

T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
BİLGİSAYAR VE ÖĞRETİM TEKNOLOJİLERİ EĞİTİMİ
ANABİLİM DALI
BİLGİSAYAR VE ÖĞRETİM TEKNOLOJİLERİ EĞİTİMİ
BİLİM DALI

LİSE ÖĞRENCİLERİNİN AKILLI TELEFON
BAĞIMLILIKLARI İLE SOSYAL AĞ KULLANIM
AMAÇLARI ARASINDAKİ İLİŞKİ

Necati Erkan BİRCAN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Şemseddin GÜNDÜZ

Konya – 2019



T. C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü



BİLİMSEL ETİK SAYFASI

Öğrencinin	Adı Soyadı	Necati Erkan BİRCAN
	Numarası	158305011005
	Ana Bilim Dalı	Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Ana Bilim Dalı
	Bilim Dalı	Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi
	Programı	Tezli Yüksek Lisans
Tezin Adı	Lise Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılıkları ile Sosyal Ağ Kullanım Amaçları Arasındaki İlişki	

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

30/07/2019

Necati Erkan BİRCAN



T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü



YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU

Öğrencinin	Adı Soyadı	Necati Erkan BİRCAN
	Numarası	158305011005
	Ana Bilim Dalı	Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Ana Bilim Dalı
	Bilim Dalı	Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bilim Dalı
	Programı	Tezli Yüksek Lisans
	Tez Danışmanı	Dr. Öğr. Üyesi Şemseddin GÜNDÜZ
	Tezin Adı	Lise Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılıkları İle Sosyal Ağ Kullanım Amaçları Arasındaki İlişki

Yukarıda adı geçen öğrenci tarafından hazırlanan **Lise Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılıkları İle Sosyal Ağ Kullanım Amaçları Arasındaki İlişki** başlıklı bu çalışma 08/07/2019 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunarak, jürimiz tarafından yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

	Ünvanı Adı Soyadı	İmza
Danışman	Dr. Öğr. Üyesi Şemseddin GÜNDÜZ	
Jüri Üyesi	Prof. Dr. Cem ÇUHADAR	
Jüri Üyesi	Doç. Dr. Ahmet Naci ÇOKLAR	

ÖNSÖZ

Bu çalışmanın hazırlanmasında desteğini ve fikirlerini esirgemeyen başta danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Şemseddin GÜNDÜZ olmak üzere Prof. Dr. Cem ÇUHADAR ve Doç. Dr. Ahmet Naci ÇOKLAR hocalarım ile üzerimde emeği olan bütün hocalarıma, Konya İl Milli Eğitim Müdürlüğündeki idarecilerime ve çalışma arkadaşlarıma, beni bu günlere getiren, maddi ve manevi destekleri esirgemeyen Annem ve Babama, karşılaştığım bütün zorlukları aşmamdaki en büyük güç kaynağım, sevgi ve anlayışıyla her zaman yanımda hissettiğim sevgili eşim Ayşe'ye ve enerjisiyle hayatımızı renklendiren yakışıklı oğlum Ahmet Emir'e,

Teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Necati Erkan BİRCAN



T. C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü



	Adı Soyadı	Necati Erkan BİRCAN
	Numarası	158305011005
Öğrencinin	Ana Bilim Dalı	Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Ana Bilim Dalı
	Bilim Dalı	Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi
	Programı	Tezli Yüksek Lisans
	Tez Danışmanı	Dr. Öğr. Üyesi Şemseddin GÜNDÜZ
	Tezin Adı	Lise Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılıkları ile Sosyal Ağ Kullanım Amaçları Arasındaki İlişki

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, lise öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılık durumları ile sosyal ağların kullanım amaçlarını çeşitli değişkenler açısından incelemek ve akıllı telefon bağımlılığı ile sosyal ağların kullanım amaçları arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Araştırmanın evrenini, Konya İli merkez ilçelerinde 2018-2019 eğitim öğretim yılında özel ve resmi liselerde öğrenim gören öğrencilerden oluşmaktadır. Evrende bulunan 9 lise türünden 1489 geçerli anket formu toplanmıştır.

Araştırma sonucunda lise öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılıklarının orta düzeyde olduğu bulunmuştur. Liselerde öğrenim gören kız öğrencilerin akıllı telefon bağımlılık düzeylerinin erkek öğrencilerden daha yüksek olduğu bulunmuştur. Öğrencilerin sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğinin alt boyutlarından aldıkları puanlar incelendiğinde, sosyal ağları en çok “Araştırma” ve “İletişim Kurma” amacıyla kullandıkları görülmüştür. Akıllı telefon bağımlılığı ile sosyal ağların kullanım amaçlarından “İşbirliği”, “İletişim Başlatma”, “İletişim Kurma”, “İletişim Sürdürme”, “İçerik Paylaşma” ve “Eğlence” alt boyutları arasında pozitif yönde ve düşük düzeyde anlamlı ilişki gösterdikleri bulunmuş, “Araştırma” alt boyutu ile anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

Anahtar Kelimeler: Akıllı Telefon Bağımlılığı, Sosyal Ağların Kullanım Amaçları, Lise Öğrencileri



T. C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü



Student's	Name Surname	Necati Erkan BİRCAN
	School Number	158305011005
	Department	Computer Education and Instructional Technology
	Program	Masters with Thesis
	Thesis Advisor	Assist. Prof. Dr. Şemseddin GÜNDÜZ
	Thesis Title	The Relationship Between Smartphone Addiction and The Purpose of The Use of Social Network in High School Students

ABSTRACT

The aim of this study is to investigate the smart phone addiction status of high school students and the intended use of social networks in terms of various variables, and to determine the relationship between smart phone addiction and social network usage purposes. The population of the study consists of students studying at private and public high schools in the central districts of Konya province in the academic year of 2018-2019. 1489 valid survey forms were collected from 9 high school types in the universe.

As a result of the research, it was found that the smart phone addiction of high school students was at a moderate level. It was found that the smart phone addiction levels of female students studying in high schools were higher than that of male students. When the scores students obtained from the sub-dimensions of social networks' intended use scale were examined, it was seen that they mostly used social networks for "Research" and "Communicating". It was found that there was a positive and low-level relationship between smart phone addiction and the "Collaboration", "Initiation of Communication", "Establishing Communication", "Maintaining Communication", "Content Sharing" and "Entertainment" sub-dimensions of the intended use of social networks, but there was no significant relationship with the sub-dimension of "Research".

