

T.C.
KIRIKKALE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
REHBERLİK VE PSİKOLOJİK DANIŞMANLIK
ANABİLİM DALI

**LİSE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA TUTUMLARI İLE
MESLEK SEÇİMİNE İLİŞKİN AKILCI OLMAYAN İNANÇLARI
ARASINDAKİ İLİŞKİLERİN İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Volkan KUTLUCA

Danışman
Prof. Dr. Birol ALVER

Temmuz-2020

KIRIKKALE

T.C.
KIRIKKALE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
REHBERLİK VE PSİKOLOJİK DANIŞMANLIK
ANABİLİM DALI

**LİSE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA TUTUMLARI İLE
MESLEK SEÇİMİNE İLİŞKİN AKILCI OLMAYAN İNANÇLARI
ARASINDAKİ İLİŞKİLERİN İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Volkan KUTLUCA

Danışman
Prof. Dr. Birol ALVER

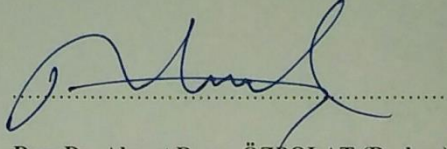
Temmuz-2020

KIRIKKALE

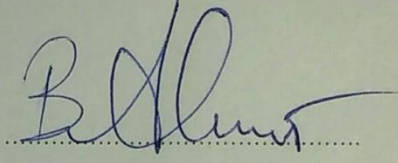
KABUL-ONAY

Prof. Dr. Birol ALVER danışmanlığında Volkan KUTLUCA tarafından hazırlanan *"Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumları İle Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançları Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi"* adlı bu tez çalışması jürimiz tarafından Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Anabilim Dalında Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

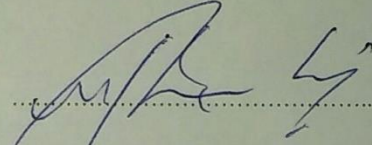
10/07/2020



Doç. Dr. Ahmet Ragıp ÖZPOLAT (Başkan)



Prof. Dr. Birol ALVER (Danışman)



Doç. Dr. Mehmet KANDEMİR (Üye)

Yukarıda imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

.../.../2020

Doç. Dr. Abdussamed YEŞİLDAĞ

Enstitü Müdürü

KİŞİSEL KABUL

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum ‘*Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumları ile Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançları Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi*’ adlı tez çalışmamın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve faydalandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak faydalanılmış olduğunu beyan ederim.

10/07/2020

Volkan KUTLUCA

ÖNSÖZ

Lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları ile meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları arasındaki ilişkilerin araştırıldığı bu bilimsel çalışmanın ortaya çıkmasında büyük emekleri olan ayrıca bireysel ve mesleki anlamda yolumu aydınlatan, danışmanım, hocam Sayın Prof. Dr. Birol ALVER'e teşekkür ediyorum.

Tezime kıymetli katkıları nedeniyle hocam Sayın Doç. Dr. Mehmet KANDEMİR'e, jüri üyesi hocam Sayın Doç. Dr. Ahmet Ragıp ÖZPOLAT'a teşekkür ediyorum. Tez savunma sınavına katılarak beni mutlu eden hocam Sayın Doç. Dr. Veli TOPTAŞ'a teşekkür ediyorum.

Dualarını ve desteğini her zaman hissettiğim, ayrıca akademik bilgilerini benimle usanmadan paylaşan Uzm. Psikolojik Danışman Esra YILDIRIM'a teşekkür ediyorum.

Ailem,

Beni bugünlere getiren, merhametli, adaletli, vicdanlı, iyiliksever ve her şeyden önce vatansever bir birey olarak yetiştirmeye gayret eden, iyi ki onların oğluyum dediğim; annem Fikriye KUTLUCA'ya, babam İsmail KUTLUCA'ya,

Varlıklarıyla kendimi her zaman şanslı hissettiğim, ağabeylerim Bedrettin KUTLUCA'ya, Veli KUTLUCA'ya ve yengem Mine KUTLUCA'ya teşekkür ediyorum. İyi ki varsınız...

İTHAF

Yeğenim Göktuğ'a...

ÖZET

Kutluca, V. (2020). Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumları ile Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançları Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale.

Bu çalışmanın amacı, lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları ile meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları arasındaki ilişkileri incelemektir. Araştırmada küme örneklem kullanılmıştır ve katılımcıları Kırıkkale ilindeki liselerde öğrenimine devam eden, 267 kadın ve 252 erkek, toplam 519 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmanın yürütülmesinde ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak kişisel bilgi formu, Sosyal Medya Tutum Ölçeği (SMTÖ) ve Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Ölçeği (MSİAOİÖ) kullanılmıştır. Verilerin analizinde SPSS 15.0 paket programı ve istatistiksel yöntemlerden ilişkisiz (bağımsız) örneklem t testi, tek faktörlü varyans analizi, korelasyon analizi (pearson korelasyon katsayısı) ve çoklu regresyon analizi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları ile meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları arasında düşük düzeyde, aynı yönlü anlamlı ilişki bulunmuştur. Lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları cinsiyet, algılanan sosyo-ekonomik düzey, algılanan anne-baba tutumu ve sosyo-kültürel faaliyetlere katılım sıklığına göre farklılık göstermezken, sınıf düzeyi, okul türü ve sosyal medyada geçirilen süreye göre farklılık göstermektedir. Lise öğrencilerinin meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları, algılanan anne-baba tutumu ve sosyal ve kültürel faaliyetlere katılım sıklığına göre farklılık göstermezken, cinsiyet, sınıf düzeyi, okul türü, algılanan sosyo-ekonomik düzey ve sosyal medyada geçirilen süreye göre farklılık göstermektedir. Katılımcıların sosyal medya tutumlarının meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarını yordamadaki rolüne ilişkin analizler incelendiğinde sosyal medya tutumu, meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları anlamlı şekilde yordamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Lise Öğrencisi, Sosyal Medya Tutumu, Meslek Seçimi, Akılcı Olmayan İnançlar

ABSTRACT

Kutluca, V. (2020). Investigation of the Relationships Between High School Students' Social Media Attitudes and Irrational Beliefs Regarding Profession Choice, Master Thesis, Kırıkkale.

The aim of this study is to examine the relationships between high school students' social media attitudes and their irrational beliefs about their choice of profession. Cluster sampling was used in the study and its participants consist of a total of 519 students, 267 females and 252 males, who continue their education in high schools in Kırıkkale. Relational screening model was used in conducting the research. In the research, personal information form, Social Media Attitude Scale (SMTO) and Irrational Beliefs about Profession Selection Scale (MSİAOİÖ) were used as data collection tools. SPSS 15.0 package program and statistical methods independent samples t test, single factor variance analysis, correlation analysis (pearson correlation coefficient) and multiple regression analysis were used for data analysis. As a result of the research, a low level positive correlation was found between high school students' social media attitudes and their irrational beliefs about their choice of profession. Social media attitudes of high school students do not differ according to gender, perceived socio-economic level, perceived parental attitude, and frequency of participation in socio-cultural activities, but it differs class level, school type, and time spent on social media. Irrational beliefs of high school students regarding their choice of profession, while it does not differ according to perceived parental attitude and frequency of participation in socio-cultural activities, but it differs according to gender, class level, school type, perceived socio-economic level and time spent in social media. When the analysis of the role of the participants' social media attitudes in predicting their irrational beliefs about the choice of profession is analyzed, the social media attitude predicts the irrational beliefs about the choice of profession.

Keywords: High School Student, Social Media Attitude, Profession Selection, Irrational Beliefs

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	i
İTHAF	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
İÇİNDEKİLER.....	v
TABLolar LİSTESİ	ix
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ	xii
BÖLÜM I.	1
GİRİŞ.....	1
Problem Durumu	1
Araştırmanın Amacı	6
Araştırmanın Önemi	7
Araştırmanın Sınırlılıkları.....	8
Araştırmanın Varsayımları	9
Tanımlar	9
BÖLÜM II.....	11
KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR.....	11
1. SOSYAL MEDYA.....	11
1.1. Sosyal Medya Tarihi.....	12
1.2. Sosyal Medya Araç ve Ortamları	14
1.3. Sosyal Medya Tutumu.....	16
1.4. İlgili Araştırmalar	17
1.4.1. Türkiye’de Yapılmış Araştırmalar.....	17
1.4.2. Türkiye Dışında Yapılmış Araştırmalar	22
2. AKILCI DUYGUSAL DAVRANIŞÇI YAKLAŞIM.....	23

2.1. Akılcı Olmayan İnançlar	25
2.2. Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar.....	27
2.3.İlgili Araştırmalar	28
2.3.1. Türkiye’de Yapılmış Araştırmalar.....	28
2.3.2. Türkiye Dışında Yapılmış Araştırmalar	31
BÖLÜM III.....	33
YÖNTEM	33
3.1. Araştırma Modeli.....	33
3.2. Araştırmanın Çalışma Grubu.....	33
3.2.1. Çalışma Grubuna Ait Demografik Bilgiler	34
3.3. Veri Toplama Araçları.....	35
3.3.1. Kişisel Bilgi Formu	35
3.3.2. Sosyal Medya Tutum Ölçeği (SMTÖ)	36
3.3.3. Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Ölçeği (MSİAOİÖ)	36
3.4. Verilerin Analizi	37
BÖLÜM IV	38
BULGULAR	38
4.1. Araştırma Verilerinin Normallik Dağılımları	38
4.2. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutum Puanlara İlişkin Bulgular	39
4.3. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumları ile Çeşitli Sosyodemografik Değişkenler Arasındaki İlişkilere Yönelik Bulgular	40
4.3.1. Lise Öğrencilerinin Cinsiyet Değişkenine Göre Sosyal Medya Tutum Puanlarına İlişkin Bulgular	40
4.3.2. Lise Öğrencilerinin Sınıf Düzeyi Değişkenine Göre Sosyal Medya Tutum Puanlarına İlişkin Bulgular.....	40
4.3.3. Lise Öğrencilerinin Okul Türü Değişkenine Göre Sosyal Medya Tutum Puanlarına İlişkin Bulgular	41

4.3.4. Lise Öğrencilerinin Algılanan Sosyo-ekonomik Düzey Değişkenine Göre Sosyal Medya Tutum Puanlarına İlişkin Bulgular	42
4.3.5. Lise Öğrencilerinin Algılanan Anne-Baba Tutumu Değişkenine Göre Sosyal Medya Tutum Puanlarına İlişkin Bulgular	42
4.3.6. Lise Öğrencilerinin Sosyal ve Kültürel Faaliyetlere Katılım Değişkenine Göre Sosyal Medya Tutum Puanlarına İlişkin Bulgular	43
4.3.7. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyada Günlük Geçirilen Süre Değişkenine Göre Sosyal Medya Tutum Puanlarına İlişkin Bulgular	43
4.4. Lise Öğrencilerinin Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanlarına İlişkin Bulgular	45
4.5. Lise Öğrencilerinin Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançları ile Çeşitli Sosyodemografik Değişkenler Arasındaki İlişkilere Yönelik Bulgular	46
4.5.1. Lise Öğrencilerinin Cinsiyet Değişkenine Göre Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanlarına İlişkin Bulgular	46
4.5.2. Lise Öğrencilerinin Sınıf Düzeyi Değişkenine Göre Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanlarına İlişkin Bulgular	46
4.5.3. Lise Öğrencilerinin Okul Türü Değişkenine Göre Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanlarına İlişkin Bulgular	47
4.5.4. Lise Öğrencilerinin Algılanan Sosyo-ekonomik Düzey Değişkenine Göre Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanlarına İlişkin Bulgular	48
4.5.5. Lise Öğrencilerinin Algılanan Anne-Baba Tutumu Değişkenine Göre Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanlarına İlişkin Bulgular	49
4.5.6. Lise Öğrencilerinin Sosyal ve Kültürel Faaliyetlere Katılım Değişkenine Göre Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanlarına İlişkin Bulgular	49
4.5.7. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyada Günlük Geçirilen Süre Değişkenine Göre Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanlarına İlişkin Bulgular	50
4.6. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutum ve Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanları Arasındaki İlişkilere Yönelik Bulgular	51

4.7. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumlarının Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlarını Yordamadaki Rolüne İlişkin Bulgular.....	53
BÖLÜM V.....	58
TARTIŞMA.....	58
5.1. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutum Puanlarına İlişkin Bulguların Tartışılması.....	58
5.2. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumları ile Çeşitli Sosyodemografik Değişkenler Arasındaki İlişkilere Yönelik Bulguların Tartışılması	59
5.3. Lise Öğrencilerinin Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançları ile Çeşitli Sosyodemografik Değişkenler Arasındaki İlişkilere Yönelik Bulguların Tartışılması.....	62
5.4. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutum ve Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanları Arasındaki İlişkilere Yönelik Bulguların Tartışılması	66
5.5. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumlarının Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlarını Yordamadaki Rolüne İlişkin Bulguların Tartışılması	70
BÖLÜM VI	73
SONUÇ VE ÖNERİLER	73
Araştırmanın Sonuçları.....	73
Öneriler.....	74
KAYNAKÇA	76
EKLER	101
EK-1. Kişisel Bilgi Formu	101
EK-2. Sosyal Medya Tutum Ölçeği (SMTÖ).....	102
EK-3. Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Ölçeği (MSİAOİÖ)	103

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1. Çalışma Grubuna Ait Demografik Bilgilerin Dağılımı	34
Tablo 2. Katılımcıların Sosyal Medya Tutum ve Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanlarının Normal Dağılımı	38
Tablo 3. Lise öğrencilerinin Sosyal Medya Tutum Ölçeği ve Alt Boyutlarına Göre Sosyal Medya Tutum Puanlarına Ait Alt ve Üst Değerleri, Ortalamaları ve Standart Sapmaları	39
Tablo 4. Lise Öğrencilerinin Cinsiyetlerine Göre Sosyal Medya Tutumlarına Ait Puanlarına İlişkin Ortalamaları, Standart Sapmaları ve t Değeri	40
Tablo 5. Lise Öğrencilerinin Sınıf Düzeyi Değişkenine Göre Ortalaması, Standart Sapması ve Sosyal Medya Tutumlarına Ait Puanları Arasındaki Farka İlişkin Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	40
Tablo 6. Lise Öğrencilerinin Okul Türü Değişkenine Göre Ortalaması, Standart Sapması ve Sosyal Medya Tutumlarına Ait Puanları Arasındaki Farka İlişkin Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	41
Tablo 7. Lise Öğrencilerinin Algılanan Sosyo-ekonomik Düzey Değişkenine Göre Ortalaması, Standart Sapması ve Sosyal Medya Tutumlarına Ait Puanları Arasındaki Farka İlişkin Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları	42
Tablo 8. Lise Öğrencilerinin Algılanan Anne-Baba Tutumu Değişkenine Göre Ortalaması, Standart Sapması ve Sosyal Medya Tutumlarına Ait Puanları Arasındaki Farka İlişkin Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	42
Tablo 9. Lise Öğrencilerinin Sosyal ve Kültürel Faaliyetlere Katılım Değişkenine Göre Ortalaması, Standart Sapması ve Sosyal Medya Tutumlarına Ait Puanları Arasındaki Farka İlişkin Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları	43
Tablo 10. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyada Günlük Geçirilen Süre Değişkenine Göre Ortalaması, Standart Sapması ve Sosyal Medya Tutumlarına Ait Puanları Arasındaki Farka İlişkin Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları	44
Tablo 11. Lise öğrencilerinin Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Ölçeği ve Alt Boyutlarına Göre Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanlarına Ait Alt ve Üst Değerleri, Ortalamaları ve Standart Sapmaları.	45

Tablo 12. Lise Öğrencilerinin Cinsiyetlerine Göre Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanlarına İlişkin Ortalamaları, Standart Sapmaları ve t Değeri.....	46
Tablo 13. Lise Öğrencilerinin Sınıf Düzeyi Değişkenine Göre Ortalaması, Standart Sapması ve Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanları Arasındaki Farka İlişkin Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları	47
Tablo 14. Lise Öğrencilerinin Okul Türü Değişkenine Göre Ortalaması, Standart Sapması ve Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanları Arasındaki Farka İlişkin Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	47
Tablo 15. Lise Öğrencilerinin Algılanan Sosyo-ekonomik Düzey Değişkenine Göre Ortalaması, Standart Sapması ve Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanları Arasındaki Farka İlişkin Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları	48
Tablo 16. Lise Öğrencilerinin Algılanan Anne-Baba Tutumu Değişkenine Göre Ortalaması, Standart Sapması ve Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanları Arasındaki Farka İlişkin Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları	49
Tablo 17. Lise Öğrencilerinin Sosyal ve Kültürel Faaliyetlere Katılım Değişkenine Göre Ortalaması, Standart Sapması ve Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanları Arasındaki Farka İlişkin Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları	50
Tablo 18. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyada Günlük Geçirilen Süre Değişkenine Göre Ortalaması, Standart Sapması ve Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanları Arasındaki Farka İlişkin Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları	50
Tablo 19. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutum ve Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanlarına İlişkin Korelasyon Analizi Sonuçları.....	51
Tablo 20. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumlarının Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançların Mükemmeliyetçilik Alt Boyutunu Yordamasına İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları	53
Tablo 21. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumlarının Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançların Dışsal Kontrol Alt Boyutunu Yordamasına İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları.....	54

Tablo 22. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumlarının Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançların Yanlış Çıkarım Alt Boyutunu Yordamasına İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları	55
Tablo 23. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumlarının Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançların Genellemeler Alt Boyutunu Yordamasına İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları	56
Tablo 24. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumlarının Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançların Özsaygı Alt Boyutunu Yordamasına İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları.....	56



SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

ADSL	: Asymmetric Digital Subscriber Line
ADY	: Akılcı Duygusal Yaklaşım
ADDY	: Akılcı Duygusal Davranışçı Yaklaşım
AY	: Akılcı Yaklaşım
AOL	: America Online
F	: Frekans
MEM	: Milli Eğitim Müdürlüğü
N	: Kişi Sayısı
MSİAOİÖ	: Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Ölçeği
P	: Anlamlılık
SMTÖ	: Sosyal Medya Tutum Ölçeği
SPSS	: Statistical Package for Social Sciences
Sd	: Serbestlik Derecesi
Ss	: Standart Sapma
T	: Bağımsız Değişken
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
VK	: Vkontakte
WEB	: World Wide Web
$\bar{x}$	: Ortalama

BÖLÜM I

GİRİŞ

Araştırmanın giriş bölümünde, araştırmanın problem durumu, amacı, önemi, sınırlılıkları ve araştırmanın temel kavramlarına ilişkin tanımlara yer verilmiştir.

Problem Durumu

Son yıllarda hızla gelişen ve yaygınlaşan sosyal medyanın toplumsal yaşamda önemli bir yer edindiği düşünülmektedir. Gelecekte de bireylerin yaşamlarında önemli kararlar almasında, kişisel ve sosyal ilişkilerini şekillendirmesinde sosyal medyanın önemli bir belirleyici olacağı düşünülmektedir.

Genel olarak sosyal medya, bireylerin kişisel dosyalarını yayınlayabildiği ve başkalarının yayınladığı bilgi ve belgeleri görebildiği İnternet tabanlı ortamlardır (Boyd ve Ellison, 2007). Başka bir ifadeyle, sosyal medya bireylerin düşüncelerini, tecrübelerini, algılarını yazı veya resimler yoluyla paylaştığı ayrıca başkalarıyla iletişim kurduğu online uygulamalardır (Eraslan, 2018). Tanımlardan hareketle sosyal medya, son yıllarda toplumsal hayatta önemli bir yer edinmektedir (Hansu, 2019; Tükenmez, Güler, Hocaoglu ve Şahin, 2019). Neredeyse her yaştan bireyin ilgisini çeken sosyal medya (Sampson, 2017) özellikle genç yaştaki bireylerin ve lise çağındaki öğrencilerin ilgi odağındadır (Koçak ve İnce, 2019). Teknolojinin hızla gelişmesiyle daha da ilgi görmekte, kullanımı artmakta (Seren, 2020) ve bireylerin günlük yaşamlarının önemli bir parçası haline gelmektedir (Altınay-Bor, 2018; Cevher ve Ustakara, 2019; Çalışır, 2015; Özmen, Aküzüm, Sünkür ve Baysal, 2011).

Lise çağındaki öğrenciler zamanlarının büyük bir kısmını okul ya da ailesiyle birlikte geçirmek yerine sosyal medyada geçirmektedirler (Vural ve Bat, 2010). Dikkatsiz, kontrolsüz ve bağımlılık derecesinde kullanıldığında (Tanrıverdi-Yılmaz, 2018; Türkan, 2019) kişisel ilişkilerde zorlanmaya ve akademik başarıda düşüşe neden olabilen sosyal medya (Kumcağız, Özdemir ve Demir, 2019) kişileri duygusal ve davranışsal açıdan olumsuz etkileyebilmektedir (Avcu, Ulaş ve Sevim, 2019; Seren, 2020). Ayrıca sosyal medyanın kontrolsüz şekilde kullanımı uyku sorunlarına (Aypak, Akbıyık, Güneş ve Görpelioğlu, 2018; Gündoğmuş, Kul ve Çoban, 2020) ve

ideal beden algısına bağılı yeme bozukluğına neden olabilmektedir (Bayköse ve Esin, 2019). Öte yandan depresyona (Demirci, 2019; Özkul ve Günüşen, 2020), endişe ve kaygıya neden olabildiği gibi (Eren, Kılıç, Günal, Kırcalı, Öznacar ve Topuzoğlu, 2020; Sağıroğlu ve Akkanat, 2019) kişilerde psikotizm, hostile ve paranoid düşünceler gibi (Bilgin, 2018) çeşitli psikolojik belirtilerin görölmesine neden olabilmektedir (Karadağ ve Akçınar, 2019). Buradan hareketle sosyal medyanın gün geçtikçe daha da yaygınlaşması ve günlük yaşamda bu mecranın bilinçsiz şekilde kullanılması nedeniyle gelecekte bireylerin daha fazla fiziksel ve ruhsal sorunlar yaşayabileceği düşünülmektedir. Çünkü sosyal medya, dinamizmi ve büyüklüğü nedeniyle içinde bilgi kirliliği olabilecek çok geniş bir içeriğe (Hansu, 2019; Türkan, 2019) ve paylaşılan bilgilerin manipüle edilebileceği bir potansiyele sahiptir (Arslan, 2006; Uça-Güneş, 2016). Bu durum bireylerin sosyal medyada bulunan bilgilerden yararlanması konusunda problem yaşamalarına neden olabilmektedir (Öztürk ve Talas, 2015). Son yıllarda çocuk ve ergen yaştaki bireyler sosyal medyayı kontrolsüz şekilde kullanmaktadırlar (Atalay, 2019). Bu mecrayı kullanmadaki önceliklerinin ise çevrelerinden beğeni toplamak ve toplumsal açıdan onay almak olduğu görölmemektedir (Hepekiz ve Gökalliler, 2019). Hatta bu bireylerin Youtube, İnstagram gibi çeşitli sosyal medya uygulamalarında kendi içeriklerini üreterek paylaşımlar yaptıkları ve böylece kısa yoldan ünlü ve popüler olmaya çalıştıkları gözlenmektedir (Aręın, 2019; Macit, Macit ve Güngör, 2018). Bununla birlikte ergenler sosyal medyada kendilerine rol model aldıkları ‘‘youtuber’’ ya da ‘‘sosyal medya fenomeni’’ olarak adlandırılan ünlü kişilerin duygu, düşünce, inanç ve davranışlarını eleştiri süzgecinden geçirmeden benimseyebilmektedirler (Okur-Berberoğlu, 2015; Özay, 2018). Öte yandan toplumda bazı mesleklerle ilgili önyargılar ve çeşitli akılcı olmayan inançlar da sosyal medyada pekiştirilebilmektedir (Altun, 2009). Son yıllarda sosyal medyada yaşanan hızlı gelişmelerden dolayı bireylerin meslek seçimi gibi önemli konularda karar almasında sosyal medyanın da belirleyici olduğu düşünülmektedir.

Meslek terimi İngilizce’de genellikle vocation ya da occupation kelimeleri ile kullanılır. Vocation kelimesi Latince’de ‘‘vocare’’ aramak fiilinden gelmektedir (Lent ve Brown, 2013). İnsanların belirli alanlarda kişisel ihtiyaçlarını karşılamının dışında, bulunduğu topluma bir şeyler üretmek hizmet etmesi mesleklerin çıkış

noktasını oluşturmaktadır (Kuzgun, 2003) meslek; farklı iş gruplarında birbiriyle benzer özelliklere sahip kişilerin karşılığında ücret alarak üstlendikleri sosyal rollerdir (Super, 1976). Meslek teriminin başka tanımlarına bakıldığında, Kuzgun'a (2014) göre meslek, insanların kendi bilgi ve becerilerini kullanarak karşılığında para kazanmak amacıyla toplum için faydalı mal veya hizmet üretme ekinliğidir. Yazıcı'ya (2016) göre ise meslek, yalnızca ekonomik ihtiyaçların giderilmesi için değil, ayrıca bireylerin psiko-sosyal gelişimlerinin sağlanması için bir uğraş alanıdır. Buradan hareketle bireylerinin hem kişisel ihtiyaçlarını karşılamak hem de içinde bulunduğu topluma hizmet etmek amacıyla bir mesleğe sahip olması gerektiği söylenebilir. Bireylerin çeşitli meslekler arasından birini tercih etmesi ve karar kıldığı mesleğin gereklerine kendini hazırlaması meslek seçimi olarak adlandırılmaktadır (Kuzgun, 2003). Meslek seçimi, ergenlik öncesi dönemde başlayıp yaşamın sonuna kadar devam edebilen bir süreç olabilir (Ginzberg, Ginsburg, Azelrad ve Herma, 1951; Ginzberg, 1972). Ayrıca bireyin psikolojik gelişimiyle de ilgilidir. Çocukluk yıllarından itibaren başlar, gelişir ve ergenlik yıllarında şekil alır. Bununla birlikte meslek seçimi bireyin sosyal ve bilişsel gelişimiyle de ilişkilidir (Tan ve Baloglu, 2013).

Meslek seçiminde verilen kararlar çoğu zaman, bireyin yaşamına yön verecek ve hayatını çeşitli şekillerde etkileyecek daha sonraki kararların da belirleyicisi durumundadır (Doğan ve Kuzgun, 2008; Kaynak-Yeşiltepe, 2019). Bu nedenle bireylerden yaşamlarını istedikleri şekilde devam ettirmek için meslek seçiminde en uygun kararı vermeleri beklenmektedir (Peker, Kartol ve Demir, 2015). Çünkü birey seçeceği meslekle yalnızca çalışacağı işi değil bununla birlikte gelir düzeyini, yaşayacağı çevreyi, toplumsal statüsünü (Vurucu, 2010) ve birçok önemli sosyo-ekonomik etkeni de seçmiş olmaktadır (Doğan ve Kuzgun, 2008). Meslek seçimi sadece bir iş seçimi olmamakla birlikte, gelecekte nasıl bir yaşam koşulunda olunacağını belirlenmesidir (Hamamcı ve Esen-Çoban, 2007). Buradan hareketle meslek seçiminin birey için çok önemli bir karar olduğu düşünülmektedir. Çünkü seçilen meslek ile aslında yaşanılacak ekonomik, sosyal ve kültürel çevrenin de belirlendiği söylenebilir.

İnsan, yaşamı boyunca barınma, beslenme, ilişkiler kurma (Çakır, 2012) korunma, bağımsız olma, maddi gelire sahip olma ve toplumsal saygınlık gibi birçok şey

ihtiyaç duyar (Pişkin, 2013). İşte bu nedenle bireyin kendine uygun mesleği seçmesi, bu tür ihtiyaçları karşılamakla birlikte kariyer gelişimine sağlıklı şekilde devam etmesi açısından önemlidir (Yeşilyaprak, 2013). Öte yandan meslek seçimi bireyin toplum içerisindeki rolünü belirler (Deniz, 2001). Bu nedenle birey hem kişisel ihtiyaçlarını karşılayabilmek hem de sosyal hayatta etkin rol almak için kendisine uygun bir mesleğe ihtiyaç duyar (Alver ve Kutluca, 2019). Ayrıca bir meslek sahibi olmak toplum için en önemli ihtiyaçlardandır (Yılmaz, 2019).

Öte yandan 21. yüzyılda ekonomide, bilgi teknolojisinde (Savickas, Nota, Rossier, Dauwalder, Duarte, Guichard, Soresi, Esbroeck ve Vianen, 2009) ve sosyal ve kültürel hayatta (Amundson, 2005; Bright ve Pryor, 2019; 2011) hızlı gelişmeler meydana gelmektedir. Bu nedenle bireylerin meslek seçimi konusunda gittikçe zorlanacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte meslek seçiminde kişisel ilgi ve beceriler (Sampson, Peterson, Lenz ve Reardon, 1992), içinde bulunulan kültür (Brown ve Crace, 1996), aile ve sosyal çevre (Brown, 2002) ve mesleğin çalışma şartları (Esen-Çoban, 2008) gibi birçok faktör belirleyici olmaktadır. Bu faktörler nedeniyle yaşamlarında hoş olmayan olaylar meydana geldiğinde bireyler; hayal kırıklığına uğrarlar, sinirlenirler ve paniğe kapılmış hissederek. Böylece rasyonel ve işlevsel olduğuna inanarak çeşitli duygular yaratırlar (Ellis, 1999). Bu duygulardan kaynaklı kendilerine özgü akılcı olmayan inançlar geliştirebilirler (Bacanlı, 2012; Kartol, 2013; Kılıçarslan ve Atıcı, 2010; Niles ve Harris-Bowlsbey, 2013; Saunders, Peterson, Sampson ve Reardon, 2000). Akılcı olmayan inançlar, bireylerin yaşama karşı bakış açılarını oluşturan birey için özel bir anlamı olan imge ve sembollerdir (Ellis, 1994). İlk çocukluk yıllarında başlayan akılcı olmayan inançlar çocukluktan lise yıllarına kadar sürmektedir (Kodan, 2013). Bu süre boyunca bireyler mantıksız kişisel değerlendirmeler yaparak kendileri için uygun olmayan bir meslek seçebilirler (Eraslan-Çapan ve Korkut-Owen, 2018; Galles, Lenz, Peterson ve Sampson, 2019; Kepir-Savoly ve Korkut Owen, 2015; Kepir-Savoly, 2011; Krumboltz, 1994; Yılmaz-Erdem, 2006). Bu işlevsiz, bireyi yanlış yönlendiren (Yılmaz, 2019), sosyal ve psikolojik sorunlara (Peker, Kartol ve Demir, 2015), umutsuzluğa ve ruhsal çökkünlüğe (Göller, 2010) neden olan akılcı olmayan inançlar; bireyleri rasyonel olmayan, hatalı ve yanlış bir meslek seçimine sürükleyebilir. Örneğin; anne-baba ya da arkadaş çevresi tarafından meslek seçimi hakkındaki düşünceleri nedeniyle

eleştirilen bir öğrenci, onların gözünde kötü bir insan olmama düşüncesiyle doğru veya yanlış sorgulamadan meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlar geliştirmeye başlayabilir (Gümüşkaynak, 2019).

Meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlar, bireyin mesleki hedefleri için yapması gerekenleri zorlaştıran duygu ve davranışlarını olumsuz etkileyen düşüncelerdir (Corbishley ve Yost, 1989). Bu duygu ve düşüncelere sahip olan bireylerin sağlıklı bir meslek seçimi kararı veremeyeceği düşünülmektedir. Çünkü akılcı bir meslek seçiminin yapılması için öncelikle bireylerin akılcı inançlara sahip olması gerektiği söylenebilir. Meadus ve Twomey'e (2007) göre, toplumsal hayatta olduğu gibi medyada da hemşirelik mesleğini yapan kişilerin çoğunlukla kadınlar olduğu gösterilmektedir. Bu durumu gören erkekler ise hemşirelik mesleğini erkeklerin yapamayacağını düşünebilmektedirler. Konuk ve Güntaş'a (2019) göre ise topluma açık sosyal medya uygulamalarında mesleki bilgi ve tecrübesini artırmak için ameliyat videoları izleyen doktor ve sağlık çalışanları için bu normal bir durum iken tesadüfi bir şekilde videoya denk gelen başka bir kişi için bu durum şiddet içerikli bir görüntü niteliği taşıyabilir. Örneklerde olduğu gibi sosyal medyanın meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlar konusunda belirleyici olabileceği düşünülmektedir. Bu durum son yıllarda yaşamlarının büyük bir bölümünü sosyal medyada geçiren lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları ile meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları arasında bir ilişki olabileceğini akla getirmektedir.

Alan yazında meslek seçiminin medya ile ilişkisini açıklayan çalışmalar televizyon ile sınırlı kalmıştır (Sezer, 2019; Ünlü, 2010). Sosyal medyayı kullanan bireylerin karşılaştıkları içeriklerin meslek seçimi ve kariyer ile ilişkisi gözden kaçmaktadır (Çoban ve Çok, 2011). Son yıllarda ekonomiden sağlığa, eğitimden iletişime birçok alanda var olan sosyal medyanın (Sampson, 2017) meslek seçimi gibi daha özgül konularla ilişkisinin çalışılması gerektiği düşünülmektedir (Yanık-Düşünceli, 2016). Öte yandan kullanımı gittikçe artan (Büyükbaykal ve Temel, 2019) bu mecraayı en çok kullanan kişiler ise lise öğrencileridir (Altınay-Bor, 2018). Türkiye'de alan yazın incelendiğinde lise öğrencileriyle ilgili meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlar konusunda yapılan çalışmaların çok az sayıda olduğu görülmektedir (Akkoç, 2012; Bacanlı, 2012; Şahin, Sarı, Duman, Kerimoğlu ve Kocaman, 2015). Öğrencilerin psikolojik iyi oluşlarını da etkileyebilen ve irrasyonel davranışlara

neden olabilecek akılcı olmayan inançların daha detaylı değerlendirilebilmesi için yeni çalışmalara ihtiyaç olduğu düşünülmektedir (Çivitçi, 2006, 2006b; Özkamalı, Cesuroğlu, Hamamcı, Buğa ve Çekiç, 2014; Yılmaz-Erdem, 2006). Bu nedenle öğrencilerin meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarının çeşitli değişkenlerle incelenmesinin, akılcı bir meslek seçimi yapmaları için çalışılması gereken bir konu olduğu düşünülmektedir (Alver ve Kutluca, 2019; Kaynak-Yeşiltepe, 2019; Kepir-Savoly ve Korkut-Owen, 2015; Savickas, Porfeli, Hilton ve Savickas, 2018; Vurucu, 2010; Yılmaz, 2019). Bu değişkenlerden birinin sosyal medya tutumları olduğu düşünülmektedir. Ayrıca lise öğrencileri ile yapılan çalışmaların sınırlı sayıda olması (Arı, Yılmaz ve Bektaş, 2016; Dilsiz, 2019) ve lise öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının ne düzeyde olduğu sorusu çalışmanın yapılma nedenlerini oluşturmaktadır (Argın, 2013; Aydın, 2016; Kocabaş, 2019; Kulak ve Ayparçası, 2019; Otrar ve Argın, 2014; 2015). İnternet ve sosyal medya kullanımının meslek seçiminde belirleyici bir kaynak (Bright, Pryor, Wilkenfeld ve Earl, 2005; Hartung, Porfeli ve Vondracek, 2005; Mayda ve Aytekin, 2013) olduğu düşünülerek bu çalışmada sosyal medya tutumları ile lise öğrencilerinin meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları arasındaki ilişkiler araştırılmak istenmiştir.

Ayrıca alan yazında sosyal medya tutumu ile meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlar arasındaki ilişkileri inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu bağlamda bu araştırmanın problemi; lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları ile meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları arasındaki ilişkilerin incelenmesidir.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı, lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları ile meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları arasındaki ilişkileri incelemektir. Bu amaç doğrultusunda araştırmada aşağıdaki sorulara yanıt aranacaktır.

1. Lise öğrencilerinin sosyal medyaya karşı tutumlarının düzeyi nedir?
2. Lise öğrencilerinin sosyal medya tutumu demografik özelliklere (cinsiyet, sınıf düzeyi, okul türü, algılanan sosyo-ekonomik düzey, algılanan anne-baba

tutumu, sosyal ve kültürel faaliyetlere katılma durumu ve sosyal medyada günlük geçirilen süre) göre farklılık göstermekte midir?

3. Lise öğrencilerinin meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarının düzeyi nedir?
4. Lise öğrencilerinin meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları demografik özelliklere (cinsiyet, sınıf düzeyi, okul türü, algılanan sosyo-ekonomik düzey, algılanan anne-baba tutumu, sosyal ve kültürel faaliyetlere katılma durumu ve sosyal medyada günlük geçirilen süre) göre farklılık göstermekte midir?
5. Lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları ile meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
6. Lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarını anlamlı düzeyde yordamaktadır mı?

Araştırmanın Önemi

Son yıllarda lise öğrencilerinin sosyal medyayı sıklıkla (Coşkun, 2019; Doğan, 2016; Karakurt, 2019; Türk, 2019) ve bilinçsiz şekilde kullandıkları görülmektedir (Çelik, 2019; Gürültü, 2018). Öte yandan hızla değişmekte ve gelişmekte olan dünyada bireylerin meslek seçimine ilişkin düşüncelerinin (Kuzgun, 2014) ve akılcı olmayan inançlarının incelenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir (Korkut-Owen ve Eraslan-Çapan, 2017a). Bu nedenle lise öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının (Ağaoğlu ve Körpeoğlu, 2019; Mollaoğlu, Hastaroğlu, Başer ve Mollaoğlu, 2019; Temel, 2019; Yabancı, 2019) ve meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarının (Sarsar, Başbay ve Başbay, 2015; Tuğlu, 2017; Ünver, 2019) incelenmesinin gerekli olduğu düşünülmektedir.

Sosyal medya gittikçe yenilenen ve önemi artan bir mecradır. Bu nedenle sosyal medyanın özgül alanlarla çalışılması gerektiği ve meslek seçiminin bu alanlardan biri olduğu düşünülmektedir. Meslek seçimi kararının lise öğrencilerinin yaşamları boyunca vereceği önemli kararlardan olduğu düşünülmektedir. Sosyal medyanın ise her an geliştiği, yenilendiği, yaygınlaştığı ve lise öğrencileri tarafından kullanıldığı düşünüldüğünde bu kavramların birbiriyle ilişkisinin araştırılması ve alan yazına

kazandırılması, gelecekte sosyal medya ve meslek seçimi arasındaki ilişkileri inceleyen araştırmalara kaynaklık etmesi açısından önemli görülmektedir. Öte yandan bu çalışma kariyer psikolojik danışmanlığı alanına ve okul psikolojik danışmanlarına meslek seçimine yönelik kaynaklık etmesi açısından önemli görülmektedir. Bununla birlikte sosyal medya ve meslek seçimi arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmalar konusunda alan yazında bir boşluk olduğu düşünülmektedir. Sosyal medya tutumları ile meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlar arasındaki ilişkilerin belirlenmesi ile alan yazındaki bu boşluğun doldurulacağı düşünülmektedir. Ayrıca lise öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının ve meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarının ne düzeyde olduğu merak edilmektedir. Lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları ile meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları arasındaki ilişkileri inceleyen bu çalışmaya bu nedenlerden dolayı ihtiyaç duyulmuştur.

Bu bağlamda lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları ile meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları arasındaki ilişkileri cinsiyet, sınıf düzeyi, okul türü, algılanan sosyo-ekonomik düzey, algılanan anne-baba tutumu, sosyal ve kültürel faaliyetlere katılma durumu ve sosyal medyada günlük geçirilen süre değişkenleri ile inceleyen bu çalışma, gelecek çalışmalara kaynaklık etmesi açısından önemli görülmektedir. Sonuç olarak bu çalışmanın kariyer psikolojik danışmanlığına, okul psikolojik danışmanlığına, psikolojik danışma ve rehberlik alanına ve Türkiye’deki araştırma birikimine katkı sağlayacağı, zenginlik katacağı düşünülmektedir.

Araştırmanın Sınırlılıkları

1. Araştırma, 2019-2020 yılı eğitim-öğretim döneminde Kırıkkale ilinde İl Milli Eğitim Müdürlüğü’ne (MEM) bağlı liselerde öğrenimine devam eden öğrencilerden elde edilen veriler ile sınırlıdır.
2. Bu araştırma, ”Sosyal Medya Tutum Ölçeği (SMTÖ)” ve “Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Ölçeği (MSİAOİÖ)” ile ölçülen niteliklerle sınırlıdır.
3. Araştırmadan elde edilen bulgular; araştırmada kullanılan veri toplama araçları ile ulaşılan verilerle sınırlıdır.

Araştırmanın Varsayımları

1. Araştırma evreninden seçilen çalışma grubunun, evreni temsil edebilecek yeterlikte olduğu varsayılmıştır.

Tanımlar

Sosyal Medya: Bireylerin birbiri ile çeşitli dosya ve içerikleri paylaşıp, yorumlayabildiği İnternet tabanlı uygulamalardır.

Tutum: Bireylerin herhangi bir olay, durum ya da kişiye yönelik duygu ve düşüncelerinin belirtisidir.

Paylaşım İhtiyacı: Bireyin sosyal medyada çeşitli yazılı ya da görsel içerikleri paylaşarak ilgi ve beğeni görme isteğidir.

Sosyal Yetkinlik: Bireyin sosyal medya yoluyla başka kişilere duygu ve düşüncelerini paylaşarak kişilerarası iletişimde yetkinlik kazanmasıdır.

Sosyal İzolasyon: Bireyin sosyal medya kullanımı nedeniyle günlük sosyal faaliyetlere ilgisinin azalması, kişilerarası iletişimden izole olmasıdır.

Öğretmenlerle İlişki: Bireyin sosyal medyada öğretmenler tarafından takip edilmesi ve bu durumdan memnuniyet duymasıdır.

Meslek: Farklı iş ve çalışma ortamlarında görev alan kişilerin topluma hizmet etmek ve maddi kazanç sağlamak amacıyla sorumlu oldukları rollerdir.

Meslek Seçimi: Bireylerin çeşitli meslekler grupları arasından kendisine uygun gördüğü mesleği seçmesidir.

Akılcı Olmayan İnanç: Bireylerin yaşam hakkındaki kendilerine özel düşünce sistemleri, irrasyonel imge ve sembollerdir.

Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnanç: Bireylerin seçecekleri meslek hakkındaki düşüncelerini olumsuz etkileyen inançlardır.

Mükemmelliyeçilik: Seçilecek meslek hakkında mutlaka her şeyi bilme ve çok başarılı olma isteğidir.

Dışsal Kontrol: Seçilecek mesleği kadere, şansa veya iltimasa dayandırarak çevredeki başka kişilerin görüşünden çıkmamaktır.

Yanlış Çıkarımlar: Mutluluğun ve başarılı olmanın saygın ve maddi kazancı yüksek meslekleri tercih etmekten geçtiği düşüncesidir.

Genellemeler: Zeki insanların mutlaka iyi bir meslek sahibi oldukları, kadın ve erkeklerin seçebileceği mesleklerin farklı olduğu, ve yorucu olmayan mesleklerin güzel meslekler olduğu düşünceleridir.

Özsaygı: Bireyin seçeceği mesleği başkaları tarafından değerli görülmek ve saygı duyulmak amacıyla seçme tutumudur.

BÖLÜM II

KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Araştırmanın bu bölümünde sosyal medya kavramına, sosyal medya tarihine, sosyal medya araç ve ortamlarına, sosyal medya tutumuna ve ilgili yapılmış çalışmalara yer verilmiştir. Daha sonra akılcı duygusal davranışçı yaklaşıma, akılcı olmayan inançlara, meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlara ve ilgili yapılmış çalışmalara yer verilmiştir.

1. SOSYAL MEDYA

Sosyal medya kavramının, insanların hayatında önemli bir yer almaya başlamış olduğu ve gelecekte de yerini koruyacağı düşünülmektedir. Bu önemli kavramın tanımına bakıldığında; sosyal ağ, sosyal paylaşım sitesi, sosyal medya sitesi, sosyal medya mecrası, sosyal medya kanalı, sosyal medya aracı (Eraslan, 2016) gibi kavramlarla ifade edilen ve kavramsal çerçevesi tam anlamıyla çizilememiş (Aydın ve Arslaner, 2015) World Wide Web (Web) 2.0 teknolojisinin (Atalay, 2019) ideolojik temelleri üzerine inşa edilmiş (Kaplan ve Haenlein, 2010) bir toplumsal paylaşım ağı olan (Babacan, 2015) sosyal medya; bireylerin sınırlı bir sistem içinde kişisel profillerini oluşturmasını sağlayan, başka profillerle karşılıklı paylaşım yapabildiği web tabanlı uygulamalara verilen isimdir (Büyükşener, 2009). Başka bir deyişle sosyal medya, kişilerin çeşitli kitlelerle iletişim kurabilmesi için Web tabanında profil oluşturmasıyla aynı tabanda bulunan kişilerin birbirini görmesini sağlayan bir servistir (Vural ve Bat, 2010).

Kullanıcıların ağ teknolojileri yoluyla birbiriyle iletişimini sağlayan, insanların çalışma hayatını hatta öğrenme süreçlerini bile yeniden şekillendiren sosyal medya (Öztürk ve Talas, 2015) dünyanın neredeyse tamamında günlük hayatın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir (Arğın, 2019). Sosyal medyayı dünya nüfusunun yaklaşık üçte ikisi kullanmaktadır. Kullanım amacı ve araçları hızlı bir şekilde değiştiği için üzerinde araştırma yapılan çok büyük bir mecra haline gelmiştir. Dünyada milyonlarca kişi bu çok büyük mecrayı kullanarak birbiriyle iletişim ve etkileşime geçmektedir. Bireyler bu alanda resim, video, mesaj vb. içerikleri oluşturarak

birbiriyle paylaşım yapabilmektedirler (Eraslan, 2018). Kısacası buradaki iletişim tek yönlü bir iletişim değildir. Bu yönüyle sosyal medyanın diğer medya araçlarından ayrıldığı söylenebilir. Tarih boyunca mağaraya resim çizerek başkalarıyla iletişim kurmaya başlayan insanoğlu geçmişten bugüne kadar teknolojiyi kullanmıştır. Televizyon ve radyo gibi geleneksel medya araçlarının günlük yaşamı etkilediği gibi yeni medya olarak adlandırılan sosyal medya da yaşamı etkileyebilmektedir. İnsanlar sosyal medyayı kullanarak gün geçtikçe geleneksel kültürden dijital ortama geçiş yapmaktadırlar (Çakmak, 2018). Buradan hareketle sosyal medyanın bireyler tarafından pek çok amaçla kullanıldığı düşünülebilir. Ayrıca gittikçe daha da geliştiği, kullanım amaçlarının ise farklılaştığı düşünülmektedir.

1.1. Sosyal Medya Tarihi

Son yıllarda insan hayatında önemli bir yer edinen sosyal medyanın, tarihsel açıdan ele alınmasının önemli olduğu düşünülmektedir.

Sosyal medyanın tarihsel gelişimi incelendiğinde World Wide Web (Web) 2.0 kavramı dikkat çekmektedir. Bu kavram 2004 yılında kullanılmaya başlanmıştır. İnternet sitelerini, wikileri ve iletişim araçlarını genel olarak İnternet tabanlı uygulamalar sistemini ifade etmektedir. Aynı zamanda Web 2.0 teknolojik açıdan daha yüksek seviyede olan, ikinci nesil İnternet tabanlı çevrimiçi platformlardır (Vural ve Bat, 2010). Web 2.0 teknolojisiyle birlikte sosyal medyanın gelişiminde Asymmetric Digital Subscriber Line (ADSL) ise burada önemli bir yere sahiptir. İnternet kullanımını 2000’li yıllarda artıran ve yaygınlaştıran ADSL, bireylerin sürekli olarak İnternete erişmelerini sağlamış ve böylece sosyal medyanın da gelişimini önemli ölçüde etkilemiştir (Eraslan, 2016). Çünkü ADSL ile İnternet daha düşük maliyetli ve ulaşılabilir hale gelmiş, İnternet kullanımı daha da yaygınlaşmıştır (Şalcıoğlu, 2014). Dünya genelinde İnternet kullanım amacının farklılaşmasıyla bireylerin İnterneti kişisel paylaşım ya da dosya paylaşım aracı olarak kullanmaya başlaması sonucunda sosyal medya ortaya çıkmıştır (West ve Turner, 2009). Buradan hareketle Web tabanlı uygulamalar olan sosyal medyanın tarihsel olarak hızlı bir gelişim gösterdiği söylenebilir. Detaylı olarak bakıldığında ise sosyal medyanın çok eski bir tarihe dayanmadığı söylenebilir.

Bilinen kapsamlı ilk sosyal medya sitesi 1997 yılında açılan SixDegrees.com, 1998'in başlarında kullanıcıların profil oluşturmalarına, arkadaşlarını listelemelerine izin vermiştir. Milyonlarca kişiyi etkileyen SixDegrees 2000 yılında kullanıma kapanmıştır. 2003'e kadar Ryze.com, LinkedIn, Friendster ve benzeri sosyal medya sitelerinin ardından 2003'te MySpace ve 2004 yılında sadece Harvard Üniversitesi'nde kullanılmak üzere Facebook geliştirilmiştir (Boyd ve Ellison, 2007). Böylece sosyal medya kavramı ilk olarak Facebook ile birlikte anılmaya başlamıştır (Şalcıoğlu, 2014). Eylül 2005'in başlarında Facebook lise öğrencilerinin de kullanımına açıldıktan sonra kullanım alanı gitgide genişlemeye başlamıştır (Boyd ve Ellison, 2007). Bu sırada önceleri sadece 140 karakter ile durum paylaşımı yapılabilen Twitter isimli başka bir uygulamaya resim ve video paylaşım özelliği eklenmesiyle kullanıcılar tarafından ilgi görmeye başlamıştır. Bunun sonucunda Facebook ile Twitter arasında bir rekabet ortamı başlamıştır. 2010 yılına gelindiğinde bu uygulamalara Instagram, Foursquare ve benzeri uygulamalar da eklenmiştir. Böylece İnternetin dünyada sosyal medya olarak algılandığı bir sistem oluşmuştur (Şalcıoğlu, 2014). Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)'e (2019) göre, Türkiye'de hane halkı başına 16-74 yaş grubu bireylerde İnternet kullanım oranı erkeklerde yüzde 81,8 ve kadınlarda yüzde 68,9 olmak üzere toplam yüzde 75,3'tür. Ayrıca Türkiye'de ilkokuldan doktora seviyesine kadar erkeklerin yüzde 95'i ve kadınların yüzde 93,4'ü olmak üzere öğrencilerin yüzde 94,2'si İnternet kullanmaktadır. Öte yandan, 16-24 yaş grubu bireylerin yüzde 90,8'i, 25-34 yaş grubu bireylerin yüzde 91,7'si, 35-44 yaş grubu bireylerin yüzde 85,9'u İnternet kullanmaktadır. Bununla birlikte 45-54 yaş grubu bireylerin yüzde 68,5'i, 55-64 yaş grubu bireylerin yüzde 42,6'sı ve 65-74 yaş grubu bireylerin yüzde 19,8'i İnternet kullanmaktadır (TÜİK, 2019). Buradan hareketle İnternet kullanımı ile neredeyse özdeşleşen sosyal medyanın tarihsel olarak hızla geliştiği, gün geçtikçe keşfedilen uygulamalar ile daha çok çeşitlendiği ve her yaşta bireylerce kullanımının arttığı söylenebilir.

Çünkü sosyal medya, bireylere alışverişten eğlenceye, iletişimden eğitime (Koca ve Tunca, 2019) sanattan edebiyata yaşamın her alanında bilgiye erişimde kolaylık sağlaması (Bozkur ve Gündoğdu, 2017), anlık geribildirim imkanı vermesi (Hepekiz ve Gökalliler, 2019) ve içerik oluşturup paylaşma imkanı sunmasıyla (Eraslan, 2018) toplumsal hayatta vazgeçilmez bir yer edinmiştir (Akyazı, 2019; Karadayı, 2019).

Bununla birlikte sosyal medya sayesinde insanlar herhangi bir konu hakkında görüş ve düşüncelerini paylaşarak maddi kazanç sağlayabilmekte (İren, 2019) ayrıca ün ve şöhret kazanabilmektedir (Sarıçam, 2015). Buradan hareketle sosyal medyayı kullanan bireylerin bu mecraayı farklı amaçlarla kullanabildiği, böylelikle sosyal medya araçlarının ve ortamlarının çeşitlendiği söylenebilir. Bu nedenle başlıca sosyal medya araç ve ortamlarının belirtilmesinin önemli olduğu düşünülmektedir.

1.2. Sosyal Medya Araç ve Ortamları

Sosyal medyanın birçok araç ve ortamı bulunmaktadır. Birbirinden farklı amaçlarla kullanılan bu araç ve ortamlar çeşitli ortak özelliklere sahiptir. Lietsala ve Sirkkunen'e (2008) göre bunlar; dosya içeriğinin paylaşılabilmesi için bir alanın olması, bu alandaki katılımcıların içeriklerin tamamını oluşturabilmesi, bu araçların birbirleriyle bağlantılı ve etkileşim halinde olması ayrıca katılımcıların kendilerine ait hesaplarının olmasıdır.

Eraslan'a (2018) göre, yaygın sosyal medya araçları şunlardır:

1. Ortaklaşa yapılan projeler

Ortaklaşa yapılan projeler kullanıcıların eş zamanlı yaptığı çalışmalardır. Bu projeler genellikle wikilerdir. Ansiklopedi mantığıyla çalışan bu ortamlarda kullanıcılar belirli kavramlar ve başlıklar altında birbiriyle kişisel bilgilerini paylaşmaktadırlar (Eraslan, 2018). Başlıca wikilerin ise Wetpaint ve PBWiki olduğu söylenebilir (Dawley, 2009).

2. Bloglar

Bloglar tarihlendirme mantığıyla ve belirli bir kronolojik sırayla düzenlenen Web siteleridir. Her bir blog tek kullanıcı tarafından yönetilmektedir. Bloglar modern yaşamda günlüklere benzetilmektedir. Kullanıcılar kişisel içeriklerini, mesleki deneyimlerini ve buna benzer birçok içeriği bu ortamlarda paylaşabilmektedirler. Başlıca bloglar ise Wordpress, Livejournal, Blogger, Fuelmyblog, Livedoor ve Ameba-Ameblodur (Eraslan, 2016; 2018).

3. Mikrobloglar

Bloglarla birbirine çok benzeyen mikrobloglar temel olarak, anlık ve kısa içerikler şeklinde, başkalarıyla dosya paylaşımı özelliğiyle bloglardan ayrılmaktadır. En önemli mikroblog uygulamalarının başında 2007 yılında kullanıma açılan Twitter gelmektedir. Twitter’da her bir blog 140 karakter ile sınırlandırılmıştır. Twitter genel olarak bireylerin birbiriyle iletişimini sağlayan ve kişilere gündemi takip etme fırsatı tanıyan bir mikroblogdur (Eraslan, 2018). Twitter’ın dışında başlıca mikroblogların ise Whispurr, Daytum, Tumblr, Heello, Soupio, Meemi, İdentica, Tout, Douban, Ahsar, Akpitter olduğu söylenebilir (Eraslan, 2016).

4. İçerik grupları

Genellikle görsel medya uygulamalarını içeren içerik grupları, diğer sosyal medya alanları ile birlikte kullanılmaktadır. Farklı türlerde oluşturulmuş resim ve video içerikli dosyaların sosyal ağlarda paylaşılması için kullanılmaktadır (Eraslan, 2018). Başlıca içerik grupları ise MERLOT ve Sloogdur (Dawley, 2009).

5. Sosyal ağ siteleri

Sosyal ağ siteleri kullanıcıların kişisel bilgilerini girerek bir profil oluşturduğu platformlardır. Bu platformların en önemli özelliği kullanıcıların birbirine takip-arkadaşlık isteği göndermesidir. Kullanıcılar arasındaki iletişim ise e-mail ya da anlık mesajlar yoluyla kurulmaktadır. Teknolojiden spora, giyimden seyahate pek çok alanda kurulmuş hem yerel hem de küresel ölçekli sosyal ağ siteleri bulunmaktadır (Eraslan, 2018). Başlıca sosyal ağ sitelerinin Facebook, Windows Live.Com, Vkontakte(VK), Bebo, Friensitter, Google, Myspace, Linkedin, My Yahoo!, YouTube, Pinterest, Dailymotion, Akademia.Edu olduğu söylenebilir. Ayrıca başlıca kullanılan sosyal medya uygulamaları ise Instagram, Skype, Icloud, Line, Vine, Whatsapp Messenger, Snapchat’tir (Eraslan, 2016). Bunların dışında WordPress, Badoo, Bebo, Last.fm, Blogger, Digg, Picasa, MyHeritage, Fotolog, Live Journal, Plaxo, Xing, StumbleUpon, Foursquare, DeviantART,

Delicious, My Opera, Flixster, Odnoklassniki, Viadeo, LiveMocha, SocialVibe, Muxlim, Tumblr kullanılan farklı sosyal medya sitelerindendir (Çakmak, 2018).

6. Sosyal imleme

Sosyal medya kullanıcılarının beğendiği ve takip ettiği sosyal ağ sitelerini diğer kullanıcılarla paylaşmasını sağlayan araçlardır. Burada paylaşılan içerikleri kullanıcılar oylayıp yorum yapabilmektedirler. Bu araçlar genel olarak kullanıcılara beğendikleri sayfaları takip etme açısından zaman tasarrufu sağlamaktadır. Popüler imlerin başında ise Delicious ve StumbleUpon gelmektedir (Eraslan, 2018).

7. Sosyal haberler

Sosyal medya kullanıcılarına köşe yazısı, makale gibi çeşitli konulardaki içeriklerin linklerini gönderme fırsatı sağlayan hizmetlerdir. Bu sosyal medya ortamının en önemli özelliği, kullanıcıların paylaşımlarıyla ilgili yorum yapılması ve bu paylaşımların oylanmasıdır. Yapılan oylamalara göre, en fazla oyu alan paylaşımlar en üst sırada yer almaktadır. Popüler sosyal haber ortamlarından başlıcaları Digg ve Reddit'tir (Eraslan, 2018).

1.3. Sosyal Medya Tutumu

Tutum; kişi, olay, durum ya da nesnelere karşı duyulan uzun süreli duygu, düşünce ve davranış yönelimidir (Baron ve Byrne, 1977). Tutumu sadece bir duygu veya düşünce olarak tanımlamak doğru değildir. Tutumun içinde bilişsel, duygusal ve davranışsal öğeler bulunur (Cüceloğlu, 2005). Bilişsel öğe; bireyin bir kişi, olay durum ya da nesneye karşı görüş ve inançlarıdır. Duygusal öğe; bunlardan hoşlanıp hoşlanmaması, davranışsal öğe ise; yaklaşma veya kaçınma eğilimidir (Coşkun, 2013). Öte yandan sosyal medya tutumu ise, bireylerin sosyal medyaya yönelik duygu, düşünce ve davranış eğilimleri olarak tanımlanabilir (Otrar ve Argın, 2015). Sosyal medya kullanıcı sayısının hızla artmasıyla, bireylerin sosyal medyayı kullanma amacı ve sosyal medya tutumları da değişebilmektedir (Altınay-Bor, 2018). Bu nedenle bireylerin sosyal medya tutumları ile sosyo-psikolojik tutum ve davranışlarını incelemek önemli görülmektedir (Korkut, 2016).

Sosyal medya tutumları Otrar ve Arın (2014) tarafından geliştirilen ölçeğe göre olumlu ya da olumsuz şeklinde yorumlanabilmektedir. Ölçekte sosyal medya tutumları, bireyin paylaşımlar yaparak çevresiyle iletişim kurmasını içeren paylaşım ihtiyacı; bireyin sosyal medyayı kullanarak kişisel ve sosyal bir yeterlilik kazanmasını içeren sosyal yetkinlik; bireyin kendisini, sosyal medyayı kullanımı nedeniyle çevresinden izole etmesini içeren sosyal izolasyon ve öğretmenler ile öğrencilerin birbirini takip etmesini içeren öğretmenlerle ilişki alt boyutları bulunmaktadır (Arın, 2013; Otrar ve Arın, 2014; 2015). Buradan hareketle bireylerin sosyal medyayı kullanım amaçlarının ve sosyal medya tutumlarının farklılaşabileceği düşünülmektedir.

1.4. İlgili Araştırmalar

Araştırmanın bu kısmında son yıllarda yapılmış olan ilgili araştırmalara yer verilmiş, araştırmalar Türkiye’de yapılmış ve Türkiye dışında yapılmış araştırmalar olarak iki grupta ele alınmıştır.

1.4.1. Türkiye’de Yapılmış Araştırmalar

Arın (2013), çalışma grubunu ortaokul ve lisede öğrenim gören toplam 735 öğrencinin oluşturduğu araştırmada öğrencilerin sosyal medya tutumlarını incelemiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre, öğrencilerin sosyal medya tutumları olumlu bulunmuştur. Öte yandan araştırmada öğrencilerin sosyal medya tutumlarının sınıf düzeyi, okul türü, algılanan sosyo-ekonomik düzey ve sosyal medyada geçirilen süreye göre değişiklik gösterdiği bulunmuştur.

Otrar ve Arın (2014), çalışma grubunu ortaokul 8. sınıf ile lise 9,10,11 ve 12. sınıf, 14-19 yaş arası toplam 735 öğrencinin oluşturduğu araştırmada öğrencilerin sosyal medya tutumları cinsiyet, sınıf düzeyi ve okul türü gibi farklı değişkenlerle incelenmiştir. Araştırma sonuçlarında öğrencilerin sosyal medya tutumlarının olumlu olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan öğrencilerin sosyal medya tutumları cinsiyete

göre değişiklik göstermezken, sınıf düzeyi ve okul türü değişkenlerine göre anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Atalay (2014), çalışma grubunu 970 lise öğrencisinin oluşturduğu araştırmada lise öğrencilerinde sosyal medya tutumu ile algılanan sosyal destek düzeyi arasındaki ilişkileri incelemiştir. Araştırmada aile desteği alt boyutu ile paylaşım ihtiyacı alt boyutu arasında aynı yönlü, sosyal izolasyon alt boyutuyla arasında ters yönlü anlamlı ilişki bulunmuştur. Bununla birlikte arkadaş desteği alt boyutu ile paylaşım ihtiyacı alt boyutu arasında aynı yönlü ve sosyal izolasyon, öğretmenlerle ilişki alt boyutlarıyla arasında ters yönlü anlamlı ilişki bulunmuştur. Öte yandan öğretmen desteği alt boyutu ile öğretmenlerle ilişki alt boyutu arasında aynı yönlü ve sosyal izolasyon boyutuyla arasında ters yönlü anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Amaghani (2016), çalışma grubunu lise ikinci ve üçüncü sınıf 250 öğrencinin oluşturduğu araştırmada öğrencilerin yalnızlık düzeyleri ile sosyal medya tutumları arasındaki ilişkileri incelemiştir. Araştırmada öğrencilerin sosyal medya tutumu ile yalnızlık düzeyleri arasında aynı yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Başka bir ifadeyle öğrencilerin sosyal medya tutumları arttıkça yalnızlık düzeylerinin de arttığı tespit edilmiştir.

