



(ISSN: 2587-0238)

Eren, M. Ö. Bayrak, M. & Dokuzoğlu, G. (2023). Investigation of the Effect of High School Students' Perception of Boredom in Free Time on Social Media Addiction, *International Journal of Education Technology and Scientific Researches*, 8(25), 3144-3167.

DOI: <http://dx.doi.org/10.35826/ijetsar.717>

Article Type (Makale Türü): Research Article

INVESTIGATION OF THE EFFECT OF HIGH SCHOOL STUDENTS' PERCEPTION OF BOREDOM IN FREE TIME ON SOCIAL MEDIA ADDICTION

Muhammed Ömer EREN

Teacher, Reşit Çifçi Dokuz Eylül Ortaokulu, Balıkesir, Türkiye, momer54@hotmail.com
ORCID:0000-0003-1696-5125

Metin BAYRAK

Doç.Dr., Gençlik Spor Bakanlığı, Ankara, Türkiye, mtnbyrk@gmail.com
ORCID:0000-0001-9536-965X

Gökhan DOKUZOĞLU

Teacher, Yazıkent Murşide Akçay Ortaokulu, Aydın, Türkiye, gkhndkz9@gmail.com
ORCID:0000-0001-5407-4927

Received: 28.06.2023

Accepted: 12.11.2023

Published: 05.12.2023

ABSTRACT

This study was conducted to investigate the effect of high school students' perceptions of boredom during leisure on social media addiction. In our study, which was conducted according to the general screening model, the relational screening model was used. As a data collection tool, in the first part, the personal information form developed by the researcher (age, gender, time spent on social media, most used social media tool, purpose of using social media), in the second part, Social Media Addiction for Adolescents developed by Özgenel et al. (2019) Scale (SMASA), in the third part, the Leisure Boredom Perception Scale, developed by Iso-Ahola and Weissinger (1990) and its Turkish adaptation by Kara et al. (2014), was used. The data obtained was analyzed using the SPSS 25.0 package program. Statistically, frequency, percentage and reliability coefficient, t test, anova test, pearson correlation test and linear regression analyzes were performed. The reliability of the scales was determined by Cronbach's Alpha coefficient. The analysis was calculated with a 95% confidence interval. A total of 356 participants were reached. There was no significant difference between the perception of boredom in free time and social media addiction levels and the age variable, and in the analysis made between participants' perceptions of boredom in free time and social media addiction levels and the gender variable, there was a statistically significant difference in the total score of perception of boredom in free time and the boredom sub-dimensions. has been detected. It was concluded. Pearson correlation analysis is included to determine the relationship between the perception of boredom in free time and social media addiction. While there is a positive, moderate and significant relationship between social media addiction and perception of boredom ($r = .409$); There appears to be a low significant and negative relationship between social media addiction and dissatisfaction ($r = -.146$). In addition, it was concluded that the perception of boredom in free time had a statistically significant and positive effect on social media addiction, but there was no difference in the dissatisfaction variable.

Keywords: Leisure time, boredom, social media addiction.

INTRODUCTION

Abstractly expressing the concept of time in terms of its characteristics has been continued from the past to the present. Since time covers every moment of the human being and is a period in every situation, philosophically and scientifically, it has led to changes in the perspectives and definitions of scientists. This situation brings about the formation of differences within societies as well as for individuals. Although the concept of time is a concept that is felt by all people and accepted in the sense of existence although it is abstract, it does not have a definition that is expressed in the same way by everyone.

According to the Turkish Language Association (2022); The time during which an action or event takes place, is going to take place or is going to take place, is expressed as time. Eilon (1993) defines time as an expression of people trying to determine their own actions, and refers to it as a unique, non-renewable, irreversible situation that cannot be replaced by anything else. Hacıoğlu et al. (2017) defines time; He stated that it is a situation that is short or long term, never repeatable, has a determined beginning and end, and is expressed in hours.

Cunningham (2016) stated that as a result of the increase in mechanization after the industrial revolution, the decrease in the need for human support in the workforce increased, and in parallel with this situation, the concept of free time became widespread.

Veal (1999) defined leisure as the time period in which recreational activities are performed, except for the time period that the individual performs compulsorily (5). Moreover, leisure also expressed as a period that is biologically necessary for the sustainability of life, except for compulsory situations such as eating, sleeping, etc. activities. In another definition, leisure defined as the time period in which the person lives in a free state without any external compulsion depending on the physical and cultural environmental conditions within individual satisfaction ((Henderson, 1990).

It has been determined that individuals do not want to do something in their free time, are obliged to do it, or cannot find anything to do, causing them boredom (Caldwell et al., 1999). Avoiding the negative effects of monotony and boredom caused by the continuity of an action can be a difficult process for individuals. On the other hand, if an eye-catching or entertaining element is included in the process in question, the negative consequences of boredom will be avoided (Roberson, 1999). It is thought that avoiding these negative consequences directs them towards the use of social media, which is especially of interest to young individuals and causes it to take an important place in their daily lives and activities. When individuals go to extremes in this orientation and spend more time and commitment to a subject, an event, an object or a tool than necessary, in a way that affects their daily life, and in a way and in a way that affects their relationships and communications, this can lead to the formation of a kind of addiction.

It is thought that the intense use of social media, especially today, affects individuals' perceptions of free time, and this situation is thought to trigger social media addiction, and for this reason, our study was conducted to examine the effect of high school students' perceptions of boredom in free time on social media addiction.

METHOD

Model of the Study

In our study, which was conducted according to the general screening model, descriptive and relational screening models were used together. In these studies, a situation or event is described as it is, and the relationship and effect of the variables that cause this situation and their degrees are determined (Karasar, 2005).

Research Group

The research group consists of a total of 475 students, 232 of whom are studying at Batman Spor High School and 243 of whom are studying at Siirt Şehit Zafer Kılıç Sports High School in the 2022-2023 academic year.

Data Collection

The data was submitted via Google Forms and the research was voluntary. A total of 356 participants were reached.

Data Collection Tools

As a data collection tool, the personal information form developed by the researchers in the first part, the Social Media Addiction Scale for Adolescents (ESMBÖ) developed by Özgenel et al. (2019) in the second part, the Turkish adaptation developed by Iso-Ahola and Weissinger (1990) in the third part, Kara et al. The Leisure Boredom Perception Scale by colleagues (2014) was used (Özgenel et al., 2019; Iso-Ahola, S.E. & Weissinger 1990; Kara et al., 2014).

Personal Information Form

This section includes questions about age, gender, time spent on social media, the most used social media tool, and the purpose of using social media.

Social Media Addiction Scale for Adolescents

Social Media Addiction Scale for Adolescents (SMASA), developed by Özgenel et al. (2019), is one-dimensional and consists of 9 items. The scale is a five-point Likert type between Never (1) and Always (5). A high score from the scale indicates high social media addiction. In the original version of the scale, the Cronbach Alpha coefficient was calculated as 0.89. In this study, it was found to be 0.86.

Perception of Boredom in Leisure Scale

The Leisure Boredom Perception Scale, developed by Iso-Ahola and Weissinger (1990) and adapted into Turkish by Kara et al. (2014), consists of 10 items and two subscales. The first subscale, Boredom, consists of the 1st, 2nd, 6th, 7th, 10th items, and the second subscale, dissatisfaction, consists of the 3rd, 4th, 5th, 8th, and 9th questions. The options in the scale are rated on a 5-point likert type, ranging from "1 = Strongly Disagree" to "5 = Strongly Agree". It was determined by Kara colleagues (2014) that the Cronbach Alpha internal consistency coefficient of the scale was 0.72 for the "boredom" sub-dimension and 0.72 for the "dissatisfaction" sub-dimension. In this study, it was found to be 0.73 for the "boredom" sub-dimension and 0.68 for the "dissatisfaction" sub-dimension.

Data Analysis

The data obtained was analyzed using the SPSS 25.0 package program. Statistically, frequency, percentage and reliability coefficient, t test, anova test, pearson correlation test and linear regression analyzes were performed. The reliability of the scales was determined by Cronbach's Alpha coefficient. The analysis was calculated with a 95% confidence interval.

FINDINGS

Table 1. Demographic Variables

Variables	f	%
Age	14 and below	22,5
	15	20,5
	16	32,6
	17 and older	24,4
Gender	Female	61,5
	Male	38,5
Time Spent on Social Media	1 hour or less	31,7
	2-3 hours	46,6
	4-5 hours	15,4
	6 hours and more	6,2
The Social Media Tool Used the Most	Facebook-Instagram	46,3
	Whatsap	22,8
	Tik tok	8,1
	Other	22,8
Purpose of Using Social Media	Socialisation	7,3
	Contact with friends	31,5
	Time passing	41,6
	Obtaining information	15,7
	Other	3,9
Total	356	100

Table 1 includes demographic information about the participants. Most of the categorized variable groups included female participants (61.5%); In the age variable, there are participants between the ages of 16 (32.6%); In the time spent on social media variable, 2-3 hours were spent (46.6%); It is seen that the most used social media variable is Facebook-Instagram (46.3%) and the purpose of using social media is to spend time (31.5%).