Keywords: Smart Phone Addiction, Intended Use of Social Networks, High School Students

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİK SAYFASI	i
YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU.....	ii
ÖNSÖZ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLOLAR LİSTESİ.....	ix
BÖLÜM I.....	1
1. GİRİŞ	1
1.1. Problem Durumu	1
1.2. Araştırmanın Amacı	2
1.3. Araştırmanın Önemi	3
1.4. Sınırlılıklar.....	3
1.5. Tanımlar.....	4
BÖLÜM 2.....	5
2. KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR	5
2.1. İnternet Kullanımı ve Tarihi	5
2.2. Akıllı Telefon Tarihi.....	8
2.3. Akıllı Telefon Bağımlılığı ve Etkileri	9
2.4. Sosyal Ağlar	11
2.4.1. Sosyal Ağların Gelişim Süreci	12
2.4.2. Sosyal Ağların Geleneksel Medyadan Farkı.....	14
2.4.3. Sosyal Ağ Araçları	15
2.4.3.1. Bloglar	15
2.4.3.2. Podcastlar	17
2.4.3.3. Wikiler.....	17
2.4.4. Sosyal Ağ Siteleri.....	18
2.4.4.1. Facebook	18
2.4.4.2. Twitter	19
2.4.4.3. Instagram	20
2.4.4.4. Youtube	21

2.4.4.5. Diğer Sosyal Ağ Siteleri.....	22
2.5. İlgili Araştırmalar	23
2.5.1. Akıllı Telefon Bağımlılığı ile İlgili Araştırmalar	23
2.5.1.1. Yurtiçinde Yapılan Çalışmalar	23
2.5.1.2. Yurtdışında Yapılan Çalışmalar	25
2.5.2. Sosyal Ağların Kullanım Amaçlarıyla İlgili Araştırmalar	27
2.5.2.1. Yurtiçinde Yapılan Çalışmalar	27
2.5.2.2. Yurtdışında Yapılan Çalışmalar	29
BÖLÜM 3	32
3. YÖNTEM.....	32
3.1. Araştırmanın Modeli.....	32
3.2. Evren ve Örneklem	32
3.3. Verilerin Toplanması ve Veri Toplama Araçları.....	35
3.3.1. Verilerin Toplanması	35
3.3.2. Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği-Kısa Versiyonu (ATBÖ-KV)	36
3.3.3. Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği	36
3.4. Verilerin Analizi	36
BÖLÜM 4	39
4. BULGULAR	39
4.1. Lise Öğrencilerini Akıllı Telefon Bağımlılıkları Düzeylerine Yönelik Bulgular	39
4.2. Lise Öğrencilerini Akıllı Telefon Bağımlılıkları İle Cinsiyetleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular	39
4.3. Lise Öğrencilerini Akıllı Telefon Bağımlılıkları İle Öğrenim Gördükleri Kurum Türü Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular.....	40
4.4. Lise Öğrencilerini Akıllı Telefon Bağımlılıkları İle Okudukları Sınıflar Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgu	40
4.5. Lise Öğrencilerini Akıllı Telefon Bağımlılıkları İle Okudukları Okul Türü Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular	42
4.6. Lise Öğrencilerini Sosyal Ağların Kullanım Amaçlarının Düzeylerine Yönelik Bulgular	43
4.7. Lise Öğrencilerini Sosyal Ağları Kullanım Amaçları İle Cinsiyetleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular	44
4.8. Lise Öğrencilerini Sosyal Ağları Kullanım Amaçları İle Öğrenim Gördükleri Kurum Türü Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular	46

4.9. Lise Öğrencilerini Sosyal Ağları Kullanım Amaçları İle Okudukları Sınıflar Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular	48
4.10. Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanım Amaçları İle Okudukları Okul Türü Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular	54
4.11. Lise Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılıkları İle Sosyal Ağları Kullanım Amaçları Arasındaki İlişki.....	61
4.12. Lise Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılığının Yordanması	62
BÖLÜM 5	63
5. SONUÇ ve TARTIŞMA	63
BÖLÜM 6	67
6. ÖNERİLER	67
6.1. Araştırmacılar İçin Öneriler.....	67
6.2. Uygulayıcılar İçin Öneriler.....	67
KAYNAKÇA.....	69
EKLER.....	78
Ek-1: Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği Kullanım İzni.....	78
Ek-2: Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği Kullanım İzni.....	79
Ek-3: Araştırma İzni-1	80
Ek-4: Araştırma İzni-2	81
ÖZGEÇMİŞ	85

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo-1: Karatay, Meram ve Selçuklu İlçelerindeki Mevcut Öğrenci Sayıları İle Örneklem Sayıları	33
Tablo-2: Lise Öğrencilerinin Demografik Bilgileri	33
Tablo-3: Okul Türlerine İlişkin Frekans Analizi Bulguları	34
Tablo-4: Lise Öğrencilerinin Kullandığı Sosyal Ağ Sitelerine İlişkin Bulguları	35
Tablo-5: Akıllı Telefon Bağımlılığı ve Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeklerinden Elde Edilen Puanların Çarpıklık ve Basıklık Değerleri	37
Tablo-6: Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği Değerlendirmesi.....	38
Tablo-7: Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği Değerlendirmesi.....	38
Tablo-8: Lise Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılık Düzeyleri	39
Tablo-9: Lise Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılıklarının Cinsiyet Değişkenine Göre Sonuçları.....	39
Tablo-10: Lise Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılıklarının Öğrenim Gördükleri Kurum Türü Değişkenine Göre Sonuçları	40
Tablo-11: Lise Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılıklarının Okudukları Sınıf Değişkenine Göre Sonuçları.....	41
Tablo-12: Lise Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılıklarının Okudukları Sınıf Değişkenine Göre Varyans Analizi Sonuçları	41
Tablo-13: Lise Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılıklarının Okudukları Okul Değişkenine Göre Sonuçları.....	42
Tablo-14: Lise Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılıklarının Okudukları Okul Türleri Değişkenine Göre Varyans Analizi Sonuçları	43
Tablo-15: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarının Düzeyleri	43
Tablo-16: Lise Öğrencilerinin Cinsiyet Değişkenine Göre t-Testi Tablosu Sonuçları	44
Tablo-17: Lise Öğrencilerinin Kurum Türü Değişkenine Göre t-Testi Tablosu Sonuçları.....	46
Tablo-18: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları “Araştırma” Amaçlı Kullanımının Okudukları Sınıf Değişkenine Göre Sonuçları.....	49
Tablo-19: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları “İşbirliği” Amaçlı Kullanımının Okudukları Sınıf Değişkenine Göre Sonuçları.....	49