Ümmetler-İlhan (2016), çalışma grubunu liselerde öğrenim gören 779 öğrencinin oluşturduğu araştırmada öğrencilerin sosyal medya tutumları ile siber zorba davranışları ve maruz kalma durumları arasındaki ilişkileri incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre, sosyal yetkinlik ve paylaşım ihtiyacı ile siber zorbalık mağduru olma ve siber zorba olma arasında aynı yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Öte yandan sosyal izolasyon ile siber zorbalık mağduru olma ve siber zorba olma arasında ters yönde anlamlı ilişki bulunmuştur.

Kılıç (2016), çalışma grubunu 561 lise öğrencisinin oluşturduğu araştırmada öğrencilerin sosyal medya tutumlarını incelemiştir. Araştırma sonucuna göre, öğrencilerin sosyal medya tutumları olumlu bulunmuştur.

Yanık-Düşünceli (2016), çalışma grubunu lisede öğrenim gören 300 öğrencinin oluşturduğu araştırmada öğrencilerin sosyal medya tutumları ile içedönük-dışadönük kişilik özellikleri arasındaki ilişkileri incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre

içedönük dışadönük kişilik özellikleri ile öğrencilerin, sosyal paylaşım ihtiyacı arasında düşük düzeyde aynı yönlü bir ilişki olduğu bulunmuştur. Öte yandan araştırmada kadınların sosyal yetkinlik ve paylaşım ihtiyacı düzeylerinin erkeklere göre daha yüksek olduğu bulunmuştur. Bununla birlikte araştırmada sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı ve sosyal izolasyon ile sosyal medyada günlük geçirilen süre değişkeni arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Korkut (2016), çalışma grubunu 205'i kız 137'si erkek toplam 342 lise öğrencisinin oluşturduğu araştırmada, 15-18 yaş arası öğrencilerin sosyal medya yoluyla geliştirdiği tutumları incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre sosyal medya kullanımı nedeniyle öğrencilerin aile ve arkadaşlarına, derslere ve sosyal etkinliklere yeteri kadar vakit ayırmadığı tespit edilmiştir. Araştırmada baz alınan cinsiyet, kullanım süreleri, kullandığı sosyal medya sitesi açısından öğrencilerin görüşleri arasında herhangi bir farklılık bulunmazken; yaş, bölüm, sosyal medya üyeliği, kullanım sıklığı, harcadığı süre, bağlanılan ortam değişkenleri açısından öğrencilerin görüşleri arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Çap (2017), çalışma grubunu farklı okul türlerinde okuyan 9,10,11 ve 12. sınıf 1243 öğrencinin oluşturduğu araştırmada, öğrencilerin sosyal medya tutumları ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkileri çeşitli değişkenler ile birlikte incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre erkek öğrencilerin sosyal medya tutumları, kadın öğrencilere göre olumlu bulunmuştur. Öte yandan Anadolu lisesi öğrencilerinin, Meslek lisesi öğrencilerine göre sosyal medya tutumları olumlu bulunmuştur. Ayrıca araştırma sonucuna göre öğrencilerin sosyal medya tutumlarının sınıf düzeyi, başarı durumu ve anne öğrenim durumu gibi değişkenlere göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

Aksak (2017), çalışma grubunu farklı okul türlerindeki toplam 1004 lise öğrencisinin oluşturduğu araştırmada sosyal medya tutum ile yalnızlık düzeyi arasındaki ilişkileri incelemiştir. Araştırmada öğrencilerin sosyal medyaya yönelik tutumları ile yalnızlık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Öte yandan araştırmada öğrencilerin sosyal medya tutumlarının cinsiyete, okul türüne, sınıf düzeyine ve sosyal medyada günlük geçirilen süreye göre farklılaştığı bulunmuştur.

Saraçoğlu ve Aküzüm (2017), çalışma grubunu üniversitede öğrenim gören 399 öğrencinin oluşturduğu araştırmada öğrencilerin sosyal medya tutumlarını incelemiştir. Araştırma sonucuna göre, üniversite öğrencilerinin sosyal medya tutum alt boyutlarından sosyal izolasyon boyutu puanlarının yüksek, sosyal yetkinlik boyutu puanlarının ise düşük olduğu bulunmuştur.

Tuğlu (2017), çalışma grubunu 500 ortaokul öğrencisinin oluşturduğu araştırmada öğrencilerin sosyal medya tutumlarını çeşitli değişkenler ile incelemiştir. Araştırma sonucuna göre, öğrencilerin sosyal medya tutumlarının cinsiyet, okul türü ve sınıf düzeyi değişkenlerine göre anlamlı şekilde farklılaştığı bulunmuştur. Öte yandan araştırmada öğrencilerin sosyal medyayı daha çok arkadaş çevresiyle iletişim halinde olmak amacıyla kullandıkları saptanmıştır.

Karakaya, Sata, Corbaci ve Cetin (2018), çalışma grubunu 640 kadın ve 954 erkek toplam 1594 lise öğrencisinin oluşturduğu araştırmada, öğrencilerin sosyal medya tutumlarını ve bu tutumlarını etkileyen değişkenleri incelemişlerdir. Araştırmanın sonuçlarına göre, öğrencilerin sosyal medya tutumları orta seviyede bulunmuştur.

Ergüder (2019), çalışma grubunu 9,10 ve 11. sınıf olmak üzere 1386'sı kız ve 674'ü erkek toplam 2060 öğrencinin oluşturduğu araştırmada öğrencilerin sosyal medya tutumları ile İnternet bağımlılığı, siber zorbalık ve mağduriyet düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre, öğrencilerin sosyal medya tutumları ile İnternet bağımlılığı, siber zorbalık ve mağduriyet düzeyleri arasında aynı yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Gül (2019), araştırma grubunu 9,10,11 ve 12. sınıf toplam 670 öğrencinin oluşturduğu araştırmada sosyal medya tutumu ile ahlaki olgunluk arasındaki ilişkileri incelemiştir. Araştırma sonuçlarında sosyal medya tutumu ile ahlaki olgunluk düzeyi arasında düşük düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Öte yandan erkek öğrencilerin, kadın öğrencilere göre sosyal medya tutumlarının olumlu olduğu tespit edilmiştir.

Kocabaş (2019), çalışma grubunu 575 lise öğrencisinin oluşturduğu araştırmada, öğrencilerin sosyal medya tutumlarını kullanım alışkanlıkları bağlamında incelemiştir. Araştırmada öğrencilerin sosyal medya tutumlarının okul türü, sınıf

düzeyi ve sosyal medyada günlük geçirilen süreye göre anlamlı şekilde farklılaştığı bulunmuştur. Ayrıca araştırmada öğrencilerin sosyal medyaya yönelik tutumlarının kullanım amaçlarına göre değiştiği tespit edilmiştir.

Sezer (2019), çalışma grubunu lise 3.ve 4. sınıf toplam 885 öğrencinin oluşturduğu araştırmada, sosyal medya tutumu, İnternet kullanım amacı, mesleki olgunluk ve medya okuryazarlığı arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre lise 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin sosyal medya tutumları, İnternet kullanım amaçları, mesleki olgunluk düzeyleri ve medya okuryazarlıkları arasında anlamlı ilişkiler bulunmuştur.

Yabancı (2019), çalışma grubunu liselerde öğrenim gören toplam 617 öğrencinin oluşturduğu araştırmada, sosyal medya tutumu ile narsisizm ve yalnızlık düzeyi arasındaki ilişkileri incelemiştir. Araştırmanın sonucuna göre, öğrencilerin sosyal medya tutumu ile narsisizm arasında aynı yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bununla birlikte sosyal medya tutumu ile yalnızlık düzeyi arasında ters yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Türk (2019), çalışma grubunu farklı liselerde okuyan 9,10 ve 11. sınıf 551 öğrencinin oluşturduğu araştırmada sosyal medya tutumunun yabancılaşmaya etkisini incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre, sosyal yetkinlik ve öğretmenlerle ilişki boyutlarının yabancılaşma ile anlamlı ilişkiye sahipken yabancılaşmayı yordamadığı görülmüştür.

Uslu (2019), çalışma grubunu 9. ve 11. sınıfta öğrenim gören toplam 1268 öğrencinin oluşturduğu araştırmada sosyal medya tutumu ile İnternet ve oyun bağımlılığı arasındaki ilişkileri incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre, öğrencilerin sosyal medyaya yönelik tutumları olumlu bulunmuştur. Öte yandan araştırmada öğrencilerin sosyal medya tutumları ile İnternet bağımlılıkları arasında anlamlı ilişki bulunmuştur.

Zengin (2019), çalışma grubunu 12-16 yaş arası toplam 432 çocuğun oluşturduğu araştırmada çocukların sosyal medya tutumları ile siber zorbalıkları arasındaki ilişkileri incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre, çocukların sosyal medya tutumlarında cinsiyete göre kızlar lehine, yaşa göre ise küçük yaştakiler lehine

farklılaşmalar tespit edilmiştir. Ayrıca erkek öğrencilerin kız öğrencilerden daha fazla siber zorbalığa maruz kaldığı bulunmuştur.

1.4.2. Türkiye Dışında Yapılmış Araştırmalar

Peluchette ve Karl (2008), çalışma grubunu 433 lisans öğrencisinin oluşturduğu araştırmada öğrencilerin sosyal paylaşım sitelerini kullanma durumlarını ve bu sitelere yönelik tutumlarını incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre öğrencilerin sosyal medya tutumlarının cinsiyete göre kadınların lehine anlamlı düzeyde farklılaştığı bulunmuştur.

Mahadi, Jamaludin, Johari ve Fuad (2016), çalışma grubunu çeşitli sanat dallarında öğrenim gören 120 lisans öğrencisinin oluşturduğu araştırmada öğrencilerin sosyal medya tutumlarını incelemiştir. Araştırmada öğrencilerin çoğunluğunun sosyal medyaya yönelik olumlu bir tutum sergiledikleri, günlük yaşamlarında aktif olarak kullandıkları ve sosyal medyanın günlük yaşamlarını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Kenny ve Johnson (2016), çalışma grubunu 155 diş hekimliği lisans öğrencisinin oluşturduğu araştırmada öğrencilerin sosyal medya kullanımı, tutumları, davranışları ve çevrimiçi profesyonellik algılarını incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre öğrencilerin sosyal medyayı oldukça fazla kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca öğrencilerin sosyal medya tutumları olumlu bulunmuştur. Öte yandan sosyal medya tutumları ile mesleki uygulamaları arasında bir ilişki tespit edilmemiştir.

Murray ve Ward (2017), çalışma grubunu mesleki terapi lisans ve lisansüstü öğrencilerinin oluşturduğu araştırmada, öğrencilerin mesleki terapide gelişim için sosyal medya kullanımına yönelik tutumlarını incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre öğrencilerin profesyonel mesleki terapi için sosyal medya kullanımına karşı ağırlıklı olarak olumlu bir tutuma sahip oldukları görülmüştür.

Ricciardelli, Quinn ve Nackerud (2020), çalışma grubunu lisans ve lisansüstü derecede öğrenim gören toplam 42 üniversite öğrencisinin oluşturduğu araştırmada, öğrencilerin arasında sosyal medya tutum ve bilgi gruplarındaki farklılıkları incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre öğrenciler arasında önemli farklılıklar gözlenmiştir.

2. AKILCI DUYGUSAL DAVRANIŞÇI YAKLAŞIM

Bilişsel ve davranışçı terapilerden biri olarak kabul edilen bu yaklaşım Amerikalı psikolog Albert Ellis tarafından geliştirilmiştir. Albert Ellis, 1940'ların başlarında Amerika'nın çeşitli eyaletlerinde psikoterapi alanında klinik psikolog olarak çalışmaya başlamıştır (Ellis, 1992; Ellis ve Dryden, 2007). Ellis 1953 yılında psikoanalitik yaklaşımdan ayrılarak davranışsal terapi üzerine yoğunlaşmıştır (Ellis, 1987; 2000). Zamanla bilişsel davranışçı terapileri benimsemiş (Ellis, 2005) ve 1955 yılında bilişsel davranışçı terapisinin ilk formu olan (Seligman ve Reichenberg, 2010) Akılcı Duygusal Davranışçı Yaklaşım'ı (ADDY) geliştirmeye başlamıştır (Ellis, 2004). Uzun bir süre Akılcı Yaklaşım (AY) olarak adlandırılan Akılcı Duygusal Yaklaşım (ADY) 1993 yılında kuramın davranışsal yönlerini daha belirgin hale getirmek amacıyla Ellis tarafından Akılcı Duygusal Davranışçı Yaklaşım (ADDY) olarak değiştirilmiştir (Ellis, 1995). Hem kişilik kuramı hem de bir psikoterapi modeli olan ADDY'nin felsefi temelleri ise Konfüçyüs, Lao-Tsu ve Buda gibi Asyalı felsefeciler ile birlikte Epiktetos ve Marcus Aurelius adlı Stoacı filozoflara dayanır (Corsini ve Wedding, 2012). Buradan hareketle ADDY'nin öncelikle akılcı bir kuram olarak ortaya çıktığı, zamanla kurama duygusal ve davranışçı yönlerin de eklendiği söylenebilir.

Genel olarak bakıldığında ADDY, bilişsel ve davranışçı terapi yöntemlerini birlikte kullanan, kapsamlı bir psikoterapi modelidir. Yaşamdaki gerçekler üzerine akılcı bir yaklaşımla deneysel çalışmalar üzerine yoğunlaşır. Bireyin özel yaşamında ve kişilerarası ilişkilerinde duygu, düşünce ve davranışlarını kontrol edip, kişisel gelişimini desteklemeyi amaçlar (Corsini ve Wedding, 2012). ADDY'nin temel varsayımları ise şöyle açıklanabilir:

Olaylar, kişiler veya durumlar doğrudan insanı iyi ya da kötü hissettirmez (Türkçapar, 2014). Neredeyse tüm insanlar yaşamlarında önemli gördükleri olaylar, kişiler ya da durumlar hakkında doğuştan dogmatik ve mutlakçı düşünme eğiliminde olurlar (Ellis, 1987). Böylece çocukluktan bu yana aile, çevre ve kültürün baskısıyla akılcı olmayan inançlara sahip olmaktadır. Sonrasında mükemmelliyetçi, mutlakçı ve abartılı olan bu işlevsiz inançları nedeniyle duygusal olarak rahatsız olurlar (Ellis, 1983). ADDY'ye göre duygu ve düşünceler tamamen farklı iki süreç değildir,

birbiriyle önemli ölçüde örtüşürler ve ruhsal açıdan sağlıklı bireyler mantıksız duygularla birlikte mantıksız davranma eğiliminde olurlar (Altıntaş ve Gültekin, 2003; Ellis, 1958). Ruhsal açıdan sağlıklı bireyler ise günlük yaşamda rasyonel düşünceler ve davranışlarda bulunurlar (Yaycı, 2013). Buradan hareketle ADDY'ye göre bireylerin mantıklı davranışlarda bulunması için öncelikle akılcı duygu ve düşünceye sahip olması gerektiği söylenebilir.

Bu bağlamda kuramın temel ilkesinin, bireyin duygularını belirleyen en önemli etkenin olaylar ya da durumlar karşısındaki düşünceleri olduğu söylenebilir. Aslında bireylerin bir olay ya da duruma karşı verdiği duygusal tepkilerin arkasında o olay ya da duruma karşı algı ve değerlendirmeleri vardır (Köroğlu, 2007). ADDY'de bilişsel değişiklikler önemlidir ve insanların duygusal ve davranışsal işlev bozukluklarına neden olan akılcı olmayan inançları özellikle vurgulanır (Çivitçi, Türküm, Duy ve Hamamcı, 2009; Ellis, 2000). Bireyin yaşadığı duygusal ve davranışsal sorunların ana sebebi olan mantıksız inançlarını arayıp bulmasını (Seligman ve Reichenberg, 2010), onları sorgulayıp mantıklı inançlarla değiştirmesini ve bunu yaşamda sürekli hale getirmesini sağlamak ADDY'de temel amaçtır (Ellis, 1975). Çünkü ADDY, insanların kendilerini rahatsız eden akıldışı inançlarını rasyonel inançlara çevirmenin rahatsızlık düzeylerini azaltacağını, duygu ve davranışlarda olumlu değişikliklere yol açacağını ve bu rahatsızlıkların tekrar ortaya çıkmayacağını savunur (Göller, 2010).

Ellis'e (2004) göre, ADDY, bilişsel ve davranışçı terapiler arasında en kapsamlı ve en etkili psikoterapilerden biridir. Bununla birlikte ADDY, bireylerin akılcı olmayan inançlarını belirler, değerlendirir, tartışır ve bu inançları değiştirmek için çeşitli yöntemler kullanır (Seligman and Reichenberg, 2010). Telkin ve ikna (Kuzgun, 2008), Ellis'in değişik formlardaki yazılarının okutulduğu ödevlendirme (Murdock, 2012), yüzleştirme ve cesaretlendirme (Gladding, 2013) gibi bilişsel ve davranışçı terapilerde kullanılan pek çok tekniği kullanan ADDY'de bireyin akılcı olmayan inançlarının A-B-C modeli ile özellikle vurgulanması ADDY'yi diğer bilişsel ve davranışçı terapilerden farklı kılar (Sharf, 2014).

A-B-C modeli eski filozoflardan özellikle Epictetus ve Marcus Aurelius'un, insanların duygusal ve davranışsal rahatsızlıkları hakkındaki görüşlerine dayanır (Ellis, 1991). Albert Ellis; Gautama Buddha, Epicurus, Epictetus, Marcus Aurelius,

John Dewey, and Bertrand Russell gibi eski ve modern birçok filozoftan etkilenmiştir (Ellis, 2005). ADDY'nin A-B-C modeli temel olarak iki bin yıl önce Epictetus'un söylediği "insanlar olaylardan rahatsız değil ancak, olaylar hakkındaki görüşlerinden rahatsızlardır." cümlesiyle açıklanabilir (Ellis, 2000). Terapide terapist ilk olarak danışana bu modeli öğretir. A-B-C modelinde A, kişiyi hareketlendiren olaydır; B, kişinin bu olaya karşı düşünce ve inançlarını içeren yorumlarıdır; C, bu yorumlamalar sonrasında kişinin olaya karşı duygu ve davranışlarıdır (Altıntaş ve Gültekin, 2003). ADDY oturumları genellikle danışanların bilişlerini değiştirmek için A-B-C-D-E-F süreçlerine odaklanır (Seligman ve Reichenberg, 2010):

A: Olayı tanımlanmak

B: Akılcı olmayan inançları tanımlamak

C: Bu inançların olumsuz sonuçlarına bakmak

D: Bu olumsuz inançları tartışmak

E: Akılcı inançlar belirlemek

F: Akılcı olmayan inançları bu yeni akılcı inançlarla değiştirmek ve uygulamak

Buradan hareketle ADDY'de danışan sorunlarını anlattıktan sonra öncelikle danışanın akılcı olmayan duygu, düşünce ve inançları belirlenir. Bu duygu, düşünce ve inançların getirdiği mantıksız davranışlar tartışılır. Danışanın akılcı olmayan duygu, düşünce ve inançları akılcı olanlarla değiştirilir ve davranışa yansıtılır.

2.1. Akılcı Olmayan İnançlar

Bireylerin günlük yaşamını olumsuz etkileyebilen ve rasyonel bir açıklaması olmayan duygu, düşünce ve inançları olabilmektedir. Bu inançlar genelde akılcı olmayan inançlar olarak adlandırılmaktadır.

Akılcı olmayan inançlar, bireylerin yaşama karşı bakış açılarını oluşturan ve birey için özel bir anlamı olan imge ve sembollerdir (Ellis, 1994).

Akılcı olmayan inançlar Ellis tarafından dört başlık altında toplanmıştır (Ellis, 1987):

1. Yeterlilik ve başarı ile ilgili akılcı olmayan inançlar

2. Sevgi ve onayla ilgili akılcı olmayan inançlar
3. Adil muamele ile ilgili akılcı olmayan inançlar
4. Güvenlik ve konfor hakkında akılcı olmayan inançlar

Başlıca akılcı olmayan inançlar ise şunlardır (Ellis, 1958, 1983, 1991, 2001; Seligman ve Reichenberg, 2010):

1. Özellikle yetişkinler tarafından sevilme ve onaylanma korkunç bir gerekliliktir.
2. Bazı yanlış eylemleri olan insanlar aptal, cahil ve kötülerdir. Bu nedenle cezalandırılmalıdırlar.
3. Kişinin çevresinde gelişen olaylar istendiği gibi olmazsa bu bir felakettir ve bu nedenle kontrol altına alınmalıdır.
4. Mutsuzluk dış olaylardan kaynaklanır ve kişi bunları kesinlikle kontrol edemez.
5. Bir şeyin tehlikeli veya korkutucu olabileceği düşüncesi asla akıldan çıkarılmamalıdır.
6. Yaşamın zorluklarıyla yüzleşmek ve sorumlulukları göğüslemek yerine, sorunlardan kaçmak daha kolaydır.
7. Kişi kendi ayakları üzerinde durmak, kendine güvenmek yerine başkalarına bağımlı olmalıdır.
8. Kişinin başarılı olması için her açıdan yetkin, yeterli ve zeki olması gerekir.
9. Kişinin geçmişte yaşadıkları, bugünkü hayatını güçlü bir şekilde etkiler. Çünkü geçmişle bağ koparılamaz.
10. Kişi, hayatındaki önemli insanların sorunlarıyla ilgilenmelidir ve onlarla birlikte üzülmelidir.
11. Her bir sorunun doğru ve mükemmel bir çözümü vardır. Bunun bulunması gerekir. Aksi halde sonuçlar felaket olacaktır.

ADDY’de akılcı kavramı, yalnızca görülebilen mantıksal bir geçerliliğe sahip düşünce sistemi değildir. Akılcı kavramı ayrıca etkili olan ve kendi kendine yardım edebilen düşünce anlamında kullanılmaktadır (Çivitçi ve diğerleri, 2009). İnsanlar düşünce biçimleriyle aslında kendilerinin yaşam felsefesini oluştururlar. Akılcı inançlara sahip insanlar; kendi kişiliklerine ve başkalarına karşı toleranslı olma,

belirsiz durumlara karşı duyarlı olma, benliğinin farkında olma ve toplumsal olaylara karşı mantıklı yaklaşma gibi akılcı bir yaşam felsefesine sahiptirler (Murdock, 2012). Ancak akılcı olmayan inançlara sahip kişiler başkalarından onay bekleme, sürekli başarı elde etme ve yaşam koşullarının mükemmel olmasına dönük bir yaşam felsefesine sahiptirler ve bu kişilerde düşük benlik saygısı görülebilir (Çivitçi, 2006a). Öte yandan akılcı olmayan inançlar bireylerin ruhsal sağlığını da olumsuz etkileyebilmektedir (Yurtal, 2001). Akılcı olmayan inançlar bireylerde abartma, aşırı genelleme (Köroğlu, 2007), değersiz hissetme, felaketleştirme (Corsini ve Wedding, 2012) ve sorumluluğu dış faktörlere yükleme (Kuzgun, 2008) gibi belirtilerle ortaya çıkabilmektedir.

Sonuç olarak, akılcı olmayan inançlar gerçek ve mantık dışı olup, yanlışlar içerir. Aşırı genellemelere, depresyon-öfke-kaygı gibi olumsuz duygulara yol açarak bireylerin kendi amaçlarına ulaşmalarını engeller (Dryden ve Neenan, 2004). Yukarıda bahsedilen akılcı olmayan inançların bireyleri duygusal ve bilişsel olarak etkilediği; böylece bireylerde akılcı olmayan davranışların oluştuğu söylenebilir. Mantıksız davranışlarda bulunan kişilerin ise zamanla ruhsal problemler yaşayabileceği düşünülmektedir.

2.2. Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar

Bireylerin gelecekteki yaşamlarını büyük ölçüde olumsuz yönde etkileyecek akılcı olmayan inançları olabilir. Akılcı olmayan inançlar günlük yaşamda birçok konuyla ilgili olabilir. Bu konulardan biri de meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlardır. Corbishley ve Yost'a (1989) göre, meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlar, bireyin mesleki hedefleri için yapması gerekenleri zorlaştıran duygu ve davranışlarını olumsuz etkileyen düşüncelerdir. Başka bir deyişle kişinin mesleklere karşı ilgi ve beklentilerini içeren, kesinlikle doğru olduğuna inandığı düşüncelerdir (Kaynak-Yeşiltepe, 2019). Meslek seçimi aşamasında olan bireylerde felaketleştirme, sınırlama, aile ile çevrenin etkisinde kalma (Doğan ve Kuzgun, 2008) ve sadece saygın meslekleri tercih etme (Eraslan-Çapan ve Korkut-Owen, 2017b) gibi belirli özellikleri olan meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlar genel olarak şunlardır (Nevo, 1987):

1. Bana uygun olan sadece bir meslek vardır.
2. Mükemmel bir meslek seçimi yapmazsam bu durumdan memnun olmam.
3. Benim için uygun mesleği bir başkası bilebilir.
4. Zeka testlerine göre ne kadar değerli olduğumu anlayabilirim.
5. Meslek alanımda donanımlı ve çok başarılı olmam gerekir.
6. Mesleğimde başarılı olmam için çok fazla çalışmam gerekir
7. Benim için önemli insanlar mesleğimden memnun olmalılar.
8. Bir meslek sahibi olarak tüm sorunlarımı çözebilirim.
9. Benim için uygun olan mesleği sezgilerimle seçebilirim.
10. İnsan mesleğini yalnızca bir kez seçebilir.

Yukarıda belirtilen rasyonel olmayan ve kişisel değerlendirmeler sonucu oluşan meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlar, bireylerin meslek seçimi konusunda yaşadıkları endişeyi ve karmaşayı artırarak sağlıklı bir meslek seçimi yapmalarına neden olmaktadır (Yılmaz-Erdem, 2006). Buradan hareketle meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları olan bireylerin, kendi ilgi, beceri ve yeteneklerine uygun bir meslek seçimi yapamayacakları düşünülmektedir. Bunun sonucunda bu bireylerin yanlış meslekler seçmeleri muhtemel görülmektedir.

2.3. İlgili Araştırmalar

Araştırmanın bu kısmında son yıllarda yapılmış olan ilgili araştırmalara yer verilmiş, araştırmalar Türkiye’de yapılmış ve Türkiye dışında yapılmış araştırmalar olarak iki grupta ele alınmıştır.

2.3.1. Türkiye’de Yapılmış Araştırmalar

Kepir-Savoly (2011), çalışma grubunu lise son sınıfa devam eden 312 öğrenci ve mezun durumda bulunan 190 katılımcı ile birlikte toplam 502 üniversite adayının oluşturduğu çalışmada, faklı umut ve mesleki olgunluk düzeyine sahip katılımcıların okul türü, cinsiyet ve eğitim durumu gibi çeşitli sosyodemografik değişkenlere göre meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarını araştırmıştır. Yapılan çalışma

sonucunda cinsiyet, okul türü ve mesleki olgunluk meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları anlamlı düzeyde etkilemektedir.

Bacanlı (2012), çalışma grubunu 119 kız ve 69 erkek olmak üzere toplam 188 lise 1. sınıf öğrencisinin oluşturduğu araştırmada, öğrencilerin kariyer karar verme güçlükleri üzerinde meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların etkisini incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre öğrencilerin meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları ile kariyer karar verme güçlükleri arasındaki ilişkiye bakıldığında, meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların aralarındaki toplam varyansın %30'unu açıkladığı görülmektedir. Dışsal kontrolün ise mesleki karar verme güçlüklerini anlamlı olarak yordadığı saptanmıştır.

Özkamalı ve diğerleri (2014), çalışma grubunu liseye devam eden 351 öğrencinin oluşturduğu araştırmada, mesleki olgunluk ve meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları ele almış ve araştırma sonucunda, meslek seçiminde akılcı olmayan inançlar ve mesleki olgunluk arasında ters yönde orta seviyede ilişki bulunmuştur.

Şahin ve diğerleri (2015), lise son sınıfa devam eden 266 öğrenci ile yaptıkları araştırmada, öğrencilerin mesleki kararsızlıkları üzerinde mantık dışı inançların ve kontrol odağının etkisini incelemişlerdir. Araştırma sonucunda mesleki kararsızlığı, kontrol odağının iki alt boyutu olan “çabanın anlamsızlığının” ve “şansa inanma” boyutlarının anlamlı düzeyde yordadığı görülmüştür. Ayrıca araştırma sonuçlarına göre, mantık dışı inançlar, mesleki kararsızlığı anlamlı bir şekilde yordamamaktadır.

Hamamcı ve Esen-Çoban (2007), çalışma grubunu liselerde öğrenim gören 282 öğrencinin oluşturduğu çalışmada, mesleki olgunluk ve mesleki kararsızlığın akılcı olmayan inançlarla ilişkisi araştırılmıştır. Araştırma bulgularına göre, mesleki olgunluk ve mesleki kararsızlık, genel akılcı olmayan inançlara oranla meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarla daha fazla ilişkilidir. Ayrıca meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların mesleki olgunluk ve mesleki kararsızlık üzerinde daha fazla etkili olduğu bulunmuştur.

Korkut-Owen ve Eraslan-Çapan (2017a), çalışma grubunu 152 erkek ve 126 kadın olmak üzere 278 lise öğrencisinin oluşturduğu araştırmada; okul türü, cinsiyet ve akademik başarı gibi çeşitli sosyodemografik değişkenlere göre katılımcıların meslek

seçimine ilişkin akılcı olmayan inanç düzeyleri incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, öğrencilerin cinsiyet ve okul türü değişkeni açısından meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarına ait puanları anlamlı farklılık göstermektedir.

Eraslan-apan ve Korkut-Owen (2018), alışma grubunu 353 lise öğrencisinin oluşturduğu araştırmada, öğrencilerin meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inanç düzeylerinin cinsiyet, sınıf, okul türü, akademik not ortalaması ile üniversitede seçmeyi istedikleri eğitim alanı açısından değişim durumlarını incelemişlerdir. Araştırmada cinsiyete göre erkeklerin, sınıfa göre 11. sınıfların, okul türüne göre Anadolu lisesi ğrencilerinin meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarının diğer gruplara göre fazla olduğu saptanmıştır. Akademik not ortalamalarına ve seçmeyi düşündükleri eğitim alanına göre anlamlı farklılaşma bulunmamıştır.

Aktaş (2018), farklı liselerde öğrenim gören 452 kız öğrencinin katıldığı araştırmada, meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlar, kariyer hedefleri ve kariyer seçiminde aile etkisi üzerinde çalışmıştır. Araştırma sonuçlarına göre kariyer hedefleri leği ile kariyer seçiminde aile etkisi leğinin ve meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlar leğinin çeşitli alt boyutları arasında anlamlı ilişki saptanmıştır.

