

Sosyal Medya Kullanımının Akademik Güdülenme Davranışı zerine Etkisi: Turizm Eğitimi Alan niversite öğrencileri zerine Bir alışma (The Effect of Social Media Usage on Academic Motivation Behavior: A Study on University Students Who Gets Tourism Education)

*Sinan GKDEMİR^a , İsa UğUR^b 

^a Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Tourism, Department of Travel Management and Tourism Guidance, Çanakkale/Turkey

^b Safranbolu Cemil Meriç Vocational and Technical Anatolian High School, Karabük/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:16.07.2020

Kabul Tarihi:28.09.2020

Anahtar Kelimeler

Sosyal medya

Akademik güdülenme davranışı

Turizm eğitimi

z

Birçok alanda olduğu gibi turizm eğitimi alanında da bilişim ve internetin kullanımı gün geçtikçe artmaktadır. Öğrenciler hem eğitim esnasında hem de eğitim öncesi ve sonrasında internet ve sosyal medyayı yoğun olarak kullanmaktadırlar. Sosyal medya kullanımı, eğitimin amacı kapsamında düşünüldüğünde bazı durumlarda faydalı iken bazı durumlarda da zararlı olabilmektedir. Çalışmanın amacı turizm eğitimi alan niversite ğrencilerinin sosyal medya kullanımının akademik güdülenme davranışları üzerindeki etkilerini araştırmaktır. Bu bağlamda niversite ğrencilerinin sosyal medya kullanım düzeylerinin akademik güdülenmeye etkisi ve bu iki değişkenin demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmek istenmiştir. Bu alışma sosyal medya ve akademik güdülenme davranışı arsındaki ilişkinin belirlenmesi özellikle öğrenim hayatına devam eden niversite öğrencilerle ilgili daha somut çalışmalar ortaya konması açısından önemlidir. Araştırmanın rneklemi 2019-2020 eğitim-ğretim yılında Çanakkale Onsekiz Mart ve Karabük niversitelerinin Turizm Fakültelerinde ğrenim gören toplam 227 öğrenciden oluşmaktadır. Çalışma grubunda bulunan katılımcıların sosyal medya kullanım düzeylerine ilişkin veriler, Sosyal Medya leği (SM) ile Akademik Güdülenme davranışları ile ilgili veriler, Akademik Güdülenme leği (AG) ile toplanmıştır. Araştırmada elde edilen bulgulara göre, öğrencilerin en fazla Instagram, en az Twitter mecralarını kullandıkları tespit edilmiştir. Araştırmanın sonucuna göre, öğrencilerin sosyal medya kullanım düzeylerinin akademik güdülenme motivasyonları üzerinde etkisinin olduğudur. Ayrıca, erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre genel olarak akademik güdülenme düzeylerinin daha yüksek olduğu diğer bir sonu olarak gze arpmaktadır.

Keywords

Social media

Academic motivation behavior

Tourism education

Abstract

As in many fields, the use of information and internet in the field of tourism education is increasing day by day. Students use internet and social media extensively both during and after education. When the use of social media is considered within the scope of education, it may be beneficial in some cases and harmful in other cases. The aim of this study is to investigate the effects of social media use of university students on tourism education on their academic motivation behavior. In this context, it was aimed to determine the effect of social media usage levels of university students on academic motivation and whether these two variables differ according to demographic characteristics. This study is important in terms of revealing the relationship between social media and academic motivation behavior, especially in terms of revealing more concrete studies about university students who continue their education life. The sample of the study consists of 227 students studying in Çanakkale Onsekiz Mart and Karabuk University Tourism Faculties in the academic year of 2019-2020. The data on the social media usage levels of the participants were collected using the Social Media Scale (SMS). Data on Academic Motivation Behaviors were collected using the Academic Motivation Scale (AMS). According to the findings obtained in the research, it was determined that the students used the most Instagram and the least Twitter channels. According to conclusion is the social media usage levels of students have an impact on their academic motivation level. In addition, it is another result that male students generally have higher levels of academic motivation than female students.

Makalenin Tr

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: sinangokdemir@comu.edu.tr (S. Gkdemir)

DOI: 10.21325/jotags.2020.651

GİRİŞ

Gelişen ve değişen dünyada, insanlar ve insanların hayatlarını kolaylaştıran yenilikler de sıklıkla değişmektedir. Bunlardan biri olan internet, zaman kazandırması ve bilgiye ulaşmada kolaylık sağlaması açısından insan hayatında önemli bir yere sahiptir. Özellikle insan ilişkilerinde ve yüz yüze görüşme gerektiren faaliyetlerde pratiklik sağlaması bakımından kişiler tarafından yoğun olarak kullanılmaya başlanan internet, sosyal medya mecralarının da icat edilmeye başlamasıyla günümüzde insanların olmazsa olmazı konumuna gelmiştir. İnsanlar yıllardır görmedikleri arkadaşlarını, akrabalarını ve hatta çeşitli meşguliyetlerden dolayı devam ettiremedikleri eğitimlerini sosyal medya mecraları ve uygulamaları sayesinde devam ettirebilmektedirler. Sosyalleşmenin yanı sıra ticaretten eğlenceye, spordan eğitime birçok alanda kullanılan sosyal medya mecraları özellikle Covid-19 pandemi döneminde eğitim kurumlarının çevirim içi ders hususunda yoğun bir şekilde tercih ettikleri mecradır. Zoom, Skype, Instagram ve Microsoft Teams gibi uygulamalar öğretmen ve öğretim üyesi ile öğrenciyi buluşturan önemli sosyal medya mecraları olmuştur.

Sosyal Medya

Sosyal medya, radyo televizyon gibi tek yönlü iletişim araçlarının aksine tek taraflı iletişim yerine çift taraflı iletişimi mümkün kılan bir etkileşim platformudur. Geleneksel iletişim organlarında sadece haber kaynağından, haber iletilen bölge ya da kişiye iletişim söz konusu iken, sosyal medya olan formlarında iletişim her iki yönlüdür. Bu durumu mümkün kılan teknoloji, Web 2.0 teknolojisidir. Web 2.0 terimini ilk olarak Darcy DiNucci (1999) bir makalesinde kullanmış ve sonrasında bu terim Tim O'Reilly (2005) tarafından bir konferans sırasında kullanılarak akademik dünyaya katılmıştır. Web 2.0 teknolojisini, sosyal etkileşim, topluluk oluşturma ve yönetme, iş ile ilgili girişim ve işleyişlerin kontrolü noktasında etkili olan teknoloji şeklinde açıklamak mümkündür. Web 2.0, teknolojisi tanımlanırken, kişilere karşılıklı iletişimi mümkün kılan sosyal medya ve sosyal medya tabanlı uygulamalar noktasında öncü olan temel teknoloji atılımı olarak tanımlanmaktadır (Akar, 2010). Ayrıca, Web 2.0 teknolojisi sosyal medya ile ilgili platform ve uygulamaların kullanılmasını mümkün kılmıştır. Eley ve Tilley'e (2009) göre, sosyal medya, video, fotoğraf, ses, link, metin gibi bilgi ve belgelerin paylaşılabilirdiği blog, forum, sosyal ağ profilleri ve daha farklı içeriklerin paylaşılabilirdiği platformları ifade eden geniş bir terimdir. Diğer bir tanımda sosyal medya için, profil sahiplerine bilgi, düşünce, belge ve fotoğraf gibi verileri paylaşma imkânı sağlayarak çift yönlü iletişimi online araçlar ve uygulamalar vasıtasıyla sağlayan platformlar denmektedir (Sayımer, 2008). Başka bir tanımda, sosyal medya ağ içerisinde profile sahip gerçek ya da tüzel kişilerin birbirleriyle, marka, kişilik, ürün, hizmet veya olaylar konusunda online olarak bilgi paylaşımında buldukları sosyal ağ şeklinde tanımlanmıştır (Blackshaw & Nazzaro, 2006). Sosyal ağlar, kişilere sınırları çizilmiş bir alanda, diğer kullanıcıların erişimine tamamen açık veya yarı açık olarak sanal kişilik oluşturabilecekleri bir platformdur. Kullanıcılar bu platformlarda, tanıdıkları ya da tanımadıkları kişilerle bağlantı oluşturabilmekte, bağlantıda oldukları kişilerin arkadaşlarını görebilmekte, paylaşım yapabilmekte ve bilgi alabilmektedirler. Yapılan tanımlardan da anlaşılacağı üzere, geleneksel medya araçları olan, televizyon, gazete, radyo gibi mecralarda tek yönlü iletişim söz konusu iken, sosyal medya mecralarında anlık olarak karşılıklı iletişim söz konusudur. Bu sayede dinleyiciler, anlamadıkları ya da akıllarına takılan konuları bilgi verici tarafa sorabilmekte, anlaşılmayan alan aydınlatılabilmektedir.