Tablo-20: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları “İletişim Başlatma” Amaçlı Kullanımının Okudukları Sınıf Değişkenine Göre Sonuçları	50
Tablo-21: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları “İletişim Kurma” Amaçlı Kullanımının Okudukları Sınıf Değişkenine Göre Sonuçları.....	50
Tablo-22: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları “İletişim Sürdürme” Amaçlı Kullanımının Okudukları Sınıf Değişkenine Göre Sonuçları	51
Tablo-23: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları “İçerik Paylaşma” Amaçlı Kullanımının Okudukları Sınıf Değişkenine Göre Sonuçları.....	52
Tablo-24: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları “Eğlence” Amaçlı Kullanımının Okudukları Sınıf Değişkenine Göre Sonuçları.....	52
Tablo-25: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarının Okudukları Sınıf Değişkenine Göre Varyans Analizi Sonuçları	53
Tablo-26: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları “Araştırma” Amaçlı Kullanımının Okudukları Okul Değişkenine Göre Sonuçları	54
Tablo-27: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları “İşbirliği” Amaçlı Kullanımının Okudukları Okul Değişkenine Göre Sonuçları	55
Tablo-28: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları “İletişim Başlatma” Amaçlı Kullanımının Okudukları Okul Değişkenine Göre Sonuçları	55
Tablo-29: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları “İletişim Kurma” Amaçlı Kullanımının Okudukları Okul Değişkenine Göre Sonuçları	56
Tablo-30: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları “İletişim Sürdürme” Amaçlı Kullanımının Okudukları Okul Değişkenine Göre Sonuçları	57
Tablo-31: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları “İçerik Paylaşma” Amaçlı Kullanımının Okudukları Okul Değişkenine Göre Sonuçları	57
Tablo-32: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları “Eğlence” Amaçlı Kullanımının Okudukları Okul Değişkenine Göre Sonuçları	58
Tablo-33: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarının Okudukları Okul Değişkenine Göre Varyans Analizi Sonuçları	59
Tablo-34: Lise Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılığı ve Sosyal Ağların Kullanım Amaçlarının Alt Boyutları Arasındaki İlişkiye Ait Korelasyon Tablosu..	61
Tablo-35: Lise Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılığının Yordanmasına İlişkin Çoklu Rekresyon Analizi Sonuçları	62

BÖLÜM I

1. GİRİŞ

Bu bölümde araştırmanın problem durumu, amacı, önemi ve sınırlılıkları ele alınmıştır.

1.1. Problem Durumu

Günümüzde teknolojinin ilerlemesi ve artan farklı ihtiyaçlarla birlikte internet kullanımı giderek artmaktadır. Bu artış her alanda olduğu gibi beraberinde bazı problemleri de getirmektedir. Telefon teknolojinin bu kadar hızlı olmadığı günlerde sadece haberleşme alanında faydalanılmakta iken son yıllarda hemen hemen her alanda akla gelen ilk kaynak olmaktadır. Akıllı telefon, cep telefonunun sağladığı klasik özellikler ile bilgisayar teknolojisinin birleştirilmesiyle geliştirilmiş mobil iletişim cihazıdır. Akıllı telefonlar gelişen veri bağlantı hızları ile her geçen gün daha cazip hale gelmekte ve kullanım oranı artmaktadır. TÜİK, (2016) Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması verilerine göre 2016 yılının Nisan ayında hanelerin %96,9'unda cep telefonu veya akıllı telefon bulunmaktadır. İnsanlar önceden sadece kısıtlı imkânlarla interneti kullanırken şimdi neredeyse herkeste olan akıllı telefonlar sayesinde bu sorun ortadan kalkmıştır. Günden güne artan özellikleri, farklı renk ve modelleri ile akıllı telefonlara olan bağımlılığımızın ve kullanma isteklerimizin de giderek arttığı söylenebilir (Ünal, 2015). Cep telefonlarında internetin kullanımıyla sürekli çevrimiçi olabilmenin getirdiği avantaj akıllı telefon bağımlılığına zemin hazırlamaktadır (Kuyucu, 2017). Akıllı telefon bağımlılığı kullanıcıların günlük aktivitelerinin bozulması, sürekli akıllı telefon kullanım isteği ve kontrol kaybı gibi sorunlarla yaşamını olumsuz etkilemesi olarak tanımlanmaktadır (Kwon ve ark., 2013). Akıllı telefon bağımlısı olan kişiler, telefonlarını sürekli kontrol ederek her geçen gün telefon kullanım süreleri artmaktadır. Kişilerin akıllı telefon kullanımı engellendiğinde ise bu durumdan rahatsız olmaktadır ve duygusal bir rahatsızlık hissetmektedirler. Ayrıca akıllı telefonları yanında olmadığı zamanlarda rahatsızlık hissetmektedir (Choliz, 2010). Bireyler arasındaki iletişimi sağlayan sosyal ağ araçları, akıllı telefon bağımlılığı riskini önemli ölçüde arttırmaktadır.

Kullanımı her geçen gün yaygınlaşmakta olan sosyal ağlar; fotoğraf, video vb. birçok içerik ve kişisel bilgilerinin paylaşılmasına imkan sağlayan özellikleriyle milyonlarca kullanıcıyı kendisine çekmektedir (Selwyn, 2007). Sosyal ağlar internet kullanıcılarının içerik, fikir, deneyim ve duygularını paylaşmak için kullandıkları metin, görsel, ses, video ve daha birçok formdaki çevrimiçi teknolojilerdir. Günümüzde yaygın olarak kullanılan Facebook, Twitter, Instagram, Youtube gibi internet tabanlı bilgi yayma, paylaşma ortamları “sosyal ağlar” olarak adlandırılmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu, bireylerin interneti %82,4 oranında sosyal ağlar üzerinde profil oluşturma, mesaj gönderme veya fotoğraf vb. içerik paylaşmak amaçlı kullandığını belirtmiştir. (TÜİK, 2016).

Türkiye İstatistik Kurumu verilerinin yaş aralıkları oranına bakıldığında 16-24 yaş arası bireylerin internet ve bilgisayar kullanım oranı %87,2 dir (TÜİK, 2017). Bu yaş aralığındaki özellikle lise öğrencisi düzeyindeki gençler interneti daha çok sosyal ağlar için kullanmaktadır. Sosyal ağları öğrenciler özellikle duygu, düşünce ve günlük hayattaki durumlarını paylaşmak için kullanmaktadır. Akıllı telefon kullanım düzeyleri ve internet erişiminin artması sayesinde sosyal ağlardaki paylaşım sayıları artmaktadır.

Lise öğrencilerinin akıllı telefona yönelik bağımlılığının belirlenmesi ve buna bağlı olarak bu bireylerin sosyal ve duyuşsal özellikleri ile ilişkisinin incelenmesi önemlidir. Ergen bireylerin akıllı telefona yönelik bağımlılıkta daha kritik öneme sahip oldukları göz önüne alındığında bu bireylerin bağımlı olup olmadıkları belirlenmeli ve gerekli olan önlemler alınmalıdır (Şata ve Karip, 2017).

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, lise öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılıkları ile sosyal ağları kullanım amaçları arasındaki ilişkiyi belirlemektir.

Bu amaçlar doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıtlar aranmıştır.

1. Lise öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılık düzeyleri nedir?
2. Lise öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılığı cinsiyet, sınıf ve okul türü değişkenlerine göre farklılaşmakta mıdır?