Yılmaz (2019), alışma grubunu 672 lise öğrencisinin oluşturduğu çalışmada, lisede öğrenim gören öğrencilerin meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları ile kariyer denetim odağının mesleki kararsızlıkları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre mesleki kararsızlığı; güçlü diğerleri, çaresizlik gibi kariyer denetim odağı alt boyutları ile dışsal kontrol, özsaygı ve mükemmeliyetçilik gibi meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlara ait çeşitli alt boyutların yordadığı bulunmuştur.

Alver ve Kutluca (2019), alışma grubunu 355 lise son sınıf öğrencisinin oluşturduğu araştırmada öğrencilerin meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarını cinsiyet, öğrenim görülen alan, algılanan sosyo-ekonomik düzey, algılanan akademik başarı ve üniversitede eğitim görmek istenilen alan değişkenleriyle incelemişlerdir. Araştırma sonucunda katılımcıların meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarının cinsiyet, öğrenim görülen alan, algılanan sosyo-ekonomik düzey,

algılanan akademik başarı ve üniversitede eğitim görmek istenilen alana göre farklılaştığı bulunmuştur.

2.3.2. Türkiye Dışında Yapılmış Araştırmalar

Kelly ve Shin (2008), çalışma grubunu 310 üniversite öğrencisinin oluşturduğu araştırmada nevroz ve olumsuz kariyer düşünceleri ile bilgi eksikliği arasındaki ilişkiyi ele almışlardır. Yapılan çalışma sonucunda nevroz ve olumsuz kariyer düşünceleri ile bilgi eksikliği arasında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Adegun ve Aremu (2013), çalışma grubunu 96 ortaöğretim öğrencisinin oluşturduğu araştırmada öğrencilerin akılcı olmayan kariyer düşüncelerini azaltmada kariyer geliştirme ve bilişsel reframe tedavisinin etkinliği incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre tedavinin akılcı olmayan kariyer düşüncelerini azaltmada önemli bir etkisinin olduğu bulunmuştur.

Jamali, Araqi ve Kalantarkousheh (2015), çalışma grubunu 52'si kız 75'i erkek toplam 127 üniversite öğrencisinin oluşturduğu araştırmada öğrencilerin kariyer kararsızlığında işlevsiz kariyer düşüncelerinin ve erteleme rolünü incelemiştir. Araştırma sonuçları işlevsiz kariyer düşünceleri ve erteleme rolünün öğrencilerin kariyer kararsızlık puanları ile yüksek düzeyde ilişkili olduğunu göstermektedir.

Ogbuanya, Eseadi, Orji, Anyanwu, Ede, ve Bakare (2017), çalışma grubunu 173 üniversite öğrencisinin oluşturduğu araştırmada ADDY'nin öğrencilerin olumsuz kariyer düşünceleri üzerindeki etkisini incelemiştir. ADDY grubu katılımcılarının olumsuz kariyer düşüncelerinin, kontrol grubuna göre önemli ölçüde azaldığı görülmektedir. Araştırma sonuçları ADDY'nin üniversite öğrencilerine kariyer seçimi ve kararlar ile ilişkili olumsuz düşüncelerin üstesinden gelmelerine yardımcı olmak için önemli bir grup terapisi olduğunu göstermektedir.

Hechtlinger, Levin ve Gati (2017), çalışma grubunu 937 genç yetişkinin oluşturduğu araştırmada katılımcıların işlevsel olmayan kariyer karar verme inançlarını, yeni çok boyutlu bir ölçeğini geliştirmek ve test etmek amacıyla incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre şans veya kader rolü, kararın kritikliği, önemli başkalarının rolü,

profesyonel yardımın rolü ve algılanan cinsiyet engelleri boyutları bakımından anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Hou (2017), çalışma grubunu 278 üniversite öğrencisinin oluşturduğu araştırmada kariyer kararlılığı, seçimden memnuniyet, hedef istikrarsızlığı ve işlevsiz kariyer düşünceleri arasındaki ilişkileri incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre karar verme karışıklığı ve bağlılık kaygısının hedef istikrarsızlığı üzerinde doğrudan etkileri olduğu bulunmuştur.

Agi ve Amadi (2019), çalışma grubunu lisede öğrenim gören 10. sınıf öğrencilerinin oluşturduğu araştırmada psikolojik belirtilerin, ergenlerin işlevsiz kariyer kararı üzerindeki etkisini ve ergenlerin kariyerlerinde işlevsiz karar verme ve benlik saygısı konusunda cinsiyet eşitsizliği olup olmadığı araştırılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre ergenlerin psikolojik belirtilerinin işlevsiz kariyer kararı vermesi üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Ayrıca sonuçlar, benlik saygısı ile ergenlerin işlevsiz kariyer karar vermeleri arasında cinsiyete göre anlamlı bir fark olduğunu göstermektedir.

El-Hassan ve Ghalayini (2019), çalışma grubunu farklı liselerde öğrenim gören 11. ve 12. sınıf toplam 170 öğrencinin oluşturduğu araştırmada; kariyer karar verme öz-yeterlik, ebeveyn bağlanması ve işlevsiz kariyer düşünceleri arasındaki ilişki üzerinde çalışılmıştır. Yapılan çalışma; ebeveyn bağlanması, işlevsiz kariyer düşünceleri ve öz-yeterlik arasında anlamlı bir ilişki olduğunu göstermiştir.

BÖLÜM III

YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, araştırmanın çalışma grubu, katılımcılara ait demografik özellikler, verilerin toplanmasında kullanılan ölçekler ile verilerin analizinde kullanılan istatistiki teknikler hakkında bilgilere yer verilmiştir.

3.1. Araştırma Modeli

Lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları ile meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları arasındaki ilişkilerin incelendiği bu araştırmanın yürütülmesinde genel tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modeli, bir durumu olduğu gibi betimleyen araştırma yaklaşımıdır. Bireyler araştırma sırasında herhangi bir etkiye maruz bırakılmadan olduğu gibi betimlenir (Karasar, 2014; Tabachnick ve Fidell, 2013). Bu araştırma lise öğrencilerinin görüşlerine dayalı olması nedeniyle betimsel ve durum saptayıcı niteliktedir. Araştırma ilişkisel tarama modelinde yapılmıştır. İlişkisel model, değişkenler arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırma stratejisidir. Korelasyon ve regresyon analizleri yapılan çalışmalar ilişkisel modelde yapılan çalışmalardır (Heppner, Wampold ve Kivlinghan, 2013).

3.2. Araştırmanın Çalışma Grubu

Araştırmada küme örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Küme örnekleme yönteminde elemanlar arasında alt kümeler oluşturularak örneklemler bu kümelerden alınır (Padem, Göksu ve Konaklı, 2012). Böylece her kümede yer alan elemanların heterojen şekilde rastgele seçilmesi ile (Özdamar, 2001) veriler güvenli ve ekonomik şekilde toplanmış olur (Akarsu, 2016). Araştırmanın çalışma grubunu lise öğrencileri oluşturmaktadır. Katılımcıları ise Kırıkkale İl Milli Eğitim Müdürlüğü'ne (MEM) bağlı Anadolu, Fen ve İmam Hatip olmak üzere farklı lise türlerinde 2019-2020 öğretim yılında öğrenimine devam eden öğrenciler oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan bireylerin sayısı 519'dur (267 kadın 252 erkek). Araştırmanın çalışma grubu pratik sebepler dolayısıyla Kırıkkale ilinden seçilmiştir. Araştırmaya katılan lise öğrencilerinin demografik özelliklerine bu bölümde yer verilmiştir.

3.2.1. Çalışma Grubuna Ait Demografik Bilgiler

Tablo 1. Çalışma Grubuna Ait Demografik Bilgilerin Dağılımı

Değişkenler	Kategoriler	Kişi Sayısı (N)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	267	51.4
	Erkek	252	48.6
Sınıf Düzeyi	9. Sınıf	146	28.1
	10. Sınıf	93	17.9
	11. Sınıf	90	17.3
	12. Sınıf	190	36.6
Okul Türü	Anadolu L.	204	39.3
	Fen L.	155	29.9
	İmam Hatip L.	160	30.8
Algılanan Sosyo-ekonomik Düzey	Yüksek	70	13.5
	Orta	423	81.5
	Düşük	26	5.0
Algılanan Anne-Baba Tutumu	Bakıcı-otoriter	78	15.0
	Demokratik	165	31.8
	Koruyucu	253	48.7
	Tutarsız	9	1.7
	İlgisiz	14	2.7
Sosyal ve Kültürel Faaliyetlere Katılım	Sıklıkla	117	22.5
	Ara sıra	334	64.4
	Katılmam	68	13.1
Sosyal Mesyada Günlük Geçirilen Süre	Yarım saat ve altı	68	13.1
	1 saat	95	18.3
	1-3 saat	210	40.5
	3-6 saat	104	20.0
	6-12 saat	42	8.1
	TOPLAM	519	100.0

Tablo 1’de olduğu gibi çalışma grubunu oluşturan bireylerin 267’si (%51.4) kadın, 252’si (%48.6) erkek olmak üzere toplam 519 kişi araştırmaya katılmıştır.

Çalışma grubunu oluşturan bireylerin 146’sı (%28.1) 9. sınıf, 93’ü (%17.9) 10. sınıf, 90’ı (%17.3) 11. sınıf, 190’ı (%36.6) 12.sınıf öğrencilerinden oluşmaktadır.

Çalışma grubunu oluşturan bireylerin 204'ü (%39.3) Anadolu lisesi, 155'i (%29.9) Fen lisesi, 160'ı (%30.8) İmam Hatip lisesi öğrencilerinden oluşmaktadır.

Çalışma grubunu oluşturan bireylerin 70'inin (%13.5) algıladıkları sosyo-ekonomik düzeyleri yüksek, 423'ünün (%81.5) algıladıkları sosyo-ekonomik düzeyleri orta ve 26'sının (%5) algıladıkları sosyo-ekonomik düzeyleri düşük seviyededir.

Çalışma grubunu oluşturan bireylerin 78'inin (%15) algıladıkları anne-baba tutumu baskıcı-otoriter, 165'inin (%31.8) algıladıkları anne-baba tutumu demokratik, 253'ünün (%48.7) algıladıkları anne-baba tutumu koruyucu, 9'unun (%1.7) algıladıkları anne-baba tutumu tutarsız ve 14'ünün (%2.7) algıladıkları anne-baba tutumu ilgisizdir.

Çalışma grubunu oluşturan bireylerin 117'si (%22.5) sosyal ve kültürel faaliyetlere sıklıkla, 334'ü (%64.4) sosyal ve kültürel faaliyetlere ara sıra katılmaktadır. 68'i (%13.1) ise sosyal ve kültürel faaliyetlere katılmamaktadır.

Çalışma grubunu oluşturan bireylerin 68'i (%13.1) sosyal medyada günlük yarım saat ve altında, 95'i (%18.3) sosyal medyada günlük 1 saat, 210'u (%40.5) sosyal medyada günlük 1-3 saat, 104'ü (%20.0) sosyal medyada günlük 3-6 saat, 42'si (%8.1) sosyal medyada günlük 6-12 saat vakit geçirmektedir.

3.3. Veri Toplama Araçları

3.3.1. Kişisel Bilgi Formu

Alan yazında yapılan incelemeler sonucu hazırlanan form, katılımcılara araştırmanın amacı ve içeriği hakkında kısaca bilgi verilmesi, katılım konusunda gönüllülüğün esas olduğunun belirtilmesi, ölçekler hakkında bilgi verilmesi ve katılımcılara ait gerekli bilgileri toplamak amacıyla oluşturulmuştur. Oluşturulan bu formda; katılımcıların cinsiyet, sınıf düzeyi, okul türü, algılanan sosyo-ekonomik düzey, algılanan anne-baba tutumu, sosyal ve kültürel faaliyetlere katılım ve sosyal medyada günlük geçirilen süreye ilişkin sorular sorulmuştur.

3.3.2. Sosyal Medya Tutum Ölçeği (SMTÖ)

Sosyal Medya Tutum Ölçeği (SMTÖ) 13-18 yaş arası öğrencilerin sosyal medya tutumlarını belirlemek amacıyla Otrar ve Arğın (2014) tarafından geliştirilmiştir. Ölçeğin yapı geçerliğini saptamak amacıyla temel bileşenler analizi ile faktör analizi yapılmış ve varimax dik döndürme işlemi gerçekleştirilmiştir. Beşli Likert tipinde 6'sı olumsuz 17'si olumlu olmak üzere, toplam 23 maddeden oluşan ölçek, 4 faktörden (paylaşım ihtiyacı, sosyal yetkinlik, sosyal izolasyon ve öğretmenlerle ilişki) oluşmaktadır. Ölçeğin sosyal izolasyon alt boyutunu oluşturan maddelerin tamamı ters maddeden oluşmaktadır. Faktörler toplam varyansın %52.65'ini açıklamaktadır. Güvenirlik için varimax rotasyon sonucu saptanan dört alt boyut ve ölçeğin tutumu için Cronbach α (0.85) katsayıları hesaplanmıştır. Test tekrar test korelasyon katsayısı ise anlamlı bulunmuştur ($r=.83$; $p<.001$). Elde edilen sonuçlar ölçeğin geçerli ve güvenilir olduğunu kanıtlar niteliktedir.

3.3.3. Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Ölçeği (MSAOİÖ)

Lise öğrencilerine yönelik Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Ölçeği (MSAOİÖ) adlı ölçme aracı Yılmaz-Erdem (2006) tarafından geliştirilmiştir. MSAOİÖ, Akılcı Duygusal Davranışçı Yaklaşım (ADDY) esas alınarak geliştirilen ve 33 maddeden (mükemmeliyetçilik, dışsal kontrol, yanlış çıkarımlar, genellemeler, özsaygı) oluşan likert tipi bir ölçektir (5-Tamamen katılıyorum, 4-Katılıyorum, 3-Kararsızım, 2-Katılmıyorum, 1-Kesinlikle katılmıyorum). Ölçekten alınabilecek puanlar 33 ile 165 arasında değişmektedir. Puanın yüksek olması meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inanç düzeyinin yüksek olduğunu göstermektedir. Ölçekte ters madde bulunmamaktadır. Geçerlik çalışmaları sonucunda MSAOİÖ'den elde edilen puanlarla Nowicki-Strickland Denetim Odağı Ölçeği arasında .28 ($p<.05$) ve Rosenberg Benlik Saygısı Ölçeği arasında .12 ($p<.05$) düzeyinde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Güvenirlik çalışmaları sonucunda MSAOİÖ'nün bütünü için bulunan iç tutarlılık katsayısının .79, ölçeğin beş faktörüne ilişkin iç tutarlılık katsayılarının ise .50 ile .67 arasında değiştiği bulunmuştur. Elde edilen bulgular MSAOİÖ'nün bütünü için hesaplanan test-tekrar test güvenirlik katsayısının .78 olduğunu, ölçeğin faktörleri için hesaplanan test-tekrar test korelasyonlarının ise .55 ile .71 arasında

değiştirdiğini ortaya koymuştur. Buna ek olarak ölçeğin bu araştırmanın çalışma grubu için yeniden hesaplanan iç tutarlılık katsayısı.80 olarak bulunmuştur.

3.4. Verilerin Analizi

Araştırmacı tarafından toplanan veriler uygun istatistiksel analiz teknikleri kullanılarak bilgisayar ortamında (Statistical Package for Social Sciences) SPSS 15 paket programı ile analiz edilmiştir. Bu araştırmanın bağımlı değişkeni; meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlar, bağımsız değişkeni ise sosyal medya tutumudur. Cinsiyet, sınıf düzeyi, okul türü, algılanan sosyo-ekonomik düzey, algılanan anne-baba tutumu, sosyal ve kültürel faaliyetlere katılım ve sosyal medyada günlük geçirilen süre değişkenleri de araştırmada bağımsız değişken olarak kullanılmıştır. Araştırmada değişkenlere ait alt ve üst değerler, ortalamalar ve standart sapmalar için betimsel analizler kullanılmıştır. Katılımcıların sosyal medya tutumları ve meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarının demografik değişkenlere göre anlamlı bir fark gösterip göstermediğini incelemek için ilişkisiz (bağımsız) örneklem t testi (Independent Samples T-Test) ve ilişkisiz örneklem için tek faktörlü varyans analizi (One-Way ANOVA), katılımcıların sosyal medya tutumları ile meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla korelasyon analizi (Pearson momentler çarpım korelasyon katsayısı) yapılmıştır. Ayrıca lise öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarını yordamadaki rolüne ilişkin çoklu regresyon analizi (Multiple Linear Regression) yapılmıştır.

BÖLÜM IV

BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde katılımcılardan toplanan verilerin normallik dağılımları ve istatistik analizleri sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

4.1. Araştırma Verilerinin Normallik Dağılımları

Verilerin dağılımının normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla araştırmada kullanılan değişkenlerin ortalamaları, medyanları, modları, çarpıklık katsayıları ve çarpıklığın standart hataları, basıklık katsayıları ve basıklığın standart hataları sırasıyla Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Sosyal Medya Tutum ve Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanlarının Normal Dağılımı

	Ortalama	Medyan	Mod	Çarpıklık Katsayısı	Çarpıklığın Standart Hatası	Basıklık Katsayısı	Basıklığın Standart Hatası
SMTÖ Toplam Puanı	71.16	72.00	73.00	-.26	.11	-.08	.21
Sosyal Yetkinlik	14.92	14.00	14.00	.31	.11	-.49	.21
Paylaşım İhtiyacı	27.52	28.00	29.00	-.57	.11	.13	.21
Öğretmenlerle İlişki	6.92	7.00	3.00	.43	.11	-.74	.21
Sosyal İzolasyon	21.79	23.00	24.00	-.52	.11	-.28	.21
MSİAOİÖ Toplam Puanı	92.01	91.00	95.00	.47	.11	.52	.21
Mükemmelliyeçilik	36.21	37.00	39.00	-.66	.11	.54	.21
Dışsal Kontrol	17.28	16.00	12.00	.72	.11	.33	.21
Yanlış Çıkarımlar	12.54	12.00	12.00	.41	.11	-.45	.21
Genellemeler	19.39	19.00	18.00	.44	.11	-.12	.21
Özsaygı	6.56	6.00	6.00	.70	.11	.02	.21

Bir veri dizisinde ideal bir normal dağılım için aritmetik ortalama, ortanca ve modun birbirine eşit ya da yakın değerler alması gerekir. İdeal bir normal dağılımın diğer ölçütü ise çarpıklık ve basıklık katsayılarının değeridir (Can, 2018). Bir araştırmada çarpıklık ve basıklık katsayılarının; Morgan, Leech, Gloeckner ve Barret’e göre

(2004), ± 1 sınırları içinde, Tabachnick ve Fidell'e göre (2013), $\pm 1,5$ içinde olması araştırma verilerinin normal dağılım gösterdiğini kanıtlamaktadır. Tablo 2'ye bakıldığında her bir değişkenin aritmetik ortalama, medyan ve mod değerlerinin eşit ya da birbirine yakın olduğu görülmektedir. Ayrıca çarpıklık ve basıklık değerlerinin ± 1 sınırları içinde olması araştırma verilerinin tamamının normal dağıldığını göstermektedir.

4.2. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutum Puanlarına İlişkin Bulgular

Tablo 3. *Lise öğrencilerinin Sosyal Medya Tutum Ölçeği ve Alt Boyutlarına Göre Sosyal Medya Tutumlarına Ait Puanların Alt ve Üst Değerleri, Ortalamaları ve Standart Sapmaları*

Sosyal Medya Tutumu	N	En düşük	En yüksek	$\bar{X}$	Ss
Sosyal Yetkinlik	519	6.00	30.00	14.92	5.36
Paylaşım İhtiyacı	519	8.00	40.00	27.52	6.38
Öğretmenlerle İlişki	519	3.00	15.00	6.92	3.23
Sosyal İzolasyon	519	6.00	30.00	21.78	5.32
SMTÖ Toplam	519	35.00	102.00	71.16	11.88

Tablo 3'te, katılımcıların Sosyal Medya Tutum Ölçeği ve alt boyutlarından almış oldukları puanlar gösterilmektedir. Buna göre, katılımcıların ölçekten almış olduğu toplam puan 35 ve 102 aralığında ($\bar{X}=71.16$, $Ss=11.88$), sosyal yetkinlik alt boyutunda elde ettikleri puanlar 6 ile 30 aralığında ($\bar{X}=14.92$, $Ss=5.36$), paylaşım ihtiyacı alt boyutunda elde ettikleri puanlar 8 ile 40 aralığında ($\bar{X}=27.52$, $Ss=6.38$), öğretmenlerle ilişki alt boyutunda elde ettikleri puanlar 3 ile 15 aralığında değişmektedir ($\bar{X}=6.92$, $Ss=3.23$). Sosyal izolasyon alt boyutunda elde ettikleri puanlar ise 6 ile 30 aralığında ($\bar{X}=21.78$, $Ss=5.32$) değişmektedir. SMTÖ toplam puanında ve alt boyutlarında alınabilecek en yüksek ve en düşük puanlar; SMTÖ toplam için 23-115 aralığı, sosyal yetkinlik alt boyutu için 6-30 aralığı, paylaşım ihtiyacı alt boyutu için 8-40 aralığı, öğretmenlerle ilişki alt boyutu için 3-15 aralığı ve sosyal izolasyon alt boyutu için 6-30 puan aralığıdır. Elde edilen bulgulara göre lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları olumlu bulunmuştur. Alt boyutlara bakıldığında; sosyal yetkinliğe ait puan ortalamaları orta düzeyde, paylaşım ihtiyacı ve sosyal izolasyona ait puan ortalamaları yüksek ve öğretmenlerle ilişki alt boyutuna ait puan ortalamaları orta düzeydedir.

4.3. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumları ile Çeşitli Sosyodemografik Değişkenler Arasındaki İlişkilere Yönelik Bulgular

4.3.1. Lise Öğrencilerinin Cinsiyet Değişkenine Göre Sosyal Medya Tutum Puanlarına İlişkin Bulgular

Lise öğrencilerinin cinsiyet değişkenine göre sosyal medya tutumlarına ait puan ortalamaları arasında anlamlı farklılaşma olup olmadığını saptamak için t testi uygulanmış ve sonuçları Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Lise Öğrencilerinin Cinsiyetlerine Göre Sosyal Medya Tutumlarına Ait Puanlarına İlişkin Ortalamaları, Standart Sapmaları ve t Değeri

Cinsiyet	N	$\bar{X}$	Ss	T	p
Kadın	267	72.04	11.48	1.743	.082
Erkek	252	70.23	12.23		

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

Tablo 4'te yer alan analiz sonuçları incelendiğinde, lise öğrencilerinin cinsiyetleri açısından sosyal medya tutumlarına ait puan ortalamaları arasında ($t_{519}=1.743$, $p=.082$) anlamlı farklılaşma bulunmamıştır.

4.3.2. Lise Öğrencilerinin Sınıf Düzeyi Değişkenine Göre Sosyal Medya Tutum Puanlarına İlişkin Bulgular

Lise öğrencilerinin sınıf düzeyi değişkenine göre sosyal medya tutum puan ortalamaları arasında anlamlı farklılaşma olup olmadığını saptamak amacı ile tek faktörlü varyans analizi (One Way ANOVA) yapılmış ve sonuçlar Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Lise Öğrencilerinin Sınıf Düzeyi Değişkenine Göre Ortalaması, Standart Sapması ve Sosyal Medya Tutum Puanları Arasındaki Farka İlişkin Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

Sınıf Düzeyi	N	$\bar{X}$	Ss	F	Sd	P	Fark
9. Sınıf (1)	146	73.39	12.22	4.821	3,515	.003**	1>2
10. Sınıf (2)	93	67.62	11.85				1>3
11. Sınıf (3)	90	70.27	10.58				4>2
12. Sınıf (4)	190	71.60	11.84				
Toplam	519	71.16	11.88				

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

Tablo 5'te yer alan analiz sonuçlarına göre, lise öğrencilerinin sınıf düzeyi değişkenine göre sosyal medya tutumlarına ait puan ortalamaları arasında ($F_{(3-515)}=4.821$, $p=.003$) anlamlı farklılaşma bulunmuştur. Farkın hangi gruplardan kaynaklandığını saptamak amacıyla Post Hoc Analizi (LSD) ile çoklu karşılaştırmalar yapılmış ve sonuçları incelenmiştir. Uygulanan Post Hoc Analizi (LSD) sonucunda ($p<.001$, $p=.000$) 10. sınıf ve ($p<.05$, $p=.049$) 11. sınıf öğrenciler ile 9. sınıf öğrenciler arasında, 9. sınıf öğrencilerin lehine anlamlı farklılaşma bulunmuştur. Öte yandan ($p<.01$, $p=.008$) 10. sınıf öğrenciler ile 12. sınıf öğrenciler arasında, 12. sınıf öğrencilerin lehine anlamlı farklılaşma bulunmuştur.

4.3.3. Lise Öğrencilerinin Okul Türü Değişkenine Göre Sosyal Medya Tutum Puanlarına İlişkin Bulgular

Lise öğrencilerinin okul türü değişkenine göre sosyal medya tutum puan ortalamaları arasında anlamlı farklılaşma olup olmadığını saptamak amacı ile tek faktörlü varyans analizi (One Way ANOVA) yapılmış ve sonuçlar Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. Lise Öğrencilerinin Okul Türü Değişkenine Göre Ortalaması, Standart Sapması ve Sosyal Medya Tutum Puanları Arasındaki Farka İlişkin Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

Okul Türü	N	$\bar{X}$	Ss	F	Sd	P	Fark
Anadolu L. (1)	204	73.17	12.20				1>2
Fen L. (2)	155	69.33	11.60	5.205	2,516	.006**	1>3
İmam Hatip L. (3)	160	70.36	11.40				
Toplam	519	71.16	11.88				

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

Tablo 6'da yer alan analiz sonuçlarına göre, lise öğrencilerinin okul türü değişkenine göre sosyal medya tutumlarına ait puan ortalamaları arasında ($F_{(2-516)}=5.205$, $p=.006$) anlamlı farklılaşma bulunmuştur. Farkın hangi gruplardan kaynaklandığını saptamak amacıyla Post Hoc Analizi (LSD) ile çoklu karşılaştırmalar yapılmış ve sonuçları incelenmiştir. Uygulanan Post Hoc Analizi (LSD) sonucunda ($p<.01$, $p=.002$) Fen lisesi ve ($p<.05$, $p=.024$) İmam Hatip lisesi öğrencileri ile Anadolu lisesi öğrencileri arasında, Anadolu lisesi öğrencilerinin lehine anlamlı farklılaşma bulunmuştur.

4.3.4. Lise Öğrencilerinin Algılanan Sosyo-ekonomik Düzey Değişkenine Göre Sosyal Medya Tutum Puanlarına İlişkin Bulgular

Lise öğrencilerinin algılanan sosyo-ekonomik düzey değişkenine göre sosyal medya tutum puan ortalamaları arasında anlamlı farklılaşma olup olmadığını saptamak amacı ile tek faktörlü varyans analizi (One Way ANOVA) yapılmış ve sonuçlar Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. *Lise Öğrencilerinin Algılanan Sosyo-ekonomik Düzey Değişkenine Göre Ortalaması, Standart Sapması ve Sosyal Medya Tutum Puanları Arasındaki Farka İlişkin Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları*

Sosyo-ekonomik Düzey	N	$\bar{X}$	Ss	F	Sd	P
Yüksek	70	69.52	11.23	.766	5,516	.465
Orta	423	71.41	12.03			
Düşük	26	71.46	11.13			
Toplam	519	71.16	11.88			

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

Tablo 7’de yer alan analiz sonuçları incelendiğinde, lise öğrencilerinin algılanan sosyo-ekonomik düzey değişkenine göre sosyal medya tutumlarına ait puan ortalamaları arasında ($F_{(2-516)}=.766$, $p=.465$) anlamlı farklılaşma bulunmamıştır.

4.3.5. Lise Öğrencilerinin Algılanan Anne-Baba Tutumu Değişkenine Göre Sosyal Medya Tutum Puanlarına İlişkin Bulgular

Lise öğrencilerinin algılanan anne-baba tutumu değişkenine göre sosyal medya tutum puan ortalamaları arasında anlamlı farklılaşma olup olmadığını saptamak amacı ile tek faktörlü varyans analizi (One Way ANOVA) yapılmış ve sonuçlar Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8. *Lise Öğrencilerinin Algılanan Anne-Baba Tutumu Değişkenine Göre Ortalaması, Standart Sapması ve Sosyal Medya Tutum Puanları Arasındaki Farka İlişkin Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları*

Anne-Baba Tutumu	N	$\bar{X}$	Ss	F	Sd	P
Baskıcı-otoriter	78	72.12	13.60	.396	4,514	.811
Demokratik	165	70.33	10.96			
Koruyucu	253	71.30	11.67			
Tutarsız	9	71.55	9.59			
İlgisiz	14	72.71	17.13			
Toplam	519	71.16	11.88			

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

Tablo 8’de yer alan analiz sonuçları incelendiğinde, lise öğrencilerinin algılanan anne-baba tutumu değişkenine göre sosyal medya tutumlarına ait puan ortalamaları arasında ($F_{(4-514)}=.396$, $p=.811$) anlamlı farklılaşma bulunmamıştır. Başka bir deyişle, lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları algılanan anne-baba tutumuna göre değişiklik göstermemektedir.

4.3.6. Lise Öğrencilerinin Sosyal ve Kültürel Faaliyetlere Katılım Değişkenine Göre Sosyal Medya Tutum Puanlarına İlişkin Bulgular

Lise öğrencilerinin sosyal ve kültürel faaliyetlere katılım değişkenine göre sosyal medya tutum puan ortalamaları arasında anlamlı farklılaşma olup olmadığını saptamak amacı ile tek faktörlü varyans analizi (One Way ANOVA) yapılmış ve sonuçlar Tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9. *Lise Öğrencilerinin Sosyal ve Kültürel Faaliyetlere Katılım Değişkenine Göre Ortalaması, Standart Sapması ve Sosyal Medya Tutum Puanları Arasındaki Farka İlişkin Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları*

	N	$\bar{X}$	Ss	F	Sd	P
Sosyal ve Kültürel Faaliyetlere Katılım						
Sıklıkla	117	73.43	12.02			
Ara Sıra	334	70.64	11.45	2.918	2,516	.055
Katılmam	68	69.82	13.27			
Toplam	519	71.16	11.88			

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

Tablo 9’da yer alan analiz sonuçları incelendiğinde, lise öğrencilerinin sosyal ve kültürel faaliyetlere katılım değişkenine göre sosyal medya tutumlarına ait puan ortalamaları arasında ($F_{(2-516)}=2.918$, $p=.055$) anlamlı farklılaşma bulunmamıştır. Başka bir deyişle, lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları sosyal ve kültürel faaliyetlere katılım durumuna göre değişiklik göstermemektedir.

4.3.7. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyada Günlük Geçirilen Süre Değişkenine Göre Sosyal Medya Tutum Puanlarına İlişkin Bulgular

Lise öğrencilerinin sosyal medyada günlük geçirilen süre değişkenine göre sosyal medya tutum puan ortalamaları arasında anlamlı farklılaşma olup olmadığını saptamak amacı ile tek faktörlü varyans analizi (One Way ANOVA) yapılmış ve sonuçlar Tablo 10’da verilmiştir.