Table 2. Descriptive values related to the scales

Variables	N	Min.	Max.	Mean	Std. Dv.
Boredom	356	5,00	25,00	13,69	4,41
Dissatisfaction	356	5,00	25,00	17,59	3,68
PBIL	356	10,00	47,00	31,29	5,11
SMASA	356	9,00	45,00	18,04	7,07

Table 2 shows that the scores of the participants in the boredom dimension of their perception of boredom in free time are at a medium level, while their dissatisfaction scores and total scale scores are high. It is seen that social media addiction levels are low.

Table 3. ANOVA analysis results of participants' perceptions of boredom in leisure and social media addiction levels according to age variable

Dimensions	Age	N	\bar{X}	SD	F	p
Boredom	⁽¹⁾ 14 and below	80	13,46	4,39	,549	,649
	⁽²⁾ 15	73	13,28	4,16		
	⁽³⁾ 16	116	14,06	4,69		
	⁽⁴⁾ 17 and older	87	13,75	4,29		
Dissatisfaction	⁽¹⁾ 14 and below	80	17,71	2,78	,838	,474
	⁽²⁾ 15	73	18,13	3,69		
	⁽³⁾ 16	116	17,39	3,90		
	⁽⁴⁾ 17 and older	87	17,31	4,07		
PBIL	⁽¹⁾ 14 and below	80	17,71	2,78	,125	,946
	⁽²⁾ 15	73	18,13	3,69		
	⁽³⁾ 16	116	17,39	3,90		
	⁽⁴⁾ 17 and older	87	17,31	4,07		
SMASA	⁽¹⁾ 14 and below	80	31,17	3,94	1,071	,362
	⁽²⁾ 15	73	31,42	5,07		
	⁽³⁾ 16	116	31,45	5,42		
	⁽⁴⁾ 17 and older	87	31,06	5,72		

(p>0.05).

According to Table 3, it is seen that there is no statistically significant difference according to the ANOVA test between the participants' perceptions of boredom in free time and their social media addiction levels and the age variable (p>0.05).

Table 4. T-test analysis results of participants' perceptions of boredom in leisure and social media addiction levels according to gender variable

Dimensions	Gender	N	\bar{X}	SD	F	p
Boredom	Female	219	14,18	4,48	2,687	,008
	Male	137	12,90	4,20		
Dissatisfaction	Female	219	17,73	3,31	,839	,402
	Male	137	17,37	4,21		
PBIL	Female	219	31,92	4,79	2,969	,003
	Male	137	30,28	5,46		
SMASA	Female	219	18,17	7,02	,442	,659
	Male	137	17,83	7,18		

(p<0.05).

According to Table 4, according to the t test conducted between the participants' perception of boredom in free time and their social media addiction levels and the gender variable, it was determined that there was a

statistically significant difference in the total score of the perception of boredom in free time and the boredom sub-dimensions ($p < 0.05$).

Table 5. ANOVA analysis results of participants' perceptions of boredom in leisure and social media addiction levels according to the time spent on social media variable

Dimensions	Duration	N	\bar{X}	SS	F	p	Bonferonni
Boredom	⁽¹⁾ 1 hour and less	113	12,54	4,04	6,008	,001	3>1
	⁽²⁾ 2-3 hours	166	13,74	4,50			
	⁽³⁾ 4-5 hours	55	15,29	4,25			
	⁽⁴⁾ 6 hours and more	22	15,18	4,55			
Dissatisfaction	⁽¹⁾ 1 hour and less	113	18,50	3,65	5,097	,002	1>3,4
	⁽²⁾ 2-3 hours	166	17,50	3,43			
	⁽³⁾ 4-5 hours	55	16,70	3,71			
	⁽⁴⁾ 6 hours and more	22	15,90	4,54			
PBIL	⁽¹⁾ 1 hour and less	113	31,05	4,54	,446	,720	-
	⁽²⁾ 2-3 hours	166	31,24	5,10			
	⁽³⁾ 4-5 hours	55	32,00	5,38			
	⁽⁴⁾ 6 hours and more	22	31,09	7,21			
SMASA	⁽¹⁾ 1 hour and less	113	15,36	6,19	19,001	0,000	2,3,4>1 3,4>2
	⁽²⁾ 2-3 hours	166	17,77	6,17			
	⁽³⁾ 4-5 hours	55	21,89	7,18			
	⁽⁴⁾ 6 hours and more	22	24,22	9,62			

($p < 0.05$).

According to Table 5, according to the anova test conducted between the participants' perceptions of boredom in free time and social media addiction levels and the time spent on social media variable, it is seen that there is a statistically significant difference in all variables except the total score of perceptions of boredom in free time ($p < 0.05$). In the Bonferonni analysis conducted to determine which groups there were differences, it was found that the average of the participants who spent 4-5 hours on social media on a daily basis in the boredom sub-dimension of the perception of boredom in free time was higher than the average of participants who spent 1 hour or less on social media on a daily basis; In the dissatisfaction sub-dimension of the perception of boredom in free time, the average of participants who spend 1 hour or less on social media per day is higher than the average of participants who spend 4-5 hours and 6 hours or more on social media per day; In terms of social media addiction scores, the averages of participants who spend 2-3 hours, 4-5 hours, 6 hours and above on a daily basis are higher than the averages of participants who spend 1 hour or less on social media, and the averages of participants who spend 4-5 hours, 6 hours and above on a daily basis are 2-3. It is concluded that the number of hours is higher than the participants who spend time on social media.

Table 6. ANOVA analysis results of participants' perceptions of boredom in leisure and social media addiction levels according to the most used social media tool variable

Dimensions	Social Media Tool	N	\bar{X}	SS	F	p	Bonferonni
Boredom	⁽¹⁾ Facebook-Instagram	165	13,52	4,22	2,702	,046	3>1
	⁽²⁾ Whatsap	81	12,90	3,92			
	⁽³⁾ Tik tok	29	15,31	5,18			
	⁽⁴⁾ Other	81	14,24	4,83			
Dissatisfaction	⁽¹⁾ Facebook-Instagram	165	17,90	3,73	1,824	,142	-
	⁽²⁾ Whatsap	81	17,88	3,05			
	⁽³⁾ Tik tok	29	16,86	3,77			
	⁽⁴⁾ Other	81	16,93	4,03			
PBIL	⁽¹⁾ Facebook-Instagram	165	31,43	5,21	,599	,616	-

	(2)Whatsap	81	30,79	4,49			
	(3)Tik tok	29	32,17	5,52			
	(4)Other	81	31,18	5,38			
	(1)Facebook-Instagram	165	18,98	6,82			
SMASA	(2)Whatsap	81	15,95	5,83	8,564	,000	1>3,2 3>4
	(3)Tik tok	29	22,41	8,81			
	(4)Other	81	16,65	7,10			

(p<0.05).

According to Table 6, in the ANOVA test conducted between the participants' perceptions of boredom in free time and their social media addiction levels and the most used social media tool variable, it is seen that there is a statistically significant difference in the boredom sub-dimension of their perception of boredom in free time and in the total score of social media addiction (p<0.05). In the Bonferroni analysis conducted to determine which groups there were differences, it was found that the scores of the participants using TikTok in the boredom sub-dimension of the perception of boredom in free time were higher than those of Facebook-Instagram users; In terms of social media addiction score, it is concluded that the scores of participants using Facebook-Instagram and TikTok are higher than those of WhatsApp users, and the scores of TikTok users are higher than participants using other social media applications.

Table 7. ANOVA analysis results of participants' perceptions of boredom in leisure and social media addiction levels according to the purpose of using social media

Dimensions	Duration	N	\bar{X}	SD	F	p	Bonferonni
Boredom	(1) Socialisation	26	14,30	4,30	6,008	,001	3>1
	(2) Contact with friends	112	12,62	3,93			
	(3) Time passng	148	15,20	4,41			
	(4) Obtaining information	56	11,55	4,28			
	(5)Other	14	13,71	3,29			
Dissatisfaction	(1) Socialisation	26	17,80	4,22	5,097	,002	1>3,4
	(2) Contact with friends	112	17,86	3,27			
	(3) Time passng	148	17,27	3,57			
	(4) Obtaining information	56	17,83	4,53			
	(5)Other	14	17,57	3,36			
PBIL	(1) Socialisation	26	32,11	5,94	,446	,720	-
	(2) Contact with friends	112	30,49	4,44			
	(3) Time passng	148	32,47	4,89			
	(4) Obtaining information	56	29,39	6,08			
	(5)Other	14	31,28	3,58			
SMASA	(1) Socialisation	26	18,11	5,54	001	000	2,3,4>1 3,4>2
	(2) Contact with friends	112	17,00	5,82			
	(3) Time passng	148	20,20	7,18			
	(4) Obtaining information	56	14,41	6,97			
	(5)Other	14	17,85	10,49			

(p<0.05).