3. Lise öğrencilerinin sosyal ağların kullanım amaçları nelerdir?
4. Lise öğrencilerinin sosyal ağların kullanım amaçları cinsiyet, sınıf ve okul türü değişkenlerine göre farklılaşmakta mıdır?
5. Lise öğrencilerinin sosyal ağların kullanım amaçları ile akıllı telefon bağımlılıkları arasında bir ilişki var mı?

1.3. Araştırmanın Önemi

Teknolojinin hızla geliştiği çağımızda mobil teknolojilerin kullanımının her geçen gün artması, sosyal ağların kullanımının yaygınlaşması nedeniyle kullanıcıların akıllı telefona bağımlı hale gelmesine neden olmaktadır. Telefonların ilk kez kullanılmaya başlandığı zamanlarda yalnızca arama ve kısa mesaj özellikleri kullanıcıların iletişim problemlerini önemli ölçüde ortadan kaldırmaktaydı. Şu anda ise telefonlar, teknolojinin ilerlemesiyle birçok özellikleri de bünyesine alarak bir insanın ihtiyaç duyacağı birçok şeye sahip olmuştur. Bu özelliği ile akıllı telefonlar önemli bir ihtiyaca dönüşmüştür (Yılmaz vd., 2015).

Ancak bu kadar önemli işlevi bir araya getirerek birçok işi kolaylaştıran bir cihaz olan akıllı telefonlar, beraberinde başa çıkılması gereken bazı problemleri de getirmiştir. Her yaştaki bireylerde olduğu gibi lise çağındaki ergenlerin de akıllı telefon bağımlılıkları ve sosyal ağların kullanımları siber güvenlik, siber zorbalık, sanal kimlik ve daha birçok sorunu gündeme getirmektedir.

Bu nedenle lise öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılıkları ile sosyal ağların kullanım amaçları arasındaki ilişkiler tüm boyutlarıyla ortaya konmaya çalışılacak ve elde edilen bulguların bu alanlarda çalışan kişilere fikir vereceği düşünülmektedir.

1.4. Sınırlılıklar

2018 - 2019 Eğitim öğretim döneminde Konya İlinde Lise öğrencilerinden seçilen örneklem ile Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği-Kısa Versiyonu (ATBÖ-KV) ve Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeklerinden toplanan veriler ile sınırlıdır.

1.5. Tanımlar

Akıllı Telefon: Klasik cep telefonlarının sesli iletişim ve kısa mesajlaşma hizmetleri ile bilişim ve internet teknolojilerini de bir arada bulunduran cihazdır.

Akıllı Telefon Bağımlılığı: Günlük rutin yaşantısında temel ihtiyaçlarını, bilişsel ve duyuşsal olarak aksamalar yaşatacak boyutta, rahatsızlık derecesinde (Düvenci, 2012) akıllı telefonun kullanılması durumudur.

Sosyal Ağlar: Kullanıcıların kişisel haberlerini verebilecekleri, mevcut arkadaşlarıyla etkileşim içinde kalabilecekleri ve yeni arkadaşlar bulabilecekleri, fotoğraflarını, videolarını paylaşabilecekleri web sitelerine verilen addır (Eldeniz, 2010).

BÖLÜM 2

2. KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Bu bölümde internetin tarihi, akıllı telefon kullanımı ve bağımlılığı ile sosyal ağların kullanım amaçları hakkında genel alan yazın taraması yapılmıştır.

2.1. İnternet Kullanımı ve Tarihi

İnternet, iki ve daha fazla bilgisayarın ağlar üzerinden birleştiği, dünyadaki bilgisayarların bazı elektronik kurallara bağlı olarak karşılıklı iletişimi sağlayan (İnan, 2010) iletişim teknolojisi vasıtasıdır. Diğer bir ifadeyle internet, dünyanın farklı coğrafyalarında bulunan bilgisayarların ve çok sayıda kullanıcının aynı an veya farklı zamanlarda kullanabildiği ağların ağı olarak ifade edilebilmektedir (Yalçın, 2003).

Yaşamımızdaki yeri ve önemi sürekli artan internet, çok sayıda ağın ve bu ağlara bağlı bilgisayar, telefon vb. cihazların iletişim kurmasını sağlayan sistemlerin tümüne birden verilen isim olarak ta tanımlanabilir. Ağlar arası anlamına gelen internet kelime olarak İngilizcedeki “International” ve “Network” kelimelerinin ilk hecelerinin bir araya getirilmesiyle oluşmuştur.

1973 yılında sayıları giderek artan ağların ortak bir dil kullanması ve iletişimlerinin sağlıklı olmasını sağlamak için TCP-IP (Transmission Control Protocol-Internet Protocol) adlı bir sistem geliştirilmiştir (Hafner, 2000; Barrett, 1997). Bu protokolü kullanan internet Gürol ve Sevindik (2001) tarafından, alt ağların ve bu ağlara bağlı kullanıcıların iletişimine imkân veren ağların protokolü olarak tanımlanmıştır.

Gelişen teknoloji sayesinde hayatımızın neredeyse her alanına giren internet, son zamanlarda insanların en çok ihtiyaç duyduğu araçlardan biri haline gelmiştir. İlk zamanlarında yalnızca kişisel bilgisayarlarla erişilebilirken, son zamanlarda neredeyse tüm elektronik cihazlarla internete erişebilmek mümkünleşmiştir.

İnternet, ilk olarak 1950’li yıllarda ABD, Fransa ve İngiltere’deki laboratuvarlarda ortaya çıkarak şekillenip gelişmeye başlamıştır. Öncelikle ABD Savunma Bakanlığınca askeri ihtiyaçlar doğrultusunda bir ağ projesi geliştirildi. Daha sonra bu ağa daha fazla bilgisayarın eklenmesiyle kullanıcı sayısı artmış ve bu

kullanıcılar aralarında elektronik posta, tartışma ortamı, forum ve dosya transferi gibi çeşitli iletişim imkânları geliştirilmiştir (Kırcova, 2005; Şeker, 2005).

İnternet'in sivillerce kullanılmasının temelleri 1989 yılında başlamıştır denilebilir. Tim Berners-Lee adlı bir fizikçinin Dünya'daki diğer araştırmacı fizikçilerin de dâhil olabileceği bir haberleşme ağını geliştirme projesi 1991 yılında etkin olarak kullanılmaya başlanmıştır (Kalbag, 1999). Başlangıçta basit iletişim için kullanılan internet, bugün birçok alanda kişiler tarafından kullanılmaktadır.

İnternet, Türkiye'de de dünyadaki gelişimine benzeyen bir yol izleyerek üniversiteler aracılığıyla gelişerek yaygınlaşmıştır. Türkiye'de internet, ilk olarak Orta Doğu Teknik Üniversitesi (ODTÜ) ve Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu'nun (TÜBİTAK) işbirliğiyle yürütülen çalışmalar kapsamında 12 Nisan 1993 yılında kullanılmaya başlanmıştır. 1994 yılı itibariyle de kurum ve şirketlere internet hesabı verilmeye başlanılmış; Ege Üniversitesi'nin 1994 yılında, Bilkent Üniversitesi'nin 1995, Boğaziçi Üniversitesi ve İstanbul Teknik Üniversitesi'nin 1996 yıllarında bağlantıları tamamlanmıştır. Bu nedenle 12 Nisan 1993 Ülkemizde internetin başlangıcı olarak kabul edilmektedir (Işık, 2007).

