness among late adolescents. *Journal of Adolescence*, 24, 949-953.
- Subrahmanyam, K., Reich, S. M., Waechter, N., & Espinoza, G. (2008). Online and offline social networks: Use of social networking sites by emerging adults. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29, 420–433.
- Segrin, C., & Flora, J. (2000). Poor social skills are a vulnerable factor in the development of psychosocial problems. *Human Communication Research*, 26, 489–514.
- Sheedy, C. S. (2011). *Social media for social change: A case study of social media use in the 2011 Egyptian revolution*. Unpublished Master's Thesis. American University, USA.
- Showalter, M. W. (2012). *What impact does social media have on knowledge transfer?* Unpublished Master's Thesis. Gonzaga University, ABD.
- Sönmez, B. (2013). *Sosyal medya ve ortaöğretim öğretmenlerinin Facebook kullanım alışkanlıkları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi, Antalya.

- Tanrıverdi, S. (2012). *Ortaöğretim öğrencilerinde internet bağımlılığı ile algılanan sosyal destek arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Yüzüncü yıl Üniversitesi, Van.
- Tilley, S., & Eley, B. (2009). *Online marketing inside out*. Australia: SitePoint Pty. Ltd
- Tokunaga, R. S. & Rains, S. A. (2010). An evaluation of two characterizations of the relationships between problematic internet use, time spent using the internet, and psychosocial problems. *Human Communication Research*, 36, 512–545.
- Turan, A. F. (2010). *Üniversite öğrencilerinin ilişkilerle ilgili bilişsel çarpıtmalarını yordamada yalnızlık, benlik saygısı, yaş, cinsiyet ve romantik ilişki yaşama durumunun rolü*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Weiss, R. S. (1973). *Loneliness: The experience of emotional and social isolation*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Weiss, R. S. (1987). Reflections on the present state of loneliness research. *Journal of Social Behavior & Personality*. 2 (2), 1-16.
- Yao, M. Z. & Zhong, Z.-j. (2014). Loneliness, social contacts and Internet addiction: A cross-lagged panel study. *Computers in Human Behavior*, 30, 164–170.
- Yılmaz, M. G. (2012). *Ortaöğretim öğrencilerinin yalnızlık düzeyleri ile utangaçlık düzeyleri arasında ilişki*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi, İstanbul.