Sosyal medya bireylere, teknolojiyi kullanarak metin, resim, video ve ses gibi dosyaları kullanarak bağlantıda oldukları kişiler ile etkileşimde bulunmayı sağlar. Sosyal medya uygulamalarına erişim için bir bilişim teknolojisi

aracı kullanmak şarttır. Günümüzde yaygın olarak kullanılan bilgisayar, televizyon, tablet, cep telefonu ve akıllı saatlerin yanı sıra gün geçtikçe gelişen teknoloji sayesinde eskiden kullandığımız araç gereçler giderek küçülmeye başladı. Akıllı klavye, katlanabilir cep telefonu ve notebook gibi taşınabilirliği kolaylaştıran şeffaf ve elektronik araçlar da yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu cihazlar sayesinde hem günlük hayatta hem de eğitim ve öğretim alanında sosyal medya mecraları olan mikrobloglar, bloglar, çevirim içi sohbet odaları, sosyal imleme siteleri, forumlar, sosyal ağlar, podcastler, video paylaşım siteleri, sanal dünyalar başta olmak üzere birçok sosyal etkileşim alanı aktif olarak hayatın her alanında kullanılmaktadır (Hatipoğlu, 2009). Sosyal medya mecraları yüksek derecede paylaşım yapılan, fırsatlar ve yeni fikirlerin birçok kullanıcı tarafından her an üretildiği aktif bir alandır (Vural & Bat, 2010). Alan yazın incelediğinde 1997 yılında kurulan “Sixdegrees.com” sitesinin ilk sosyal paylaşım mecrası olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz (Boyd & Ellison, 2007). Sonrasında 2000 yılı ve sonrasında kurulan “Friendster” (Hazar, 2011), Couchsurfing, Tribe.net, Open, LinkedIn, MySpace, Hi5, Orkut gibi siteler sosyal medya mecralarının hızla gelişmesini ve büyümesini sağlamışlardır. Onu takip eden yıllarda özellikle 2004 yılı ve sonrasında Flickr, Mixi, Piczo, Facebook, Dodgeball, Multiply, Care2, Hyves ve Catster sosyal medya meraklılarının kullanımına sunulmuştur. Sosyal medya alanında çığır açan ve video paylaşımına izin veren Youtube sosyal medya kullanımını başka bir boyuta taşımış, hatta klasik anlamda müzik albümlerinin fiziki anlamda talebini olumsuz yönde etkilemiştir. Takiben Tumblr, Yahoo!360, Vine, Bebo, AsianAvenue gibi sosyal medya mecraları kurulmuş ve geniş kitlelerce kullanılmaya başlanmıştır. Twitter, Instagram, Pinterest, LinkedIn ve Whatsapp gibi insanların hayatlarını kolaylaştıran sosyal medya mecralarının yanı sıra kişilere, eğitim alanında sınıf oluşturma, resim, slayt, Word gibi eğitim dosyaları paylaşma noktasında kolaylık sağlayan, Zoom ve Microsoft teams gibi platformlar da kişiler ve kurumlar tarafından yoğun olarak kullanılmaya başlanmıştır.

Sosyal medya mecralarından bazılarının kullanıcı sayılarına baktığımızda, “Facebook iki buçuk milyar” ve “Youtube iki milyar”, etkiledikleri kişi ve alanlar azımsanmayacak kadar çoktur (internetworldstats, 2020).

Teknoloji ve teknolojiye bağlı internet odaklı gelişmelerin yaşandığı günümüzde öğrencilerin öğrenme etkinliklerinin gerçekleşmesinde güdülenme temel bir faktördür. Güdülenme kavramı farklı konular ile ilişkilendirilebilmektedir. Güdülenme kavramının alt başlıklarından bir tanesi de akademik güdülenmedir (Bozanoğlu, 2004). Cıla’ya (2015) göre akademik güdülenme, öğrencilerin akademik konuları öğrenmedeki isteği, çabası ve heyecanı olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda akademik olarak güdülenmiş öğrenciler, derse ilgi göstermekte, derslere hazır olarak gelmekte, ders çalışmaktan hemen sıkılmamaktadır. Bunun sonucunda akademik olarak güdülenmiş öğrenciler akademik hayatta daha başarılı olabilmektedir (Ünal, 2013). Teknoloji çağı olan günümüzde, özgür bireyler olan üniversite öğrencilerinin akıllı telefon ve sosyal medya kullanımı gün geçtikçe artmaktadır. Sosyal medyanın aşırı kullanımı ise öğrencilerde akademik güdülenmeyi olumsuz şekilde etkileyebilmektedir. Çalışmanın ana konusu bu çerçeveye üzerine oturtulmuştur.

Akademik Güdülenme

Günümüzde birçok kişi gerek aile baskısı gerekse henüz tam anlamıyla bireyselleşememe ya da ne istediğini bilememe gibi sebeplerden dolayı profesyonel hayatları anlamında karar verememektedir. Kişiler sevdikleri alana yönelmek yerine maddi anlamda daha fazla gelir getirici ve toplumda prestijli kabul edilen mesleklere yönelmekte, çoğu zaman da bu seçimi ailelerinin isteğiyle yapmaktadırlar. Bilinçli olarak alanı seçmeyen kişiler de özellikle akademik güdülenme davranışı konusunda kayıtsız kalmaktadırlar. Bu durumda öğrencinin beklenti ve arzusunun,

bu arzu ve beklentilerini gerçekleştirmeye yakın olduğu alanlarda eğitim görmesi güdülenmeyi olumlu yönde etkilemektedir (Saracalolu & Varol, 2007). Basit tanımına göre güdülenme, bir eğitim kurumundaki öğrencilerin ortaya koymuş oldukları davranışlarının şiddetini, yönünü ve kararlılığını belirleyen önemli bir kaynaktır (Fidan 1986). Başka tanımda akademik güdülenme, eğitim öğretim gibi akademik faaliyetler anlamında ihtiyaç duyulan enerjinin ortaya konulması olarak tanımlanmaktadır (Bozanoğlu, 2004). Yani, güdülenme davranışı yüksek olan öğrenci, eğitim ve öğrenim hayatı boyunca üzerine düşen görevleri olması gerektiği gibi yerine getirmekte ve bu sebeple akademik hayatında daha başarılı olabilmektedir. Öğrencinin verimli eğitim öğretim dönemi geçirmesi ile güdülenme düzeyi arasında önemli bir ilişkili vardır. Akademik güdülenme ile ilgili yapılan çalışmalara baktığımızda, akademik güdülenmenin akademik başarı üzerinde olumlu etkilerinin olduğunu rahatlıkla görebiliriz (Wantzel, 1998; Vallerand & Bissonnette, 1992; Demaray & Malecki 2002; Akie, 2004; Ratella vd. 2005; Akbay & Gizir, 2010; Kutlu & Kula Kartal, 2018). Akademik güdülenmenin başarıya olan etkisinin araştırıldığı çalışmalarda, sabır, isteyerek çalışma, zorluklarla başa çıkabilme ve motive olma gibi etkenlerin kişiyi daha başarılı kıldığı; vazgeçme, sabırsızlık, isteksizlik ve motivasyon eksikliği ise kişiyi başarısızlığa götürdüğü görülmüştür (Colengelo, 1997).

Diğer çalışmaları inceleyecek olur isek; Wentzel'in (1998) akademik güdülenmede değişkenlerin etkisini belirlemek amacıyla yaptığı çalışmada, eğitim kurumuna karşı ilgi, dersliğe karşı ilgi ve sorumluluğun artmasının akademik güdülenmeye olumlu yönde etki ettiğini saptamıştır. Demaray ve Malecki (2002) yapmış oldukları çalışmalarda, öğrencilere verilen destek arttıkça, motivasyon ve rekabet düzeylerinin de arttığı tespit edilmiştir. Akie'nin (2004) hemşirelik öğrencileri üzerine yapmış olduğu çalışmada, aile ve arkadaş desteğinin dışsal güdülenme davranışı üzerinde ilk sınıflarda etkili olduğunu saptamıştır. Legault vd. (2006) yapmış oldukları çalışmada, ergenlik çağındaki öğrencilerin önemli problemlerinden birisinin akademik güdülenme eksikliği olduğunu tespit etmişlerdir. Kapıkıran ve Özgünör (2009) yapmış oldukları çalışmada, aile, arkadaş, cinsiyet, anne babanın eğitim düzeyi ve kardeş sayısı gibi değişkenlere göre akademik güdülenme düzeyini ölçmek amacıyla yapmış oldukları çalışmada, 4 farklı lisede eğitim gören 386 öğrenciye nicel yöntemle sorular yöneltilmişlerdir. Sonuç olarak, okul türü, güdülenme, kardeş sayısı ve algılanan aile desteğinin akademik güdülenmeyi etkilediğini tespit etmişlerdir. Şahin ve Çakar (2011) yapmış oldukları çalışmada, öğrenme stratejileri ve akademik güdülenme üzerinde etkisini incelemişlerdir. Ünal (2013) yapmış olduğu çalışmada, öğrencilerin akademik güdülenmelerini bazı değişkenler açısından incelemiştir. Demir (2017) yapmış olduğu çalışmada, internet bağımlılığı, akademik güdülenme ile ilgili çalışma yapmıştır. Kaplan (2017) yapmış olduğu çalışmada, akademik erteleme, akademik yeterlilik ve akademik güdülenmelerini belirlemeye yönelik çalışma yapmıştır. Davran (2020) yapmış olduğu çalışmada, üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımlarının akademik güdülenmeleri üzerine etkisini ölçmüştür.

Yöntem

Çalışma turizm eğitimi alan üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımının akademik güdülenme davranışları üzerindeki etkilerini araştırmak amacıyla yapılmıştır. Çalışmanın öğrencileri bilinçlendirmek ve öğretim üyelerine bilgi vermek açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Ayrıca alan yazın incelendiğinde, sosyal medya kullanımının akademik güdülenme davranışı üzerindeki etkisini ölçmek amacıyla daha önce çok sınırlı sayıda çalışma yapılmıştır. Turizm eğitimi alan öğrenciler üzerinde ise alan yazında yapılmış bir çalışmaya rastlanmamıştır. Çalışma amacı doğrultusunda nicel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Veri toplama aracı olarak anket tekniği