According to Table 7, according to the anova test conducted between the participants' perceptions of boredom in free time and social media addiction levels and the purpose of using social media variable, it is seen that there is a statistically significant difference in all variables except the dissatisfaction sub-dimension of perceptions of boredom in free time (p <0.05). In the Bonferroni analysis conducted to determine which

groups there are differences, the averages of the participants who use social media for the purpose of communicating and obtaining information in the total score of the perception of boredom in free time and in the boredom sub-dimension are higher than the averages of the participants who use social media for communication and information purposes, while the averages of the participants who use social media for the purpose of communicating and obtaining information are higher than the averages of the participants who use social media for the purpose of communicating and obtaining information. It is concluded that the average of the participants who use social media for communication purposes is higher than the averages of the participants who use social media for communication purposes.

Table 8. Pearson correlation analysis results for variables

Variables		1-	2-	3-
1-Boredom	r	1		
	p	-		
2-Dissatisfaction	r	-,212**	1	
	p	,000		
3-SMASA	r	,409**	-,146**	1
	p	,000	,006	-

(p<0.05).

According to Table 8, according to the anova test conducted between the participants' perceptions of boredom in free time and social media addiction levels and the purpose of using social media variable, it is seen that there is a statistically significant difference in all variables except the dissatisfaction sub-dimension of perceptions of boredom in free time (p<0.05). In the Bonferroni analysis conducted to determine which groups there are differences, the averages of the participants who use social media for the purpose of communicating and obtaining information in the total score of the perception of boredom in free time and in the boredom sub-dimension are higher than the averages of the participants who use social media for communication and information purposes, while the averages of the participants who use social media for the purpose of communicating and obtaining information are higher than the averages of the participants who use social media for the purpose of communicating and obtaining information. It is concluded that the average of the participants who use social media for communication purposes is higher than the averages of the participants who use social media for communication purposes.

Table 9. Linear regression analysis to examine the effect of participants' perceptions of boredom in leisure on social media addiction

Dependent Variable	Independent Variable	β	Standard Error	Beta	t	p	R2	Durbin Watson
SMASA	Stable	11,485	2,211	-	5,196	,000	0,080	2,124
	Boredom	,633	,079	,395	7,973	,000		
	Dissatisfaction	-,120	,095	-,063	-1,263	,207		

(p<0.05).

Table 9 includes the Pearson correlation analysis to determine the relationship between the perception of boredom in free time and social media addiction. While there is a positive, moderate and significant relationship between social media addiction and perception of boredom (r = .409); There appears to be a low significant and negative relationship between social media addiction and dissatisfaction (r= -.146).

CONCLUSION and DISCUSSION

It is seen that the boredom dimension scores of the participants' perception of boredom in free time are at a medium level, while their dissatisfaction scores and total scale scores are high. Social media addiction appears to be low. According to Dinç (2021), popular sports science countries have reached a point where social media relations are at a high level. Yaşartürk (2016) found that in places where it was developed, the perception of boredom in free time and the scale total score values were kept at a medium level, and the dissatisfaction scores were kept above the medium level. Aktan (2018) examined the level of social media addiction in universities according to various social variables, and found that game media addictions are included at a low level. There are studies by Ho et al. (2017) reporting that growing up in Singapore and young people's connection to social networks is high. According to the popular sports studies conducted by Dinç (2021), countries have reached a point where social media relations are at a high level. In this section, the data obtained in the findings section is discussed. The findings obtained within the framework of the research should be compared with the relevant literature and discussed with the author's comments. In the conclusion part, the main ideas that emerged as a result of the discussions should be explained.

According to the ANOVA test, it is seen that there is no statistically significant difference between the perceptions of boredom in free time and social media addiction levels and the age variable. In their study, Köse and Bayköse (2019) concluded that there was no significant difference between boredom perception scores according to age.

As a result of the analysis between perceptions of boredom in free time and social media addiction levels and the gender variable, it was concluded that female participants had a higher level of perception of boredom than male participants in the total score of perception of boredom in free time and the boredom sub-dimensions. According to the research conducted by Kara et al. (2014) on adult individuals in different professional fields, it was observed that men scored higher than women for the satisfaction sub-dimension and experienced the feeling of boredom less. In Gücal and Kara's (2015) leisure time boredom perception study to determine the overwork levels of academic staff, it was observed that women's satisfaction scores were higher than men. In his study on individuals participating in tennis, Kayapınar (2021) concluded that while the gender variable did not show a significant difference in the boredom score averages, male individuals had a higher boredom level than female individuals in the dissatisfaction sub-dimension. In another study conducted by Ayverdi and Kara (2015), it was concluded that the satisfaction scores of men were higher than those of women. Yaşartürk (2016) found that female participants had lower boredom scores and higher satisfaction scores than male participants regarding the perception of boredom in leisure time, but no significant difference was found in the boredom dimension. Another study concluded that there was no significant difference between the gender variable and social media addiction levels.

Significant results were found between perceptions of boredom in free time, social media addiction levels and the time spent on social media variable. It has been concluded that the increase in the boredom sub-dimension

of the perception of boredom in free time causes an increase in the time spent on social media, and in the dissatisfaction sub-dimension, the decrease in the time spent on social media causes an increase in the average dissatisfaction. It has been concluded that there is an increase in the level of addiction in parallel with the increase in the time spent in social media addiction. In the study conducted by Aktan (2018), a significant difference was found between the participants' daily social media usage times and social media addiction levels. Similar to our study, they reported that the level of social media addiction increased as the daily social media usage time increased. In the same study, it was reported that as the number of years of social media use increases, the addiction rate also increases. Another study conducted by Balcı and Gölcü (2013) on 903 university students revealed the existence of a linear relationship between the duration of Facebook use and the level of Facebook addiction.

As a result of the analysis made between perceptions of boredom in free time and social media addiction levels and the most used social media tool variable, it was concluded that there was a significant difference in the boredom sub-dimension of perceptions of boredom in free time and the total score of social media addiction. In the boredom sub-dimension of the perception of boredom in free time, the scores of participants using TikTok were higher than those of Facebook-Instagram users; In terms of social media addiction score, it was concluded that the scores of participants using Facebook-Instagram and TikTok were higher than those of WhatsApp users, and that the scores of TikTok users were higher than participants using other social media applications. In our study, it is thought that the reason why the Tik Tok platform, which was launched in 2016 especially for young individuals, is significantly higher than other social media tools, is due to the fact that this application was produced especially for young individuals.

It was concluded that there was a statistically significant difference between the perceptions of boredom in free time and social media addiction levels and the purpose of using social media in all variables except the dissatisfaction sub-dimension of perceptions of boredom in free time. The total score of the perception of boredom in free time and the boredom sub-dimension and the average of the participants who use social media for the purpose of spending time are higher than the average of the participants who use social media for the purpose of communicating and obtaining information. It is concluded that it is higher than the participants who use it. One of the most important factors that push individuals to get bored can undoubtedly be seen as weak or non-existent social relationships. It is thought that this situation arises because our research was conducted with participants who were especially involved in sports activities, and they used it for spending time rather than their needs for social relations and communication skills. In addition, the result of our study that TikTok is used more than other social media tools supports this situation.

Pearson correlation analysis is included to determine the relationship between the perception of boredom in free time and social media addiction. While there is a positive, moderate and significant relationship between social media addiction and perception of boredom ($r = .409$); There appears to be a low significant and negative relationship between social media addiction and dissatisfaction ($r = -.146$). In addition, it was concluded that the

perception of boredom in free time had a statistically significant and positive effect on social media addiction, but there was no difference in the dissatisfaction variable.

As a result, it is thought that boredom is associated with various negative emotional states and causes individuals to acquire various ways to get away from this negative situation. The use of social media, which they see as one of these ways, can reach the level of addiction for individuals. In our study, it is seen that especially the younger generations tend to use social media tools in their free time from sports activities, but it is thought that this situation brings about a low level of social media addiction as they meet their needs such as socializing and communicating at a certain level when it comes to participating in sports activities.

SUGGESTIONS

Participation in sports activities, especially in preventing social media addiction and mental and physical negativities that may occur due to long-term use of social media in young generations, will meet some of the needs of individuals such as socialization and communication, so guidance for participation in relevant activities is encouraged by the family, close circle, all institutions and organizations. should be supported. Protecting them from risks in digital environments, protecting personal data, ensuring privacy, increasing awareness of their digital rights, carrying out awareness-raising activities to individuals and informing them about internet ethics. The issue of social media addiction should be addressed in a more comprehensive manner by researchers and comprehensive research and measurement studies should be conducted. Individuals and families should be made aware that digital tools and applications are not only tools for free time, games and entertainment, but can also be used to obtain information and help with lessons.