Tablo 10. *Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyada Günlük Geçirilen Süre Değişkenine Göre Ortalaması, Standart Sapması ve Sosyal Medya Tutum Puanları Arasındaki Farka İlişkin Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları*

Sosyal Medyada Günlük Geçirilen Süre	N	$\bar{X}$	Ss	F	Sd	P	Fark
Yarım saat ve daha az (1)	68	65.22	14.21				3>1
1 saat (2)	95	68.37	10.28				3>2
1-3 saat (3)	210	72.06	10.92	9.896	4,514	.000***	4>1
3-6 saat (4)	104	73.48	10.60				4>2
6-12 saat (5)	42	76.85	13.85				5>1
Toplam	519	71.16	11.88				5>2
							5>3

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

Tablo 10’da yer alan analiz sonuçlarına göre, lise öğrencilerinin sosyal medyada günlük geçirilen süre değişkenine göre sosyal medya tutumlarına ait puan ortalamaları arasında ($F_{(4-514)}=9.896$, $p=.000$) anlamlı farklılaşma bulunmuştur. Farkın hangi gruplardan kaynaklandığını saptamak amacıyla Post Hoc Analizi (LSD) ile çoklu karşılaştırmalar yapılmış ve sonuçları incelenmiştir. Uygulanan Post Hoc Analizi (LSD) sonucunda sosyal medyada günlük yarım saat ve altında vakit geçiren ($p<.001$, $p=.000$) ve günlük 1 saat vakit geçiren öğrenciler ($p<.01$, $p=.010$) ile günlük 1-3 saat vakit geçiren öğrenciler arasında, günlük 1-3 saat vakit geçiren öğrencilerin lehine, sosyal medyada günlük yarım saat ve altında vakit geçiren ($p<.001$, $p=.000$) ve günlük 1 saat vakit geçiren öğrenciler ($p<.01$, $p=.002$) ile günlük 3-6 saat vakit geçiren öğrenciler arasında, günlük 3-6 saat vakit geçiren öğrencilerin lehine, sosyal medyada günlük yarım saat ve altında vakit geçiren ($p<.001$, $p=.000$), 1 saat vakit geçiren ($p<.001$, $p=.000$) ve 1-3 saat vakit geçiren öğrenciler ($p<.005$, $p=.014$) ile günlük 6-12 saat vakit geçiren öğrenciler arasında, günlük 6-12 saat vakit geçiren öğrencilerin lehine anlamlı farklılaşma bulunmuştur.

4.4. Lise Öğrencilerinin Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanlarına İlişkin Bulgular

Tablo 11. *Lise öğrencilerinin Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Ölçeği ve Alt Boyutlarına Göre Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanlarına Ait Alt ve Üst Değerleri, Ortalamaları ve Standart Sapmaları*

MSİAOİ	N	En düşük	En yüksek	$\bar{X}$	Ss
Mükemmeliyetçilik	519	12.00	45.00	36.21	5.64
Dışsal Kontrol	519	8.00	40.00	17.28	6.01
Yanlış Çıkarım	519	5.00	25.00	12.54	4.68
Genellemeler	519	8.00	37.00	19.39	5.97
Özsaygı	519	3.00	15.00	6.56	2.74
MSİAOİ Toplam	519	43.00	158.00	92.01	17.11

Tablo 11’de, katılımcıların Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Ölçeği ve alt boyutlarından almış oldukları puanlar gösterilmektedir. Buna göre, katılımcıların ölçekten almış olduğu toplam puan 43 ve 158 aralığında ($\bar{X}=92.01$, $Ss=17.11$), mükemmeliyetçilik alt boyutunda elde ettikleri puanlar 12 ile 45 aralığında ($\bar{X}=36.21$, $Ss=5.64$), dışsal kontrol alt boyutunda elde ettikleri puanlar 8 ile 40 aralığında ($\bar{X}=17.28$, $Ss=6.01$), yanlış çıkarım alt boyutunda elde ettikleri puanlar 5 ile 25 aralığında değişmektedir ($\bar{X}=12.54$, $Ss=4.68$). Genellemeler alt boyutunda elde ettikleri puanlar 8 ile 37 aralığında ($\bar{X}=19.39$, $Ss=5.97$) ve özsaygı alt boyutunda elde ettikleri puanlar 3 ile 15 aralığında ($\bar{X}=6.56$, $Ss=2.74$) değişmektedir. MSİAOİÖ toplam puanında ve alt boyutlarında alınabilecek en yüksek ve en düşük puanlar; MSİAOİÖ toplam için 33-165 aralığı, mükemmeliyetçilik alt boyutu için 9-45 aralığı, dışsal kontrol alt boyutu için 5-40 aralığı, yanlış çıkarımlar alt boyutu için 5-25 aralığı, genellemeler alt boyutu için 5-40 aralığı ve özsaygı alt boyutu için 3-15 puan aralığıdır. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre, lise öğrencilerinin meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarına ait puan ortalamaları orta düzeyde bulunmuştur. Alt boyutlar incelendiğinde; mükemmeliyetçiliğe ait puan ortalamaları yüksek düzeyde, dışsal kontrol, yanlış çıkarım ve genellemelere ait puan ortalamaları orta düzeyde ve özsaygı alt boyutuna ait puan ortalamaları ise düşük düzeyde bulunmuştur.

4.5. Lise Öğrencilerinin Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançları ile Çeşitli Sosyodemografik Değişkenler Arasındaki İlişkilere Yönelik Bulgular

4.5.1. Lise Öğrencilerinin Cinsiyet Değişkenine Göre Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanlarına İlişkin Bulgular

Lise öğrencilerinin cinsiyet değişkenine göre meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarına ait puan ortalamaları arasında anlamlı farklılaşma olup olmadığını saptamak için t testi uygulanmış ve sonuçları Tablo 12’de verilmiştir.

Tablo 12. Lise Öğrencilerinin Cinsiyetlerine Göre Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanlarına İlişkin Ortalamaları, Standart Sapmaları ve t Değeri

Cinsiyet	N	$\bar{X}$	Ss	t	P
Kadın	267	87.80	15.75	-5.949	.000***
Erkek	252	96.46	17.39		

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

Tablo 12’de yer alan analiz sonuçlarına göre, lise öğrencilerinin cinsiyetleri açısından meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarına ait puan ortalamaları arasında ($t_{519}=-5.949$, $p=.000$) anlamlı farklılaşma bulunmuştur. Ortalamalara bakıldığında erkeklerin ($\bar{X}=96.46$) meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inanç puanları kadınların paunlarına ($\bar{X}=87.80$) göre anlamlı derecede yüksektir.

4.5.2. Lise Öğrencilerinin Sınıf Düzeyi Değişkenine Göre Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanlarına İlişkin Bulgular

Lise öğrencilerinin sınıf düzeyi değişkenine göre meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarına ait puan ortalamaları arasında anlamlı farklılaşma olup olmadığını saptamak amacı ile tek faktörlü varyans analizi (One Way ANOVA) yapılmış ve sonuçlar Tablo 13’te verilmiştir.

Tablo 13. *Lise Öğrencilerinin Sınıf Düzeyi Değişkenine Göre Ortalaması, Standart Sapması ve Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanları Arasındaki Farka İlişkin Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları*

Sınıf Düzeyi	N	$\bar{X}$	Ss	F	Sd	P	Fark
9. Sınıf (1)	146	95.52	18.13	7.943	3,515	.000***	1>2
10. Sınıf (2)	93	87.17	16.34				1>3
11. Sınıf (3)	90	87.26	15.99				4>2
12. Sınıf (4)	190	93.93	16.25				4>3
Toplam	519	92.01	17.11				

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

Tablo 13'te yer alan analiz sonuçlarına göre, lise öğrencilerinin sınıf düzeyi değişkenine göre meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarına ait puan ortalamaları arasında ($F_{(3-515)}=7.943$, $p=.000$) anlamlı farklılaşma bulunmuştur. Farkın hangi gruplardan kaynaklandığını saptamak amacıyla Post Hoc Analizi (LSD) ile çoklu karşılaştırmalar yapılmış ve sonuçları incelenmiştir. Uygulanan Post Hoc Analizi (LSD) sonucunda ($p<.001$, $p=.000$) 10. sınıf ve ($p<.001$, $p=.000$) 11. sınıf öğrenciler ile 9. sınıf öğrenciler arasında, 9. sınıf öğrencilerin lehine anlamlı farklılaşma bulunmuştur. Öte yandan ($p<.01$, $p=.002$) 10. sınıf ve ($p<.01$, $p=.002$) 11. sınıf öğrenciler ile 12. sınıf öğrenciler arasında, 12. sınıf öğrencilerin lehine anlamlı farklılaşma bulunmuştur.

4.5.3. Lise Öğrencilerinin Okul Türü Değişkenine Göre Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanlarına İlişkin Bulgular

Lise öğrencilerinin okul türü değişkenine göre meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarına ait puan ortalamaları arasında anlamlı farklılaşma olup olmadığını saptamak amacı ile tek faktörlü varyans analizi (One Way ANOVA) yapılmış ve sonuçlar Tablo 14'te verilmiştir.

Tablo 14. *Lise Öğrencilerinin Okul Türü Değişkenine Göre Ortalaması, Standart Sapması ve Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanları Arasındaki Farka İlişkin Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları*

Okul Türü	N	$\bar{X}$	Ss	F	Sd	P	Fark
Anadolu L. (1)	204	95.26	17.75	8.101	2,516	.000***	1>2
Fen L. (2)	155	88.03	15.66				1>3
İmam Hatip L. (3)	160	91.71	16.87				
Toplam	519	92.01	17.11				

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

Tablo 14'te yer alan analiz sonuçlarına göre, lise öğrencilerinin okul türü değişkenine göre meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarına ait puan ortalamaları arasında ($F_{(2-516)}=8.101$, $p=.000$) anlamlı farklılaşma bulunmuştur. Farkın hangi gruplardan kaynaklandığını saptamak amacıyla Post Hoc Analizi (LSD) ile çoklu karşılaştırmalar yapılmış ve sonuçları incelenmiştir. Uygulanan Post Hoc Analizi (LSD) sonucunda ($p<.001$, $p=.000$) Fen lisesi ve ($p<.05$, $p=.047$) İmam Hatip lisesi öğrencileri ile Anadolu lisesi öğrencileri arasında, Anadolu lisesi öğrencilerinin lehine anlamlı farklılaşma bulunmuştur.

4.5.4. Lise Öğrencilerinin Algılanan Sosyo-ekonomik Düzey Değişkenine Göre Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanlarına İlişkin Bulgular

Lise öğrencilerinin algılanan sosyo-ekonomik düzey değişkenine göre meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarına ait puan ortalamaları arasında anlamlı farklılaşma olup olmadığını saptamak amacı ile tek faktörlü varyans analizi (One Way ANOVA) yapılmış ve sonuçlar Tablo 15'te verilmiştir.

Tablo 15. Lise Öğrencilerinin Algılanan Sosyo-ekonomik Düzey Değişkenine Göre Ortalaması, Standart Sapması ve Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanları Arasındaki Farka İlişkin Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

Sosyo-ekonomik Düzey	N	$\bar{X}$	Ss	F	Sd	P	Fark
Yüksek (1)	70	89.28	18.80				3>1
Orta (2)	423	91.92	16.76	4.353	2,516	.013*	3>2
Düşük (3)	26	100.76	15.72				
Toplam	519	92.01	17.11				

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

Tablo 15'te yer alan analiz sonuçlarına göre, lise öğrencilerinin algılanan sosyo-ekonomik düzey değişkenine göre meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarına ait puan ortalamaları arasında ($F_{(2-516)}=4.353$, $p=.013$) anlamlı farklılaşma bulunmuştur. Farkın hangi gruplardan kaynaklandığını saptamak amacıyla Post Hoc Analizi (LSD) ile çoklu karşılaştırmalar yapılmış ve sonuçları incelenmiştir. Uygulanan Post Hoc Analizi (LSD) sonucunda algıladığı sosyo-ekonomik düzeyi yüksek olan öğrenciler ($p<.01$, $p=.003$) ve algıladığı sosyo-ekonomik düzeyi orta olan öğrenciler ($p<.01$, $p=.010$) algıladığı sosyo-ekonomik düzeyi düşük olan öğrenciler arasında, algıladığı sosyo-ekonomik düzeyi düşük olan öğrencilerin lehine anlamlı farklılaşma bulunmuştur.

4.5.5. Lise Öğrencilerinin Algılanan Anne-Baba Tutumu Değişkenine Göre Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanlarına İlişkin Bulgular

Lise öğrencilerinin algılanan anne-baba tutumu değişkenine göre meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarına ait puan ortalamaları arasında anlamlı farklılaşma olup olmadığını saptamak amacı ile tek faktörlü varyans analizi (One Way ANOVA) yapılmış ve sonuçlar Tablo 16’da verilmiştir.

Tablo 16. Lise Öğrencilerinin Algılanan Anne-Baba Tutumu Değişkenine Göre Ortalaması, Standart Sapması ve Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanları Arasındaki Farka İlişkin Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

	N	$\bar{X}$	Ss	F	Sd	P
Anne-Baba Tutumu						
Baskıcı-otoriter	78	94.74	18.33			
Demokratik	165	92.21	17.65			
Koruyucu	253	90.54	15.66	2.309	4,514	.057
Tutarsız	9	89.66	19.19			
İlgisiz	14	102.35	23.57			
Toplam	519	92.01	17.11			

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

Tablo 16’da yer alan analiz sonuçları incelendiğinde, lise öğrencilerinin algılanan anne-baba tutumu değişkenine göre meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarına ait puan ortalamaları arasında ($F_{(4-514)}=2.309$, $p=.057$) anlamlı farklılaşma bulunmamıştır. Başka bir deyişle, lise öğrencilerinin meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları algılanan anne-baba tutumuna göre değişiklik göstermemektedir.

4.5.6. Lise Öğrencilerinin Sosyal ve Kültürel Faaliyetlere Katılım Değişkenine Göre Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanlarına İlişkin Bulgular

Lise öğrencilerinin sosyal ve kültürel faaliyetlere katılım değişkenine göre meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarına ait puan ortalamaları arasında anlamlı farklılaşma olup olmadığını saptamak amacı ile tek faktörlü varyans analizi (One Way ANOVA) yapılmış ve sonuçlar Tablo 17’de verilmiştir.

Tablo 17. Lise Öğrencilerinin Sosyal ve Kültürel Faaliyetlere Katılım Değişkenine Göre Ortalaması, Standart Sapması ve Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanları Arasındaki Farka İlişkin Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

	N	$\bar{X}$	Ss	F	Sd	P
Sosyal ve Kültürel Faaliyetlere Katılım						
Sıklıkla	117	92.33	17.52			
Ara sıra	334	91.34	15.84	1.146	2,516	.319
Katılmam	68	94.75	21.79			
Toplam	519	92.01	17.11			

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

Tablo 17’de yer alan analiz sonuçları incelendiğinde, lise öğrencilerinin sosyal ve kültürel faaliyetlere katılım değişkenine göre meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarına ait puan ortalamaları arasında ($F_{(2-516)}=1.146$, $p=.319$) anlamlı farklılaşma bulunmamıştır. Başka bir deyişle, lise öğrencilerinin meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları sosyal ve kültürel faaliyetlere katılım durumuna göre değişiklik göstermemektedir.

4.5.7. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyada Günlük Geçirilen Süre Değişkenine Göre Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanlarına İlişkin Bulgular

Lise öğrencilerinin sosyal medyada günlük geçirilen süre değişkenine göre meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarına ait puan ortalamaları arasında anlamlı farklılaşma olup olmadığını saptamak amacı ile tek faktörlü varyans analizi (One Way ANOVA) yapılmış ve sonuçlar Tablo 18’de verilmiştir.

Tablo 18. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyada Günlük Geçirilen Süre Değişkenine Göre Ortalaması, Standart Sapması ve Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanları Arasındaki Farka İlişkin Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

	N	$\bar{X}$	Ss	F	Sd	P	Fark
Sosyal Medyada Günlük Geçirilen Süre							
Yarım saat ve daha az (1)	68	88.79	16.51				5>1
1 saat (2)	95	92.21	17.39				5>2
1-3 saat (3)	210	90.02	15.17	6.337	4,514	.000***	5>3
3-6 saat (4)	104	93.36	17.87				5>4
6-12 saat (5)	42	103.35	20.27				
Toplam	519	92.01	17.11				

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

Tablo 18’de yer alan analiz sonuçlarına göre, lise öğrencilerinin sosyal medyada günlük geçirilen süre değişkenine göre meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarına ait puan ortalamaları arasında ($F_{(4-514)}=6.337$, $p=.000$) anlamlı farklılaşma bulunmuştur. Farkın hangi gruplardan kaynaklandığını saptamak amacıyla Post Hoc Analizi (LSD) ile çoklu karşılaştırmalar yapılmış ve sonuçları incelenmiştir. Uygulanan Post Hoc Analizi (LSD) sonucunda sosyal medyada günlük yarım saat ve altında ($p<.001$, $p=.000$), günlük 1 saat ($p<.001$, $p=.000$), günlük 1-3 saat ($p<.001$, $p=.000$), günlük 3-6 saat ($p<.001$, $p=.001$) ve günlük 6-12 saat vakit geçiren öğrencilerin arasında, günlük 6-12 saat vakit geçiren öğrencilerin lehine anlamlı farklılaşma bulunmuştur.

4.6. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutum ve Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanları Arasındaki İlişkilere Yönelik Bulgular

Lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları ve meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla ilgili ölçek ve alt boyutlardan elde ettikleri puanlar arasında hesaplanan korelasyon katsayıları Tablo 19’da verilmiştir.

Tablo 19. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutum ve Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanlarına İlişkin Korelasyon Analizi Sonuçları

	Sosyal Yetkinlik	Paylaşım İhtiyacı	Öğretmenle İlişki	Sosyal İzolasyon	SMTT Toplam
Mükemmeliyetçilik	-.021	.191**	-.034	.047	.105**
Dışsal Kontrol	.439**	.122**	.225**	-.313**	.185**
Yanlış Çıkarım	.403**	.114**	.170**	-.283**	.163**
Genellemeler	.456**	.158**	.218**	-.291**	.220**
Özsaygı	.418**	.109*	.247**	-.300**	.180**
MSİAOİ Toplam	.484**	.210**	.230**	-.321**	.250**

* $p<.05$ ** $p<.01$

Tablo 19’da yer alan analiz sonuçları incelendiğinde, lise öğrencilerinin meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inanç toplam puanı ile sosyal medya tutum alt boyutlarından sosyal izolasyon arasında orta düzeyde ters yönlü ilişki ($r=-.321$, $p<.01$), paylaşım ihtiyacı ile arasında düşük düzeyde aynı yönlü ilişki ($r=.210$, $p<.01$), öğretmenlerle ilişki ile arasında düşük düzeyde aynı yönlü ilişki ($r=.230$,

$p < .01$), sosyal yetkinlik ile arasında orta düzeyde aynı yönlü ilişki ($r = .484$, $p < .01$) ve sosyal medya tutum toplam puanı ile arasında düşük düzeyde aynı yönlü ilişki ($r = .250$, $p < .01$) bulunmuştur.

Meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların mükemmeliyetçilik alt boyutu ile sosyal medya tutum alt boyutlarından sosyal yetkinlik ($r = -.021$, $p > .05$), öğretmenlerle ilişki ($r = -.034$, $p > .05$) ve sosyal izolasyon ($r = .047$, $p > .05$) arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır. Paylaşım ihtiyacı ile mükemmeliyetçilik arasında düşük düzeyde aynı yönlü ilişki ($r = .191$, $p < .01$) ve sosyal medya tutum toplam puanı ile mükemmeliyetçilik arasında düşük düzeyde aynı yönlü ilişki ($r = .105$, $p < .01$) bulunmuştur.

Meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların dışsal kontrol alt boyutu ile sosyal medya tutum alt boyutlarından sosyal izolasyon arasında orta düzeyde ters yönlü ilişki ($r = -.313$, $p < .01$), sosyal yetkinlik ile arasında orta düzeyde aynı yönlü ilişki ($r = .439$, $p < .01$), paylaşım ihtiyacı ile arasında düşük düzeyde aynı yönlü ilişki ($r = .122$, $p < .01$), öğretmenlerle ilişki ile arasında düşük düzeyde aynı yönlü ilişki ($r = .225$, $p < .01$) ve sosyal medya tutum toplam puanı ile arasında düşük düzeyde aynı yönlü ilişki ($r = .185$, $p < .01$) bulunmuştur.

Meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların yanlış çıkarım alt boyutu ile sosyal medya tutum alt boyutlarından sosyal izolasyon ile arasında düşük düzeyde ters yönlü ilişki ($r = -.283$, $p < .01$), sosyal yetkinlik ile arasında orta düzeyde aynı yönlü ilişki ($r = .403$, $p < .01$), paylaşım ihtiyacı ile arasında düşük düzeyde aynı yönlü ilişki ($r = .114$, $p < .01$), öğretmenlerle ilişki ile arasında düşük düzeyde aynı yönlü ilişki ($r = .170$, $p < .01$) ve sosyal medya tutum toplam puanı ile arasında düşük düzeyde aynı yönlü ilişki ($r = .163$, $p < .01$) bulunmuştur.

Meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların genellemeler alt boyutu ile sosyal medya tutum alt boyutlarından sosyal izolasyon arasında düşük düzeyde ters yönlü ilişki ($r = -.291$, $p < .01$), sosyal yetkinlik ile arasında orta düzeyde aynı yönlü ilişki ($r = .456$, $p < .01$), paylaşım ihtiyacı ile arasında düşük düzeyde aynı yönlü ilişki ($r = .158$, $p < .01$), öğretmenlerle ilişki ile arasında düşük düzeyde aynı yönlü ilişki

($r=.218$, $p<.01$) ve sosyal medya tutum toplam puanı ile arasında düşük düzeyde aynı yönlü ilişki ($r=.220$, $p<.01$) bulunmuştur.

Meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların özsaygı alt boyutu ile sosyal medya tutum alt boyutlarından sosyal izolasyon arasında orta düzeyde ters yönlü ilişki ($r=-.300$, $p<.01$), sosyal yetkinlik ile arasında orta düzeyde aynı yönlü ilişki ($r=.418$, $p<.01$), paylaşım ihtiyacı ile arasında düşük düzeyde aynı yönlü ilişki ($r=.109$, $p<.05$), öğretmenlerle ilişki ile arasında düşük düzeyde aynı yönlü ilişki ($r=.247$, $p<.01$) ve sosyal medya tutum toplam puanı ile arasında düşük düzeyde aynı yönlü ilişki ($r=.180$, $p<.01$) bulunmuştur.

4.7. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumlarının Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlarını Yordamadaki Rolüne İlişkin Bulgular

Lise öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların mükemmeliyetçilik alt boyutunu anlamlı düzeyde yordayıp yordamadığını belirlemek amacıyla çoklu regresyon analizi yapılmış ve sonuçlar Tablo 20’de verilmiştir.

Tablo 20. *Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumlarının Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançların Mükemmeliyetçilik Alt Boyutunu Yordamasına İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları*

Model	B	SH	β	t	P
Sabit	32.045	1.619		19.798	.000
Sosyal Yetkinlik	-.198	.060	-.188	-3.322	.001
Paylaşım İhtiyacı	.284	.047	.321	5.979	.000
Öğretmenle İlişki	-.113	.079	-.065	-1.421	.156
Sosyal İzolasyon	.004	.048	.004	.091	.928
R=.260	R ² =.068	F ₍₄₋₅₁₈₎ =9.335		p=.000	

Tablo 20’de yer alan analiz sonuçları incelendiğinde, oluşturulan regresyon modelinin anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($F_{(4-518)}=9.335$, $p<.001$). Sosyal medya tutumlarının, meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların mükemmeliyetçilik alt boyutuna ilişkin varyansın %6.8’ini açıkladığı görülmektedir ($R^2=.068$). Standardize edilmiş regresyon katsayısına (β) göre, yordayıcı değişkenlerin

mükemmeliyetçilik üzerindeki görelî önem sırası; paylaşım ihtiyacı, sosyal yetkinlik, öğretmenle ilişki ve sosyal izolasyondur. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin sonuçlar incelendiğinde ise; paylaşım ihtiyacı ($\beta=.321$, $t=5.979$, $p<.001$) ve sosyal yetkinliğin ($\beta=-.188$, $t=-3.322$, $p<.01$) mükemmeliyetçilik üzerinde önemli (anlamlı) bir yordayıcı olduğu görülmektedir. Öğretmenle ilişki ($\beta=-.065$, $t=-1.421$, $p>.05$) ve sosyal izolasyon ($\beta=.004$, $t=.091$, $p>.05$) ise önemli bir etkiye sahip değildir.

Lise öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların dışsal kontrol alt boyutunu anlamlı düzeyde yordayıp yordamadığını belirlemek amacıyla çoklu regresyon analizi kullanılmış ve sonuçlar Tablo 21’de verilmiştir.

Tablo 21. *Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumlarının Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançların Dışsal Kontrol Alt Boyutunu Yordamasına İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları*

Model	B	SH	β	t	P
Sabit	17.202	1.543		11.150	.000
Sosyal Yetkinlik	.529	.057	.471	9.298	.000
Paylaşım İhtiyacı	-.189	.045	-.200	-4.171	.000
Öğretmenle İlişki	.194	.076	.104	2.563	.011
Sosyal İzolasyon	-.182	.046	-.161	-3.942	.000
R=.506	R ² =.256	F ₍₄₋₅₁₈₎ =44.175		p=.000	

Tablo 21’de yer alan analiz sonuçları incelendiğinde, oluşturulan regresyon modelinin anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($F_{(4-518)}=44.175$, $p<.001$). Sosyal medya tutumlarının, meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların dışsal kontrol alt boyutuna ilişkin varyansın %25.6’sını açıkladığı görülmektedir ($R^2=.256$). Standardize edilmiş regresyon katsayısına (β) göre, yordayıcı değişkenlerin dışsal kontrol üzerindeki görelî önem sırası; sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı, sosyal izolasyon ve öğretmenle ilişkidir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin sonuçlar incelendiğinde ise; sosyal yetkinlik ($\beta=.471$, $t=9.298$, $p<.001$), paylaşım ihtiyacı ($\beta=-.200$, $t=-4.171$, $p<.001$), sosyal izolasyon ($\beta=-.161$, $t=-3.942$, $p<.001$) ve öğretmenle ilişkinin ($\beta=.104$, $t=2.563$, $p<.05$) dışsal kontrol üzerinde önemli (anlamlı) bir yordayıcı olduğu görülmektedir.

Lise öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların yanlış çıkarım alt boyutunu anlamlı düzeyde yordayıp yordamadığını belirlemek amacıyla çoklu regresyon analizi kullanılmış ve sonuçlar Tablo 22’de verilmiştir.

Tablo 22. *Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumlarının Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançların Yanlış Çıkarım Alt Boyutunu Yordamasına İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları*

Model	B	SH	β	t	P
Sabit	12.591	1.238		10.166	.000
Sosyal Yetkinlik	.386	.046	.442	8.458	.000
Paylaşım İhtiyacı	-.128	.036	-.175	-3.533	.000
Öğretmenle İlişki	.077	.061	.053	1.266	.206
Sosyal İzolasyon	-.129	.037	-.146	-3.486	.001
R=.457	R ² =.209	F ₍₄₋₅₁₈₎ =33.879		p=.000	

Tablo 22’de yer alan analiz sonuçları incelendiğinde, oluşturulan regresyon modelinin anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($F_{(4-518)}=33.879$, $p<.001$). Sosyal medya tutumlarının, meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların yanlış çıkarım alt boyutuna ilişkin varyansın %20.9’unu açıkladığı görülmektedir ($R^2=.209$). Standardize edilmiş regresyon katsayısına (β) göre, yordayıcı değişkenlerin yanlış çıkarım üzerindeki göreceli önem sırası; sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı, sosyal izolasyon ve öğretmenle ilişkidir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin sonuçlar incelendiğinde ise; sosyal yetkinlik ($\beta=.442$, $t=8.458$, $p<.001$), paylaşım ihtiyacı ($\beta=-.175$, $t=-3.533$, $p<.001$) ve sosyal izolasyonun ($\beta=-.146$, $t=-3.486$, $p<.01$) yanlış çıkarım üzerinde önemli (anlamlı) bir yordayıcı olduğu görülmektedir. Öğretmenle ilişki ($\beta=.053$, $t=1.266$, $p>.05$) ise önemli bir etkiye sahip değildir.

Lise öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların genellemeler alt boyutunu anlamlı düzeyde yordayıp yordamadığını belirlemek amacıyla çoklu regresyon analizi kullanılmış ve sonuçlar Tablo 23’te verilmiştir.

Tablo 23. *Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumlarının Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançların Genellemeler Alt Boyutunu Yordamasına İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları*

Model	B	SH	β	t	P
Sabit	17.794	1.537		11.578	.000
Sosyal Yetkinlik	.535	.057	.480	9.441	.000
Paylaşım İhtiyacı	-.152	.045	-.162	-3.371	.001
Öğretmenle İlişki	.161	.075	.087	2.133	.033
Sosyal İzolasyon	-.152	.046	-.135	-3.312	.001
R=.501	R ² =.251	F ₍₄₋₅₁₈₎ =43.138		p=.000	

Tablo 23'te yer alan analiz sonuçları incelendiğinde, oluşturulan regresyon modelinin anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($F_{(4-518)}=43.138$, $p<.001$). Sosyal medya tutumlarının, meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların genellemeler alt boyutuna ilişkin varyansın %25.1'ini açıkladığı görülmektedir ($R^2=.251$). Standardize edilmiş regresyon katsayısına (β) göre, yordayıcı değişkenlerin genellemeler üzerindeki göreceli önem sırası; sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı, sosyal izolasyon ve öğretmenle ilişkidir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin sonuçlar incelendiğinde ise; sosyal yetkinlik ($\beta=.480$, $t=9.441$, $p<.001$), paylaşım ihtiyacı ($\beta=-.162$, $t=-3.371$, $p<.01$), sosyal izolasyon ($\beta=-.135$, $t=-3.312$, $p<.01$) ve öğretmenle ilişkinin ($\beta=.087$, $t=2.133$, $p<.05$) genellemeler üzerinde önemli (anlamlı) bir yordayıcı olduğu görülmektedir.

Lise öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların özsaygı alt boyutunu anlamlı düzeyde yordayıp yordamadığını belirlemek amacıyla çoklu regresyon analizi kullanılmış ve sonuçlar Tablo 24'te verilmiştir.

Tablo 24. *Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumlarının Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançların Özsaygı Alt Boyutunu Yordamasına İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları*

Model	B	SH	β	t	p
Sabit	6.494	.708		9.170	.000
Sosyal Yetkinlik	.229	.026	.448	8.777	.000
Paylaşım İhtiyacı	-.089	.021	-.208	-4.301	.000
Öğretmenle İlişki	.116	.035	.137	3.335	.001
Sosyal İzolasyon	-.078	.021	-.151	-3.667	.000
R=.494	R ² =.244	F ₍₄₋₅₁₈₎ =41.409		p=.000	

Tablo 24’te yer alan analiz sonuçları incelendiğinde, oluşturulan regresyon modelinin anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($F_{(4-518)}=41.409$, $p<.001$). Sosyal medya tutumlarının, meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların özsaygı alt boyutuna ilişkin varyansın %24.4’ünü açıkladığı görülmektedir ($R^2=.244$). Standardize edilmiş regresyon katsayısına (β) göre, yordayıcı değişkenlerin özsaygı üzerindeki göreceli önem sırası; sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı, sosyal izolasyon ve öğretmenle ilişkidir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin sonuçlar incelendiğinde ise; sosyal yetkinlik ($\beta=.448$, $t=8.777$, $p<.001$), paylaşım ihtiyacı ($\beta=-.208$, $t=-4.301$, $p<.001$), sosyal izolasyon ($\beta=-.151$, $t=-3.667$, $p<.001$) ve öğretmenle ilişkinin ($\beta=.137$, $t=3.335$, $p<.01$) özsaygı üzerinde önemli (anlamlı) bir yordayıcı olduğu görülmektedir.