kullanılmıştır. Çalışmada veri toplamak için hazırlanan anket üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde üniversite öğrencilerinin demografik bilgilerine yönelik beş sorudan ve sosyal ağları kullanma durumuna yönelik tek sorudan oluşmaktadır. İkinci bölüm öğrencilerin sosyal medya kullanımına ilişkin dokuz ifadeden oluşmaktadır. Bu bölümdeki ifadeler hazırlanırken güvenilirliği ve geçerliliği (Cronbach Alfa, s. 0-76) ispatlanmış Sarçam ve Karduz (2019)'un Türk ergenlerine yönelik sosyal medya kullanım bozukluğu ölçeğinden yararlanılmıştır. Üçüncü bölümde ise üniversite öğrencilerine yönelik yirmi ifadeden oluşan akademik güdülenme düzeylerini ölçmek amacıyla, Bozanoğlu (2004) tarafından geliştirilen güvenilirliği ve geçerliliği (Cronbach Alfa, s. 0-88) ispatlanmış ölçekten yararlanılmıştır. Beşli Likert derecelendirme yöntemiyle geliştirilmiş olan ölçekler “1- Kesinlikle Katılmıyorum”, “2- Katılmıyorum”, “3-Kararsızım”, “4-Katılıyorum” ve “5- Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde oluşturulmuştur. Araştırmanın evrenini Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm Fakültesinde 861 ve Karabük Üniversitesi Safranbolu Turizm Fakültesi 410 olmak toplam 1271 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmaya konu olan olay, olgu, obje ve bireylerin tamamına evren denilmektedir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s. 31). Örneklemi ise her iki fakülteden ulaşılabilen toplamda 227 öğrenciden oluşturmaktadır. Çalışma verileri öğrencilerin kullandıkları sosyal medya platformu üzerinden Mart – Haziran 2020 ayları arasında toplanmıştır. Veriler kolayda örnekleme yöntemi ile toplanmıştır. Bu yöntemde, araştırmacı tarafından oluşturulan ankete cevap verebilecek kişilerin örnekleme katılması durumudur ve bu yöntemde kolaylıkla bulunan katılımcı, ideal katılımcıdır (Altunışık vd., 2012, s. 142). Kolayda örnekleme tekniğini kullanma sebebi erişiminin kolay ve ucuz olmasıdır (Suri, 2011, s. 5). Söz konusu dönemde dünyada ve ülkemizde başlayan Covid-19 salgını nedeniyle öğrencilere yüz yüze anket uygulama yöntemi, derslerin uzaktan yapılması nedeniyle mümkün olmamış, onun yerine online anket yöntemi ile veriler toplanabilmiştir. Online anketi dolduran öğrencilerin yanıtları sonucunda elde edilen veriler, sosyal bilimlerde için geliştirilen istatistik veri çözümleme programıyla analiz edilmiştir. Araştırmanın amacı doğrultusunda bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerindeki etkisinin belirlenmesinde nedensel karşılaştırmalı araştırma deseni kullanılmıştır (Büyüköztürk, 2012).

Araştırmanın hipotezi şu şekilde oluşturulmuştur (Bozanoğlu, 2004; Sarçam & Karduz, 2018; Davran 2020):

H1: Turizm eğitimi alan öğrencilerin sosyal medya kullanımlarının, akademik güdülenme davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

H2: Katılımcıların demografik özelliklerine göre akademik güdülenme düzeyleri farklılık göstermektedir.

H2a: Katılımcıların cinsiyetlerine göre akademik güdülenme düzeyleri farklılık göstermektedir.

H2b: Katılımcıların yaşlarına göre akademik güdülenme düzeyleri farklılık göstermektedir.

H2c: Katılımcıların buldukları sınıfa göre akademik güdülenme düzeyleri farklılık göstermektedir.

H2d: Katılımcıların genel not ortalamasına göre akademik güdülenme düzeyleri farklılık göstermektedir.

H2e: Katılımcıların öğrenim gördükleri Üniversiteye göre akademik güdülenme düzeyleri farklılık göstermektedir.

H3: Katılımcıların demografik özelliklerine göre sosyal medya kullanım düzeyleri farklılık göstermektedir.

H3a: Katılımcıların cinsiyetlerine göre sosyal medya kullanım düzeyleri farklılık göstermektedir.

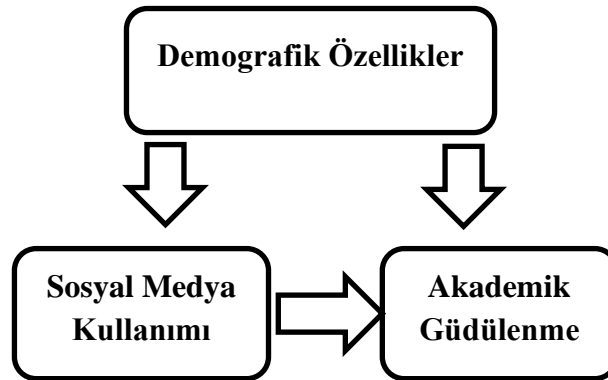
H3b: Katılımcıların yaşlarına göre sosyal medya kullanım düzeyleri farklılık göstermektedir.

H3c: Katılımcıların buldukları sınıfa göre sosyal medya kullanım düzeyleri farklılık göstermektedir.

H3d: Katılımcıların genel not ortalamasına göre sosyal medya kullanım düzeyleri farklılık göstermektedir.

H3e: Katılımcıların öğrenim gördükleri Üniversiteye göre sosyal medya kullanım düzeyleri farklılık göstermektedir

Bu çalışmada temelde öğrencilerin sosyal medya kullanımlarının, akademik güdülenme davranışları üzerinde etkisi ölçülecektir. Araştırma amacı ve hipotezleri baz alınarak araştırma modeli oluşturulmuştur. Oluşturulan araştırma modeli Şekil 1’de yer almaktadır.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Bulgular

Elde edilen veriler ışığında analizlere başlanmıştır ve öncelikle demografik özellikler ortaya konulmuştur. Sonra betimleyici analizler, faktör analizleri, korelasyon analizi, regresyon ve tukey analizleri yapılmış, elde edilen bulgular sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Cinsiyet	Frekans	%	Yaş	Frekans	%
Kadın	74	32,6	18-20 yaş	68	30
Erkek	153	67,4	21-23 yaş	113	49,8
			24-26 yaş	40	1,6
			27 ve üzeri yaş	6	2,6
Sınıf	Frekans	%	Genel Not Ortalama	Frekans	%
1.Sınıf	41	18,1	1,00-1,50	9	4,0
2. Sınıf	102	44,9	1,51-2,00	41	18,1
3. Sınıf	37	16,3	2,01-2,50	85	37,4
4. Sınıf	47	20,7	2,51-3,00	72	31,7
			3,01 ve üzeri	20	8,8
Uzama Durumu	Frekans	%	Üniversite	Frekans	%
Evet	49	21,6	ÇOMÜ	143	63
Hayır	178	78,4	KBÜ	84	37

Öğrencilerin % 63’ü Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, % 37’si ise Karabük Üniversitesi bünyesinde bulunan turizm fakültesinde öğrenim görmektedir. Katılımcıların demografik özelliklerine bakıldığında cinsiyet olarak yaklaşık % 67 gibi büyük çoğunluğunun erkeklerden oluştuğu, yaklaşık % 50’sinin 21-23 yaş arasında olduğu, her iki üniversite katılımcılarının da 2. Sınıfta yoğunluk gösterdiği göze çarpmaktadır. Katılımcıların genel ortalaması

incelendiğinde, 2,01-2,50 arasında ortalamaya sahip öğrenciler 85 (% 37) iken bu oranı 2,51-3,00 ortalama ile 72 (% 32) öğrenci takip etmektedir. Katılımcıların 178'i (% 78) okulunu uzatmayan öğrencilerden oluşmaktadır.

Tablo 2. Katılımcıların Sosyal Medya Ağlarını Kullanma Durumları

Facebook	Frekans	%	Twitter	Frekans	%
Evet	130	57,3	Evet	125	55,1
Hayır	97	42,7	Hayır	102	44,9
WhatsApp	Frekans	%	YouTube	Frekans	%
Evet	216	95,2	Evet	194	85,5
Hayır	11	4,8	Hayır	33	14,5
Instagram	Frekans	%			
Evet	206	90,7			
Hayır	21	9,3			

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım durumları incelendiğinde, yaklaşık % 57'si Facebook, % 95'i Whatsapp, % 91'i Instagram, % 55'i Twitter ve % 86'sı Youtube kullanmaktadır. Bu verilerden de anlaşılacağı üzere turizm eğitimi alan üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım oranlarının yüksek olduğu tespit edilmiştir. Öğrenciler arasında en çok kullanılan sosyal medya ağı ise sırasıyla Whatsapp ile Instagram iken en az kullanılan sosyal medya ağı ise Twitter olarak tespit edilmiştir.

Tablo 3. Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Betimleyici İstatistikleri

İfadeler	Min.	Max.	Ortalama	Stand. Hata
Ders esnasında sosyal medyayı kullanma isteğim oluyor	1,00	5,00	3,23	1,31
Sosyal medya derse katılımıma engel oluyor	1,00	5,00	2,65	1,39
Derslerde sosyal medyayı kullandığımda kendimi kötü hissediyorum	1,00	5,00	2,86	1,39
Derslerde daha fazla başarılı olabilmek için, sosyal medyayı daha az kullanmam gerektiğini düşünüyorum	1,00	5,00	3,27	1,30
Sosyal medya derslerimi ihmal etmeme neden oluyor	1,00	5,00	2,85	1,34
Sosyal medya kullanımı ailemle tartışmaya neden oluyor	1,00	5,00	2,22	1,43
Sosyal medyada harcadığım süre ile ilgili aileme ve arkadaşlarıma yalan söyledim	1,00	5,00	1,95	1,39
Derslerle ilgili olumsuz duygulardan kaçmak için sosyal medyayı kullandığım oldu	1,00	5,00	2,97	1,42
Sosyal medya kullanımı yüzünden dersin sorumlusu öğretim elemanı ile tartışma yaşadım	1,00	5,00	1,94	1,43

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımına ilişkin betimleyici analiz yapılmış ve elde edilen bulgular tablo 3'te sunulmuştur. Tablo 3'te de görüldüğü gibi; “*Derslerde daha fazla başarılı olabilmek için, sosyal medyayı daha az kullanmam gerektiğini düşünüyorum*” ifadesi, 3,27 aritmetik ortalama ile en yüksek değere sahip ifadedir. İkinci sırada; 3,23 aritmetik ortalama ile “*Ders esnasında sosyal medyayı kullanma isteğim oluyor*” ifadesi, üçüncü sırada, 2,98 aritmetik ortalama ile “*Derslerle ilgili olumsuz duygulardan kaçmak için sosyal medyayı kullandığım oldu*” ifadesi yer almaktadır. Araştırmaya katılanların sosyal medya kullanımı ile ilgili en az öneme sahip ifade 1,94 ortalama ile “*Sosyal medya kullanımı yüzünden dersin sorumlusu öğretim elemanı ile tartışma yaşadım*” ifadesidir.