ETHICAL TEXT

"In this article, the journal writing rules, publication principles, research and publication ethics, and journal ethical rules were followed. The responsibility belongs to the authors for any violations that may arise regarding the article. " Ethics Committee approval dated 18.01.2023 and decision number 31 was obtained from Aydın Adnan Menderes University Institute of Social Sciences Ethics Committee for this study."

Declaration of Contribution Rate of the Author(s): In this study, the contribution rate of the first author is 40%, the contribution rate of the second author is 30%, and the contribution rate of the third author is 30%.

REFERENCES

- Aktan, E. (2018). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*. 5(4), 405-421. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.379886>
- Ayverdi, B., & F. Kara. (2015). Serbest Zamanda Sıkılma Algısının Alkol Kullanma Nedenlerini Belirlemedeki Rolünün İncelenmesi. 8." Ulusal Spor Bilimleri Öğrenci Kongresi 14-16.
- Balci, Ş., & Gölcü, A. (2013). Türkiye'de Üniversite Öğrencilerinde Facebook Bağımlılığı: "Selçuk Üniversitesi Örneği". *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 1 (34), 255-278.

- Caldwell, L. L., Darling, N., Payne, L. L., & Dowdy, B. (1999). "Why are you bored?": An examination of psychological and social control causes of boredom among adolescents. *Journal of leisure research*, 31(2), 103-121. <https://doi.org/10.1080/00222216.1999.11949853>
- Cunningham, H. (2016). *Leisure in the Industrial Revolution*: Routledge.
- Dinç, A. (2021). Spor bilimleri öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve sağlıklı beslenme tutumlarının incelenmesi iğdır ili örneği. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (25), 812-821.
- Eilon, S. (1993). Time management, Omega. *International Journal Of Management Science*. 21(3), 255-259.
- Gücal, A., & F, Kara. (2015). "Serbest Zamanda Sıkılma Algısının Serbest Zamana Yüklenen Anlamı Belirlemedeki Rolünün İncelenmesi. 8." Ulusal Spor Bilimleri Öğrenci Kongresi 14-16.
- Hacıoğlu, N., Gökdeniz, A., & Dinç, Y. (2017). *Boş zaman ve rekreasyon yönetimi*. Detay Yayıncılık.
- Henderson, K. A. (1990). The meaning of leisure for women: An integrative review of the research. *Journal of leisure research*, 22(3), 228-243. <https://doi.org/10.1080/00222216.1990.11969827>
- Ho, S. S., Lwin, M. O., & Lee, E. W. (2017). Till logout do us part? Comparison of factors predicting excessive social network sites use and addiction between Singaporean adolescents and adults. *Computers in Human Behavior*, (75), 632-642.
- Iso-Ahola, S.E. & Weissinger, E. (1990). Perceptions of boredom in leisure: Conceptualization, reliability and validity of the leisure boredom scale. *Journal of Leisure Research*, 22(1), 1-17. <https://doi.org/10.1080/00222216.1990.11969811>
- Kara, F.M., Gürbüz, B. & Öncü, E. (2014). Leisure boredom scale: The factor structure and the demographic differences. *The Turkish Journal of Sport and Exercise*, 16(2), 28-35. doi: 10.15314/TJSE.201428102
- Karasar, N. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemi* (17. Baskı). Nobel Yayın Dağıtım. 81-83.
- Kayapınar, K. (2021). *Rekreasyonel tenise katılan bireylerin algılanan sağlık çıktıları, serbest zaman sıkılma algısı ve yaşam doyum düzeylerinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara Üniversitesi
- Köse, E., Bayköse, N. (2019). Serbest zamanda sıkılma algısı ve egzersiz bağımlılığı arasındaki ilişki. *Akdeniz Spor Bilimleri Dergisi*, 2(1), 1-14.
- Özgenel, M., Canpolat, Ö. & Ekşi, H. (2019). Ergenler için sosyal medya bağımlılığı ölçeği (esmbö): Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 6, 629-662. doi: 10.15805/addicta.2019.6.3.0086
- Roberson, J. B. (1999). Helping gifted/talented students improve their balancing acts. *Gifted Child Today*, 22(1), 34-37.
- Türk Dil Kurumu (TDK). Türkçe sözlük. *Erişim adresi*: http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.59481cfdc600d0.01403496. Erişim Tarihi: 03.02.2022.
- Veal, A.J. (1999). Definitions of leisure and recreation. *Australian Journal of Leisure and Recreation*, 2(4), 44-48.
- Yaşartürk, F. (2016). *Elit düzeydeki sporcuların rekreatif etkinlik tercihlerinde tutum, sıkılma algısı ile yaşam doyumlarının incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya Üniversitesi.

LİSE ÖĞRENCİLERİNİN SERBEST ZAMANDA SIKILMA ALGILARININ SOSYAL MEDYA BAĞIMLILIĞINA ETKİSİNİN İNCELENMESİ

Öz

Bu çalışma, lise öğrencilerinin serbest zamanda sıkılma algılarının sosyal medya bağımlılığı üzerinde etkisinin incelenmesi amacıyla yapılmıştır. Genel tarama modeline göre yürütülen çalışmamızda ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Veri toplama aracı olarak, ilk bölüm araştırmacı tarafından geliştirilen kişisel bilgi formu (yaş, cinsiyet, sosyal medyada geçirilen süre, en çok kullanılan sosyal medya aracı, sosyal medyayı kullanım amacı), ikinci bölümde Özgenel vd., (2019) tarafından geliştirilen Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (ESMBÖ), üçüncü bölümde Iso-Ahola ve Weissinger (1990) tarafından geliştirilen Türkçe uyarlaması Kara vd., (2014) tarafından yapılan Serbest Zamanda Sıkılma Algısı Ölçeği kullanılmıştır. Elde edilen veriler SPSS 25.0 paket programı kullanılarak analizi yapılmıştır. İstatistiksel açıdan, frekans, yüzde ve güvenilirlik katsayısı, t testi, anova testi, pearson korelasyon testi ve doğrusal regresyon analizleri yapılmıştır. Ölçeklerin güvenilirliği Cronbach's Alpha katsayısı ile belirlenmiştir. Analiz %95 güven aralığında hesaplanmıştır. Toplamda 356 katılımcıya ulaşılmıştır. Serbest zamanda sıkılma algıları ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile yaş değişkeni arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı, katılımcıların serbest zamanda sıkılma algıları ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile cinsiyet değişkeni arasında yapılan analizde ise serbest zamanda sıkılma algısı toplam puanı ve sıkılma alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir sonucuna varılmıştır. Serbest zamanda sıkılma algısı ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik pearson korelasyon analizi yer almaktadır. Sosyal medya bağımlılığı ile sıkılma algısı arasında pozitif yönde orta düzeyde ve anlamlı ilişki olduğu görülürken ($r = ,409$); Sosyal medya bağımlılığı ile doyumsuzluk arasında düşük düzeyde anlamlı ve negatif ilişki olduğu görülmektedir ($r = -,146$). Ayrıca serbest zamanda sıkılma algısının sosyal medya bağımlılığı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğu ancak doyumsuzluk değişkeninde bir farklılığın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar kelimeler: Serbest zaman, sıkılganlık, sosyal medya bağımlılığı

GİRİŞ

Zaman kavramı barındırmış olduğu özellikler bakımından soyut bir şekilde ifade edilmesi geçmişten günümüze kadar devam etmiştir. İnsanın her anını kapsadığı ve her durumun içinde olduğu bir vakit olması nedeni ile felsefi açıdan ve bilimsel olarak bilim insanlarının zaman kavramına bakış açıları ve tanımlamalarında değişikliklerin olmasına yol açmıştır. Bu durum bireyler için olduğu kadar toplumlar içinde farklılıkların oluşmasını beraberinde getirmektedir. Zaman kavramı tüm insanlar tarafından hissedilen, soyut olmasına karşın varlık anlamında kabul gören bir kavram olmasına rağmen herkes tarafından aynı şekilde ifade edilen bir tanımla bulunmamaktadır.

Türk Dil Kurumuna (2022) göre; bir işin, bir oluşun içinde geçtiği, geçeceği veya geçmekte olduğu süre, vakit olarak ifade edilmektedir. Eilon (1993) insanların kendi hareketlerini tayin etmeye çalışmalarının bir ifadesi olarak tanımladığı zamanı, eşi benzeri olmayan, yenilenmesi mümkün olmayan, yerine başka bir şeyin konulamayacağı, geri dönüşü olmayan bir durum olarak ifade etmektedir. Hacıoğlu vd., (2017) ise zamanı tanımlarken; kısa ya da uzun süreli, asla tekrar edilemeyen, başlangıç ve bitişi belirlenmiş, saat ile ifade edilen bir durum olarak belirtmiştir.

Cunningham (2016) sanayi devrimi sonrasında makineleşmenin artışı neticesinde iş gücünde insan varlığının desteğine olan ihtiyacın azalması ile birlikte bireylerin kendileri için ayırdıkları zaman dilimlerinde artışlar meydana getirmiş bu duruma paralel olarak serbest zaman şeklinde ifade edilen kavramın yaygınlaşması durumu ortaya çıkmıştır.