1980'li yılların sonundan itibaren ve özellikle 90'lı yıllar itibariyle insanların kişisel kullanımlarına giren internetin kullanımı katlanarak artmış, bugün hem dünyada hem de Türkiye'de devasa boyutlara ulaşmıştır. Buradan hareketle, internet kullanımının yüksek oranlara erişerek günümüzde hayatın vazgeçilmez bir unsuru olduğunu söyleyebiliriz.

İnternet'in gelişimini hızlandıran ve kullanımını kolaylaştırarak kullanıcı sayısının artmasını sağlayan World Wide Web (www) sistemidir. World Wide Web sisteminin ilk sürümü olan Web 1.0'da sayfa tasarımcı ve yayımcıları oldukça azdı. İnternet kullanıcılarının çoğunluğu üretilmiş olanı tüketen pasif pozisyonda kalıyorlardı. Az sayıdaki sayfa yazarı ve tasarımcısı büyük kitleler için web sayfası üretmekteydiler (Argın, 2013).

World Wide Web sisteminin ikinci sürümü olan Web 2.0'ın kullanılmaya başlanmasıyla birlikte orta seviyede internet kullanıcılarının da sosyal sitelerde profil oluşturarak paylaşımda bulunması ya da maliyeti oldukça düşük web sunucularında

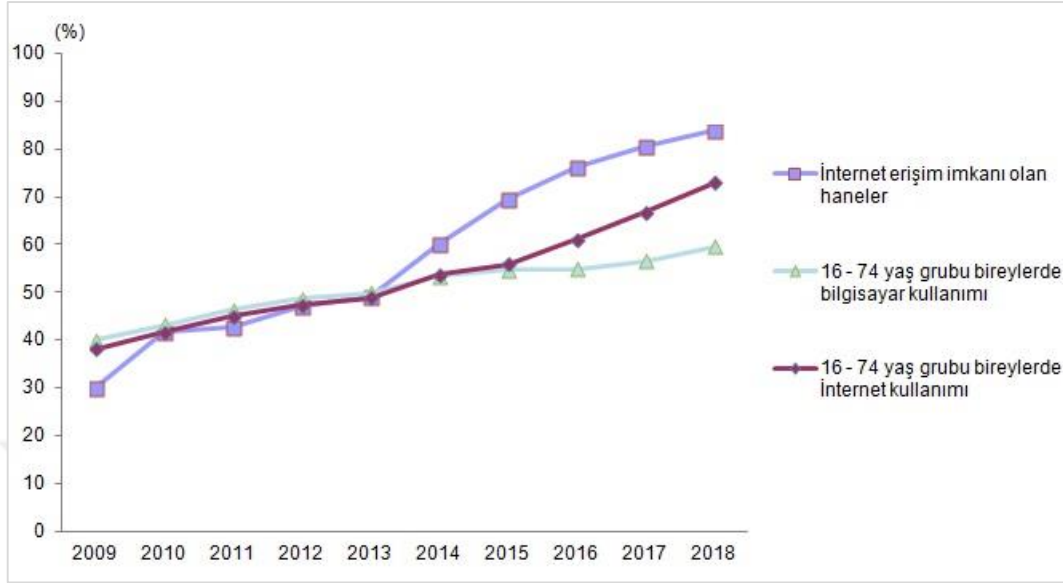
kişisel bloglar oluşturarak içerik paylaşması mümkün hale geldi (McAfee, 2006). Web 2.0, kullanıcıların özgür olmasını sağlamıştır (Pal, 2012). Web 2.0'ın artıları şu şekilde belirtilebilir; geniş kullanıcı katılımı ve deneyimi, meta veri ve dinamik yapı, standart ve ölçülebilirliktir. (Best, 2006).

İnternet kullanımı öncelikle gençler arasında olmak üzere gittikçe artmaktadır. Bunun en önemli nedenlerinden biri akıllı telefon, tablet gibi taşınabilir iletişim araçlarının daha erişilebilir olması ve daha yaygın olarak kullanılmaya başlanması, hayatımızın vazgeçilmez araçlarından olması olarak değerlendirilebilir (Doğan, 2016; Taş, 2015).

İnternetin bu kadar yaygınlaşmasının nedenleri araştırıldığında; teknolojiye uzak ya da yakın olsun fark etmeden tüm kullanıcıların bazı işlerini kolaylaştırmak veya boş zamanlarını değerlendirmek için internet kullandıkları (Keser Özcan ve Buzlu, 2005), herhangi bir bilgiye ihtiyaç duyulduğunda kısa sürede ulaşılmasını sağlaması ve başka kullanıcılarla hızlı iletişim kurulmasını sağlaması gibi sebepler ortaya çıkmaktadır (Ceyhan vd., 2007).

TÜİK 2009 yılı Nisan ayı verilerine göre internet erişimine sahip hane oranı % 30,0 iken bu oran TÜİK 2018 yılı Nisan ayında % 83,8'e çıkmıştır. Yine TÜİK'in aşağıda grafikte gösterilen bir başka verisi incelendiğinde internete erişim, bilgisayar ve internet kullanma oranlarında 2009-2018 yılları aralığında sürekli bir artış eğiliminde olduğu görülmektedir.

Şekil 1 - 2009 - 2018 Yılları Arası İnternet ve Bilgisayar Kullanımına Yönelik Temel Göstergeler (TÜİK, 2018).



2.2. Akıllı Telefon Tarihi

Aynı mekânda bulunmayan insanların iletişim kurmasını sağlayan araçlardan olan telefon, öncesinde bazı denemeler olsa da Graham Bell tarafından icat edilmiştir. Telefonun icadıyla iletişim çağının resmen başladığı söylenilebilir. Telefon, icadından sonra gelişimini yüz yıl süresince devam ettirmiş olsa da yapısında kablo olması nedeniyle hep bir yere bağlı olarak kullanılmak zorunda kalmıştır. Coğrafi olarak kablo döşenmesi zor olan bazı ülkelerin bundan kurtulmak için yaptıkları çalışmalar ve geliştirmeler sonucunda telefon kablosuz olarak kullanılmaya başlanılabilmektedir (Uğurlu, 2013).

01 Temmuz 1991 tarihinde gerçekleştirilen ilk kablosuz telefon görüşmesine kadar bu konuda oldukça çok çalışma yapılmıştır. İlk mobil iletişim şirketlerinden olan Motorola tarafından 1133 gram ağırlığındaki mobil telefon ile 3 Nisan 1973 tarihinde gerçekleştirilen ilk cep telefonu görüşmesine kadar “Global System for Mobile Communications” veya kısaca GSM gibi mobil iletişimle ilgili henüz bir standart geliştirilmemiştir (Genç, 2011).