Tablo 4. Akademik Güdülenmeye İlişkin Betimleyici İstatistikler

İfadeler	Min.	Max.	Ortalama	Stand. Hata
Sosyal medyadan öğrendiklerimi okulun dışında da kullanırım	1,00	5,00	3,44	1,41
Okulda öğrendiklerimden daha fazlasını sosyal medyadan öğrenirim	1,00	5,00	2,50	1,20
Dersler başlayınca cep telefonumu kapatır kendimi derslere veriririm	1,00	5,00	3,23	1,29
Okulda öğretilen şeyler ilgimi çekmiyor, sosyal medyadan öğrendiklerim daha öğretici oluyor	1,00	5,00	2,41	1,20
Sosyal medyayı kullandığımda kendimi daha bilgili hissediyorum	1,00	5,00	2,48	1,22
Sosyal medyayı bilgi amaçlı kullandığımda sınıftaki diğer öğrencilerden daha başarılı olduğumu düşünürüm	1,00	5,00	3,04	1,19
Sosyal medyadan kolayca ulaşabileceğim ödev seçerim	1,00	5,00	2,97	1,32
Sosyal medyada tartışılan konuları sınıfta ders olarak işlenmesi daha faydalı olur	1,00	5,00	2,75	1,26
Kendime koyduğum hedefler çok çalışma ve zaman isteyen hedeflerdir	1,00	5,00	3,70	1,20
Dersle ilgili zor konuları çalışmak hoşuma gider	1,00	5,00	2,95	1,23
Kendimi derse kattığımda sosyal medyadan atılan mesajları görmem	1,00	5,00	3,18	1,21
Sosyal medyada gördüğüm yeni ve farklı konuları araştırmak hoşuma gider	1,00	5,00	3,71	1,20
Ödevlerimi sosyal medyadan yararlanarak hazırlarım	1,00	5,00	2,66	1,26
Sosyal medyadan yeni bir şey öğrenmek beni heyecanlandırır	1,00	5,00	3,40	1,19
Öğrendiklerimle başkalarına yardım etmek hoşuma gider	1,00	5,00	4,10	1,02
Sosyal medyada bir konu tartışmak bana keyif verir	1,00	5,00	3,18	1,28
Merak ettiğim bir şey için sosyal medyayı kullanırım	1,00	5,00	3,27	1,33
Ders çalışmam gerekirken sosyal medyada geçirdiğim saatlerin nasıl geçtiğini fark etmem	1,00	5,00	3,12	1,28
Ders kitabında yeterli bilgiyi bulamamışsam hemen sosyal medyayı kullanırım	1,00	5,00	3,44	1,30
Sınavlardan sonra soruların yanıtlarını arkadaşlarımla sosyal medyadan tartışırım	1,00	5,00	3,06	1,36

Tablo 4’de görüldüğü üzere; “*Öğrendiklerimle başkalarına yardım etmek hoşuma gider*” ifadesi 4,10 aritmetik ortalama ile en yüksek değere sahiptir. Bunu 3,71 ortalama ile “*Sosyal medyada gördüğüm yeni ve farklı konuları araştırmak hoşuma gider*” ifadesi takip etmektedir. Üçüncü sırada ise 3,70 ortalama ile “*Kendime koyduğum hedefler çok çalışma ve zaman isteyen hedeflerdir*” ifadesi yer almaktadır. Ölçekte yer alan yüksek ortalama ifadeler bakıldığında, sosyal medya kullanımının gerek okul gerekse okulda dışında öğrencileri öğrenme eğiliminde teşvik ettiği görülmektedir. Araştırmaya katılan turizm öğrencilerinin akademik güdülenme ile ilgili en az öneme sahip ifade ise 2,41 ortalama ile “*Okulda öğretilen şeyler ilgimi çekmiyor, sosyal medyadan öğrendiklerim daha öğretici oluyor*” iken bu ifadeyi 2,48 aritmetik ortalama ile “*Sosyal medyayı kullandığımda kendimi daha bilgili hissediyorum*” ifadesi takip etmektedir.

Normal Dağılım Analizleri

Sosyal Medya Kullanım ölçeği analizi sonuçlarına göre basıklık (Kurtosis) değerli -394 ve çarpıklık (Skewness) değeri -264 olarak hesaplanmıştır. Akademik Güdülenme ölçeği analizi sonuçlarına göre ise basıklık (Kurtosis) değeri - ,316 ve çarpıklık (Skewness) değeri ,111 olarak hesaplanmıştır. Basıklık ve çarpıklık değerlerinin +1,5/ - 1,5 değerleri arasında olması kabul edilebilir düzeydedir (Tabachnick & Fidell, 2013). Çarpıklık 1’den büyük ya da -1’den küçükse; dağılım simetrik olmaz (Büyükbeşe & Dağ, 2018). Basıklık değerinin pozitif olması, normalden dik bir dağılım anlamına gelir. Basıklık değerinin negatif olması ise normalden düz bir dağılım anlamına gelir (Abdüsselam & Karal, 2012).

Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) Bulguları

Sosyal Medya Kullanımı (SMKÖ) ve Akademik Güdülenme (AGÖ) ölçeklerine ilişkin açıklayıcı faktör analizi bulguları bu bölümde sunulmuştur. Açıklayıcı faktör analizinin yapılmasındaki amaç, ölçeğin içerisinde yer alan gizli kalmış boyutları ortaya çıkarmaktır (Williams vd. 2010). Araştırmada kullanılan ölçeklerin genel güvenilirlik değerinin 0,70'in üzerinde olması faktör analizinin yapılmasının uygun olduğunu (Özdamar, 2002), Kaiser- Meyer-Olkin (KMO) değerinin de 0,70'in üzerinde olması ölçeklerin kabul edilebilir olduğunu göstermektedir (Altunışık vd., 2012). Çalışmada yer alana ölçeklerin % 95 güven aralığında olduğu dikkate alınmış ve Bartlett'in Küresellik Testi ($p \leq 0,001$ için) yapılmıştır. Elde edilen veriler faktör analizi için uygun bulunmuştur.

Akademik Güdülenmeye İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi

Yapılan faktör analizi sonucuna göre KMO değeri 0,794; Barlett Küresellik değeri, 1208,60 ve anlamlılık düzeyi $p=0,000$ olarak hesaplanmıştır. Öz değeri 1'den büyük olan faktörler dikkate alındığında Akademik Güdülenme Ölçeğinin (AGÖ) 4 alt boyutta algılandığı tespit edilmiştir. Tablo 5'te akademik güdülenmeye ilişkin faktör analizi bulgularına yer verilmiştir.

Tablo 5. Akademik Güdülenmeye İlişkin AFA

AGÖ (Akademik Güdülenme Ölçeği) İfadeler		F.Yükleri	Varyans %	G.Analizi
Boyut 1:	Kendini Aşma			
AGÖ 4	Okulda öğretilen şeyler ilgimi çekmiyor, sosyal medyadan öğrendiklerim daha öğretici oluyor	,728	19,34	,773
AGÖ5	Sosyal medyayı kullandığımda kendimi daha bilgili hissediyorum	,720		
AGÖ8	Sosyal medyada tartışılan konuları sınıfta ders olarak işlenmesi daha faydalı olur	,716		
AGÖ6	Sosyal medyayı bilgi amaçlı kullandığımda sınıftaki diğer öğrencilerden daha başarılı olduğumu düşünürüm	,671		
AGÖ2	Okulda öğrendiklerimden daha fazlasını sosyal medyadan öğrenirim	,576		
Boyut 2:	Bilgiyi Kullanma			
AGÖ14	Sosyal medyadan yeni bir şey öğrenmek beni heyecanlandırır	,704	23,08	,684
AGÖ1	Sosyal medyadan öğrendiklerimi okulun dışında da kullanırım	,684		
AGÖ10	Dersle ilgili zor konuları çalışmak hoşuma gider	,574		
AGÖ7	Sosyal medyadan kolayca ulaşabileceğim ödev seçerim	,566		
AGÖ18	Ders çalışmam gerekirken sosyal medyada geçirdiğim saatlerin nasıl geçtiğini fark etmem	,489		
AGÖ16	Sosyal medyada bir konu tartışmak bana keyif verir	,484		
Boyut 3:	Keşif			
AGÖ19	Ders kitabında yeterli bilgiyi bulamamışsam hemen sosyal medyayı kullanırım	,797	14,65	,705
AGÖ20	Sınavlardan sonra soruların yanıtlarını arkadaşlarımla sosyal medyadan tartışırım	,705		
AGÖ17	Merak ettiğim bir şey için sosyal medyayı kullanırım	,523		
AGÖ13	Ödevlerimi sosyal medyadan yararlanarak hazırlarım	,512		
Boyut 4:	Fayda(lanma)			
AGÖ15	Öğrendiklerimle başkalarına yardım etmek hoşuma gider	,706	6,53	,592
AGÖ9	Kendime koyduğum hedefler çok çalışma ve zaman isteyen hedeflerdir	,678		
AGÖ12	Sosyal medyada gördüğüm yeni ve farklı konuları araştırmak hoşuma gider	,619		
Güvenirlilik Analizi: ,812 Toplam Varyans: %63,60 KMO Uygunluk Ölçütü: 0,794 Barlett Küresellik Testi x^2:1208,60 p: 0,000				