Veal (1999) serbest zamanı tanımsal olarak ifade ederken, bireyin zorunlu olarak gerçekleştirdiği süre haricinde kalan ve rekreatif faaliyetlerin gerçekleştiği zaman dilimi şeklinde tanımlamaktadır. Ayrıca yaşamın sürdürülebilmesi için biyolojik olarak gerekli olan yemek, uyku vs. faaliyetler gibi zorunlu olan durumlar dışında kalan zaman dilimi olarak ifade edilmektedir. Diğer bir tanımlamada ise bireysel memnuniyet içerisinde fiziksel ve kültürel çevre koşullarına bağlı olarak dışsal bir zorlama olmadan kişinin özgür bir durumda yaşadığı zaman dilimi olarak ifade etmektedir.

Bireylerin serbest zamanlarında yapmak istemedikleri, yapma mecburiyetinde oldukları veya yapacak bir şey bulamamalarının onlarda can sıkıntısına neden olduğu tespit edilmiştir (Caldwel vd., 1999). Yapılan bir eylemin sürekliliği nedeni ile oluşan monotonluğun ve sıkılmanın olumsuz etkilerinden kaçınmak bireyler için zorlu bir süreç olabilmektedir. Öte yandan söz konusu sürece dikkat çekici veya eğlendirici bir unsur dahil edilirse sıkılmanın olumsuz sonuçlarından kaçınılmış olunacaktır. Bu olumsuz sonuçlardan kaçınmanın özellikle genç bireylerin ilgi alanına giren ve günlük yaşam sürelerinde ve aktivitelerinde önemli bir yer tutmasına neden olan sosyal medya kullanımına doğru onları yönelttiği düşünülmektedir. Bireylerin bu yönelimde aşırıya kaçması ve bir konu, bir olay, bir nesne ya da bir araca gereğinden fazla, günlük yaşamını etkileyecek boyutta, ilişki ve iletişimlerinde tesiri dokunacak biçim ve boyutta zaman ayırması, bağımlılık sergilemesi ise bir tür bağımlılık oluşmasına neden olabilmektedir.

Sosyal medya kullanımının özellikle günümüzde yoğun bir şekilde kullanılması bireylerin serbest zaman algılarının da etkilenmesine neden olduğu düşünülmekte ve oluşan bu durumun sosyal medya bağımlılığını tetiklediği düşünülmektedir. Bireylerin serbest zaman ve bu neden ile çalışmamızda lise öğrencilerinin serbest zamanda sıkılma algılarının sosyal medya bağımlılığı üzerinde etkisinin incelenmesi amacıyla yapılmıştır.

YÖNTEM

Araştırma Modeli

Genel tarama modeline göre yürütülen çalışmamızda, betimsel ve ilişkisel tarama modeli birlikte kullanılmıştır. Bu araştırmalarda bir durum ya da olay olduğu gibi betimlenmekte ve bu duruma sebep olan değişkenlerin ilişkisi, etkisi ve bunların dereceleri belirlenmektedir (Karasar, 2005).

Araştırma Grubu

Araştırma grubunu, 2022-2023 eğitim-öğretim yılında Batman Spor lisesinde öğrenime devam eden 232 ve Siirt Şehit Zafer Kılıç Spor Lisesinde öğrenime devam eden 243 olmak üzere toplamda 475 öğrenciden oluşmaktadır.

Verilerin Toplanması

Veriler Google Formlar üzerinden ulaştırılmış ve araştırmada gönüllülük esas alınmıştır. Toplamda 356 katılımcıya ulaşılmıştır.

Veri Toplama Araçları

Veri toplama aracı olarak, ilk bölüm araştırmacılar tarafından geliştirilen kişisel bilgi formu ikinci bölümde Özgenel vd., (2019) tarafından geliştirilen Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (ESMBÖ), üçüncü bölümde Iso-Ahola ve Weissinger (1990) tarafından geliştirilen Türkçe uyarlaması Kara vd., (2014) tarafından yapılan Serbest Zamanda Sıkılma Algısı Ölçeği kullanılmıştır.

Kişisel Bilgi Formu

Bu kısımda yaş, cinsiyet, sosyal medyada geçirilen süre, en çok kullanılan sosyal medya aracı, sosyal medyayı kullanım amacından oluşan sorular yer almaktadır.

Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği

Özgenel vd., (2019) tarafından geliştirilen Ergenler İçin Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği (ESMBÖ) tek boyutlu olup 9 maddeden oluşmaktadır. Ölçek Hiçbir zaman (1) ile Her zaman (5) arasında beşli likert tipindedir. Ölçekten alınan yüksek puan sosyal medya bağımlılığının yüksekliğini ifade eder. Ölçeğin orijinalinde Cronbach Alpha katsayısı 0.89 olarak hesaplanmıştır. Bu çalışmada ise 0.86 olarak tespit edilmiştir.

Serbest Zamanda Sıkılma Algısı Ölçeği

Iso-Ahola ve Weissinger (1990) tarafından geliştirilen Türkçe uyarlaması Kara vd., (2014) tarafından yapılan Serbest Zamanda Sıkılma Algısı Ölçeği 10 madde ve iki alt boyuttan oluşmaktadır. İlk alt boyut Sıkılma 1., 2., 6., 7., 10. maddelerden, ikinci alt boyut doyumsuzluk ise 3., 4., 5., 8., ve 9. sorulardan oluşmaktadır. Ölçekte bulunan seçenekler “1= Kesinlikle Katılmıyorum”, ile “5= Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde 5’li likert tipi şeklinde derecelendirilmiştir. Kara vd., (2014) tarafından ölçeğin, Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısının “sıkılma” alt boyutu için 0.72, “doyumsuzluk” alt boyutu için 0.72 olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmada ise “sıkılma” alt boyutu için 0.73, “doyumsuzluk” alt boyutu için 0.68 olduğu tespit edilmiştir.

Verilerin Analizi

Elde edilen veriler SPSS 25.0 paket programı kullanılarak analizi yapılmıştır. İstatistiksel açıdan, frekans, yüzde ve güvenilirlik katsayısı, t testi, anova testi, pearson korelasyon testi ve doğrusal regresyon analizleri yapılmıştır. Ölçeklerin güvenilirliği Cronbach’s Alpha katsayısı ile belirlenmiştir. Analiz %95 güven aralığında hesaplanmıştır.

Etik Kurul İzni

Bu çalışma için Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Etik Kurulu'ndan 18.01.2023 tarih ve 31 karar numaralı etik kurul onayı alınmıştır.

BULGULAR

Tablo 1. Demografik Değişkenler

Değişkenler	f	%	
Yaş	14 yaş ve altı	80	22,5
	15 yaş	73	20,5
	16 yaş	116	32,6
	17 yaş ve üstü	87	24,4
Cinsiyet	Kadın	219	61,5
	Erkek	137	38,5
Sosyal Medyada Geçirilen Süre	1 saat ve altı	113	31,7
	2-3 saat	166	46,6
	4-5 saat	55	15,4
	6 saat ve üstü	22	6,2
En Çok Kullandığınız Sosyal Medya Aracı	Facebook-İstagram	165	46,3
	Whatsap	81	22,8
	Tik tok	29	8,1
	Diğer	81	22,8
Sosyal Medya Kullanma Amacı	Sosyalleşme	26	7,3
	Arkadaşlarla iletişim kurma	112	31,5
	Vakit geçirme	148	41,6
	Bilgi edinme	56	15,7
	Diğer	14	3,9
Toplam	356	100	

Tablo 1’de katılımcılara ait demografik bilgilere yer verilmiştir. Kategorize edilen değişken gruplarında en çok kadın katılımcıların yer aldığı (%61,5); yaş değişkeninde 16 yaş aralığı katılımcıların olduğu (32,6); sosyal

medyada geçirilen süre değişkeninde 2-3 saat vakit geçirildiği (%46,6); en çok kullanılan sosyal medya değişkeninde Facebook-Instagram olduğu (%46,3) ve sosyal medya kullanma amacında ise vakit geçirme olduğu görölmektedir (%31,5).

Tablo 2. Ölçeklere ilişkin tanımlayıcı değerler

Değişkenler	N	Min.	Max.	Mean	Std. Dv.
Sıkılma	356	5,00	25,00	13,69	4,41
Doyumsuzluk	356	5,00	25,00	17,59	3,68
SZSAÖ	356	10,00	47,00	31,29	5,11
ESMBÖ	356	9,00	45,00	18,04	7,07

Tablo 2’de katılımcıların serbest zamanda sıkılma algılarının sıkılma boyutundaki puanlarının orta düzeyde olduğu, doyumuzluk puanlarının ve ölçek toplam puanlarının ise yüksek olduğu görölmektedir. Sosyal medya bağımlılık düzeylerinin ise düşük olduğu görölmektedir.