Cep telefonları kullanılmaya başladığı ilk zamanlarda yalnızca sesli iletişim kurmak amacıyla kullanılmış olsa da daha sonra yaşanan gelişmelerle önce kısa mesaj

olarak ifade edilen ve belirli bir sayıya kadar karakterden oluşan SMS (Short Message Service) özelliğini kazanmış, daha sonra ise fotoğraf çekme ve video kaydetme özelliği eklenen ve bu medyaları MMS (Multi Message Services) olarak gönderebilen ikinci nesil telefonlar kullanılmaya başlanılmıştır. Cep telefonlarındaki gelişme süreci bunlarla sınırlı kalmamış, kablosuz internet bağlantısı (WIFI) özelliği ile internete erişme özelliği ve operatör şirketlerinin kullanıcılara internet erişimi sağlamaya başlamasıyla günümüzdeki son teknolojinin adımları atılmıştır (Uğurlu, 2013).

Türkiye'deki cep telefonu hizmeti çalışmaları ise 1985 yılından itibaren başlamış olmakla birlikte PTT'nin öncülüğünde 1994 yılında verilmeye başlanmıştır. 1994 yılından itibaren önce Türkcell ve ardından Telsim operatörleri abone kaydetme işlemlerine başlamışlardır (Başaran, 2002).

Mobil yaşam kavramının oldukça yaygınlaştığı son yıllarda insanlar mobil iletişim araçları vasıtasıyla konuşma ve mesajlaşmanın yanı sıra internete bağlanıp bilgi araştırma, oyun oynama, online alışveriş, adres arama, müzik dinleme, video ve TV izleme, kişisel bankacılık işlemlerini yapma ve sosyal ağlara bağlanma gibi faaliyetleri gerçekleştirmektedirler (Kayabaş, 2013).

Her ne kadar yetişkinler de yoğun olarak cep telefonu ve diğer mobil cihazları kullanıyor olsalar da bu teknolojinin asıl tüketicilerinin gençler olduğu düşünülmektedir (Thulin ve Vilhelmson, 2007). Çünkü, cep telefonunu gençler yetişkinlere göre günlük hayatlarına daha hızlı dâhil etmektedirler. Buna sebep olarak cep telefonunun gençlere özgürlük sağlaması, bilgi elde etme isteğinin fazla olması, başka insanlarla ve özellikle arkadaşlarıyla sürekli iletişimde kalma isteği, güvenlik gibi istekler gösterilebilir (Ling, 2004). Ayrıca yeni insanlarla tanışıp sosyalleşme isteği de nedenler arasında sayılabilir (Ling ve Yttri, 2002). Bu tespitten hareketle cep telefonu ile ilgili yapılacak geliştirmelerin gençlerin istek ve beklentilerine göre şekillendirildiği cep telefonu üretiminde söz sahibi kuruluşlarca da dikkate alınmaktadır (Thulin ve Vilhelmson, 2007).

2.3. Akıllı Telefon Bağımlılığı ve Etkileri

Mobil cihazların ve akıllı cep telefonlarının günlük hayatı kolaylaştırıcı özelliklerinin yanında kullanıcılarda oluşan bu cihazlara bağımlılık, üzerinde

düşünülmesi gereken önemli bir sorun olarak belirginleşmektedir. Cep telefonlarının kullanımının bağımlılık yapabileceği fikri ilk olarak Bianchi ve Phillips (2005) tarafından ortaya atılmıştır. Kullanıcıların akıllı telefonlarını çok uzun süreler kontrolsüz olarak kullanması ve günlük yaşantılarına zarar vermesi akıllı telefon bağımlılığı olarak tanımlanmaktadır (Fidan, 2016; Özen ve Topçu, 2017). Diğer bir tanıma göre akıllı telefon bağımlılığı kullanıcıların günlük aktivitelerinin bozulması, sürekli akıllı telefon kullanım isteği ve kontrol kaybı gibi sorunlarla yaşamını olumsuz etkilemesi olarak tanımlanmaktadır (Kwon ve ark., 2013).

Carbonell ve ark, (2013) yaptıkları araştırmada akıllı telefon kullanımını bu kadar cazip hale getiren, kullanıcılarda bağımlılığa sebep olan ve doyum hissini veren özellikleri kimlik ve statü sembolü, sosyal statü, sosyal ağ, hoşnutluk, aygıtsal fonksiyon, bağımsızlık ve eğlence olarak sıralamıştır. Cep telefonu kullanılarak internete erişilebilmesi sınırlamaları yok etmiş ve insanların geleneksel iletişime göre daha fazla doyum elde etmesini sağlamıştır (Özcan ve Koçak, 2003). Cep telefonları fiziksel serbestlik sağlaması bakımından mesajlaşma ya da oyun oynama gibi faaliyetler esnasında kullanıcıları içinde bulunduğu mekân ve çevresinden soyutlayıp sanal ve gerçeğin bir arada olduğu başka bir ortama taşımaktadır. Ayrıca, cep telefonları kullanıcıya ait veri ve bilgileri kayıt altına almaya ve saklamaya da yaramaktadır. Bu yönden değerlendirildiğinde cep telefonu, kullanıcıya bedensel ve duyuşsal bir uzantısı olduğu hissini yaşatmaktadır (Çelik, 2013). Mobil iletişim cihazları bir araç olmaktan ve teknolojik özelliklerinden çok ortaya konulmak istenilen kişisel veya sosyal kimliklere katkısından dolayı hızlı benimsenmiş, kişilerde bu telefona sahip olma isteğini harekete geçirmiştir. Bu açıdan değerlendirildiğinde cep telefonu toplumsal statüyü ortaya koyan bir sembol haline gelmiştir (Çelik, 2010). Dolayısıyla cep telefonu sahipliği yetişkinliğin göstergesi ve gerekliliği olarak düşünülmektedir. Özellikle gençler açısından bir kimlik ortaya koyma aracı olarak algılanan cep telefonuna, semboller evreninin bir parçası olarak anlam yüklenmektedir (Ling, 2004).

Cep telefonlarının yaygın kullanımıyla birlikte sosyal ağlar, çevrimiçi oyunlar, video siteleri ve mobil uygulamalar gençler açısından vazgeçilmez unsurlar haline gelmiştir. Genç bireyler kendini ifade etme ve kişiliklerini ortaya koymak için bu

unsurlardan faydalanmakta, beğenilerini, isteklerini ve zevklerini dijital teknoloji kullanarak paylaşıp, olduklarını veya olmak istediklerini yine dijital teknoloji vasıtasıyla ortaya koymaktadırlar (Özata, 2009).