Faktör analizi sonucunda ölçekte bulunan "AGÖ 3 ve AGÖ 11" ifadeleri binişik madde olması nedeniyle ölçekten çıkarılmasına karar verilmiştir. AFA bulgularından hareketle Akademik Güdülenme Ölçeği toplam varyansın % 63,60'ını açıklamaktadır. Büyüköztürk'e (2007) göre açıklanan toplam varyansın % 40- % 60 arasında olması kabul edilebilir ölçüdedir. Tablo 5'de de görüldüğü üzere AGÖ'ye yönelik yapılan faktör analizi sonucunda 4 alt boyut

tespit edilmiştir. Bu alt boyutlarda görülen ifadeler içerik bakımından incelendiğinde birinci boyut “Kendini Aşma” (5 ifade), ikinci boyut “Bilgiyi Kullanma” (6 ifade), üçüncü boyut “Keşif” (4 ifade) ve dördüncü boyut “Fayda” (3 ifade) olarak isimlendirilmiştir. Her bir alt boyutun güvenilirlik değerleri literatürde kabul gören 0,40’ın üzerindeki değerlerden oluşmaktadır. Bu bağlamda yapılan faktör analizi sonucunda Çakır’a (2014) göre her bir boyuta ilişkin güvenilirlik değerlerini belirlemede minimum faktör yük değeri için 0,40 ve üstü olması kabul edilebilir iken Stevens’a (2002) göre bu değer, 30’dan büyük olması yeterlidir. Bozanoğlu (2004) öğrencilerin akademik güdülenme düzeylerini ölçmek için geliştirdiği 20 ifadeli Akademik Güdülenme ölçeğinde 3 alt boyutta incelemiştir. Benzer şekilde Yusuğu’nun (2015) üniversite öğrencilerinin akademik başarılarını ölçmek amacıyla yapmış olduğu çalışmada ölçek 3 boyutta algılanmıştır.

Sosyal Medya Kullanımı İlişkin Açıklayıcı Faktör Analiz

SMK ölçeğine yapılan AFA analizi sonucunda Bartlet Küresellik Testi değerinin $\chi^2=488,405$ ($p=.000$) ve KMO örneklem uygunluk katsayısının 0,736 olması bu veri grubu için örneklem sayısının faktör analizine uygun olduğu göstermektedir (Hutcheson ve Sofroniou, 1999). Öz değeri 1’den büyük olan faktörler dikkate alındığında Sosyal Medya Kullanım ölçeği (SMKÖ) 2 alt boyutta boyutta algılandığı tespit edilmiştir. Tablo 6’da sosyal medya kullanımına ilişkin faktör analizi bulgularına yer verilmiştir.

Tablo 6. Sosyal Medya Kullanımı İlişkin AFA

	SMKÖ (Sosyal Medya Kulanım Ölçeği) İfadeler	F.Yükleri	Varyans %	G.Analizi
Boyut 1:	Problem			
SMKÖ7	Sosyal medyada harcadığım süre ile ilgili aileme ve arkadaşlarıma yalan söyledim	,869	13,17	,814
SMKÖ9	Sosyal medya kullanımı yüzünden dersin sorumlusu öğretim elemanı ile tartışma yaşadım	,850		
SMKÖ6	Sosyal medya kullanımı ailemle tartışmaya neden oluyor	,751		
Boyut 2:	Bilinç			
SMKÖ4	Derslerde daha fazla başarılı olabilmek için, sosyal medyayı daha az kullanmam gerektiğini düşünüyorum	,794	14,54	,660
SMKÖ5	Sosyal medya derslerimi ihmal etmeme neden oluyor	,785		
SMKÖ2	Sosyal medya derse katılımıma engel oluyor	,659		
SMKÖ3	Derslerde sosyal medyayı kullandığımda kendimi kötü hissediyorum	,411		
Güvenirlilik Analizi:0,755 Toplam Varyans: 27,71 KMO Uygunluk Ölçütü:0,736 Barlett Küresellik Testi χ^2: 488,405 p: 0,000				

Ölçekte yer alan maddelerin faktör yapıları incelediğinde bu ölçekteki 2 ifadenin (SMKÖ 1 ve SMKÖ 8) birden fazla faktöre dağılması yani, binişik madde olması nedeniyle çıkarılmasına karar verilmiştir. Yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere SMKÖ’ye yönelik yapılan faktör analizi sonucunda sosyal medya kullanım ölçeği üniversite öğrencileri tarafından iki alt boyutta algılanmış ve bu alt boyutlarda görülen ifadeler içerik bakımından incelendiğinde birincisi “Problem” (3 ifade), ikincisi “Bilinç” (4 ifade) olarak isimlendirilmiştir. Boyutların belirlenmesinin ardından her bir alt boyuta güvenilirlik analizleri yapılmış ve her birine ilişkin elde edilen güvenilirlik değerlerinin 0,60’ın üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Yapılan analizlerde kabul edilen faktör yükü değerinin minimum 0,40 olması çalışmada çıkan değerlerin kabul edilebilir ölçüde olduğunu göstermektedir (Çakır, 2014). Çalışmada sosyal medya kullanım ölçeğine ait alt boyutlarının isimlendirilmesinde güvenilirliği ve geçerliliği ispatlanmış Sarçam ve Karduz (2019)’un çalışmalarından yararlanılmıştır. Buna göre Sarçam ve Karduz (2019) çalışmalarında Türk ergenlerine yönelik sosyal medya kullanım ölçeği tek boyutta incelenmişken, bu çalışmada üniversite öğrencileri ölçeği 2 boyutta algılanmıştır.

Sosyal Medya ve Akademik Güdülenme Boyutları Arasındaki İlişkilere Yönelik Analiz

Korelasyon analizinde korelasyon katsayısı “r” değeri (-1) ile (+1) arasında bir değer olabilir. Katsayı -1,00 ise, değişkenler arasında negatif ilişki olduğunu; 1,00 ise, değişkenler arasında pozitif ilişki olduğunu; 0,00 ise değişkenler arasında herhangi bir ilişkinin olmadığını gösterir. Bununla birlikte değişkenler arasındaki “r” değerinin 0,00 - 0,29 arasında olması “düşük”, 0,30 - 0,69 arasında olması “orta”, 0,70 ve üzerinde olması ise “yüksek” düzeyde ilişkinin olduğunu göstermektedir (Kılıç & Ural, 2005).

Tablo 7. Sosyal Medya ve Akademik Güdülenme Boyutları Arasındaki İlişki

(Boyutlar)			Kendini Aşma	Bilgiyi Kullanma	Keşif	Fayda	Problem	Bilinç
AGÖ	Kendini Aşma	Pearson Korelasyon	1	,396	,428	-,047	,250	,146
		p		,000	,000	,481	,000	,028
AGÖ	Bilgiyi Kullanma	Pearson Korelasyon	,396	1	,429	,273	-,228	,144
		p	,000		,000	,000	,001	,030
AGÖ	Keşif	Pearson Korelasyon	,428	,429	1	,229	,057	,096
		p	,000	,000		,001	,396	,151
AGÖ	Fayda	Pearson Korelasyon	-,047	,273	,229	1	-,340	-,137
		p	,481	,000	,001		,000	,039
SMKÖ	Problem	Pearson Korelasyon	,250	-,228	,057	-,340	1	,370
		p	,000	,001	,396	,000		,000
SMKÖ	Bilinç	Pearson Korelasyon	,146	,144	,096	-,137	,370	1
		p	,028	,030	,151	,039	,000	

Tablo 7’ de görüldüğü üzere, SMKÖ ile AGÖ arasındaki Pearson korelasyon testine göre üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ile akademik güdülenme boyutları arasında hem pozitif yönlü hem de negatif yönlü anlamlı ilişkilerin olduğu görülmektedir. “Kendini Aşma ile Problem” boyutları arasındaki ilişkiyi ifade eden “r” değeri; 0,250 olup, bu ilişkinin pozitif yönlü (0,00<0,01) anlamlı düzeyde doğrusal bir ilişki olduğu ve boyutlar arasındaki pozitif yönlü en yüksek ilişkiye sahip olduğu da görülmektedir. Yine benzer şekilde, “Kendini Aşma ve Bilinç” boyutları arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü doğrusal bir ilişki bulunmaktadır (r=0,146). SMKÖ ve AGÖ arasında “Fayda İle Problem” boyutları arasında negatif yönlü (0,00<0,01) anlamlı düzeyde bir ilişkinin olduğu saptanırken (r=-0,340) ölçekler arasında en yüksek negatif yönlü ilişki ise “Fayda ile Bilinç” boyutları arasında olduğu görülmektedir (r=-,147). Ancak akademik güdülenme alt boyutlarından Bilgiyi kullanma ve Keşif ile, sosyal medya kullanım alt boyutlarından Problem ve Bilinç arasında herhangi bir ilişkiye rastlanmamıştır.

Sosyal Medya Kullanımının Akademik Güdülenme Üzerindeki Etkisine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi

Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımının akademik güdülenmeleri üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla çoklu regresyon analizi gerçekleştirilmiştir.

Tablo 8. Çoklu Regresyon Analizi

	Beta	t	P	Düzeltilmiş R ²	F	Sig.
Sabit	2,748	16,695	0,000	0,019	3,202	0,043
Problem	-,061	-1,708	0,089			
Bilinç	,107	2,366	0,019			
Bağımlı Değişken: Akademik Güdülenme						

Tablo 8’de öğrencilerin sosyal medya kullanımlarının akademik güdülenmelerine etkisini belirlemek üzere yapılan çoklu regresyon analizi istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=3,202; p=0,043). Modeldeki bağımsız değişkenlerden en az bir tanesi bağımlı değişken üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Standardize edilmiş regresyon katsayıları ve regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde “bilinç” ($\beta=0.107$, $p=0.019$) boyutunun üniversite öğrencilerinin akademik güdülenme üzerinde pozitif yönde etkiye sahip olduğu görülmektedir. Dolayısıyla sosyal medyayı amacı doğrultusunda bilinçli kullanan öğrencilerin akademik güdülenme etkisi üzerinde olumlu bir etkisinin olduğu söylenebilir. Ancak “problem” boyutunun öğrencilerin akademik güdülenme etkisi üzerinde istatistiksel anlamlı bir etkisinin olmadığı ($\beta=-0.061$, $p=0.089$) ve negatif yönlü olduğu tespit edilmiştir. Bu veriler ışığında “H1: Turizm eğitimi alan öğrencilerin sosyal medya kullanımlarının, akademik güdülenme davranışları üzerinde anlamlı bir etkisi vardır” hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Akademik Güdülenme Boyutlarının Demografik Değişkenlere Göre Farklılık Durumları

Katılımcıların Akademik Güdülenme durumlarının demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediği analiz etmek için öncelikle verilerin normal dağılıp dağılmadığı, çarpıklık ve basıklık değerleri ile kontrol edilmiş ve verilerin -1,5 ile +1,5 arasında olması (Tabachnick ve Fidell, 2013), normal dağıldığı göstermektedir. Buna göre, bağımsız örneklem t testi ve tek yönlü ANOVA analizleri yapılmıştır.