Tablo 3. Katılımcıların serbest zamanda sıkılma algıları ve sosyal medya bağımlılık düzeylerinin yaş değişkenine göre anova analizi sonuçları

Boyutlar	Yaş	N	\bar{X}	SS	F	p
Sıkılma	(1) 14 yaş ve altı	80	13,46	4,39	,549	,649
	(2) 15yaş	73	13,28	4,16		
	(3) 16 yaş	116	14,06	4,69		
	(4)17 yaş ve üstü	87	13,75	4,29		
Doyumsuzluk	(1) 14 yaş ve altı	80	17,71	2,78	,838	,474
	(2) 15yaş	73	18,13	3,69		
	(3) 16 yaş	116	17,39	3,90		
	(4)17 yaş ve üstü	87	17,31	4,07		
SZSAÖ	(1) 14 yaş ve altı	80	17,71	2,78	,125	,946
	(2) 15yaş	73	18,13	3,69		
	(3) 16 yaş	116	17,39	3,90		
	(4)17 yaş ve üstü	87	17,31	4,07		
ESMBÖ	(1) 14 yaş ve altı	80	31,17	3,94	1,071	,362
	(2) 15yaş	73	31,42	5,07		
	(3) 16 yaş	116	31,45	5,42		
	(4)17 yaş ve üstü	87	31,06	5,72		

(p>0.05).

Tablo 3’e göre katılımcıların serbest zamanda sıkılma algıları ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile yaş değişkeni arasında yapılan anova testine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı görölmektedir (p>0.05).

Tablo 4. Katılımcıların serbest zamanda sıkılma algıları ve sosyal medya bağımlılık düzeylerinin cinsiyet değişkenine göre t testi analizi sonuçları

Boyutlar	Cinsiyet	N	\bar{X}	SS	F	p
Sıkılma	Kadın	219	14,18	4,48	2,687	,008
	Erkek	137	12,90	4,20		
Doyumsuzluk	Kadın	219	17,73	3,31	,839	,402
	Erkek	137	17,37	4,21		
SZSAÖ	Kadın	219	31,92	4,79	2,969	,003
	Erkek	137	30,28	5,46		
ESMBÖ	Kadın	219	18,17	7,02	,442	,659
	Erkek	137	17,83	7,18		

(p<0.05).

Tablo 4'e göre katılımcıların serbest zamanda sıkılma algıları ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile cinsiyet değişkeni arasında yapılan t testine göre serbest zamanda sıkılma algısı toplam puanı ve sıkılma alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p<0.05$).

Tablo 5. Katılımcıların serbest zamanda sıkılma algıları ve sosyal medya bağımlılık düzeylerinin sosyal medyada geçirilen süre değişkenine göre anova analizi sonuçları

Boyutlar	Süre	N	\bar{X}	SS	F	p	Bonferonni
Sıkılma	(1) 1 saat ve altı	113	12,54	4,04	6,008	,001	3>1
	(2) 2-3 saat	166	13,74	4,50			
	(3) 4-5 saat	55	15,29	4,25			
	(4)6 saat ve üstü	22	15,18	4,55			
Doyumsuzluk	(1) 1 saat ve altı	113	18,50	3,65	5,097	,002	1>3,4
	(2) 2-3 saat	166	17,50	3,43			
	(3) 4-5 saat	55	16,70	3,71			
	(4)6 saat ve üstü	22	15,90	4,54			
SZSAÖ	(1) 1 saat ve altı	113	31,05	4,54	,446	,720	-
	(2) 2-3 saat	166	31,24	5,10			
	(3) 4-5 saat	55	32,00	5,38			
	(4)6 saat ve üstü	22	31,09	7,21			
ESMBÖ	(1) 1 saat ve altı	113	15,36	6,19	19,001	0,000	2,3,4>1 3,4>2
	(2) 2-3 saat	166	17,77	6,17			
	(3) 4-5 saat	55	21,89	7,18			
	(4)6 saat ve üstü	22	24,22	9,62			

($p<0.05$).

Tablo 5'e göre katılımcıların serbest zamanda sıkılma algıları ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile sosyal medyada geçirilen süre değişkeni arasında yapılan anova testine göre serbest zamanda sıkılma algıları toplam puanı dışında tüm değişkenlerde istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu görülmektedir ($p<0.05$). Hangi gruplar arasında farklılık olduğunu belirlemeye yönelik yapılan bonferonni analizinde serbest zamanda sıkılma algısının sıkılma alt boyutunda günlük olarak 4-5 saat sosyal medyada vakit geçiren katılımcı ortalamalarının günlük olarak 1 saat ve altı sosyal medyada vakit geçiren katılımcılardan yüksek olduğu; serbest zamanda sıkılma algısının doyumuzluk alt boyutunda ise günlük olarak 1 saat ve altı sosyal medyada vakit geçiren katılımcı ortalamalarının günlük olarak 4-5 saat ile 6 saat ve üstü sosyal medyada vakit geçiren katılımcılardan yüksek olduğu; sosyal medya bağımlılığı puanlarında ise günlük olarak 2-3 saat, 4-5 saat, 6 saat ve üstü katılımcı ortalamalarının 1 saat ve altı sosyal medyada vakit geçiren katılımcılardan yüksek olduğu ve günlük olarak 4-5 saat, 6 saat ve üstü katılımcı ortalamalarının 2-3 saat, sosyal medyada vakit geçiren katılımcılardan yüksek olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 6. Katılımcıların serbest zamanda sıkılma algıları ve sosyal medya bağımlılık düzeylerinin en çok kullanılan sosyal medya aracı değişkenine göre anova analizi sonuçları

Boyutlar	Sosyal Medya Aracı	N	\bar{X}	SS	F	p	Bonferonni
Sıkılma	(1)Facebook-İnstagram	165	13,52	4,22	2,702	,046	3>1
	(2)Whatsap	81	12,90	3,92			
	(3)Tik tok	29	15,31	5,18			
	(4)Diğer	81	14,24	4,83			
Doyumsuzluk	(1)Facebook-İnstagram	165	17,90	3,73	1,824	,142	-
	(2)Whatsap	81	17,88	3,05			
	(3)Tik tok	29	16,86	3,77			
	(4)Diğer	81	16,93	4,03			

SZSAÖ	(1)Facebook-İnstagram	165	31,43	5,21	,599	,616	-
	(2)Whatsap	81	30,79	4,49			
	(3)Tik tok	29	32,17	5,52			
	(4)Diğer	81	31,18	5,38			
ESMBÖ	(1)Facebook-İnstagram	165	18,98	6,82	8,564	,000	1>3,2 3>4
	(2)Whatsap	81	15,95	5,83			
	(3)Tik tok	29	22,41	8,81			
	(4)Diğer	81	16,65	7,10			

(p<0.05).

Tablo 6'ya göre katılımcıların serbest zamanda sıkılma algıları ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile en çok kullanılan sosyal medya aracı değişkeni arasında yapılan anova testinde serbest zamanda sıkılma algılarının sıkılma alt boyutunda ve sosyal medya bağımlılığı toplam puanında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu görülmektedir (p<0.05). Hangi gruplar arasında farklılık olduğunu belirlemeye yönelik yapılan bonferonni analizinde serbest zamanda sıkılma algısının sıkılma alt boyutunda tiktok kullanan katılımcıların puanlarının facebook-instagram kullanıcılarından daha yüksek olduğu; sosyal medya bağımlılığı puanında ise facebook-instagram ve tiktok kullanan katılımcıların puanlarının whatsapp kullanıcılarından daha yüksek olduğu ve tiktok kullanıcılarının puanlarının diğer sosyal medya uygulamalarını kullanan katılımcılardan daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 7. Katılımcıların serbest zamanda sıkılma algıları ve sosyal medya bağımlılık düzeylerinin sosyal medyayı kullanma amacı değişkenine göre anova analizi sonuçları

Boyutlar	Süre	N	\bar{X}	SS	F	p	Bonferonni
Sıkılma	(1)Sosyalleşme	26	14,30	4,30	6,008	,001	3>1
	(2)İletişim kurma	112	12,62	3,93			
	(3)Vakit geçirme	148	15,20	4,41			
	(4)Bilgi edinme	56	11,55	4,28			
	(5)Diğer	14	13,71	3,29			
Doyumsuzluk	(1)Sosyalleşme	26	17,80	4,22	5,097	,002	1>3,4
	(2)İletişim kurma	112	17,86	3,27			
	(3)Vakit geçirme	148	17,27	3,57			
	(4)Bilgi edinme	56	17,83	4,53			
	(5)Diğer	14	17,57	3,36			
SZSAÖ	(1)Sosyalleşme	26	32,11	5,94	,446	,720	-
	(2)İletişim kurma	112	30,49	4,44			
	(3)Vakit geçirme	148	32,47	4,89			
	(4)Bilgi edinme	56	29,39	6,08			
	(5)Diğer	14	31,28	3,58			
ESMBÖ	(1)Sosyalleşme	26	18,11	5,54	19,001	0,000	2,3,4>1 3,4>2
	(2)İletişim kurma	112	17,00	5,82			
	(3)Vakit geçirme	148	20,20	7,18			
	(4)Bilgi edinme	56	14,41	6,97			
	(5)Diğer	14	17,85	10,49			

(p<0.05).