BÖLÜM V

TARTIŞMA

Bu bölümde araştırma sonucunda elde edilen bulgular, araştırmanın amaçları ve alan yazında yer alan çalışmalar ile birlikte tartışılmış ve yorumlanmıştır.

5.1. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutum Puanlarına İlişkin Bulguların Tartışılması

Araştırmada lise öğrencilerinin sosyal medyaya karşı tutumları olumlu bulunmuştur. Alt boyutlara bakıldığında, paylaşım ihtiyacı ve sosyal izolasyona ait puan ortalamaları yüksek düzeyde, sosyal yetkinliğe ait puan ortalamaları orta düzeyde ve öğretmenlerle ilişki alt boyutuna ait puan ortalamaları orta düzeyde bulunmuştur. Yapılan araştırmalar incelendiğinde; araştırmanın bulgusunu destekleyen (Amaghani, 2016; Arın, 2013; Karakaya ve diğerleri, 2018; Kılıç, 2016; Kocabaş, 2019; Otrar ve Arın, 2014; Uslu, 2019) çalışmalar bulunmaktadır. Öte yandan (Kenny ve Johnson, 2016; Mahadi ve diğerleri, 2016; Murray ve Ward, 2017; Ricciardelli ve diğerleri, 2020) üniversite öğrencileriyle yapılan çalışmalarda öğrencilerin sosyal medya tutumları yüksek düzeyde bulunmuştur. Ayrıca Saraçoğlu ve Aküzüm (2017) tarafından öğretmen adayı üniversite öğrencileriyle yapılan çalışmada, öğretmen adaylarının sosyal medya tutumlarının düşük düzeyde olduğu ayrıca öğretmen adaylarının sosyal medyanın sosyal yetkinlik kazandırmadığını ve sosyal izolasyona neden olduğunu düşündükleri bulunmuştur.

Araştırmanın bulgularına ve alan yazındaki çalışmaların bulgularına bakıldığında lise öğrencilerinin sosyal medyaya karşı tutumlarının genellikle olumlu olduğu söylenebilir. Bu durum sosyal medyanın hızla gelişmesiyle, özellikle ergenlik dönemindeki bireylerin ilgisini çekecek yeni uygulamalar üretmesiyle açıklanabilir. Örneğin; lise öğrencileri Youtube, Instagram, Tiktok gibi birçok sosyal medya uygulamasında yazı, çeşitli görsel ve video paylaşımlarıyla özgürce eğlenmektedirler. Ayrıca bu uygulamalarda kendi yayınlarını yapabilmektedirler. Lise öğrencilerinin sosyal medyaya karşı tutumlarının olumlu olması bu şekilde yorumlanabilir.

5.2. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumları ile Çeşitli Sosyodemografik Değişkenler Arasındaki İlişkilere Yönelik Bulguların Tartışılması

Lise öğrencilerinin cinsiyetlerine göre sosyal medya tutumlarına ait puan ortalamaları arasında anlamlı farklılaşma bulunmamıştır. Başka bir deyişle, sosyal medya tutumu kadın ve erkek öğrencilere göre değişiklik göstermemektedir. Yapılan araştırmalar incelendiğinde; araştırmanın bulgusunu destekler nitelikte (Amaghani, 2016; Arın, 2013; Atalay, 2014; Ergüder, 2019; Kılıç, 2016; Kocabaş, 2019; Mahadi ve diğerleri, 2016; Otrar ve Arın, 2014; Yanık-Düşünceli, 2016) çalışmalar mevcuttur. Bununla birlikte Saraçoğlu ve Aküzüm (2017) tarafından üniversite öğrencileriyle yapılan araştırmada, öğrencilerin sosyal medya tutumlarının cinsiyete göre anlamlı şekilde farklılaşmadığı bulunmuştur. Öte yandan lise öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının cinsiyete göre erkeklerin lehine (Aksak, 2017; Çap, 2017; Gül, 2019) ve kadınların lehine (Tuğlu, 2017; Uslu, 2019; Yabancı, 2019) farklılaştığını saptayan çalışmalar da mevcuttur. Ayrıca Peluchette ve Karl (2008) tarafından üniversite ve Zengin (2019) tarafından ortaokul öğrencileriyle yapılan çalışmada kadınların lehine anlamlı farklılaşma bulunmuştur. Alan yazındaki çalışmaların bulgularına bakıldığında lise öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediği konusunda farklı sonuçlar çıkmıştır. Araştırmada ise lise öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının cinsiyete göre farklılaşmadığı bulunmuştur. Bu durum sosyal medyanın geniş içeriğiyle her yaştan insana hitap ettiği gibi cinsiyet açısından da hem kadınlara hem de erkeklere hitap etmesiyle açıklanabilir. Örneğin; kadınlar sosyal medyada alışveriş, güzellik ve kişisel bakım gibi çeşitli ihtiyaçlarını karşılayabilmektedirler. Erkekler ise sosyal medya üzerinden çeşitli yayınlar yapabilmekte ve oyunlar oynayabilmektedir. Öte yandan sosyal medya hem kadın hem de erkekler için iletişim amaçlı kullanılabilir. Sosyal medya tutumun kadın ve erkek öğrencilere göre farklılaşması bu şekilde yorumlanabilir.

Lise öğrencilerinin sınıf düzeyi değişkenine göre sosyal medya tutumlarına ait puan ortalamaları arasında 10. sınıf öğrenciler ile 9 ve 12. sınıf öğrenciler arasında 9 ve 12. sınıf öğrencilerin lehine, öte yandan 11. sınıf öğrenciler ile 9. sınıf öğrenciler arasında 9. sınıf öğrencilerin lehine anlamlı farklılaşma bulunmuştur. Başka bir deyişle, 9. sınıf öğrencilerin 10 ve 11. sınıflara göre, 12. sınıf öğrencilerin ise 10.

sınıflara göre sosyal medyaya karşı olumlu tutumlarının daha fazla olduğu görülmektedir. Yapılan araştırmalar incelendiğinde; 12. sınıf öğrencilerin, 10. sınıflara göre (Argın, 2013, Otrar ve Argın, 2014), 9. sınıf öğrencilerin ise, 10 ve 11. sınıf öğrencilere göre sosyal medyaya karşı olumlu tutumlarının daha fazla olduğu çalışmalar bulunmaktadır (Atalay, 2014; Ergüder, 2019; Karakaya ve diğerleri, 2018; Uslu, 2019). Bu çalışmalar araştırmanın bulgusunu kısmen desteklemektedir. Öte yandan Aksak (2017) tarafından yapılan çalışmada 10. sınıf öğrencilerinin 12. sınıf öğrencilerine göre, Tuğlu (2017) tarafından ortaokul öğrencileriyle yapılan çalışmada ise 8. sınıf öğrencilerinin 5. ve 6. sınıf öğrencilerine göre sosyal medyaya karşı olumlu tutumlarının daha fazla olduğu bulunmuştur. Bununla birlikte lise öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının sınıf düzeyine göre farklılaşmadığını ortaya koyan (Amaghani, 2016; Çap, 2017; Kılıç, 2016; Yabancı, 2019) çalışmalar da mevcuttur. Ayrıca Saraçoğlu ve Aküzüm (2019) tarafından üniversite öğrencileriyle yapılan çalışmada öğrencilerin sosyal medya tutumlarının sınıf düzeyine göre farklılaşmadığı bulunmuştur. Bu araştırmanın bulgularına göre, 9. ve 12. sınıf öğrencilerin, 10 ve 11. sınıflara göre sosyal medyaya karşı olumlu tutumları daha fazladır. Bu durum, ortaokuldan sonra yeni bir ortama giren ve bu ortama alışma sürecinde olan 9. sınıf öğrencilerin sosyal medyayı sosyalleşme aracı olarak görmesiyle açıklanabilir. Öte yandan 12. sınıfların sosyal medyaya karşı olumlu tutumlarının daha fazla olması ise, yoğun sınav döneminin vermiş olduğu kaygı ve stresten kaçış ya da arkadaşlarının çoğuyla kaynaşmış olmanın verdiği sosyallikle açıklanabilir.

Lise öğrencilerinin okul türü değişkenine göre sosyal medya tutumlarına ait puan ortalamaları arasında Fen, İmam Hatip ve Anadolu lisesi öğrencileri arasında, Anadolu lisesi öğrencilerinin lehine, anlamlı farklılaşma bulunmuştur. Başka bir deyişle, Anadolu lisesi öğrencilerinin, Fen ve İmam Hatip lisesi öğrencilerine göre sosyal medyaya karşı olumlu tutumları daha fazladır. Yapılan araştırmalar incelendiğinde; araştırma bulgusunu destekler nitelikte (Aksak, 2017; Amaghani, 2016; Çap, 2017; Ergüder, 2019) çalışmalar mevcuttur. Öte yandan, İmam Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medyaya karşı olumlu tutumlarının Anadolu lisesi öğrencilerine göre (Türk, 2019), Meslek lisesi öğrencilerinin Anadolu ve genel lise öğrencilerine göre (Atalay, 2014) ve Anadolu lisesi öğrencilerinin Meslek lisesi

öğrencilerine göre (Uslu, 2019) daha yüksek bulunduğu çalışmalar da mevcuttur. Ayrıca Yabancı (2019) tarafından yapılan araştırmada lise öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının okul türüne göre farklılaşmadığını bulunmuştur. Bu araştırmanın bulgularına ve alan yazındaki çalışmaların bulgularına bakıldığında, genel olarak lise öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının okul türüne göre farklılaştığı söylenebilir. Araştırmada ise daha düşük puanla girilen liselerdeki öğrencilerin, daha yüksek puanla girilen liselerdeki öğrencilere göre sosyal medyaya karşı olumlu tutumlarının daha fazla olduğu bulunmuştur. Bu durum, bu öğrencilerin akademik başarı sağlamak için derslerine sosyal medyadan daha fazla zaman ayırmalarıyla açıklanabilir.

Lise öğrencilerinin algılanan sosyo-ekonomik düzey değişkenine göre sosyal medya tutumları puan ortalamaları arasında anlamlı farklılaşma bulunmamıştır. Başka bir deyişle, lise öğrencilerinin sosyal medya tutumu, algılanan sosyo-ekonomik düzeye göre değişiklik göstermemektedir. Bu durum teknolojinin gittikçe gelişmesi, bireylerin İnternete erişim imkanının daha da artması ve sosyal medyanın toplumun her kesimine hitap etmesiyle açıklanabilir. Yapılan araştırmalar incelendiğinde; araştırma bulgusunu destekleyen (Aksak, 2017; Amaghani, 2016; Arın, 2013; Atalay, 2014; Karakaya ve diğerleri, 2018; Yabancı, 2019) çalışmalar mevcuttur. Öte yandan Çap (2017) tarafından yapılan araştırmada algıladığı sosyo-ekonomik düzeyi yüksek olan lise öğrencilerinin, algıladığı sosyo-ekonomik düzeyi orta ve düşük olan öğrencilere göre sosyal medyaya karşı olumlu tutumları daha fazla bulunmuştur.

Lise öğrencilerinin sosyal medyada günlük geçirilen süre değişkenine göre sosyal medya tutumlarına ait puan ortalamaları arasında sosyal medyayı günlük yarım saat ve altında ve 1 saat kullananlar ile; 1-3 saat, 3-6 saat ve 6-12 saat kullananlar arasında, 1-3 saat, 3-6 saat ve 6-12 saat kullananların lehine, öte yandan sosyal medyayı günlük 1-3 saat kullananlar ile 6-12 saat kullananlar arasında 6-12 saat kullananların lehine anlamlı farklılaşma bulunmuştur. Bu durum beklenildiği gibi, sosyal medyada günlük fazla zaman harcayan lise öğrencilerinin, daha az zaman harcayanlara göre sosyal medyaya karşı olumlu tutumlarının daha fazla olduğu şeklinde yorumlanabilir. Lise öğrencileri sosyal medyada daha fazla zaman geçirdikçe bu mecraya olan tutumları artmaktadır. Çünkü birey ne ile vakit geçiriyorsa ona karşı tutumunun olumlu olması beklenir. Yapılan araştırmalar

incelendiğinde; araştırma bulgularını destekleyen (Aksak, 2017; Arın, 2013; Atalay, 2014; Çap, 2017; Ergüder, 2017; Kılıç, 2016; Uslu, 2019; Yanık-Düşünceli, 2016) çalışmalar olduğu görülmektedir. Alan yazın incelendiğinde, sosyal medya tutum düzeyinin, sosyal medyada günlük geçirilen süre açısından farklılaşmadığını ortaya koyan bir araştırmaya rastlanmamıştır.

5.3. Lise Öğrencilerinin Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançları ile Çeşitli Sosyodemografik Değişkenler Arasındaki İlişkilere Yönelik Bulguların Tartışılması

Lise öğrencilerinin cinsiyetlerine göre meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarına ait puan ortalamaları arasında erkeklerin lehine anlamlı farklılaşma bulunmuştur. Başka bir deyişle, erkek öğrencilerin meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları kadın öğrencilerden daha fazla bulunmuştur. Yapılan araştırmalar incelendiğinde, lise öğrencilerinin meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarının erkeklerin lehine farklılaştığını destekleyen araştırmalar mevcuttur (Alver ve Kutluca, 2019; Çivitçi ve Çivitçi, 2009; Eraslan-Çapan ve Korkut-Owen, 2018; Gati ve Saka, 2001; Korkut-Owen ve Eraslan-Çapan, 2017a; Yılmaz, 2019). Ayrıca Hou (2017) tarafından üniversite öğrencileriyle yapılan çalışmada, erkek öğrencilerin kadınlara göre meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları daha fazla bulunmuştur. Öte yandan lise öğrencilerinde meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların kadınlarda daha fazla olduğunu (Altıntaş, 2006; Bacanlı, 2012; Kepir-Savoly, 2011; Kepir- Savoly ve Korkut Owen, 2015) ve cinsiyete göre farklılaşmadığını saptayan (Durm ve Stowers, 1998; Kartol, 2013; Mahadevan, 2002) çalışmalar mevcuttur. Bununla birlikte Kelly ve Shin (2008) tarafından yapılan araştırmada üniversite öğrencilerinin; Ogbuanya ve diğerleri (2017) tarafından yapılan araştırmada ise ortaokul öğrencilerinin meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarına ait puan ortalamaları arasında anlamlı farklılaşma bulunmamıştır. Alan yazında ulaşılabilen çalışmalar sonucunda meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlar ve cinsiyet arasındaki ilişkiye dair farklı bulgulara rastlanmıştır. Kadınlar lehine anlamlı farklılaşma bulan araştırmalar genellikle bu durumu toplumun bireylerin cinsiyetine göre kadınlara farklı roller yüklemesine bağlamakta; erkekler lehine anlamlı farklılaşma bulan araştırmalar ise bu durumu

toplumun erkeklerden mesleki anlamda daha yüksek beklentilere sahip olmasıyla ilişkilendirmektedir. Bu araştırmada ise erkek öğrencilerin meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları kadınlardan daha fazla bulunmuştur. Bu durum erkek öğrencilerin, toplumun ataerkil özellikler göstermesi nedeniyle bir an önce meslek sahibi olarak toplumsal yaşamda aktif rol oynama istekleri ile açıklanabilir. Erkek öğrencilerin hayata erken atılmak amacıyla meslekler hakkında sorgulamadan, düşünmeden meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlar geliştirebilecekleri düşünülmektedir.

Lise öğrencilerinin sınıf düzeyi değişkenine göre meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarına ait puan ortalamaları arasında 10. ve 11. sınıf öğrencileri ile 9. ve 12. sınıf öğrencileri arasında, 9. ve 12. sınıf öğrencilerinin lehine anlamlı farklılaşma bulunmuştur. Başka bir deyişle, 9. sınıf ve 12. sınıf öğrencilerin meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları 10. ve 11. sınıf öğrencilere göre daha fazladır. Yapılan araştırmalar incelendiğinde; Korkut-Owen ve Eraslan-Çapan (2017a) tarafından yapılan araştırmada, 11. sınıf öğrencilerin meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları 9. sınıf öğrencilerden daha fazla bulunmuştur. Hou (2017) tarafından üniversite öğrencileriyle yapılan çalışmada ise, öğrencilerin sınıf düzeyi arttıkça meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarının da arttığı bulunmuştur. Bu bağlamda sınıf düzeyi arttıkça meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların arttığını saptayan ve ayrıca araştırmanın bulgusunu kısmen destekleyen bu çalışmalar bu durumun nedenini üniversite sınavı yaklaştıkça gelecek kaygısının ve meslek edinme kaygısının artmasıyla açıklamaktadır (Güler, 2012). Lise son sınıf öğrencileri duydukları kaygıdan dolayı kendi yaşamlarını bir an önce kurmak için acele edip, yanlış düşünceler içine girerek meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlar geliştirebilirler. Ancak araştırmada 9. sınıf öğrencilerinin de 12. sınıf öğrenciler gibi meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarının 10 ve 11. sınıflara göre fazla olduğu bulunmuştur. Anılan, Çemrek ve Anagün (2008) ve Akkoç (2012) tarafından yapılan araştırmaların bulgularıyla desteklenen bu durum ise liseye yeni başlayan 9. sınıf öğrencilerin kendilerini ve meslekleri henüz yeterince tanımamasıyla açıklanabilir. Ortaokulu yeni bitirmiş ve lise öğrenimine yeni başlamış bu öğrenciler hem fiziksel hem de bilişsel açıdan hızlı bir gelişim halinde oldukları için meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlar geliştirebilirler. Öte yandan lise

öğrencilerinin meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarının sınıf düzeyine göre farklılaşmadığını ortaya koyan çalışmalar da mevcuttur (Hassan ve Ghalayini, 2019; Yılmaz, 2019; Yurtal, 2001). Bu durum ise konuyla ilgili daha fazla çalışma yapılması gerektiğini düşündürmektedir.

Lise öğrencilerinin okul türü değişkenine göre meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarına ait puan ortalamaları arasında Fen, İmam Hatip ve Anadolu lisesi öğrencileri arasında Anadolu lisesi öğrencilerinin lehine anlamlı farklılaşma bulunmuştur. Başka bir deyişle, Anadolu lisesi öğrencilerinin meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları, sırasıyla İmam Hatip ve Fen lisesi öğrencilerine göre daha fazla bulunmuştur. Yapılan araştırmalar incelendiğinde; Araştırmanın bulgusunu destekleyen (Göller, 2010; Korkut-Owen ve Eraslan-Çapan, 2018; Yılmaz, 2019) çalışmalar mevcuttur. Eraslan-Çapan ve Korkut-Owen (2017b) tarafından yapılan araştırmada düşük puanla öğrenci alan Meslek lisesi ve düşük puanla öğrenci alan Anadolu lisesi öğrencilerinin meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları, yüksek puanla öğrenci alan Anadolu lisesi öğrencilerine göre daha fazla bulunmuştur. Araştırmanın bulguları incelendiğinde, düşük puanla girilen okullardaki öğrencilerin meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları, yüksek puanla girilen okullardaki öğrencilere göre daha fazladır. Bu durum akademik başarı düzeyi düşük olan öğrencilerin, kendileri ve meslek ile ilgili düşünceler hakkında diğerlerine göre daha az bilinçli olmalarıyla açıklanabilir. Ancak Kepir Savoly (2011) tarafından yapılan başka bir araştırmada ise Anadolu lisesi öğrencilerinin meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları Meslek lisesi öğrencilerinden daha fazla bulunmuştur. Bu durum ise, Meslek lisesi öğrencilerinin mesleğe ilişkin kararlarını Anadolu lisesi öğrencilerine göre daha önceden vermiş olmaları ve bu doğrultuda hedefler belirlemelerine bağlanmaktadır. Öte yandan lise öğrencilerinin meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarının okul türüne göre farklılaşmadığını saptayan (El-Hassan ve Ghalayini, 2019; Kılıç, 2010) çalışmalar da mevcuttur. Bu durum ise konuyla ilgili daha fazla çalışma yapılması gerektiğini düşündürmektedir.

Lise öğrencilerinin algılanan sosyo-ekonomik düzey değişkenine göre meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarına ait puan ortalamaları arasında, algıladığı sosyo-ekonomik düzeyi yüksek ve orta olan öğrenciler ile algıladığı sosyo-ekonomik

düzeyi düşük olan öğrenciler arasında, algıladığı sosyo-ekonomik düzeyi düşük olanların lehine anlamlı farklılaşma bulunmuştur. Başka bir deyişle, algıladığı sosyo-ekonomik düzeyi düşük olan öğrencilerin, algıladığı sosyo-ekonomik seviyesi yüksek ve orta olan öğrencilere göre meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları daha fazladır. Bu durum algıladığı sosyo-ekonomik düzeyi düşük olan öğrencilerin daha az sosyal ve maddi olanağa sahip olmalarıyla birlikte, özgüvenlerinin ve öz yeterliliklerinin düşük olmasıyla açıklanabilir. Ayrıca algıladığı sosyo-ekonomik düzeyi düşük olan bu bireylerin çevresinden kolay etkilenebileceği düşünülmektedir. Çünkü sosyal ve maddi anlamda sıkıntı çekilen çevrelerde geliri ve saygınlığı yüksek olan meslekler bireylere, hayatta mutlu ve başarılı olabilmeleri için dayatılabilir. Yapılan araştırmalar incelendiğinde; araştırmanın bulgusunu destekleyen (Arulmani, Laar ve Easton, 2003; Eraslan-Çapan ve Korkut-Owen, 2017b) çalışmalar mevcuttur. Bununla birlikte Alver ve Kutluca (2019) tarafından yapılan çalışmada lise son sınıf öğrencilerinin algıladığı sosyoekonomik düzeyleri ile, meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların alt boyutlarından yanlış çıkarım, genellemeler ve özsaygı arasında anlamlı farklılaşma bulunmazken, dışsal kontrol alt boyutunda algıladığı sosyo-ekonomik düzeyi düşük olan öğrencilerin lehine; mükemmeliyetçilik alt boyutunda ise algıladığı sosyo-ekonomik düzeyi yüksek olan öğrencilerin lehine anlamlı farklılaşma bulunmuştur. Araştırma bulgusunu kısmen destekleyen bu araştırmada algıladığı sosyo-ekonomik düzeyi yüksek olan lise son sınıf öğrencilerinin meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarının diğerlerine göre yüksek çıkmasının nedeni, araştırma grubunun daha az katılımcı ve aynı çevreden oluşmasıyla açıklanabilir. Alan yazın incelendiğinde, meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların, algılanan sosyo-ekonomik düzey açısından farklılık göstermediği bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu durum ise konuyla ilgili daha fazla çalışma yapılması gerektiğini düşündürmektedir.

Lise öğrencilerinin sosyal medyada günlük geçirilen süre değişkenine göre meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarına ait puan ortalamaları arasında anlamlı farklılaşma bulunmuştur. Sosyal medyada günlük yarım saat ve altında vakit geçirenler, 1 saat vakit geçirenler, 1-3 saat vakit geçirenler, 3-6 saat vakit geçirenler ve 6-12 saat vakit geçirenler arasında, günlük 6-12 saat vakit geçirenlerin lehine anlamlı farklılaşma bulunmuştur. Başka bir deyişle, sosyal medyada günlük 6-12 saat

vakit geçiren lise öğrencilerinin, daha az vakit geçirenlere göre meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarının daha fazla olduğu bulunmuştur. Bu durum sosyal medyanın bilgi kirliliğine açık, kontrolsüz ve denetimsiz bir yapı olarak, çok geniş bir içeriğe sahip olmasıyla açıklanabilir. Buradan hareketle lise öğrencilerinin sosyal medyada günlük geçirdiği süre arttıkça çeşitli yazı, resim ya da videolar ile yaşamın her alanıyla ilgili olabilecek bu içeriklerin çoğuna ulaşma imkanları artmaktadır. Ayrıca bu durum sosyal medyada kısa yoldan ünlü olma, lüks yaşamın özendirilmesi, saygınlığın sadece birkaç meslek grubuyla ilişkilendirilmesi gibi birçok içerikle saatlerce karşılaşabilen lise öğrencilerinde meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların daha fazla olmasıyla açıklanabilir. Yapılan araştırmalar incelendiğinde; meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların, sosyal medyada günlük geçirilen süreye göre farklılık gösterip göstermediğini inceleyen bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu durum ise konuyla ilgili daha fazla çalışma yapılması gerektiğini düşündürmektedir.

5.4. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutum ve Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlar Puanları Arasındaki İlişkilere Yönelik Bulguların Tartışılması

Lise öğrencilerinin meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inanç toplam puanı ile sosyal medya tutum alt boyutlarından sosyal izolasyon ile ters yönlü, sosyal yetkinlik ile aynı yönlü orta düzeyde ilişki, paylaşım ihtiyacı, öğretmenlerle ilişki ve sosyal medya tutum toplam puanı ile arasında düşük düzeyde aynı yönlü ilişki bulunmuştur. Başka bir deyişle, lise öğrencilerinin sosyal izolasyon düzeyleri arttıkça meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları azalmaktayken, sosyal medyaya karşı olumlu tutumları arttıkça meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları artmaktadır. Bu durum şöyle yorumlanabilir; lise öğrencileri sosyal ortamlardan izole oldukça meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları azalmaktadır. Ayrıca sosyal medyaya karşı olumlu tutumları arttıkça, meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları artmaktadır. Yapılan çalışmalar incelendiğinde; sosyal medya tutumu ve meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlar arasındaki ilişkileri araştıran çalışmalara rastlanmamakla birlikte, Karakaya ve diğerleri, (2018) tarafından yapılan çalışmada, sosyal medya tutumları olumlu olan lise öğrencilerinin yüksek

statülü mesleklere olan ilgilerinin arttığı bulunmuştur. Alan yazında sosyal medyanın bilinçli kullanımının bireyde iletişim becerilerinin gelişmesi, yaşam boyu öğrenme (Toprak ve Uca Güneş, 2015; Uca Güneş, 2016), meslekler hakkında bilgiye hızlı şekilde ulaşabilme (Çelik, 2019), sosyal araştırmalar yapabilme (Eren, 2014; Kulaksız, 2019), üniversite programları, mesleklerdeki iş ve çalışma imkanları hakkında bilgi edinme (Sezer, 2019) ve kişisel doyum sağlama (Sarsar ve diğerleri, 2015) gibi olumlu sonuçlarını bulgulayan çalışmalar olsa da, çocukluk ve aile deneyimlerinin yanı sıra (Akkoç, 2012) bilgi teknolojilerindeki artışla birlikte (Deniz, 2001) İnternet ve sosyal medya ortamları bireylerin meslek seçimi kararını etkileyebilmektedir. Örneğin, medya yayınlarında cinsiyete dayalı mesleği özendiren televizyon şovları, filmler, reklamlar (Aktaş, 2018), çarpık görüntüler ve önyargılar bireylerin gerçek dünyayı algılamalarını olumsuz etkilemesine (Tanrıverdi-Yılmaz, 2018), ‘-meli, -malı’ düşünce tarzının oluşmasına ve bu nedenle meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlar geliştirmelerine neden olabilmektedir (Yılmaz, 2019). Öte yandan sosyal medyanın aşırı kullanımı depresyona (Lin, Sidani, Shensa, Radoviç, Miller ve Colditz, 2016; Özkul ve Günüşen, 2020), mesleki performansın düşmesine (Gündoğmuş ve diğerleri, 2020; Macit ve diğerleri, 2018), psikolojik ve sosyal sorunlara (Aydoğmuş ve Çetin, 2019; Balkaya-Çetin, 2014; Gürcan ve Hamarta, 2013; Kaşıkçı, 2019) neden olabilmektedir. Genel olarak sosyal medyanın çocuk ve gençler üzerinde cinsiyet, mesleki inanç, değer ve davranışlar açısından belirleyici bir etkisi vardır (Arslan, 2006). Araştırmanın bulgusunu destekleyen bu çalışmalar incelendiğinde lise öğrencilerinin sosyal medyaya karşı olumlu tutumları arttıkça meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarının da arttığı söylenebilir.

Meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların mükemmeliyetçilik alt boyutu ile sosyal medya tutum alt boyutlarından sosyal yetkinlik, öğretmenlerle ilişki ve sosyal izolasyon arasında anlamlı ilişki bulunmazken; paylaşım ihtiyacı ve sosyal medya tutum toplam puanı ile arasında düşük düzeyde aynı yönlü ilişki bulunmuştur. Başka bir deyişle, lise öğrencilerinin sosyal medyaya karşı olumlu tutumları ve paylaşım ihtiyacı arttıkça meslek seçimine ilişkin mükemmeliyetçilikleri de artmaktadır. Bu durum şöyle yorumlanabilir; sosyal medya son yıllarda toplumsal yaşamın sanal ortama yansıtıldığı bir mecra haline gelmiştir. Bu nedenle seçilen mesleği mutlaka iyi yapma, meslek hakkında her şeyi bilme, mesleğin tüm sosyal, duygusal ve

fiziksel gereksinimleri karşılama ve meslekte çok başarılı olma gibi mükemmelliyetçi özellikler sosyal medyada yer alabilmektedir. Paylaşım ihtiyacı fazla ve sosyal medya tutumu olumlu olan lise öğrencileri ise meslek seçimine ilişkin bu mükemmelliyetçi inançlara sahip olabilmektedir. Yapılan çalışmalar incelendiğinde; mükemmelliyetçilik ve sosyal medya tutumu arasındaki ilişkilerin araştırıldığı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ancak Mutlu'ya (2019) göre, lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarına bakıldığında, kusursuzluk ve mükemmelliyetçi tercihlerde bulundukları dikkat çekmektedir. Bilgina ve Doğrusever (2018) tarafından yapılan araştırmada ise, ergenlerin sosyal medya bağımlılığı ile mükemmeliyetçilik düzeyleri arasında anlamlı ilişki bulunmuştur.

Meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların dışsal kontrol alt boyutu ile sosyal medya tutum alt boyutlarından sosyal izolasyon arasında orta düzeyde ters yönlü ilişki, paylaşım ihtiyacı, öğretmenlerle ilişki ve sosyal medya tutum toplam puanı ile arasında düşük, sosyal yetkinlik ile arasında orta düzeyde aynı yönlü ilişki bulunmuştur. Başka bir deyişle, lise öğrencilerinin sosyal medyaya karşı olumlu tutumları arttıkça meslek seçimine ilişkin dışsal kontrol düzeyleri de artmaktadır. Bu durum şöyle yorumlanabilir; son yıllarda sosyal medyada çeşitli meslek gruplarına torpil ve iltimas yoluyla girildiği haberleri yayınlanabilmektedir. Bununla birlikte lise öğrencileri, çevresindeki kişilerin mesleki konulardaki paylaşımlarını örnek alabilmektedirler. Bu nedenle lise öğrencilerinin sosyal medyaya karşı olumlu tutumları arttıkça seçilen mesleği sansa dayandırma, meslek seçiminde çevresindeki kişilerin görüşlerinden çıkmama gibi dışsal kontrol düzeyleri artabilmektedir. Yapılan çalışmalar incelendiğinde; dışsal kontrol ve sosyal medya tutumu arasındaki ilişkilerin araştırıldığı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ancak lise öğrencilerinde İnternet ve sosyal medyanın problemlili kullanılmasıyla ilgili olarak dışsal kontrollerinin arttığını bulgulayan (Çiçek, 2019; Yüce, 2018) çalışmalar mevcuttur. Öte yandan Ceylan (2015) tarafından 18-30 yaş arası bireylerle yapılan araştırmada, 18-30 yaş arası kişilerin İnternet ve sosyal medya bağımlılıklarının artmasına bağlı olarak dışsal kontrol düzeylerinin arttığı bulunmuştur.

Meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların yanlış çıkarım alt boyutu ile sosyal medya tutum alt boyutlarından sosyal izolasyon arasında düşük düzeyde ters yönlü ilişki, paylaşım ihtiyacı, öğretmenlerle ilişki ve sosyal medya tutum toplam puanı ile

arasında düşük düzeyde ve sosyal yetkinlik ile arasında orta düzeyde aynı yönlü ilişki bulunmuştur. Başka bir deyişle, lise öğrencilerinin sosyal izolasyon düzeyleri arttıkça meslek seçimine ilişkin yanlış çıkarımları azalmaktayken, sosyal medyaya karşı olumlu tutumları arttıkça meslek seçimine ilişkin yanlış çıkarımları artmaktadır. Bu durum şöyle yorumlanabilir; lise öğrencileri kendilerini sosyal ortamlardan izole ettikçe, mutluluğu yalnızca kazancı yüksek, saygın ve popüler mesleklerde arama ve ailesini mutlu etmek için onların istediği mesleği seçme gibi yanlış çıkarımları azalmaktadır. Ancak lise öğrencilerinin sosyal medyaya karşı olumlu tutumları arttıkça bu tür meslek seçimine ilişkin yanlış çıkarımları artmaktadır. Yapılan çalışmalar incelendiğinde; yanlış çıkarım ve sosyal medya tutumu arasındaki ilişkilerin araştırıldığı bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların genellemeler alt boyutu ile sosyal medya tutum alt boyutlarından sosyal izolasyon arasında düşük düzeyde ters yönlü ilişki, paylaşım ihtiyacı, öğretmenlerle ilişki ve sosyal medya tutum toplam puanı ile düşük, sosyal yetkinlik ile orta düzeyde aynı yönlü ilişki bulunmuştur. Başka bir deyişle, lise öğrencilerinin sosyal izolasyon düzeyleri arttıkça meslek seçimine ilişkin genellemeleri azalmaktayken, sosyal medyaya karşı olumlu tutumları arttıkça meslek seçimine ilişkin genellemeleri artmaktadır. Bu durum şöyle yorumlanabilir; lise öğrencileri sosyal ortamlardan izole oldukça meslek seçimine ilişkin genellemeleri azalmaktadır. Ancak sosyal medyaya karşı olumlu tutum arttıkça kadınların ve erkeklerin seçeceği mesleklerin farklı olması, yorucu olmayan mesleğin iyi olması, meslek kararının yalnızca bir kez verilmesi, zeki insanların mutlaka iyi bir meslek sahibi olacağını içeren bu tür genellemeler artmaktadır. Çünkü sosyal medyada yapılan paylaşımlar ve yayınlar bireylere özgü değildir. Toplumun geneline hitap eden kısa süreli ve güncel paylaşımlardır. Yapılan çalışmalar incelendiğinde; genellemeler ve sosyal medya tutumu arasındaki ilişkilerin araştırıldığı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ancak Bilgin (2017) kişilik özellikleri ile sosyal medya kullanımı arasında ilişki olduğunu vurgulamaktadır. Sosyal medyayı fazla kullanan ergenlerin seçici soyutlama ve aşırı genellemeler yaptıklarını belirtmektedir.

Meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların özsaygı alt boyutu ile sosyal medya tutum alt boyutlarından sosyal izolasyon arasında orta düzeyde ters yönlü,

paylaşım ihtiyacı, öğretmenlerle ilişki, sosyal medya tutum toplam puanı ile arasında düşük düzeyde, sosyal yetkinlik ile arasında orta düzeyde aynı yönlü ilişki bulunmuştur. Başka bir deyişle, lise öğrencileri sosyal ortamlardan izole oldukça, seçilen mesleğin başkalarına değerli ve saygın görünme kriteri olması anlamına gelen özsaygıları azalmaktadır. Ayrıca sosyal medyaya karşı olumlu tutumları arttıkça meslek seçimine ilişkin özsaygıları artmaktadır. Yapılan çalışmalar incelendiğinde; özsaygı ve sosyal medya tutumu arasındaki ilişkilerin araştırıldığı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ancak Reisoğlu, Gedik ve Göktaş (2013) tarafından öğretmen adaylarıyla yapılan araştırmada, özsaygı ve problemlı İnternet kullanımı arasında zayıf bir ilişki bulunmuştur.

5.5. Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumlarının Meslek Seçimine İlişkin Akılcı Olmayan İnançlarını Yordamadaki Rolüne İlişkin Bulguların Tartışılması

Lise öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların mükemmeliyetçilik alt boyutunu anlamlı düzeyde yordayıp yordamadığını belirlemek amacıyla yapılan çoklu regresyon analizinin sonuçlarına göre, sosyal medya tutum ölçeği alt boyutlarından paylaşım ihtiyacı ve sosyal yetkinliğin mükemmeliyetçiliği anlamlı bir şekilde yordadığı; öğretmenle ilişki ve sosyal izolasyonun ise mükemmeliyetçiliği yordamadığı görülmektedir. Yapılan çalışmalar incelendiğinde; sosyal medya tutumunun mükemmeliyetçiliği yordayıp yordamadığının araştırıldığı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ancak Bilgina ve Doğrusever (2018) tarafından yapılan araştırmada, ergenlerin sosyal medya bağımlılığının mükemmeliyetçiliği yordadığı bulunmuştur. Ayrıca Aydın'a göre (2017), üniversite öğrencilerinin problemlı İnternet kullanımları mükemmeliyetçiliği anlamlı düzeyde yordamaktadır. Öte yandan Satıcı (2019) tarafından 18-31 yaş arasındaki bireylerle yapılan araştırmada ise, 18-31 yaş arasındaki bireylerin sosyal medya bağımlılığının mükemmeliyetçiliği anlamlı düzeyde yordadığı bulunmuştur.

Lise öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların dışsal kontrol alt boyutunu anlamlı düzeyde yordayıp yordamadığını belirlemek amacıyla yapılan çoklu regresyon analizinin sonuçlarına göre, sosyal

medya tutum ölçeği alt boyutlarının tamamı; sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı, sosyal izolasyon ve öğretmenlerle ilişkinin, dışsal kontrolü anlamlı bir şekilde yordadığı görülmektedir. Yapılan çalışmalar incelendiğinde; sosyal medya tutumunun mükemmelliyetçiliği yordayıp yordamadığının araştırıldığı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ancak Demır, Özköklü ve Turgut (2015) tarafından yapılan araştırmada, ergenlerin problemlı İnternet kullanımının en önemli yordayıcısının dışsal kontrol olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan Ekşi, Turgut ve Sevim (2019) tarafından yapılan araştırmada, sosyal medya bağımlılık eğilimi gösteren üniversite öğrencilerinin dışsal kontrolünün yüksek olduğu bulunmuştur.

Lise öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların yanlış çıkarım alt boyutunu anlamlı düzeyde yordayıp yordamadığını belirlemek amacıyla yapılan çoklu regresyon analizinin sonuçlarına göre, sosyal medya tutum ölçeği alt boyutlarından; sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı ve sosyal izolasyonun, yanlış çıkarımı anlamlı bir şekilde yordadığı; öğretmenle ilişkinin ise yanlış çıkarımı yordamadığı görülmektedir. Yapılan çalışmalar incelendiğinde; sosyal medya tutumunun yanlış çıkarımı yordayıp yordamadığının araştırıldığı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ancak Baş (2018) tarafından yapılan araştırmada, sosyal medya tutumlarının bireylerin fazla paylaşımlar yaparak saygınlık kazanma gibi yanlış çıkarımlarını yordadığı bulunmuştur.

Lise öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların genellemeler alt boyutunu anlamlı düzeyde yordayıp yordamadığını belirlemek amacıyla yapılan çoklu regresyon analizinin sonuçlarına göre, sosyal medya tutum ölçeği alt boyutlarının tamamı; sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı, sosyal izolasyon ve öğretmenlerle ilişkinin, genellemeleri anlamlı bir şekilde yordadığı görülmektedir. Yapılan çalışmalar incelendiğinde; sosyal medya tutumunun genellemeleri yordayıp yordamadığının araştırıldığı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ancak Çoban ve Çok (2011) tarafından yapılan araştırmada, İnternet sayfalarında ve medyada meslek seçimi konusunda aşırı genellemeye dönük paylaşımların yapıldığı ve öğrencilerin bundan etkilendiğine dikkat çekilmiştir.

Lise öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların özsaygı alt boyutunu anlamlı düzeyde yordayıp yordamadığını belirlemek

amacıyla yapılan çoklu regresyon analizinin sonuçlarına göre, sosyal medya tutum ölçeği alt boyutlarının tamamı; sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı, sosyal izolasyon ve öğretmenlerle ilişkinin, özsaygıyı anlamlı bir şekilde yordadığı görölmektedir. Yapılan çalışmalar incelendiğinde; sosyal medya tutumunun özsaygıyı yordayıp yordamadığının araştırıldığı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ancak Reisoğlu, Gedik ve Göktaş (2013) tarafından öğretmen adaylarıyla yapılan araştırmada, özsaygının problemli İnternet kullanımının anlamlı bir yordayıcısı olmadığı tespit edilmiştir.



BÖLÜM VI

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmanın bu bölümünde elde edilen sonuçlara ve benzer konularda araştırma yapmak isteyen araştırmacılar için çeşitli önerilere yer verilmiştir.

Araştırmanın Sonuçları

Bu araştırmada lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları ve meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları cinsiyet, sınıf düzeyi, okul türü, algılanan sosyo-ekonomik düzey, algılanan anne-baba tutumu, sosyal ve kültürel faaliyetlere katılım ve sosyal medyada günlük geçirilen süre değişkenleri açısından incelenmiştir. Daha sonra lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları ile meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar şu şekilde sıralanabilir:

Araştırmada lise öğrencilerinin sosyal medyaya karşı tutumlarının olumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları ise orta düzeydir. Bununla birlikte araştırmada bazı bulgular öne çıkmaktadır. Sosyal medyada günlük altı saatin üzerinde kısacası aşırı vakit geçiren lise öğrencilerinin daha az vakit geçirenlere göre, sosyal medyaya karşı olumlu tutumları daha fazla bulunmuştur. Ayrıca sosyal medyada daha az vakit geçirenlere göre, aşırı vakit geçiren öğrencilerin meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarının daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte lise öğrencilerinin sosyal medyaya karşı olumlu tutumları arttıkça meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarının da arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre 9. ve 12. sınıf öğrencilerin, 10. ve 11. sınıf öğrencilere göre sosyal medyaya karşı olumlu tutumları daha fazladır. Ayrıca bu öğrencilerin 10. ve 11. sınıf öğrencilere göre meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları da daha fazladır. Bununla birlikte Anadolu lisesi öğrencilerinin Fen ve İmam hatip lisesi öğrencilerine göre, sosyal medyaya karşı olumlu tutumları daha fazladır. Ayrıca bu öğrencilerin Fen ve İmam hatip lisesi öğrencilerine göre meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları da daha fazladır. Algılanan sosyo-ekonomik düzeye göre

lise öğrencilerinin sosyal medya tutumlarında farklılaşma bulunmazken, algıladığı sosyo-ekonomik düzeyi orta ve yüksek olanlara göre, algıladığı sosyo-ekonomik düzeyi düşük olan öğrencilerin meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları daha fazla bulunmuştur. Öte yandan lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları cinsiyet, algılanan sosyo-ekonomik düzey, algılanan anne-baba tutumu ve sosyal ve kültürel faaliyetlere katılma sıklığına göre, meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları ise algılanan anne-baba tutumu ile sosyal ve kültürel faaliyetlere katılma sıklığına göre farklılık göstermemektedir.

Araştırmada lise öğrencilerinin sosyal medya tutumlarının meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarını yordamadaki rolüne ilişkin bulgulara göre, sosyal medya tutum ölçeği alt boyutlarının tamamı; sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı, sosyal izolasyon ve öğretmenlerle ilişkinin; meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlar ölçeği alt boyutları olan dışsal kontrol, genellemeler ve özsaygıyı anlamlı bir şekilde yordadığı sonucuna ulaşılmıştır. Öte yandan paylaşım ihtiyacı ve sosyal yetkinliğin mükemmeliyetçiliği anlamlı bir şekilde yordadığı; öğretmenle ilişki ve sosyal izolasyonun ise mükemmeliyetçiliği yordamadığı görülmektedir. Ayrıca sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı ve sosyal izolasyonun, yanlış çıkarımı anlamlı bir şekilde yordadığı; öğretmenle ilişkinin ise yanlış çıkarımı yordamadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Öneriler

Araştırma sonuçlarından hareketle kariyer psikolojik danışmanlarına, okul psikolojik danışmanlarına sosyal medya tutumu ve meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlar konusuna ilgi duyan araştırmacılara yapabilecekleri yeni araştırmalarla ilgili olarak şu önerilerde bulunulabilir:

Araştırma sonuçları itibarıyla ortaöğretimde görevli okul psikolojik danışmanlarına, öğrencileri ve velileri sosyal medyayı bilinçli ve faydalı kullanmaları konusunda bilgilendirmeleri önerilir.

Ebeveynlere; özellikle sosyal medyada aşırı vakit geçiren öğrencilerin ailelerine, çocuklarının günlük sosyal medya kullanımını denetlemeleri ve kontrol altında tutmaları önerilir.

Kanun yapıcılara; ilköğretimden lisansüstü seviyesine kadar eğitim müfredatlarına bilinçli sosyal medya kullanımı için gerekli düzenlemelerin yapılması önerilir.

Öte yandan araştırmacılara lise öğrencilerinin meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarını sosyal medya bağımlılığı, problemli İnternet kullanımı ve sosyal medyanın aşırı kullanımı gibi bağımsız değişkenlerle çalışmaları önerilir.

Bununla birlikte araştırmada lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları, meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarını anlamlı şekilde yordadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu nedenle gelecek araştırmalarda sosyal medya tutumlarının mükemmeliyetçiliğe, dışsal kontrole, yanlış çıkarımlara, genellemelere ve özsaygıya etkisini araştıran deneysel çalışmaların yapılması önerilir.

Ayrıca araştırmada lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları ile meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlarının algılanan anne-baba tutumu değişkenine göre farklılaşma göstermemesi beklenmeyen bir sonuçtur. Bu nedenle araştırmacılara, araştırmanın aynı değişken ile örneklem grubu genişletilerek çalışılması önerilir.

KAYNAKÇA

- Adegun, A. O., & Aremu, O. (2013, December). Effectiveness of career development and cognitive reframe therapy on irrational career thoughts among secondary school students in Ogun State, Nigeria. *In The African Symposium* 13, (2), 94-103.
- Agi, W., & Amadi, N. V. (2019). Effect Of Psychological Indices On Adolescents' Dysfunctional Career Decision Making In River State, Nigeria: Implications For Career Counselling.
- Ağaoğlu, O, Körpeoğlu, A. (2019). Delphi tekniği ile bilsem öğretmenlerinin gözünden öğrencilerin sosyal medya kullanımlarının olumlu ve olumsuz yönlerinin incelenmesi. *Bilim Armonisi*, 2 (1) , 3-7.
- Akarsu, B. (2016). Hipotezlerin, değişkenlerin ve örneklemin belirlenmesi, (Ed. Metin, M.). *Eğitimde bilimsel araştırma yöntemleri*, (3. baskı). Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Akkoç, F. (2012). Lise öğrencilerinin mesleki kararsızlıkları ile kariyer inançları arasındaki ilişki. *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, (32), 49-70.
- Aktaş, A. (2018). *Lise öğrencilerinin kariyer hedeflerinde aile etkisi ve akılcı olmayan inançların rolü* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Samsun.
- Aksak, M. (2017). *Farklı lise türlerine devam eden lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları ile yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Akyazı, A. (2019). Sosyal medya ve tüketim ilişkisi: Popüler ünlülerin instagram hesapları üzerine bir araştırma. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21, 93-108.

- Altınay-Bor, H. (2018). *Ergenlerde sosyal medyaya yönelik tutum, sosyal medya kullanımında gelişmeleri kaçırma korkusu ve sosyal kaygı arasındaki ilişkiler* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Altıntaş, E. & Gültekin, M. (2003). *Psikolojik danışma kuramları*. İstanbul: Alfa Yayıncılık.
- Altıntaş, G. (2006). *Liseli ergenlerin kişiler arası iletişim becerileri ile akılcı olmayan inançları arasındaki ilişkinin bazı değişkenler açısından incelenmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Altun, A. (2009). Medyadaki kalıp yargıların (stereotiplerin) üstesinden gelmek için medya okuryazarlığı. *Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi*, 10 (111), 20-34.
- Alver, B. & Kutluca, V. (2019). Lise son sınıf öğrencilerinin meslek seçimindeki akılcı olmayan inançlarının incelenmesi (Kırıkkale İl Örneği). VI. *International Euraisan Educational Research Congress (EJER)* 19-22 Haziran, Ankara.
- Amaghani, F.F. (2016). *10. ve 11. sınıf lise öğrencilerinin yalnızlık ve sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi (Kadıköy ilçesi örneği)* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Amundson, N. (2005). The potential impact of global changes in work for career theory and practice. *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, 5(2), 91–99.
- Anılan, H., Çemrek, F. ve Anagün, Ş.S. (2008). Ortaöğretim öğrencilerinin meslek seçimi ve üniversite tercihlerine ilişkin görüşleri (Eskişehir örneği). *e-Journal of New World Sciences Academy*, 3 (2), 238-249.

- Argın, F.S. (2013). *Ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi (Çekmeköy örneği)* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Arğın, E. (2019). Z kuşağının sosyal medya bağımlılığı ve narsist eğilimler: elazığ ili örneği. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6 (6) , 166-183.
- Arı, E., Yılmaz, V., & Bektaş, R. (2016). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağ kullanımına ilişkin davranışlarının teknoloji kabul modeli ile araştırılması. *International Journal of Management Economics & Business*, 12(27), 67-82.
- Arslan, A. (2006). Medyanın birey, toplum ve kültür üzerine etkileri. *Journal of Human Sciences*, 1(1).
- Arulmani, G., van Laar, D. & Easton, S. (2003). The influence of career beliefs and socio-economic status on the career decision-making of high school students in India. *International Journal for Educational and Vocational Guidance* 3 193. Kluwer Academic Publishers.
- Atalay, R. (2014). *Lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları ile algıladıkları sosyal destek düzeyleri arasındaki ilişki (Bahçelievler ilçesi örneği)* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Atalay, G. (2019). Sosyal Medya ve Çocuk: “Babishko family fun tv” isimli youtube kanalının eleştirel bir analizi. *Erciyes İletişim Dergisi*, (1) , 179-202.
- Avcu, A, Ulaş, E, Sevim, E. (2019). Sosyal medya bozukluğu ile ilgili yaşam doyumu ve psikolojik dayanıklılıkta arabulucu faktörler olarak kişilik özelliklerinin yol analiz modeli. *Online Journal of Technology Addiction and Cyberbullying*, 6 (2) , 17-35.
- Aydın, I. E. (2016). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımları üzerine bir araştırma: *Anadolu Üniversitesi Örneği*. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 373-386.

- Aydın, M. (2017). *Üniversite öğrencilerinin problemlili internet kullanımları ile akılcı olmayan inançları ve yetersizlik duygusu arasındaki ilişkiler* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi. Eskişehir.
- Aydoğmuş, E. N. A., & Yıldırım, M. S. Ö. (2019). Ergenlerde sosyal güvende hissetme ve memnuniyet ile problemlili internet kullanımı arasındaki ilişkide sosyal medya tutumlarının aracılık rolü. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 15-32.
- Aypak, C., Akbıyık, D. İ., Güneş, N. A., & Görpelioğlu, S. (2018). Lise öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ve uyku kalitesi. *Türkiye Aile Hekimliği Dergisi*, 22(4), 185-192.
- Babacan, M.E. (2015). *Sosyal medya ve gençlik*. İstanbul: Açılımkitap.
- Bacanlı, F. (2012). Kariyer karar verme güçlükleri ve meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların ilişkisi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(37).
- Balkaya-Çetin, A. (2014). *Ergenlerin internet ve problemlili internet kullanım davranışlarının bazı psiko-sosyal özellikler açısından incelenmesi*. (Yayınlanmış Doktora Tezi). Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Baron, R.A., & Byrne, D. (1977). *Social psychology: Understanding human interection*. (2. baskı). Boston: Allyn & Bacon.
- Baş, F. C. (2018). Sosyal medya davranışının oluşumu: Çevrimiçi ortamlarda güven, sosyal sermaye ve saygınlık ilişkisi. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 49-85.
- Bayköse, N., & Esin, İ. (2019). Sporda beden imajı ve sosyal medya etkisi: Sosyal karşılaştırma kuramı çerçevesinde facebook kullanımının beden imajına etkileri üzerine bir derleme. *Akdeniz Spor Bilimleri Dergisi*, 2(1), 67-80.
- Bilgina, M., & Doğrusever, C. (2018). Sosyal medya bağımlılığı ve bilişsel hatalar ilişkisi. *ERPA*, 645.

- Bilgin, M. (2017). Ergenin beş faktör kişilik özellikleri ile sosyal yetkinlik, bilişsel hatalar, ve anne baba beş faktör kişilik özellikleri ilişkisi. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16 (1), 230-250.
- Bilgin, M. (2018). Ergenlerde sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik bozukluklar arasındaki ilişki. *The Journal of International Scientific Researches*, 3(3), 237-247.
- Boyd, D. M. ve Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, 59 and scholarship, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x.
- Bozkur, B, Gündoğdu, M. (2017). Ergenlerde utangaçlık, kendini gizleme ve sosyal medya tutumları ilişkisi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14 (37) , 0-0.
- Bright, J. E. H., Pryor, R. G. L., Wilkenfeld, S., & Earl, J. (2005). The role of social context and serendipitous events in career decision making. *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, 5(1), 19–36.
- Bright, J. E. H., & Pryor, R. G. L. (2019). The chaos theory of careers: Emerging from simplification to complexity, certainly to uncertainly. *Asia Pasific Career Development Journal*, 2(1), 1-15.
- Brown, D., & Crace, R. K. (1996). Values in life role choices and outcomes: A conceptual model. *The Career Development Quarterly*, 44(3), 211–223.
- Brown, D. (2002). The role of work and cultural values in occupational choice, satisfaction, and success: A theoretical statement. *Journal of Counseling & Development*, 80(1), 48–56.
- Büyükbaykal, A. C. I., & Temel, G. (2019). Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında sosyal medya kullanımı ve gençlik. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)*, 5(2), 434-447.
- Büyükşener, E. (2009). Türkiye'de sosyal ağların yeri ve sosyal medyaya bakış. *Paper presented in XIV. Internet Conference in Turkey, İstanbul*.

- Can, A. (2018). *SPSS ile bilimsel araştırma sürecinde nicel veri analizi*. (6. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Ceylan, M. S. (2015). *Kişilerin sosyal açıdan kendilik algısı ve problem çözme becerileri ile internet bağımlılığı ilişkisi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Cevher, R. & Ustakara, F. (2019). A research on social media usage within the context of uses and gratifications theory, *Journal Of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(19): 812-831.
- Corbishley, M. A. & Yost, E. B. (1989). Assessment and treatment of disfunctional cognitions in career counseling. *Career Planning and Adult Development Journal*, 5, 20-26.
- Corsini, R.J. & Wedding, D. (2012). Modern psikoterapiler, (çev. Güzelyazıcı, E., Darcan, S., & Türkoğlu, M.), Kaknüs Yayınları, İstanbul.
- Coşkun, D.C. (2019). *Z kuşağı mensubu öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Coşkun, H. (2013). Sosyal psikoloji, (Ed. Coşkun, H. & Özabacı, N.). *Psikolojiye giriş*, İstanbul: Lisans Yayıncılık.
- Cüceloğlu, D. (2005). Psikolojinin temel kavramları, (14. baskı). *İnsan ve davranışı*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Çakmak, V. (2018). *İletişim kaygısı ve sosyal medya*, Konya: Eğitim Yayınevi.
- Çakır, A. (2012). Mesleki rehberlik (Ed. Kaya, A.), *Psikolojik danışma ve rehberlik* (8. baskı). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Çalışır, G. (2015). Kisilerarası iletişimde kullanılan bir arac olarak sosyal medya: Gumushane universitesi iletişim fakultesi ogrencilerine yönelik bir araştırma. *E-Journal of New World Sciences Academy, NWSA Humanities Sciences*, 10(3), 115-144.

- Çap, E. (2017). *Lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları ile kişilik özellikleri arasındaki ilişki* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Çelik, T. (2019). Teknoloji ve medya okuryazarı vatandaş yetiştirme sürecinde öğrencilerin sosyal medya algılarının metaforlar aracılığıyla incelenmesi. *Uluslararası Eğitim Araştırmacıları Dergisi*, 2 (1) , 40-57.
- Çiçek, S. (2019). *Ortaöğretim öğrencilerinin problemleri internet kullanımlarının ve siber zorbalık davranışlarının denetim odağı ve çeşitli değişkenler açısından incelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Necmettin Erbakan Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Konya.
- Çivitçi, A. (2006). Ergenler İçin mantık dışı inançlar ölçeğinin geliştirilmesi: Geçerlik ve güvenirlik çalışmaları. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3(25), 69-80.
- Çivitçi, A. (2006a). Ergenlerde mantık dışı inanç ve sürekli kaygı ilişkisi. *Eğitim Fakültesi Dergisi*. 7 (12), 27- 39.
- Çivitçi, A. (2006b). Ergenlerde mantıkdışı inançlar: Sosyodemografik değişkenlere göre bir inceleme. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8(19), 9-19.
- Çivitçi, A. ve Çivitçi, N. (2009). İlköğretim öğrencilerinde algılanan sosyal beceri ve mantıkdışı inançlar. *Elementary Education Online*, 8(2), 415-424.
- Çivitçi, A., Türküm, A.S., Duy, B., & Hamamcı, Z. (2009). *Okullarda akılcı-duygusal davranış terapisine dayalı uygulamalar: Kavramlar, teknikler ve örnek etkinlikler*, Ankara: Pegem Akademi:
- Çoban, A. F. ve Çok, F. (2011). Ergenlerin kariyer gelişiminde medyanın rolü. *Çağdaş Eğitim Dergisi*, 36(389), 4-12.
- Dawley, L. (2009). Social network knowledge construction: Emerging virtual world pedagogy, *On the Horizon*, 17, 2.

- Demir, I., Özköklü, D. P., & Turgut, B. A. (2015). Ergenlerin problemli internet kullanımının yordanmasında denetim odağı ve yaşam doyumunun rolü. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(3).
- Demirci, İ. (2019). Bergen sosyal medya bağımlılığı ölçeğinin Türkçeye uyarlanması, depresyon ve anksiyete belirtileriyle ilişkisinin değerlendirilmesi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 20(1), 15-22.
- Deniz, S. (2001). Bireyin meslek seçimini etkileyen kaynaklar: Yeni teknolojilerden internet. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (6).
- Dilsiz, N.B. (2019). *Lise öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığının bağlanma stilleri ve yaşam doyumu ile ilişkisinin incelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kırıkkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale.
- Doğan, U. (2016). Lise öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanımının mutluluk, psikolojik iyi-oluş ve yaşam doyumlarına etkisi: Facebook ve twitter örneği. *Eğitim ve Bilim*, 41(183).
- Doğan, H., & Kuzgun, Y. (2008). Bilgiverici danışmanlık programının üniversiteye giriş sınavı ve üniversite eğitimine ilişkin yanlış inançlara etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (20), 291-306.
- Dryden, W., & Neenan, M. (2004). The rational emotive behavioural approach to therapeutic change. London: Sage Publications.
- Durn, M.W., & Stowers, D.A. (1998). Is belief in a just world rational. *Psychological Reports*, 83, 423-426.
- Ekşi, H., Turgut, T., & Sevim, E. (2019). Üniversite öğrencilerinde öz kontrol ve sosyal medya bağımlılığı ilişkisinde genel erteleme davranışlarının aracı rolü. *The Turkish Journal on Addictions*, 6(3), 717-745.
- El-Hassan, K., & Ghalayini, N. (2019). Parental attachment bonds, dysfunctional career thoughts and career exploration as predictors of career decision-

- making self-efficacy of Grade 11 students. *British Journal of Guidance & Counselling*, 1–14. doi:10.1080/03069885.2019.1645296
- Ellis, A. (1958). Rational psychotherapy. *The Journal of General Psychology*, 59(1), 35–49. doi:10.1080/00221309.1958.9710170
- Ellis, A. (1975). The rational-emotive approach to sex therapy. *The Counseling Psychologist*, 5(1), 14–22. doi:10.1177/001100007500500106
- Ellis, A. (1983). How to deal with your most difficult client you. *Journal of Rational-Emotive Therapy*, 1(1), 3–8.
- Ellis, A. (1987). The impossibility of achieving consistently good mental health. *American Psychologist*, 42, 364–375.
- Ellis, A. (1991). The revised ABC's of rational-emotive therapy (RET). *Journal of Rational-Emotive and Cognitive-Behavior Therapy*, 9(3), 139–172. doi:10.1007/bf01061227
- Ellis, A. (1992). My early experiences in developing the practice of psychology. *Professional psychology: Research and Practice*, 23, 7–10.
- Ellis, A. (1994). *Reason and emotion in psychotherapy*, Birch Lane Press, New York.
- Ellis, A. (1995). Changing rational-emotive therapy (RET) to rational emotive behavior therapy (REBT). *Journal of Rational-Emotive & Cognitive-Behavior Therapy*, 13(2), 85–89.
- Ellis, A. (1999). Early theories and practices of rational emotive behavior therapy and how they have been augmented and revised during the last three decades, *Journal of Rational Emotive and Cognitive Behavior Therapy*, 17, 69–93.
- Ellis, A. (2000). Rational emotive behavior therapy as an internal control psychology. *International Journal of Reality Therapy*, 19, 4–11.
- Ellis, A. (2001). Rational and irrational aspects of countertransference. *Journal of Clinical Psychology*, 57, 991–1004.