Tablo 9. Akademik Güdülenme Boyutlarının Cinsiyete Göre Farklılığına Yönelik T

AGÖ Boyutlar	Cinsiyet	Ort.	t	p
Kendini Aşma	Kadın	2,38	3,028	0,003
	Erkek	2,76		
Bilgiyi Kullanma	Kadın	3,04	1,794	0,074
	Erkek	3,24		
Keşif	Kadın	3,31	,388	0,699
	Erkek	3,26		
Fayda	Kadın	3,90	,730	0,466
	Erkek	3,81		

Katılımcıların akademik güdülenme düzeylerinin cinsiyete göre farklılaşma durumları bağımsız örneklem t testi analiz edilmiş ve üniversite öğrencilerinin cinsiyetlerine göre akademik güdülenme düzeylerinin “Kendini aşma” boyutunda farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Ortalamalara bakıldığında elde edilen bu bulgular, erkeklerin kendini aşma motivasyonunun kızlardan hafif derecede yüksek ve olumlu olduğunu göstermektedir. Buna göre “H2a: Katılımcıların cinsiyetlerine göre akademik güdülenme düzeyleri farklılık göstermektedir” hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 10. Akademik Güdülenme Boyutlarının Yaşlarına Göre Farklılığına Yönelik ANOVA Testi

AGÖ Boyutlar	Sınıf	Ort.	F	p
Kendini Aşma	18-20 yaş	2,51	1,266	0,287
	21-23 yaş	2,68		
	24-26 yaş	2,78		
	27 ve üzeri yaş	2,27		
Bilgiyi Kullanma	18-20 yaş	3,07	1,523	0,209
	21-23 yaş	3,16		
	24-26 yaş	3,40		
	27 ve üzeri yaş	3,06		
Keşif	18-20 yaş	3,35	1,469	0,224
	21-23 yaş	3,21		
	24-26 yaş	3,43		
	27 ve üzeri yaş	2,67		
Fayda	18-20 yaş	3,86	2,688	0,047
	21-23 yaş	3,82		
	24-26 yaş	3,99		
	27 ve üzeri yaş	2,95		

Katılımcıların akademik güdülenme düzeylerinin yaşlarına göre farklılaşma durumları tek yönlü ANOVA ile analiz edilmiş ve sınıflarına göre sadece “Fayda” boyutunda farklılık olduğu tespit edilmiştir. Farklılığın hangi değişkenden kaynaklandığına yönelik tukey testi yapılmış ve 18-20 yaş ile 27 ve üzeri yaş aralığında öğrencilerin söz konusu fayda boyutunu farklı değerlendirdikleri tespit edilmiştir. Buna göre “H2b: Katılımcıların yaşlarına göre akademik güdülenme düzeyleri farklılık göstermektedir” hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 11. Akademik Güdülenme Boyutlarının Sınıflara Göre Farklılığına Yönelik

AGÖ Boyutlar	Sınıf	Ort.	F	p
Kendini Aşma	1.Sınıf	2,72	2,066	0,106
	2. Sınıf	2,49		
	3. Sınıf	2,68		
	4.Sınıf	2,84		
Bilgiyi Kullanma	1.Sınıf	3,11	3,335	0,020
	2. Sınıf	3,03		
	3. Sınıf	3,45		
	4.Sınıf	3,34		
Keşif	1.Sınıf	3,28	0,048	0,986
	2. Sınıf	3,30		
	3. Sınıf	3,28		
	4.Sınıf	3,23		
Fayda	1.Sınıf	3,68	0,718	0,542
	2. Sınıf	3,89		
	3. Sınıf	3,81		
	4.Sınıf	3,91		

Katılımcıların akademik güdülenme düzeylerinin sınıflarına göre farklılaşma durumları tek yönlü ANOVA ile analiz edilmiş ve sınıflarına göre sadece “Bilgiyi kullanma” boyutunda farklılık olduğu tespit edilmiştir. Farklılığın hangi değişkenden kaynaklandığına yönelik tukey testi yapılmış ve 2.sınıf ve 3.sınıf da olan öğrencilerin söz konusu bilgiyi kullanma boyutunu farklı değerlendirdikleri tespit edilmiştir. Ortalamalara bakıldığında elde edilen bu bulgular, 3.sınıftaki öğrencilerin bilgiyi kullanma motivasyonunun 2.sınıftaki öğrencilerden hafif düzeyde yüksek olduğunu göstermektedir. Buna göre “H2c: Katılımcıların buldukları sınıfa göre akademik güdülenme düzeyleri farklılık göstermektedir” hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 12. Akademik Güdülenme Boyutlarının GNO Göre Farklılığına Yönelik ANOVA Testi

AGÖ Boyutlar	Sınıf	Ort.	F	p
Kendini Aşma	1,00-1,50	3,16	2,796	0,027
	1,51-2,00	2,73		
	2,01-2,50	2,68		
	2,51-3,00	2,60		
	3,01 ve üzeri	2,12		
Bilgiyi Kullanma	1,00-1,50	3,67	1,327	0,261
	1,51-2,00	3,23		
	2,01-2,50	3,18		
	2,51-3,00	3,13		
	3,01 ve üzeri	2,96		
Keşif	1,00-1,50	3,64	0,558	0,693
	1,51-2,00	3,16		
	2,01-2,50	3,32		
	2,51-3,00	3,26		
	3,01 ve üzeri	3,19		
Fayda	1,00-1,50	3,49	1,635	0,166
	1,51-2,00	3,62		
	2,01-2,50	3,90		
	2,51-3,00	3,87		
	3,01 ve üzeri	4,09		

Katılımcıların akademik güdülenme düzeylerinin genel not ortalamalarına (GNO) göre farklılaşma durumları tek yönlü ANOVA ile analiz edilmiş ve ortalamalarına göre sadece “Kendini Aşma” boyutunda farklılık olduğu tespit edilmiştir. Farklılığın hangi değişkenden kaynaklandığına yönelik tukey testi yapılmış ve not ortalaması en düşük olan 1,00-1,50 arasında yer alan öğrencilerin kendilerini aşma seviyeleri, en yüksek olan 3,01-üzeri ortalamaya sahip öğrencilere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Buna göre “H2d: Katılımcıların genel not ortalamalarına göre akademik güdülenme düzeyleri farklılık göstermektedir” hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 13. Akademik Güdülenme Boyutlarının Üniversitelere Göre Farklılığına Yönelik T Testi

AGÖ Boyutlar	Cinsiyet	Ort.	t	p
Kendini Aşma	ÇOMÜ	2,77	2,991	0,003
	KBÜ	2,41		
Bilgiyi Kullanma	ÇOMÜ	3,38	5,301	0,000
	KBÜ	2,83		
Keşif	ÇOMÜ	3,26	0,304	0,761
	KBÜ	3,30		
Fayda	ÇOMÜ	3,78	1,405	0,161
	KBÜ	3,95		

Katılımcıların akademik güdülenme düzeylerinin öğrenim gördükleri üniversitelere göre farklılaşma durumları bağımsız örneklem t testi analiz edilmiş ve öğrencilerin üniversitelere göre akademik güdülenme düzeyleri “Kendini aşma” ve “Bilgiyi Kullanma” boyutlarında farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Ortalamalara bakıldığında ÇOMÜ’de öğrenim gören turizm öğrencilerinin kendini aşma ve bilgiyi kullanma düzeylerinin KBÜ’de öğrenim göre turizm öğrencilerine göre daha olumlu olduğu söylenebilmektedir. Bu durum ÇOMÜ’deki öğrencilerin KBÜ’deki öğrencilere göre akademik güdülenmelerinde kendini aşma ve bilgiyi kullanma faktörlerini daha önemli görmesiyle açıklanabilir. Buna göre “H2e: Katılımcıların öğrenim gördükleri Üniversiteye göre akademik güdülenme düzeyleri farklılık göstermektedir” hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Sosyal Medya Kullanım Boyutlarının Demografik Değişkenlere Göre Farklılık Durumları

Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımlarının demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediği analiz etmek için öncelikle verilerin normal dağılıp dağılmadığı, çarpıklık ve basıklık değerleri ile kontrol edilmiş ve verilerin -1,5 ile +1,5 arasında olması (Tabachnick ve Fidell, 2013), normal dağıldığı göstermektedir. Buna göre, bağımsız örneklem t testi ve tek yönlü ANOVA analizleri yapılmıştır.