Tablo 7'e göre katılımcıların serbest zamanda sıkılma algıları ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile sosyal medyayı kullanma amacı değişkeni arasında yapılan anova testine göre serbest zamanda sıkılma algılarının doyumsuzluk alt boyutu dışında tüm değişkenlerde istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu görülmektedir (p<0.05). Hangi gruplar arasında farklılık olduğunu belirlemeye yönelik yapılan bonferonni analizinde serbest zamanda sıkılma algısı toplam puanı ve sıkılma alt boyutunda ve vakit geçirme amaçlı sosyal medyayı kullanan

katılımcıların ortalamalarının, iletişim kurma ve bilgi edinme amaçlı sosyal medyayı kullanan katılımcılardan yüksek olduğu, sosyal medya bağımlılığı puanlarında ise vakit geçirme amaçlı sosyal medyayı kullanan katılımcıların ortalamalarının, iletişim kurma amaçlı sosyal medyayı kullanan katılımcılardan yüksek olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 8. Değişkenlere yönelik pearson korelasyon analizi sonuçları

Değişken		1-	2-	3-
1-Sıkılma	r	1		
	p	-		
2-Doyumsuzluk	r	-,212**	1	
	p	,000		
3-ESMBÖ	r	,409**	-,146**	1
	p	,000	,006	-

(p<0.05).

Tablo 8’de serbest zamanda sıkılma algısı ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik pearson korelasyon analizi yer almaktadır. Sosyal medya bağımlılığı ile sıkılma algısı arasında pozitif yönde orta düzeyde ve anlamlı ilişki olduğu görülürken (r= ,409); sosyal medya bağımlılığı ile doyumuzluk arasında düşük düzeyde anlamlı ve negatif ilişki olduğu görülmektedir (r= -,146).

Tablo 9. Katılımcıların serbest zamanda sıkılma algılarının sosyal medya bağımlılık üzerindeki etkisinin incelenmesi amacıyla yapılan doğrusal regresyon analizi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	Standart Hata	Beta	t	p	R2	Durbin Watson
ESBMÖ	Sabit	11,485	2,211	-	5,196	,000	0,080	2,124
	Sıkılma	,633	,079	,395	7,973	,000		
	Doyumsuzluk	-,120	,095	-,063	-1,263	,207		

Tablo 8’de serbest zamanda sıkılma algısı ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik pearson korelasyon analizi yer almaktadır. Sosyal medya bağımlılığı ile sıkılma algısı arasında pozitif yönde orta düzeyde ve anlamlı ilişki olduğu görülürken (r= ,409); Sosyal medya bağımlılığı ile doyumuzluk arasında düşük düzeyde anlamlı ve negatif ilişki olduğu görülmektedir (r= -,146).

TARTIŞMA ve SONUÇ

Katılımcıların serbest zamanda sıkılma algılarının sıkılma boyutu puanlarının orta düzeyde olduğu, doyumuzluk puanlarının ve ölçek toplam puanlarının yüksek olduğu görülmektedir. Sosyal medya bağımlılık düzeylerinin ise düşük olduğu görülmektedir. Dinç (2021) yaptığı çalışmada spor bilimleri öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının yüksek düzeyde olduğu sonucuna ulaşmıştır. Yaşartürk (2016) yapmış olduğu çalışmada katılımcıların boş zamanda sıkılma algısı ve ölçek toplam puan değerlerinin orta düzeyde, doyumuzluk puanlarının ise orta düzeyin üzerinde olduğu sonucuna ulaşmıştır. Aktan (2018) üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelediği çalışmasında sosyal medya bağımlılıklarının az bağımlı düzeyinde olduğu sonucuna varmıştır. Ho vd., (2017) tarafından Singapur’da gerçekleştirilen ve gençlerin sosyal ağlara bağımlılık seviyelerinin yüksek olduğunu bildiren çalışmaları mevcuttur. Dinç (2021)

yaptığı çalışmada spor bilimleri öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının yüksek düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Serbest zamanda sıkılma algıları ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile yaş değişkeni arasında yapılan anova testine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir. Köse ve Bayköse (2019) yaptıkları çalışmada yaşa göre sıkılma algısı puanları arasında anlamlı bir fark olmadığı sonucuna ulaşmışlardır.

Serbest zamanda sıkılma algıları ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile cinsiyet değişkeni arasında yapılan analiz sonucunda serbest zamanda sıkılma algısı toplam puanı ve sıkılma alt boyutlarında kadın katılımcıların erkek katılımcılardan daha yüksek düzeyde sıkılma algısı düzeyine sahip oldukları sonucuna varılmıştır. Kara vd., (2014), tarafından farklı meslek alanlarında yer alan yetişkin bireyler üzerinde yürütülen araştırmaya göre, doyum alt boyutu için erkeklerin kadınlara göre daha yüksek puan aldıkları ve sıkılma algısı hissini daha az yaşadıkları görülmüştür. Gücal ve Kara'nın (2015) akademik personellerin aşırı çalışma düzeylerinin belirlenmesi amacıyla serbest zaman sıkılma algısı çalışmasında kadınların doyum puanlarının erkeklere göre daha yüksek çıktığı görülmüştür. Kayapınar (2021) tenise katılan bireyler ile ilgili yaptığı çalışmada cinsiyet değişkeni sıkılma puan ortalamalarında anlamlı farklılık göstermezken, doyumsuzluk alt boyutunda erkek bireylerin kadın bireylerden daha yüksek sıkılma düzeyine sahip olduğu sonucuna varmıştır. Ayverdi ve Kara'nın (2015) yapmış olduğu başka bir çalışmada erkeklerin doyum puanlarının kadınlara göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yaşartürk (2016) boş zamanlarda sıkılma algısında, kadın katılımcıların sıkılma puanları erkeklere göre daha düşük doyum puanları ise daha yüksek olduğunu, sıkılma boyutunda ise anlamlı bir farklılığa ulaşamamıştır. Yapılan bir diğer çalışmada cinsiyet değişkeni ile sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı sonucuna varmıştır.

Serbest zamanda sıkılma algıları ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile sosyal medyada geçirilen süre değişkeni arasında anlamlı yönde sonuçlar tespit edilmiştir. Serbest zamanda sıkılma algısının sıkılma alt boyutundaki artış sosyal medyada geçirilen sürenin artışına neden olduğu doyumsuzluk alt boyutunda ise sosyal medyada geçirilen sürenin azlığı doyumsuzluk ortalamalarında yükselişe neden olduğu sonucuna varılmıştır. Sosyal medya bağımlılığında ise geçirilen sürenin artışına paralel olarak bağımlılık düzeyinde de artışa olduğu sonucuna varılmıştır. Aktan (2018) tarafından yapılan çalışmada katılımcıların günlük sosyal medya kullanım süreleri ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Çalışmamıza benzer şekilde günlük sosyal medya kullanım süresi arttıkça sosyal medya bağımlılık seviyesinin arttığını bildirmişlerdir. Aynı çalışmada sosyal medya kullanım yılı arttıkça bağımlılık oranında da artış olduğu bildirilmiştir. Balcı ve Gölcü (2013) tarafından 903 üniversite öğrencisi üzerinde yapılan diğer bir çalışmada Facebook kullanım süresi ile Facebook bağımlılık düzeyi arasında doğrusal bir ilişkinin varlığını ortaya koyan çalışmaları mevcuttur.

Serbest zamanda sıkılma algıları ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile en çok kullanılan sosyal medya aracı değişkeni arasında yapılan analiz sonucunda serbest zamanda sıkılma algılarının sıkılma alt boyutunda ve sosyal medya bağımlılığı toplam puanında anlamlı farklılık olduğu sonucuna varılmıştır. Serbest zamanda sıkılma

algısının sıkılma alt boyutunda tiktok kullanan katılımcıların puanlarının facebook-instagram kullanıcılarından daha yüksek olduğu; sosyal medya bağımlılığı puanında ise facebook-instagram ve tiktok kullanan katılımcıların puanlarının whatsapp kullanıcılarından daha yüksek olduğu ve tiktok kullanıcılarının puanlarının diğer sosyal medya uygulamalarını kullanan katılımcılardan daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmamızda 2016 yılında özellikle genç bireyler için piyasaya sürülen tik tok platformunun diğer sosyal medya araçlarından anlamlı bir şekilde yüksek çıkmasının nedeni özellikle bu uygulamanın genç bireyler için üretilmiş olmasından kaynaklı olduğu düşünülmektedir.