Cep telefonlarının genç bireylerin sosyal hayatlarına yaptığı olumlu etkinin yanında bazı olumsuzlukları da beraberinde getirdiği negatif yönü de bulunmaktadır. Campell (2005) bu olumsuzlukları toplumdan uzaklaşma ve siber zorbalık tanımlamalarıyla ortaya koymaktadır. Örneğin, konuşmak yerine duygusal ifadelerde mesaj kullanılması gençlerin sosyal uyum yeteneklerini azaltarak daha içe dönük bir kişilik sergilemelerine neden olmaktadır. Başka bir sorun olarak gençlerin eğitim ortamlarında cep telefonu kullanmaları derse yoğunlaşmalarını engelleyerek eğitimcilerin işlerini zorlaştırmaktadır (Campbell, 2005).

Mutlu Çocuklar Derneği tarafından Ankara ve Bursa illerinde 2611 öğrencinin katılımıyla gerçekleştirilen “Çocuklarda İletişim Bağımlılığı” temalı araştırmanın sonuçlarına göre; cep telefonu sahipliği ortaokul öğrencilerinde %70, ortaöğretim öğrencilerinde ise % 97 olarak tespit edilmiştir. Bilgisayarda/internette, TV izleyerek ve cep telefonu ile meşgul olarak günlük geçirdikleri zaman 5-6 saat iken, ders kitabı dışında kitap ya da başka yayın okuma süreleri bir saat kadardır. Araştırmadan elde edilen verilere göre çocukların yaşı yükseldikçe cep telefonu ve diğer teknolojik cihazlara bağımlılıkları artarak bu cihazların neden olduğu olumsuzluklardan daha çok etkilendikleri değerlendirilebilir (Akyürek, 2011).

2.4. Sosyal Ağlar

İnsanlar arasında bireysel veya profesyonel ilişki kurmayı sağlayan iletişim ağları sosyal ağlar olarak ifade edilebilir. Başka bir ifadeyle, birbirleriyle dolaylı ya da doğrudan iletişim ve etkileşimde bulunan kişilerin meydana getirdikleri ağlardır. Bu ağlar sadece aile ile arkadaş çevresiyle sınırlı olmayıp iş arkadaşları, diğer tanıdıklar hatta şahsen tanışılmamış insanlarla olan iletişim de kapsamaktadır (Talayhan, 2012).

İlk sosyal ağlar bir işletme veya kurum içinde kurulan ve çalışanların listelerinde yer alan diğer çalışanlara e-posta gönderebildikleri gruplardır. Daha sonraki süreçte iletişim kurum dışına da yapılabilir hale gelerek bloglar ve sosyal ağ siteleri aracılığıyla kişilerin iletişim kurup bilgiyi paylaşabildikleri çevrimiçi sanal topluluklar

teknolojideki hızlı gelişmeye paralel olarak oldukça hızlı bir gelişim göstermiştir (Fu vd., 2007). Sosyal iletişimi, paylaşım ve işbirliğini ön planda tutan Web 2.0 teknolojisinin gelişmesiyle artık daha farklı platformlar ortaya çıkmıştır ve bu platformlardan en popüler olanları sosyal ağ siteleridir (Karal ve Kokoç, 2010).

Web siteleri ile sosyal ağlar interaktif olmaları yönünden birbirlerine benzeseler de sosyal ağların en önemli özelliği sayfaların kullanıcılar tarafından neredeyse tamamen tasarlanabilir olmasıdır. Sosyal ağ sayfaları tamamen kullanıcıların isteklerine uygun olarak ve kendilerini ifade edebilecekleri profil üretmeye uygundur. Sistem tarafından sorulan sorulara kullanıcılar tarafından verilen yanıtlarla oluşturulan bu profil sayfaları, doğal olarak birbirlerinden oldukça farklılaşmaktadır.

Günümüz dünyasında sosyal ağlar çokça etkileyici olan ve çoğunlukla bağımlılık oluşturan bir seviyede bulunmaktadır ve bu seviyeye gelmesi oldukça kısa bir zaman diliminde gerçekleşmiştir.

Sosyal ağ uygulamaları kullanıcıların kişisel sayfa oluşturmalarına ve bu sayede diğer kullanıcılarla iletişim kurabilmesine imkân sağlamaktadır. Sosyal ağların en önemli özelliklerinden biri, kullanıcıların kendilerini internet aracılığıyla başka insanlara ifade edebilmesini sağlamasıdır (Hazar, 2011).

Abanoz (2018) sosyal ağ sitelerinde kişilerin birbirleriyle iletişim kurabileceklerini, veri kaydedip paylaşabileceklerini, kişisel özelliklerini yansıtıcı profil oluşturabileceğini belirtmiştir.

Sosyal ağ siteleri pek çok farklı amaç için kullanılabilir. Bu amaçlar; arkadaş veya sosyal çevre edinmek, denetlemek ve gözetlemek, müzik, video, fotoğraf gibi medya paylaşmak, fikir beyan etmek, oyun oynamak, örgütlenme ve bir araya gelme, siyasi ve ya ticari amaçlardır. (Toprak vd., 2009).

2.4.1. Sosyal Ağların Gelişim Süreci

Sosyal ağ kavramına uyan ilk siteler Classmates.com (1995) ve SixDegrees.com (1997) adlı sitelerdir (Akyazı ve Ateş, 2012). Classmates.com eski sınıf arkadaşlarını bulma konusunu tema edinmişken, SixDegrees.com sitesi kullanıcıların kendilerini

tanıcı ve kendileri hakkında paylaşmak istedikleri bilgileri içeren sayfa oluşturma ve arkadaş listesi oluşturma olanağı vermekteydi. Bu uygulama her ne kadar milyonlarca kullanıcı sayısına ulaşsa da daha sonra kullanıcıların ilgisini kaybetmiştir (Belin ve Yıldız, 2011). Six Degrees'in popülerliğini koruyamayarak kapanmasındaki en önemli etkenlerden gösterilen kullanıcıya yöneltilen arkadaşlık tekliflerini kabul etmekten ve bunları listelemekten başkaca bir özelliğinin olmaması fark edilerek kurulan sosyal ağ siteleri, daha başarılı olmuşlardır (Toprak vd., 2009).

Günümüzün en yaygın kullanıcıli sitelerinden olan Facebook 2004 yılında kurulmuş, 2005 yılına kadar çoğunlukla akademik çevre tarafından kullanılmıştır (Liebert, 2011). 2006 yılından sonra ise değiştirilen özellikleri sayesinde bu günkü özelliklere kavuşturularak genel kitleye ulaşmıştır. Aynı dönemin uygulamalarından olan Twitter, kısa cümleler aracılığıyla iletişim kurulmasına imkân veren ve daha çok müzik dünyasının ve Hollywood'un ünlüleri arasında yaygın olarak kullanılması nedeniyle oldukça popüler hale gelmiştir (Hazar, 2011).

2010 yılında Mike Krieger ve Kevin Systrom adlı girişimciler tarafından kurulan ve bir fotoğraf paylaşım sitesi olan Instagram popülerliğinin oldukça arttığı 2012 yılında Facebook tarafından bir milyar dolar gibi büyük bir fiyatla satın alınmıştır (Gürel, 2011).