Tablo 13. Sosyal Medya Kullanımının Cinsiyete Göre Farklılığına Yönelik T Testi

SMKÖ Boyutlar	Cinsiyet	Ort.	t	p
Problem	Kadın	1,81	1,851	0,066
	Erkek	2,13		
Bilinç	Kadın	2,89	0,299	0,785
	Erkek	2,85		

Katılımcıların sosyal medya kullanım düzeylerinin cinsiyetlerine göre farklılaşma durumları bağımsız örneklem t testi analiz edilmiş ve her iki boyutta istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır. Ortalamalara göre kız öğrencilerin sosyal medya kullanımının etrafındaki kişilerle bir problem oluşturmadığı algısı erkek öğrencilere göre daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. “H3a: Katılımcıların cinsiyetlere göre sosyal medya kullanım düzeyleri farklılık göstermektedir” hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 14. Sosyal Medya Kullanımının Yaşlara Göre Farklılığına Yönelik ANOVA Testi

SMKÖ Boyutlar	Yaş	Ort.	F	p
Problem	18-20 yaş	2,00	0,819	0,484
	21-23 yaş	2,04		
	24-26 yaş	1,96		
	27 ve üzeri yaş	3,78		
Bilinç	18-20 yaş	2,98	2,077	0,104
	21-23 yaş	2,86		
	24-26 yaş	2,60		
	27 ve üzeri yaş	3,42		

Katılımcıların sosyal medya kullanım düzeylerinin yaşlarına göre farklılaşma durumları ANOVA testi ile analiz edilmiş ve her iki boyutta istatistiki olarak anlamlı farklılık göstermediği saptanmıştır. Buna göre “H3b: Katılımcıların yaşlarına göre sosyal medya kullanım düzeyleri farklılık göstermektedir” hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 15. Sosyal Medya Kullanımının Sınıflarına Göre Farklılığına Yönelik ANOVA Testi

SMKÖ Boyutlar	GNO	Ort.	F	p
Problem	1.Sınıf	1,89	1,688	0,170
	2. Sınıf	2,22		
	3. Sınıf	1,98		
	4. Sınıf	2,03		
Bilinç	1.Sınıf	2,20	1,934	0,125
	2. Sınıf	3,00		
	3. Sınıf	2,76		
	4. Sınıf	2,61		

Katılımcıların sosyal medya kullanım düzeylerinin buldukları sınıflara göre farklılık gösterip göstermeme durumları ANOVA testi ile analiz edilmiş ve her iki boyutta istatistiki olarak anlamlı farklılık olmadığı belirlenmiştir. Buna göre “H3c: Katılımcıların sınıflarına göre sosyal medya kullanım düzeyleri farklılık göstermektedir” hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 16. Sosyal Medya Kullanımının GNO'na Göre Farklılığına Yönelik ANOVA Testi

SMKÖ Boyutlar	GNO	Ort.	F	p
Problem	1,00-1,50	2,26	2,002	0,095
	1,51-2,00	2,45		
	2,01-2,50	1,95		
	2,51-3,00	1,98		
	3,01-4,00	1,64		
Bilinç	1,00-1,50	3,14	2,503	0,043
	1,51-2,00	3,07		
	2,01-2,50	2,96		
	2,51-3,00	2,58		
	3,01-4,00	2,92		

Katılımcıların sosyal medya kullanma düzeylerinin genel ortalamalarını etkileyip etkilememe durumları ANOVA testi ile analiz edilmiş ve “bilinç” boyutunda farklılık olduğu belirlenmiştir. Buna göre farklılığın hangi değişkenden kaynaklandığına yönelik tukey testi yapılmış ve not ortalaması en düşük olan 1,00-1,50 ile en yüksek olan 3,01 ve üzeri aralığında öğrencilerin söz konusu bilinç boyutunu farklı değerlendirdikleri tespit edilmiştir. Buna göre

genel not ortalaması düşük olan öğrencilerin sosyal medyayı daha az ve dikkatli kullanması gerektiği bilincinde olduğu söylenebilir. Buna göre “*H3d: Katılımcıların genel not ortalamasına göre sosyal medya kullanım düzeyleri farklılık göstermektedir*” hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 17. Sosyal Medya Kullanımının Üniversitelere Göre Farklılığına Yönelik T Testi

SMKÖ Boyutlar	Üniversite	Ort.	t	p
Problem	ÇOMÜ	1,96	1,246	0,214
	KBÜ	2,17		
Bilinç	ÇOMÜ	2,82	0,924	0,357
	KBÜ	2,94		

Katılımcıların sosyal medya kullanım düzeylerinin öğrenim gördükleri üniversitelere göre farklılaşıp farklılaşma durumları bağımsız örneklem t testi analiz edilmiş ve öğrencilerin üniversitelere göre hiçbir boyutta farklılık göstermediği belirlenmiştir. Ortalamalara bakıldığında ise KBÜ’de öğrenim gören turizm öğrencilerinin sosyal medya kullanımına yönelik problem ve bilinç konularında ÇOMÜ’de öğrenim göre turizm öğrencilerine göre daha olumlu algıladığı söylenebilir. Buna göre “*H3e: Katılımcıların öğrenim gördükleri Üniversiteye göre sosyal medya kullanım düzeyleri farklılık göstermektedir*” hipotezi reddedilmiştir.

Sonuç ve Tartışma

Bu araştırmada turizm fakültesinde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım düzeylerinin akademik güdülenme davranışı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırmada öncelikle üniversite öğrencilerinin hangi sosyal medyayı ne kadar kullandığı tespit edilmiş ve en fazla Instagram, en az Twitter olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Örneklemdeki üniversite öğrencilerinin mutlaka en az bir tane sosyal medya hesabının olduğu ve kullanım oranlarının yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Araştırma sonuçlarına göre üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım düzeylerinin akademik güdülenme üzerinde etkisi olduğu saptanmıştır. Buna göre sosyal medyayı doğru bir şekilde kullanan öğrencilerin akademik güdülenmelerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Kumcağız, Özdemir ve Demir (2019) yaptıkları çalışmada sosyal medyanın ergenlerin akademik başarıları üzerinde olumlu

etkileri olabileceği sonucuna ulaşmışlardır. Benzer şekilde Leung ve Lee'nin (2012) yaptıkları çalışmada sosyal medyayı daha az kullananların akademik başarılarının daha fazla olduğu sonucuna ortaya çıkmıştır.

Araştırmanın diğer bir sonucuna göre, cinsiyetin akademik güdülenme davranışı üzerindeki etkisine bakıldığında erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre genel olarak akademik güdülenme düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Yapılan araştırmalar incelendiğinde akademik güdülenmenin farklı değişken bağlamında incelendiği görülmektedir. Bu bağlamda Yusupu (2015) üniversite öğrencilerinin akademik başarılarını incelediği çalışmada, Akademik Güdülenme motivasyonun cinsiyetlere göre farklılık gösterdiğini tespit etmiştir. Katılımcıların yaşlarının akademik güdülenme davranışında farklılık gösterdiği özellikle 18-20 yaş aralığındaki üniversite öğrencilerinin akademik güdülenmede faydasının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Üniversite öğrencilerinin öğrenim gördükleri sınıflara ilişkin farklılığa bakıldığında, 3.sınıftaki öğrencilerin sosyal medya aracılığı ile bilgiyi kullanma düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Genel başarı ortalamasına göre farklılığına bakıldığında ise not ortalaması düşük olan öğrencilerinin kendini aşma algısının yüksek çıktığı görülmektedir. Buna göre başarı ortalaması ile sosyal medya kullanımının doğru orantılı olmadığı ve araştırmada genel not ortalaması düşük olan öğrencilerin sosyal medyadan öğrendiklerinin daha öğretici ve faydalı buldukları görülmektedir. Literatürde akademik güdülenmenin akademik başarıya etkisine yönelik çalışmalar olduğu görülmektedir. Buna göre Şahin ve Çakar (2011)'ın yaptığı çalışmada, öğrencilerin akademik güdülenme düzeyleri ile akademik başarı düzeyleri arasında anlamlı bir fark olmadığı belirlenmiştir. Akademik güdülenme düzeylerinin üniversiteler arası farklılığa bakıldığında ise, ÇOMÜ'de öğrenim gören turizm öğrencilerinin kendini aşma ve bilgiyi kullanma düzeylerinin KBÜ'de öğrenim göre turizm öğrencilerine göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum ÇOMÜ'deki turizm öğrencilerinin KBÜ'deki turizm öğrencilerine göre akademik güdülenmelerinde kendini aşma ve bilgiyi kullanma faktörlerini daha önemli görmesiyle açıklanabilir.

Araştırmanın diğer bir değişkeni olan sosyal medya kullanımının demografik özelliklere göre incelenmesi sonucunda öğrencilerin cinsiyetlerine, yaşlarına, sınıflarına ve öğrenim gördükleri üniversitelere göre ilgili boyutlarda herhangi bir farklılığın olmadığı görülmektedir. İlgili literatür incelendiğinde araştırmanın bu bulgularını destekleyen çalışmalar olduğu görülmektedir. Bu bağlamda Kumcağız, Özdemir ve Demir (2019) üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımının farklı değişkenlere göre incelendiği çalışmada cinsiyetlerine göre farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Benzer şekilde Yılmazsoy ve Kahraman (2017) tarafından yapılan bir araştırmada üniversite öğrencilerinde sosyal medya cinsiyet açısından incelenmiş ve anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Ancak sosyal medya kullanımının genel not ortalamasında farklılık gösterdiği saptanmıştır. Buna göre genel not ortalaması 1.00-1.50 arasında olan üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımının bilincinin genel not ortalaması yüksek olan öğrencilere göre daha yüksek çıktığı görülmektedir. Buradan genel not ortalaması düşük olan öğrencilerin sosyal medya kullanımının derslerini ihmal ettiğini, derse katılımına engel olduğunu ve derslerde sosyal medyayı kullanımının kendini kötü hissettirdiği bilincinde olduğunu söylemek mümkündür.