Serbest zamanda sıkılma algıları ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile sosyal medyayı kullanma amacı değişkeni arasında serbest zamanda sıkılma algılarının doyumsuzluk alt boyutu dışında tüm değişkenlerde istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu sonucuna varılmıştır. Serbest zamanda sıkılma algısı toplam puanı ile sıkılma alt boyutunda ve vakit geçirme amaçlı sosyal medyayı kullanan katılımcıların ortalamalarının iletişim kurma ve bilgi edinme amaçlı sosyal medyayı kullanan katılımcılardan yüksek olduğu, sosyal medya bağımlılığı puanlarında ise vakit geçirme amaçlı sosyal medyayı kullanan katılımcıların ortalamalarının iletişim kurma amaçlı sosyal medyayı kullanan katılımcılardan yüksek olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Bireyleri sıkılmaya iten en önemli unsurlardan bir tanesi de şüphesiz sosyal ilişkilerin zayıf veya hiç olmaması olarak görülebilir. Araştırmamızda özellikle spor aktivitesinde bulunan katılımcılar ile yapılmasından dolayı sosyal ilişkileri ve iletişim becerilerindeki ihtiyaçlarından ziyade vakit geçirme amaçlı kullanmalarından dolayı bu durumun ortaya çıktığı düşünülmektedir. Ayrıca çalışmamızda tiktok kullanımının diğer sosyal medya araçlarından daha fazla kullanılması ile ilgili çıkan sonuç bu durumda destekler niteliktedir.

Serbest zamanda sıkılma algısı ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik pearson korelasyon analizi yer almaktadır. Sosyal medya bağımlılığı ile sıkılma algısı arasında pozitif yönde orta düzeyde ve anlamlı ilişki olduğu görülürken ($r = ,409$); Sosyal medya bağımlılığı ile doyumsuzluk arasında düşük düzeyde anlamlı ve negatif ilişki olduğu görülmektedir ($r = -,146$). Ayrıca serbest zamanda sıkılma algısının sosyal medya bağımlılığı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğu ancak doyumsuzluk değişkeninde bir farklılığın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç olarak sıkılma durumunun çeşitli olumsuz duygu durumlarıyla ilişkili olduğu ve bireylerin bu olumsuz durumdan uzaklaşmalarını sağlayacak çeşitli yollar edinmelerine yol açtığı düşünülmektedir. Bu yollardan biri olarak gördükleri sosyal medya kullanımı bireyler için bağımlılık düzeyine çıkabilmektedir. Çalışmamızda özellikle sportif faaliyetlerden arta kalan zamanlarında özellikle genç nesiller için belirtmek gerekirse sosyal medya araçlarını kullanmaya yöneldikleri görülmekte fakat bu durum sportif faaliyetlere katılım söz konusu olduğundan sosyalleşme ve iletişim kurma gibi ihtiyaçlarını belirli düzeyde karşıladıkları için sosyal medya bağımlılık düzeylerinin düşük düzeyde olmasını beraberinde getirdiği düşünülmektedir.

ÖNERİLER

Özellikle sosyal medya kullanımının genç nesiller üzerinde uzun süreli kullanıma bağlı olarak oluşabilecek sosyal medya bağımlılığı, zihinsel ve fiziksel olumsuzlukların engellenmesinde sportif faaliyetlere katılım sağlanması, bireylerin bir takım sosyalleşme, iletişim kurma gibi ihtiyaçlarını karşılayacağından ilgili etkinliklere katılımlara yönlendirmeler aile, yakın çevre, tüm kurum ve kuruluşlarca desteklenmelidir. Dijital ortamlarda risklerden korunması, kişisel verilerin korunması, mahremiyetin sağlanması, dijital hakları konusunda farkındalıklarının artırılması, bireylere bilinçlendirme faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi ve internet etiği konusunda bilgilendirilmesinin yapılması. Sosyal medya bağımlılığı konusu araştırmacılar tarafından çok daha kapsamlı bir şekilde ele alınarak geniş katımlı araştırmalar ve ölçüleme çalışmaları yapılmalıdır. Dijital araç ve uygulamaların sadece boş vakit, oyun ve eğlence aracı olmadığı bilgi edinme ve derslere yardımcı olma amaçlı da kullanılabileceği konusunda bireyler ve aileler bilinçlendirilmelidir.

Etik Metni

"Bu makalede dergi yazım kurallarına, yayın ilkelerine, araştırma ve yayın etiği kurallarına, dergi etik kurallarına uyulmuştur. Makale ile ilgili doğabilecek her türlü ihlallerde sorumluluk yazarlara aittir."

Bu çalışma için Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Etik Kurulu'ndan 18.01.2023 tarih ve 31 karar numaralı etik kurul onayı alınmıştır.

Yazar(lar)ın Katkı Oranı Beyanı: Bu çalışmada birinci yazarın katkı oranı %40, ikinci yazarın katkı oranı %30, üçüncü yazarın katkı oranı %30'dur.

KAYNAKÇA

- Aktan, E. (2018). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılık düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 405-421. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.379886>
- Ayverdi, B., & F. Kara. (2015). Serbest Zamanda Sıkılma Algısının Alkol Kullanma Nedenlerini Belirlemedeki Rolünün İncelenmesi. 8." Ulusal Spor Bilimleri Öğrenci Kongresi 14-16.
- Balcı, Ş., & Gölcü, A. (2013). Türkiye'de Üniversite Öğrencilerinde Facebook Bağımlılığı: "Selçuk Üniversitesi Örneği". *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 1 (34), 255-278.
- Caldwell, L. L., Darling, N., Payne, L. L., & Dowdy, B. (1999). "Why are you bored?": An examination of psychological and social control causes of boredom among adolescents. *Journal of leisure research*, 31(2), 103-121. <https://doi.org/10.1080/00222216.1999.11949853>
- Cunningham, H. (2016). *Leisure in the Industrial Revolution*: Routledge.
- Dinç, A. (2021). Spor bilimleri öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve sağlıklı beslenme tutumlarının incelenmesi iğdır ili örneği. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (25), 812-821.
- Eilon, S. (1993). Time management, Omega. *International Journal Of Management Science*. 21(3), 255-259.

- Gücal, A., & F. Kara. (2015). "Serbest Zamanda Sıkılma Algısının Serbest Zamana Yüklenen Anlamı Belirlemedeki Rolünün İncelenmesi. 8." Ulusal Spor Bilimleri Öğrenci Kongresi 14-16.
- Hacıoğlu, N., Gökdeniz, A., & Dinç, Y. (2017). Boş zaman ve rekreasyon yönetimi. Detay Yayıncılık.
- Henderson, K. A. (1990). The meaning of leisure for women: An integrative review of the research. *Journal of leisure research*, 22(3), 228-243. <https://doi.org/10.1080/00222216.1990.11969827>
- Ho, S. S., Lwin, M. O., & Lee, E. W. (2017). Till logout do us part? Comparison of factors predicting excessive social network sites use and addiction between Singaporean adolescents and adults. *Computers in Human Behavior*, (75), 632-642.
- Iso-Ahola, S.E. & Weissinger, E. (1990). Perceptions of boredom in leisure: Conceptualization, reliability and validity of the leisure boredom scale. *Journal of Leisure Research*, 22(1), 1-17. <https://doi.org/10.1080/00222216.1990.11969811>
- Kara, F.M., Gürbüz, B. & Öncü, E. (2014). Leisure boredom scale: The factor structure and the demographic differences. *The Turkish Journal of Sport and Exercise*, 16(2), 28-35. doi: 10.15314/TJSE.201428102
- Karasar, N. (2005). Bilimsel Araştırma Yöntemi (17. Baskı). Nobel Yayın Dağıtım. 81-83.
- Kayapınar, K. (2021). Rekreasyonel tenise katılan bireylerin algılanan sağlık çıktıları, serbest zaman sıkılma algısı ve yaşam doyum düzeylerinin incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara Üniversitesi
- Köse, E., Bayköse, N. (2019). Serbest zamanda sıkılma algısı ve egzersiz bağımlılığı arasındaki ilişki. *Akdeniz Spor Bilimleri Dergisi*, 2(1), 1-14.
- Özgenel, M., Canpolat, Ö. & Ekşi, H. (2019). Ergenler için sosyal medya bağımlılığı ölçeği (esmbö): Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 6, 629-662. doi: 10.15805/addicta.2019.6.3.0086
- Roberson, J. B. (1999). Helping gifted/talented students improve their balancing acts. *Gifted Child Today*, 22(1), 34-37.
- Türk Dil Kurumu (TDK). Türkçe sözlük. Erişim adresi: http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.59481cfdc600d0.01403496. Erişim Tarihi: 03.02.2022.
- Veal, A.J. (1999). Definitions of leisure and recreation. *Australian Journal of Leisure and Recreation*, 2(4), 44-48.
- Yaşartürk, F. (2016). Elit düzeydeki sporcuların rekreatif etkinlik tercihlerinde tutum, sıkılma algısı ile yaşam doyumlarının incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya Üniversitesi.