- Ellis, A. (2004). Why rational emotive behavior therapy is the most comprehensive and effective form of behavior therapy. *Journal of Rational Emotive and Cognitive Behavior Therapy*, 22, 85-92.
- Ellis, A. (2005). Why I (really) became a therapist. *Journal of Clinical Psychology*, 61(8), 945-948.
- Ellis, A., & Dryden, W. (2007). *The practice of rational emotive behavior therapy*. (2. edition). Springer publishing company, New York.
- Eraslan, L. (2016). *Sosyal medyayı anlamak: Bir sosyal medya rehberi* (2. baskı) Ankara: Nobel Yaşam.
- Eraslan, L. (2018). *Sosyal medya ve algı yönetimi: Sosyal medya istihbaratına giriş*, Ankara: Anı Yayıncılık.
- Eraslan-Çapan, B., & Korkut-Owen, F. (2017b). Ortaöğretim öğrencilerinin yönelmeyi düşündükleri eğitim alanları ve kariyer psikolojik danışmanlığı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(61), 551-568.
- Eraslan-Çapan, B., & Korkut-Owen, F. (2018). Ortaöğretim öğrencilerinin mesleğe ilişkin akılcı olmayan düşünceleri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (47), 360-386.
- Eren, Ş. (2014), Sosyal medya kullanım amaçları ölçeğinin geliştirilmesi ve bazı kişisel değişkenlere göre incelenmesi, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29 (4), 230-243.
- Eren, B., Kılıç, Z. N., Günal, S. E., Kırçalı, M. F., Öznacar, B. B., & Topuzoğlu, A. (2020). Evaluation of nomophobia and related factors in high school students. *Anatolian Journal of Psychiatry*, 21(2), 133-140.
- Ergüder, E.N. (2019). *Ortaöğretim öğrencilerinin siber zorbalık ve mağduriyet düzeyleri ile internet bağımlılığı ve sosyal medya tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

- Esen-Çoban, A. (2008). Mesleki rehberlik (Ed. Güven, M.), *Psikolojik danışma ve rehberlik*, Ankara: Anı Yayıncılık.
- Galles, J., Lenz, J., & Peterson, G.W., & Sampson, J.P. Jr. (2019). Mindfulness and decision-making style: Predicting career thoughts and vocational identity. *The Career Development Quarterly*, 67 (1), 77-91.
- Gati, I. & Saka, N. (2001). High school students' career-related decision-making difficulties. *Journal of Counseling and Development*, 79(3), 331-340.
- Ginzberg, E., Ginsburg, S.W., Azelrad, S., & Herma, J.L. (1951). *Occupational choice: An approach to a general theory*. New York: Columbia University Press.
- Ginzberg, E. (1972). Restatement of the theory of occupational choice. *Vocational Guidance Quarterly*. 20(3)169-176.
- Gladding, S.T. (2013). Psikolojik danışmada davranışçı, bilişsel, sistematik, kriz ve kısa süreli kuramlar Sarı, T., (çev. editörü Voltan Acar, N.). *Psikolojik danışma: Kapsamlı bir meslek*, (6. baskı). Nobel Yayıncılık: Ankara.
- Göller, L. (2010). *Ergenlerin akılcı olmayan inançları ile depresyon-umutsuzluk düzeyleri ve algıladıkları akademik başarıları arasındaki ilişkiler* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Gül, G. (2019). *Lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları ile ahlaki olgunluk düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sabahattin Zaim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Güler, D. (2012). *Lise son sınıf öğrencilerinin akılcı olmayan inançları ve anne-baba tutumları ile sınav kaygısı düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Gümüşkaynak, O. (2019). *The impacts of irrational beliefs and perceived parenting attitudes on the test anxiety levels of high school students* (Yayınlanmamış

Yüksek Lisans Tezi). Yeditepe Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Gündoğmuş, İ., Kul, A. T., & Çoban, D. A. (2020). Investigation of the relationship between social network usage and sleep quality among university students. *Anatolian Journal of Psychiatry*, 21(2), 141-148.

Gürcan, N. ve Hamarta, E. (2013). Problemlı internet kullanımı ve uyum, (Ed. Kalkan M. ve Kaygusuz C.). *İnternet bağımlılığı sorunlar ve çözümler*, Anı Yayıncılık, Ankara.

Gürültü, E. (2018). Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 26 (2), 355-367

Hamamcı, Z., & Esen-Çoban, A. (2007). Mesleki olgunluk ve mesleki kararsızlığın akılcı olmayan inançlarla ilişkisi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3(27).

Hansu, E. (2019). *Yeni medya okuryazarlığı açısından ortaöğretim gençliği üzerinde apirik bir çalışma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Hartung, P. J., Porfeli, E. J. and Vondracek, F. W. (2005). Child vocational development: A review and reconsideration. *Journal of Vocational Behavior*, 66(3), 385-419.

Hechtlinger, S., Levin, N., & Gati, I. (2017). Dysfunctional career decision-making beliefs. *Journal of Career Assessment*, 106907271774867. doi:10.1177/1069072717748677

Hepekiz, İ., & Gökaliler, E. (2019). Sosyal medya aracılığıyla yaratılan kişisel markalar ve benlik sunumu. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 761-782.

Heppner, P.P., Wampold, B.E. & Kivlinghan, D.M. (2013). *Psikolojik danışmada araştırma yöntemleri*. (Çev. Ed. Siyez, D.M.). Ankara: Mentis Yayıncılık.

- Hou, P. -C. (2017). The relationships among career decidedness, satisfaction with choice, goal instability, and dysfunctional career thoughts. Retrieved from http://purl.flvc.org/fsu/fd/2018_Su_Hou_fsu_0071E_13947
- İnceoğlu, M. (2011). *Tutum algı iletişim*, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- İren, F. (2019). *Sosyal medyadaki yeni kanaat önderlerinin (fenomenlerin) gençler üzerindeki etkileri* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Jamali, Y., Araqi, V., & Kalantarkousheh, S. M. (2015). Function of dysfunctional career thoughts, procrastination and career indecision among Allameh Tabataba'i university students. *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, 4(1), 57.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. doi:10.1016/j.bushor.2009.09.003
- Kara, T. & Özgen, E. (2015). *Ağdaki şüphe*, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Karadağ, A., Akçınar, B. (2019). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik semptomlar arasındaki ilişki. *Bağımlılık Dergisi*, 20 (3) , 154-166.
- Karadayı, M. (2019). *12-18 yaş arası çocuklarda sosyal medya kullanımı: Elazığ örneği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Karakaya, I., Sata, M., Corbaci, E. C., & Cetin, B. (2018). An investigation of the factors that affect high school students' attitudes towards social media by CHAID analysis. *Eurasian Journal of Educational Research*, 18(76), 21-40.
- Karasar, N. (2014). *Bilimsel araştırma yöntemi: Kavramlar ilkeler teknikler*. (26. baskı). Ankara: Nobel Yayınevi.

- Kartol, A. (2013). *Lise son sınıf öğrencilerinin akılcı olmayan inançlarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İnönü Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Malatya.
- Karakurt, R. B. (2019). *Ergenlerin benlik saygıları ile beden imajlarının sosyal medya kullanımı ve çeşitli değişkenler açısından incelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kaşıkcı, B. N. (2019). *Ergenlerde sosyal medya kullanımı ile dissosiyasyon ve duygu ifadesi arasındaki ilişki* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kaynak-Yeşiltepe, H.Ö. (2019). *Lise seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlar ölçeğinin geliştirilmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gaziantep Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Gaziantep.
- Kelly, K. R., & Shin, Y.-J. (2008). Relation of neuroticism and negative career thoughts and feelings to lack of information. *Journal of Career Assessment*, 17(2), 201–213. doi:10.1177/1069072708329029
- Kenny, P., & Johnson, I. G. (2016). Social media use, attitudes, behaviours and perceptions of online professionalism amongst dental students. *British Dental Journal*, 221(10), 651.
- Kepir-Savoly, D. D. (2011). *Üniversite adaylarında meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlar, mesleki olgunluk ve umut düzeyleri* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kepir-Savoly, D. D., & Korkut-Owen, F. (2015). Üniversite adaylarında meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlar. *International Journal of Human Sciences*, 12(2), 820-836.
- Kılıç, D. (2010). Dysfunctional attitudes of university students. *International Online Journal of Educational Sciences*, 2(2), 403-418.

- Kılıç, Ö. (2016). *Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi (Araklı örneği)* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Cumhuriyet Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sivas.
- Kılıçarslan, S. ve Atıcı, M. (2010). İlköğretim 7. ve 8. sınıf öğrencilerinin akılcı olmayan inançları ile saldırganlık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19 (3), 113-130.
- Koca, E. B., & Tunca, M. Z. (2019). İnternet ve sosyal medya bağımlılığının öğrencilerin performanslarına etkileri üzerine bir yazın taraması, *Süleyman Demirel University The Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences*, 24(1), 33-53.
- Kocabaş, S. (2019). *Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyaya yönelik tutumlarının kullanım alışkanlıkları bağlamında incelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yeditepe Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Koçak, M. C., & İnce, M. (2019). Gençlerin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında değerlendirilmesi. *Journal of International Social Research*, 12(64).
- Kodan, S. (2013). Üniversite öğrencilerinde umutsuzluk ve akılcı olmayan inanışlar arasındaki ilişkinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 175-190.
- Konuk, N, Güntaş, S . (2019). Sosyal medya kullanımı eğitimi ve bir eğitim aracı olarak sosyal medya kullanımı. *International Journal of Entrepreneurship and Management Inquiries*, 3 (4), 1-25.
- Korkut, K. (2016). *Lise öğrencilerinin sosyal medya yoluyla geliştirdiği tutumlar (Sakarya/Kaynarca örneği)* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Korkut-Owen, F., & Eraslan-Çapan, B. (2017a). Fen, teknoloji, matematik ve mühendislik alanlarını seçmeyi planlama: meslek seçimine ilişkin inançlar. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 33(4), 915-933.

- Köroğlu, E. (2007). Düşünsel duygulanımcı davranış terapisi (Ed. Köroğlu, E., Güleç, C. & Şenol, S.). (2. baskı). *Psikiyatri temel kitabı*, Boylam Psikiyatri Enstitüsü: Ankara.
- Krumboltz, J. D. (1994). The career beliefs inventory. *Journal of Counseling & Development*, 72(4), 424–428.
- Kulak, H, Ayparçası, M. (2019). Öğretmenlerin internet ve sosyal medya kullanımı üzerine bir araştırma: Çanakçı ilçesi örneği. *İmgelem*, 3(4) , 7-32.
- Kulaksız, A. (2019). *Sosyal medya kullanımına ilişkin davranışların teknoloji kabul modeli bağlamında incelenmesi: ortaöğretim öğrencileri üzerine bir araştırma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Kumcağız, H, Özdemir, T, Demir, Y. (2019). Ergenlerde sosyal medya kullanımının akademik başarı ve arkadaşlık ilişkilerine etkisi. *International Journal of Social Science Research*, 8(2), 1-17.
- Kuzgun, Y. (2003). *Meslek rehberliği ve danışmanlığına giriş*, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Kuzgun, Y. (2008). *Rehberlik ve psikolojik danışma*. (9. baskı). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Kuzgun, Y. (2014). *Meslek gelişimi ve danışmanlığı*. (4. baskı). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Lent, R.W., & Brown, S.D. (2013). Understanding and facilitating career development in the 21st century. *Career development and counseling: Putting theory and research to work*. 2, 1-26.
- Lietsala, K., & Sirkkunen, E. (2008). *Social media: Introduction to the tools and processes of participatory economy*. Finland: Tampere University Press.
- Lin L, Sidani JE, Shensa A, Radovic A, Miller E, Colditz JB et al. (2016). Association between social media use and depression among u.s. young adults. *Depress Anxiety*. 33(4):323-331.

- Macit, H, Macit, G, Güngör, O. (2018). A research on social media addiction and dopamine driven feedback. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(3), 882-897.
- Mahadevan, L. (2002). Acculturation and career beliefs is there a relationship for international university students. *College Student Journal*, 44(3), 633-658
- Mahadi, S. R. S., Jamaludin, N. N., Johari, R., & Fuad, I. N. F. M. (2016). The impact of social media among undergraduate students: Attitude. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 219, 472-479.
- Mayda İ, Aytekin Ç. (2013). Sosyal medyada rekabet analizi için karşılaştırma görevine yönelik fikir madenciliği modeli. *Journal Academic Marketing Mysticism Online* 2013; 7(27): 414-425.
- Meadus, R. J. and Twomey, J. C. (2007). Men in nursing: Making the right choice. *The Canadian Nurse*, 103(2), 6-13.
- Mollaoğlu, M, Hastaoğlu, F, Başer, E, Mollaoğlu, S. (2019). Sağlık hizmetleri meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya kullanım özellikleri ve tutumlarının incelenmesi. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (IBAD)*, 4 (2) , 157-166.
- Morgan, G.A., Leech, N.L., Gloeckner, G.W. & Barret, K.C. (2004). *SPSS for introductory statistics: Use and interpretation*. (2. Edition). London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Murdock, N. L. (2012). Akılcı duygusal davranış terapisi, Arı, R. (çev. Ed. Akkoyun, F.). *Psikolojik danışma ve psikoterapi kuramları: Olgu sunumu yaklaşımıyla*. (2. baskı). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Murray, K., & Ward, K. (2017). Attitudes to social media use as a platform for Continuing Professional Development (CPD) within occupational therapy. *Journal of Further and Higher Education*, 115. doi:10.1080/0309877x.2017.1378313

- Mutlu, Y. (2019). *Sosyal medya, kimlik ve mahremiyet: geç ergen grupların sosyal medya kullanım alışkanlıklarının elazığ örneğinde incelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Nevo, O. (1987). Irrational expectations in career counseling and their confronting arguments. *The Career Development Quarterly*, 35(3), 239-250.
- Niles, S.G. & Bowlsbey, J. H. (2013). Kariyer bilgileri ve kaynakları, Bugay, A., Kariyer psikolojik danışmasının desteklenmesi ve planlanması için teknolojinin kullanılması, Acar, T., & 21.Yüzyıl için kariyer psikolojik danışmanlığı stratejileri ve teknikleri, Kurter, F.M., (ev. Ed. Korkut Owen, F.). *21.Yüzyılda kariyer gelişimi müdahaleleri*. (4. baskı). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Ogbuanya, T. C., Eseadi, C., Orji, C. T., Anyanwu, J. I., Ede, M. O., & Bakare, J. (2017). Effect of rational emotive behavior therapy on negative career thoughts of students in technical colleges in Nigeria. *Psychological Reports*, 121(2), 356–374. doi:10.1177/0033294117724449
- Okur-Berberoglu, E. (2015). Çocuklar-ergenler, medya bağımlılığı ve sınıf dışı eğitim. *Journal Of Education*, 12 (2), 45-57.
- Otrar, M, Argın, F. (2014). Ergenlerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının çok boyutlu incelenmesi. *Eğitim Ve İnsani Bilimler Dergisi: Teori Ve Uygulama*, 5(10), 3-22.
- Otrar, M. & Argın, F. S. (2015). Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarını belirlemeye yönelik bir ölcek geliştirme çalışması. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 391-403.
- Özay, S. (2018). *Ergenlerin sosyal medyaya ilişkin tutumları ile narsisizm arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Antalya.
- Özdamar, K. (2001). *Örnekleme Yöntemleri. SPSS ile biyoistatistik*. (4. baskı).

- Özkamalı, E., Cesuroğlu, Ş. G., Hamamcı, Z., Buğa, A. ve Çekiç, A. (2014). The investigation of relationships between vocational maturity and irrational career beliefs, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 116, 3072-3074.
- Özkul, B., & Günüşen, N. (2020). Lise öğrencilerinde depresif belirti yaygınlığının ve etkileyen etkenlerin incelenmesi: Epidemiyolojik bir araştırma. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 21(2). 203-210.
- Özmen, F. Aküzüm, C., Sünkür M., Baysal, N. (2011). Sosyal ağ sitelerinin eğitsel ortamlardaki İşlevselliği *6th International Advanced Technologies Symposium*, 16-18 Mayıs, Elazığ, s.42-47.
- Öztürk, M. F. ve Talas, M. (2015). Interaction of social media and education: Zeitschrift für die welt der Türken *Journal of World of Turks*, 7(1), 101–120.
- Padem, H., Göksu, A., & Konaklı, Z. (2012). *Araştırma yöntemleri*. Sarajevo: International Burch University Yayınları.
- Palmer, A., & Lewis, N.K. (2009). An experiential, social network-based approach to direct marketing, *Direct Marketing: An International Journal*, 3 (3), 162 – 176, <http://dx.doi.org/10.1108/17505930910985116>
- Peker, A., Kartol, A., & Demir, M. (2015). Ergenlerde akılcı olmayan inançlar ile karar verme stilleri arasındaki ilişkinin yapısal eşitlik modeli ile incelenmesi. *Ekev Akademi Dergisi*, 63(63), 1-14.
- Peluchette, J., & Karl, K. (2008). Social networking profiles: An examination of student attitudes regarding use and appropriateness of content. *CyberPsychology & Behavior*, 11(1), 95–97. doi:10.1089/cpb.2007.9927
- Pişkin, M.(2013). Mesleki rehberlik ve kariyer danışmanlığına giriş (Ed. Yeşilyaprak, B.). *Mesleki rehberlik ve kariyer danışmanlığı: Kuramdan uygulamaya*. (4. baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Pryor, R., & Bright, J. (2011). *The chaos theory of careers: A new perspective on working in the twenty-first century*. Routledge. U.K.

- Reisoğlu, İ., Gedik, N., & Göktaş, Y. (2013). Öğretmen adaylarının özsaygı ve duygusal zekâ düzeylerinin problemlili internet kullanımıyla ilişkisi. *Eğitim ve Bilim*, 38(170).
- Ricciardelli, L. A., Quinn, A. E., & Nackerud, L. (2020). Human behavior and the social media environment: Group differences in social media attitudes and knowledge among US social work students. *Social Work Education*, 1-19. Doi: 10.1080/02615479.2019.1710125
- Sağiroğlu, K., Akkanat, Ç. (2019). Lise öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılıklarının incelenmesi. *Online Journal of Technology Addiction and Cyberbullying*, 6 (2), 1-16.
- Sampson, J. P. (2017). A cognitive information processing theory for career choices: Challenges and opportunities for integrating theory, research, and practice. Society for Vocational Psychology: *Integrating Theory, Research, and Practice in Vocational Psychology: Current Status and Future Directions*, 62-72.
- Sampson, J. P., Peterson, G. W., Lenz, J. G., & Reardon, R. C. (1992). A cognitive approach to career services: Translating concepts into practice. *The Career Development Quarterly*, 41(1), 67–74.
- Saraçoğlu, M., & Aküzüm, C. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, (32), 803-817.
- Sarıçam, F. (2015). *Öğrencilerin okul dışı sosyal medya kullanım amaçlarının öğrencilerin ders başarılarına etkisi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Sarsar, F., Başbay, M., ve Başbay, A. (2015). Öğrenme-öğretme sürecinde sosyal medya kullanımı. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(2). Doi: 10.17860/efd.98783

- Satıcı, B. (2019). Sosyal medya bağımlılığı ve iyilik hali: Romantik ilişkilerde mükemmeliyetçiliğin aracılık rolü. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 14(20), 1-1.
- Saunders, D. E., Peterson, G. W., Sampson, J. P., & Reardon, R. C. (2000). Relation of depression and dysfunctional career thinking to career indecision. *Journal of Vocational Behavior*, 56(2), 288–298.
- Savickas, M. L., Porfeli, E. J., Hilton, T. L., & Savickas, S. (2018). The student career construction inventory. *Journal of Vocational Behavior*, 106, 138–152.
- Savickas, M. L., Nota, L., Rossier, J., Dauwalder, J.-P., Duarte, M. E., Guichard, J., van Vianen, A. E. M. (2009). Life designing: A paradigm for career construction in the 21st century. *Journal of Vocational Behavior*, 75(3), 239–250
- Scott, P.R. & Jacka, M.J. (2011). *Auditing social media: A governance and risk guide*, New Jersey: Jon Willey & Sons Inc.
- Seligman, L. & Reichenberg, L.W. (2010). *Theories of counseling and psychotherapy: Systems, strategies and skills*. (3. edition). Pearson Education, New Jersey.
- Seren, E. (2020). Sosyal medya ortamlarında siber zorbalık: Lise öğrencilerinin siber zorbalık deneyimlerinin incelenmesi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 4(1), 24-39.
- Sezer, M. (2019). *Lise 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin mesleki olgunlukları ile internet kullanım amaçları, sosyal medya tutumları ve medya okuryazarlıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Trabzon Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Trabzon.
- Sharf, R.S. (2014). Akılcı duygusal davranışçı terapi Tunç, A., (çev. Ed. Voltan Acar, N.). (5. baskı). *Psikoterapi ve psikolojik danışma kuramları: Kavramlar ve örnek olaylar*, Ankara: Nobel Yayıncılık.

- Super, D.E. (1976). *Career education and the meanings of work. Monographs on career education*. Columbia University Press, Washington, D.C.
- Şahin, M., Sarı, S. V., Duman, S., Kerimoğlu, U., & Kocaman, T. (2015). Mesleki kararsızlığın yordanmasında kontrol odağı ve mantık dışı inançların rolü. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 5(43), 11-20.
- Şalcıoğlu, K. (2014). *Sosyal delik*, İstanbul: Profil Yayıncılık.
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (6. Edition). Boston: Allyn & Bacon.
- Tan, H. & Baloğlu, M. (2013). *Psikolojik danışma ve rehberlik: Teori ve uygulama* (4. baskı). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Tanrıverdi-Yılmaz, B. (2018). *Türkiye’de sosyal medya okuryazarlığının gerekliliği üzerine bir araştırma* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Temel, G. (2019). *Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında sosyal medya kullanımı ve gençlik* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Toprak E. ve Uça-Güneş, E. P. (2015). Sosyal ağlar. içinde (Ed. Yüzer, T.V.& Okur, M. R.). *Temel bilgi teknolojileri I*, Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 3190. Eskişehir.
- Tuğlu, B. (2017). *Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçları ve sosyal medya kullanımlarına ilişkin tutumları* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Tükenmez, A., Güler, C., Hocaoglu, M. & Şahin S. (2019). Genç bireylerin sosyal medya tutumlarının incelenmesi, *Journal Of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 5(20): 942-947
- Türk, A.R. (2019). *Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım tutumları ile yabancılaşma arasındaki ilişkinin incelenmesi; İstanbul ili Eyüp Sultan ilçesi*

- örneği* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Türkan, S. (2019). *Medya okuryazarlığı dersini alan öğrencilerin sosyal medyaya yönelik tutumları* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Türkçapar, H. (2014). Psikoterapiler, (Ed. Yüksel, N.). *Ruhsal hastalıklar*. (4. baskı). Ankara: Akademisyen Tıp Kitabevi.
- Uça-Güneş, E. P. (2016). Toplumsal değişim, teknoloji ve eğitim ilişkisinde sosyal ağların yeri. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 191-206.
- Uslu, Ş. (2019). *Lise öğrencilerinin internet bağımlılığı, dijital oyun bağımlılığı ve sosyal medyaya yönelik tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ege Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Ümmetler-İlhan, A. (2016). *Ortaöğretim öğrencilerinin siber zorbalık ve internet saldırganlık düzeyleri ile sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi (Çekmeköy örneği)* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yeditepe Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Ünlü, İ. (2010). Televizyonun ilköğretim 7. sınıf öğrencilerinin meslek seçimiyle ilgili algılarına etkisi. *Erzincan Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12 (29), 55-74.
- Ünver, M. (2019). *Sosyal medyanın ergenler üzerindeki sosyokültürel etkileri (Yozgat ili örneği)* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tokat.
- Vural, 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.

- Vurucu, F. (2010). *Meslek lisesi öğrencilerinin meslek seçimi yeterliliği ve meslek seçimini etkileyen faktörler* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- West, R. & Turner, L.H. (2009). *Understanding interpersonal communication: Making choices in changing lines* (2. edition). Massachusetts: Wardsworth Cengage Learning.
- Yabancı, C. (2019). *Lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları ile narsisizm ve yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Uludağ Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bursa.
- Yanık-Düşünceli, M. (2016). *Özel lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları ile içedönüklük-dışadönüklük kişilik özellikleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yaycı, L. (2013). Psikoterapi, (Ed. Çoşkun, H., & Özabacı, N.). *Psikolojiye giriş*, İstanbul: Lisans Yayıncılık.
- Yazıcı, H. (2016). Eğitsel ve mesleki rehberlik, (Ed. Can, G.). (17. baskı). *Psikolojik danışma ve rehberlik*, Ankara: Pegem Akademi.
- Yeşilyaprak, B. (2013). Mesleki rehberlik ve kariyer danışmanlığına giriş, (Ed. Binnur Yeşilyaprak). *Mesleki rehberlik ve kariyer danışmanlığı: Kuramdan uygulamaya* (4. baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Yılmaz, N. (2019). *Lise öğrencilerinin mesleki kararsızlıklarını açıklamada kariyer denetim odağı ile meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançların rolü* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yılmaz-Erdem, A. (2006). *Lise öğrencileri için meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançlar ölçeğinin geliştirilmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Yurtal, F. (2001). Akılcı olmayan inançların bazı değişkenlere göre incelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 2, (15), 41-48.
- Yüce, Ç. B. (2018). *Lise öğrencilerinde problemlı internet kullanımının kontrol odağı, problem çözme becerisi, sosyal destek değişkenleri ile ilişkisi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Zengin, S. (2019). *Çocukların sosyal medya kullanımına ilişkin tutumları ile siber zorbalık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Okan Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.



EKLER

EK-1

KİŞİSEL BİLGİ FORMU

Değerli katılımcılar;

Aşağıdaki sorular ve ekte yer alan formlar, yüksek lisans tezi kapsamında yapılan çalışma için lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları ile meslek seçimine ilişkin akılcı olmayan inançları arasındaki ilişkileri incelemek üzere oluşturulmuştur. Araştırmadan sağlıklı sonuçlar elde edilebilmesi için vereceğiniz cevapların gerçek duygu ve düşüncelerinizi yansıtması son derece önemlidir. Formlarda yer alan maddelerde doğru veya yanlış cevaplar söz konusu değildir. Sizden, her bir maddeyi dikkatli bir şekilde okuyup, kendinize uygun bulduğunuz seçeneği işaretlemeniz (X) beklenmektedir. Vereceğiniz cevaplar, araştırma amacı dışında hiçbir yerde kullanılmayacaktır. Lütfen hiçbir maddeyi boş bırakmayınız. Zaman ayırıp yardımcı olduğunuz, bilimsel bir çalışmaya katkıda bulunduğunuz için teşekkür ederim.

Ölçek sonuçlarıyla ilgili soru sormak ya da bilgi almak isterseniz volkankutluca@gmail.com adresinden ulaşabilirsiniz.

Volkan KUTLUCA

Kırıkkale Üniversitesi Yüksek Lisans Öğrencisi

Cinsiyetiniz:

Kadın () Erkek ()

Sınıf Düzeyiniz:

9. sınıf () 10. sınıf () 11. sınıf () 12. sınıf ()

Okul türünüz:

Anadolu L. () Fen L. () İmam Hatip L. () Diğer.....

Algıladığınız sosyo-ekonomik düzeyiniz:

Yüksek () Orta () Düşük ()

Algıladığınız anne-baba tutumu:

Baskıcı-otoriter () Demokratik () Koruyucu () Tutarsız () İlgisiz ()

Sosyal ve kültürel faaliyetlere katılma durumunuz:

Sıklıkla () Ara sıra () Katılmam ()

Sosyal medyada günlük geçirdiğiniz süre:

yarım saat ve altı () 3-6 saat () 1-3 saat () 1 saat () 6-12 saat ()

EK-2**SOSYAL MEDYA TUTUM ÖLÇEĞİ**

Sıra	Maddeler	Kesimlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesimlikle katılmıyorum
1	Sosyal medya siteleri sayesinde arkadaşlarımdan beni fark etmesini isterim.					
2	Sosyal medya siteleri sayesinde yeni bir kişilik kazandığımı hissediyorum.					
3	Sosyal medya sitelerinin beni arkadaşlarımdan uzaklaştırdığını düşünüyorum.					
4	Sosyal medya sitelerinde gördüğüm paylaşımları arkadaşlarımla sohbet konusu yapmak hoşuma gidiyor.					
5	Sosyal medya sitelerindeki içerikler hakkında yorum yapmak hoşuma gidiyor.					
6	Sosyal medya sitelerinde yazı, video, müzik vb. paylaşımlarda bulunmaktan hoşlanıyorum.					
7	Sosyal medya sitelerinin, beni ailemden kopardığını düşünüyorum.					
8	Sosyal medya siteleri sayesinde yalnızlıktan kurtulduğumu düşünüyorum.					
9	Sosyal medya sitelerinde öğretmenlerimi takip etmeyi seviyorum.					
10	Öğretmenlerimin yazdıklarını takip etmesi hoşuma gidiyor.					
11	Sosyal medya siteleri yüzünden aileme yeterince vakit ayıramıyorum.					
12	Paylaşımlarımdan arkadaşlarımdan beğenilmesinden hoşlanıyorum.					
13	Sosyal medya siteleri sayesinde ortak ilgi ve amaçlara sahip olduğum kişilere ulaşabileceğimi düşünüyorum.					
14	Sosyal medya siteleri yüzünden diğer sosyal aktivitelere yeterince vakit ayıramıyorum.					
15	Sosyal medya sitelerinde zaman geçirmekten mutlu oluyorum.					

EK-3

MESLEK SEÇİMİNE İLİŞKİN AKILCI OLMAYAN İNANÇLAR ÖLÇEĞİ

Sevgili öğrenciler,

Aşağıda, meslek seçimine ilişkin düşünceleri içeren 33 cümle yer almaktadır. Lütfen her bir cümleyi dikkatle okuyup, bu fikirlere ne derece katıldığınızı/ katılmadığınızı ilgili seçeneğin altındaki parantezin içine (X) işareti koyarak belirtiniz. Okuduğunuz her bir cümle için tek bir işaretleme yapınız.

Okuyacağınız cümlelerin doğru veya yanlış cevapları yoktur, önemli olan sizin kişisel görüşünüzdür. Bu nedenle okuduğunuz cümle üzerinde uzun süre düşünmeden, içinizden gelen ilk cevabı vermeniz beklenmektedir. İlginiz için teşekkürler.

	Tamamen Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
1. Bir meslekten hoşlanıyorsam o mesleği mutlaka iyi yaparım.	()	()	()	()	()
2. İnsan mesleğini tesadüfen seçer.	()	()	()	()	()
3. Başarılı insan; yüksek gelirli ve saygın bir mesleği olan kişidir.	()	()	()	()	()
4. Kızların seçebileceği çok az meslek var.	()	()	()	()	()
5. Çevremde meslek seçimi konusunda ne yapacağımı bilmeyen bir tek ben varım.	()	()	()	()	()
6. Bir mesleğe girmeden önce o meslek hakkında her şeyi bilmek gerekir.	()	()	()	()	()
7. Torpilim olmazsa asla meslek ve iş sahibi olamam.	()	()	()	()	()
8. Bir kişinin saygınlığını sadece mesleki statüsü belirler.	()	()	()	()	()
9. Bir meslekte boşta kalmayacağımı biliyorsam bu, onu seçmem için yeterlidir.	()	()	()	()	()
10. Seçeceğim meslek bütün ihtiyaçlarımı (sosyal, duygusal, fiziksel, ekonomik, güvenlik, yaratıcılık vb) karşılamalı aksi halde mutlu olamam.	()	()	()	()	()
11. Meslek seçimi konusunda arkadaşlarım ne yapıyorsa ben de onu yapmalıyım.	()	()	()	()	()
12. Mesleğimde saygın biri olmak için popüler meslekleri seçmem gerekir.	()	()	()	()	()