Bu araştırmanın örneklemini ÇOMÜ ve KBÜ Turizm Fakültesi öğrencilerinden oluşturmaktadır. Bu araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımının akademik güdülenmeye etkisi ve bu iki değişkenin demografik özelliklere göre farklılaşp farklılaşması üzerinden yapılmıştır. İlerde yapılacak araştırmalarda akademik başarıya katkısı olabileceği düşünülen farklı değişkenler üzerine çalışmalar yürütülebilir. Akademik güdülenme davranışının altında yatan nedenlerden sosyal medya kullanımı dışında başka hangi etkenlerin olduğuna yönelik araştırmalar

yapılabilir. Ayrıca sosyal medya bağımlılıklarından dolayı akademik başarısızlık yaşayan öğrencilere başarısızlık sorunlarını fark ettirici ve sosyal medyanın bilinçli kullanımı ile ilgili bilgilendirme ve farkındalık çalışmalarının yapılması da önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Abdüsselam, M. S., & Karal, H. (2012). Fizik öğretiminde artırılmış gerçeklik ortamlarının öğrenci akademik başarıları üzerine etkisi: 11. Sınıf manyetizma konusu örneği. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 1(4), 170-181.
- Akar, E. 2010. *Sosyal medya pazarlaması*. İstanbul: Elif Yayınevi.
- Akbay, S., & Gizir, C. (2011). Cinsiyete göre üniversite öğrencilerinde akademik erteleme davranışı: Akademik güdülenme, akademik özyeterlik ve akademik yüklenme stillerinin rolü. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6 (1) , 60-78
- Akie K. (2004) Characteristics of learning motivation and social support of the third grade nursing students-longitudinal studies of the first and third grades. *Journal of Japon Academy Nursing Education*, 13: 29-38.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2012). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı. İstanbul: Avcı Ofset.
- Blackshaw, P., & Nazzaro, M. (2006). *Consumer-Generated Media (CGM) 101: Word of mouth in the age of the Web-fortified consumer*. New York: Nielsen Buzz Metrics.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Bozanoğlu, İ. (2004). Akademik güdülenme ölçeği: Geliştirmesi, geçerliği, güvenilirliği, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 37:2, 83-98.
- Büyükbeşe, T., & Dağ, K. (2018). Etik liderliğin örgütsel adalet algısına etkisinde örgütsel güvenin aracı rolü. *Social Sciences Studies Journal*, 4(15), 979-994.
- Büyüköztürk, Ş. (2007). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Cıla, M. S. (2015). Anadolu Lisesi 9. ve 10. sınıf öğrencilerinin akademik başarılarının, akademik özyeterlik, mükemmeliyetçilik ve akademik güdülenmeden yordanması (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Colangelo, N., & Davis, G. A. (1997). *Handbook of gifted education*, 2. Baskı, Boston: Allyn and Bacon.
- Çakır, A. (2014). *Faktör analizi* (Doktora Tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Davran, İ. (2020). *Üniversite öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının akademik güdülenmeye etkisi*, 1. Baskı, İstanbul: Hiperyayın.
- Demaray M.K., Malecki C.K. (2002) Critical levels of perceived social support associated with student adjustment. *Journal of School Psychol Quart* 17: 213-241.

- Demir, Y. (2017). *Ergenlerde internet bağımlılığı, akademik güdülenme, akademik erteleme ve okula bağlanma arasındaki ilişkiler* (Doktora Tezi). İnönü Üniversitesi, Malatya.
- Eley, B., & Tilley, S. (2009). *Online marketing inside out*. Australia: Sitepoint Pty. Ltd.
- Fidan. N. (1986). *Okullarda öğrenme ve öğretme*. Ankara, Yelken Tepe Yayınları.
- Gür, S. H., Bakırcı, Ö., Karabaş, B. N., Bayoğlu, F., & Abdullah, A. T. L. İ. (2018). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığının akademik erteleme davranışları üzerindeki etkisi. *İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 5(10), 68-77
- Hatipoğlu, H. B. (2009). Sosyal medya ve ticaret hayatına etkileri. *CİO Club Dergisi*, 1(2), 71- 74.
- Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı: Bir alan çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 3, 158 – 159.
<https://www.internetworldstats.com/social.htm> Erişim Tarihi: 25.06.2020
- Hutcheson, G. D., & Sofroniou, N. (1999). *The multivariate social scientist: Introductory statistics using generalized linear models*. Sage.
- Kapıkıran, Ş., & Özgünör, S. (2009). Ergenlerin sosyal destek düzeylerinin akademik başarı ve güdülenme düzeyleri ile ilişkileri. *Çocuk ve Gençlik Ruh Sağlığı Dergisi*, 16 (1), 21-30.
- Kumcağız, H., Özdemir, T. Y., & Demir, Y. (2019). Ergenlerde sosyal medya kullanımının akademik başarı ve arkadaşlık ilişkilerine etkisi. *International Journal of Social Science Research*, 8(2), 1-17.
- Kutlu, O., & Kula Kartal, S. (2018). Examining the relationships among school engagement, quality of school life and academic achievement of university students. *Electronic International Journal of Education, Arts, and Science*, 4(8),
- Legault L., Green-Demers I., & Pelletier L. (2006). Why do high school students lack motivation in the classroom? toward an understanding of academic amotivation and the role of social support. *Journal of Education Psychology*, 98: 567-582.
- Leung, L., & Lee, P. S. (2012). Impact of internet literacy, internet addiction symptoms, and internet activities on academic performance. *Social Science Computer Review*, 30(4), 403-418.
- Ratella CF., Larose S., & Guay F (2005). Perceptions of parental involvement and support as predictors of college students' persistence in a science curriculum. *Journal of Fam Psychology*, 19: 286-293.
- Saracaloglu, A.S., & Varol, S.R. (2007) Beden eğitimi öğretmen adaylarının yabancı dile yönelik tutumları ve akademik benlik tasarımları ile yabancı dil başarıları arasındaki ilişki, *Journal of Theory and Practice in Education*, 3(1), 39-59.
- Sarıçam, H., & Karduz, F. F. A. (2018). Sosyal medya kullanım bozukluğu ölçeği'nin Türk kültürüne uyarlanması: geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*, 9(2), 116-135.
- Sayımer, İ. (2008). *Sanal ortamda halkla ilişkiler*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Stevens, J. P. (2002). *Applied multivariate statistics for the social sciences*. 2002. Hillsdale, NS: Erlbaum.
- Suri, H. (2011). Purposeful sampling in qualitative research synthesis. *Qualitative research journal*, 11(2), 63.

- Şahin, H., & Çakar, E. (2011). Eğitim fakültesi öğrencilerinin öğrenme stratejileri ve akademik güdülenme düzeylerinin akademik başarılarına etkisi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 9 (3) , 519-540.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). Using multivariate statistics: International edition. *Pearson 2012*.
- Ural, A., & Kılıç, İ. (2005). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*, 1.
- Ünal, M. (2013). *Lise öğrencilerinin akademik güdülenme düzeylerinin bazı değişkenler açısından yordanması* (Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Vallerand, R., & Bissonnette, R. (1992). On The predictive effects of intrinsic, extrinsic, and amotivational styles on behavior: A prospective study, *Journal of Personality*, 60(3), 599–620.
- Vural, Z. B. A., & Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma, *Journal of Yasar University*, 20(5), 3348-3382
- Wentzel KR. (1998). Social relationships and motivation in middle school: The role of parents, teachers, and peers. *Journal of Educational Psychology*, 90: 202-209.
- Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2004). *Spss uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yusupu, R. (2015). *Üniversite öğrencilerinde kariyer kararları ile mükemmeliyetçilik, öğrenme motivasyonu ve akademik başarı arasındaki ilişkiler* (Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

The Effect of Social Media Usage on Academic Motivation Behavior: A Study on University Students Who Gets Tourism Education

Sinan GÖKDEMİR

Çanakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Tourism, Çanakkale /Turkey

İsa UĞUR

Safranbolu Cemil Meriç Vocational and Technical Anatolian High School, Karabük /Turkey

Extensive Summary

As in many fields, the use of information and internet in the field of tourism education is increasing day by day. Students use internet and social media extensively both during and after education. When the use of social media is considered within the scope of education, it may be beneficial in some cases and harmful in other cases. The study was carried out to investigate the effects of social media use of university students studying tourism on academic motivation behavior. The study is thought to be important in raising awareness of students and giving information to faculty members. In addition, when the literature is examined, a very limited number of studies have been done before in order to measure the effect of the use of social media on academic motivation behavior. No study on students studying in tourism has been found in the literature. In line with the purpose of the study, quantitative research method has been adopted. Questionnaire technique was used as a data collection tool. The universe of the research consists of 1271 students, 861 at Çanakkale Onsekiz Mart University Tourism Faculty and 410 at Karabük University Safranbolu Tourism Faculty. The sample consists of 227 students in total, which can be reached from both faculties. The study data were collected on the social media platform used by students between March and June 2020. The data were collected by easy sampling technique. Due to Covid-19 outbreak which started in the same period in Turkey and the World, the face to face survey method was not possible, thus online data collection process have been done by online survey method. The data were analyzed with statistical data analysis program developed for social sciences.

In this study, the effect of social media usage levels of Tourism Faculty students on academic motivation behavior was examined. As a result, it was determined that university students used the most Instagram and least Twitter channels. It is understood that university students have at least one social media account and their usage rates are high. According to the research data, it has been determined that social media usage levels of university students have an impact on academic motivation. According to another result of the study, when the effect of gender on academic motivation behavior is analyzed, it is seen that male students generally have higher levels of academic motivation than female students. When we look at the difference between the classes, it is determined that the students in the third grade have higher levels of using information through social media. When we look at the difference according to the general average of success, it is seen that the students who have low grade point average have higher self perception. It is seen that the use of social media is not directly proportional to the average of success and the students with low GPA in the research find it more instructive and useful. Considering the difference between academic motivation levels between universities, it is seen that the level of self-transcendence and use of knowledge of tourism students studying at ÇOMU is higher than KBU tourism students. This situation can be explained by the fact that tourism students in ÇOMU consider the factors of exceeding themselves and using information more important in their academic motivation than tourism students in KBU.

As a result of examining the use of social media, which is another variable of the research, according to demographic features, it is seen that there is no difference in the relevant dimensions according to the students' gender, age, class and the universities in which they study. The sample of this research consists of students of ÇOMÜ and KBU Tourism Faculty. In future researches, studies can be conducted on different variables that are thought to contribute to academic success. In addition, studies on students studying in other universities and non-tourism fields can be conducted.