Teknolojideki gelişmeler paralelinde dijital dünyada yaşanan değişim ve ilerleme Türkiye'de de hızla kabul görmüş ve benimsenmiştir. Yapılan araştırmalara göre Türkiye'deki internet kullanıcıları aylık bazda yapılan değerlendirmelere göre sanal ortamda ortalama 50 saat geçirmektedir. Bunun ortalama 22 saati video izlemeye ayrılırken geriye kalan 28 saati sosyal ağlarda geçirilmektedir. Youtube sitesine yüklenen "Türkiye Sosyal Medya Verileri" videosunda yer alan bilgilere göre Facebook Türkiye'de en çok vakit geçirilen sosyal ağ konumundadır. İkinci sırada ise Twitter yer almaktadır. Türkiye'de bir günde gönderilen tweet sayısı ortalama 8 milyon iken bunun büyük çoğunluğunun akşam saatlerinde gönderildiği belirtilmektedir (Sosyalmedya.co, 2013).

2.4.2. Sosyal Ağların Geleneksel Medyadan Farkı

Geleneksel medya ile sosyal ağlar arasındaki en temel farkın içerik oluşturma aşamasında olduğu söylenilebilir. Şöyle ki; sosyal ağlarda içerik oluşturma aşamasında kullanıcılar ön planda iken geleneksel medyada kullanıcılar/tüketiciler başka kişiler tarafından oluşturulan içeriği izlemek, okumak veya dinlemek zorunluluğundadırlar. Geleneksel medyada amaç iletişim değil, oluşturulmuş iletinin mümkün olduğunca çok insana ulaştırılmasıdır (Tuten, 2008).

Kullanıcılara içerik düzenleyebilme, düzenlenen içeriği yeniden yayınlatabilme, yayınlanmış içeriklere yorum yapabilme imkânı veren sosyal ağlar içerik bakımından geleneksel medyaya göre daha geniş kapsamlı ve büyüktür. Geleneksel medya, içerik üreticileri ve tüketicileri arasında belirlenmiş bir alana sahipken, sosyal ağlar neredeyse sınırsızdır (Klieber, 2009).

Akıllıca oluşturulmuş bir mesajın geniş kitlelere ulaşmasının maliyeti oldukça düşükken, aynı etkiyi ortaya çıkarmak için geleneksel medyada çok daha fazla masraflıdır. Ayrıca çok geniş kitlelere ulaşma noktasında sosyal ağlar çok daha avantajlıdır (Scott, 2010).

Yukarıda belirtilen özellikler dikkate alındığında geleneksel medya ile sosyal ağlar arasındaki farklar şu şekilde listelenebilir (Wikipedia, 2019);

- Erişilebilirlik: Geleneksel medyada üretilen içerikler çoğunlukla bağlı olunan ticari şirket ya da mevcut iktidarın tahakkümü altındayken, sosyal ağlarda kullanıcılar neredeyse sınırsız özgürlüğe sahiptirler.
- Kullanılabilirlik: Sosyal ağlar her kullanıcının içerik üretmesine imkan verirken, geleneksel medyada içerik üretebilmek için bu alanda eğitim almış profesyonellik gerekmektedir.
- Yenilik: Üretilmiş içeriğe geri bildirim almak geleneksel medyada uzun süreli iken sosyal ağlarda anlık olabilmektedir. Bu nedenle geleneksel medya araçları sosyal ağ araçlarına eklenmektedir.

- Kalıcılık: Geleneksel medyada üretilen içerik yayımlandıktan sonra değiştirilemez iken sosyal ağlarda böyle bir durum söz konusu olmayıp her an değiştirilebilmektedir.

2.4.3. Sosyal Ağ Araçları

Sosyal ağların sınıflandırılmasında birçok farklı görüş bulunmaktadır. Sosyal ağ araçlarını sınıflandıracak tek bir sistemden söz etmek zordur. Ayrıca kullananların ihtiyaçlarına ve taleplerine göre birçok kez değişime uğrayan sosyal ağ araçları için değişmez bir sınıflandırma yapmak mümkün değildir (Başer, 2014; Akdeğirmen, 2015; Altınay Bor, 2018).

Bedir (2016)'in aktardığına göre Mayfield (2008) sosyal ağ araçlarını forumlar, bloglar, wikiler, podcast, microbloglar şeklinde sınıflandırırken; Akar (2010) günümüzde kullanılan sosyal ağ araçlarını bloglar, wikiler, podcasting ve sosyal ağlar şeklinde gruplandırmaktadır.

Bu çalışmada sosyal ağ araçlarından; bloglar, podcastlar, wikiler ile sosyal ağ sitelerinden Facebook, Twitter, Instagram, Youtube ve Diğer çok kullanılan ağ siteleri açıklanacaktır.

2.4.3.1. Bloglar

1997 yılında internet yazarı John Berger tarafından keşfedilen bloglar, “Weblog” isminden türetilmiştir ve açıklaması ise: “Web'de oluşturulan günlük” anlamındadır (Abanoz, 2018). Bloglar, çoğunlukla bireylerin ilgi duyduğu alanlarla ilgili web site yazarlarının günlük olarak farklı farklı konular hakkındaki, düşüncelerini, gözlediklerini ifade ettikleri, internet kullanıcılarının da bu yazılanlara yorum yapabildikleri web sitelerine denmektedir (Akdeğirmen, 2015).

Ters kronolojik dizinle sergilenen, son gönderilerin rahatça görülmesini sağlayan ve yazar ile okuyucunun görüşlerini rahatça ifade etmesine imkan sağlamaktadır. Bu şekliyle serbest kürsü olarak da tanımlanabilecek olan bloglar sanal ortam günlükleri olarak da ifade edilebilir (Akbayır, 2008). Hüseyinoğlu (2009) ise kullanıcı için herhangi bir teknik bilgiye sahip olmaksızın, dilediği şeyi, dilediği gibi

yazan kullanıcıların oluşturdukları, günlük tarzında olan web siteleri olarak tanımlanmaktadır.

Bir blog içerisinde text (metin), hypertext, resimler ve linkler içermektedir. Ayrıca bloglar karşılıklı iletişim formunda, metin, video, ses kaydı ve birçok iletişim materyalini yükleme olanağı sunan ve düzenli olarak güncellenen sanal platformlardır (Meriç, 2010).

Günümüzde blogların popüler olmasının başlıca nedenlerini (Kılıç, 2016) şu şekilde belirtmektedir:

- Çok fazla maliyet gerektirmemesi veya tamamen ücretsiz yapabilmek.
- Blog oluştururken özel bir yazılıma ihtiyaç duyulmaması.
- Teknik bir bilgisayar kullanım bilgisi gerektirmemesi.
- İçeriğin günlük olarak güncellenebilmesi ve kolaylıkla paylaşılabilmesi.
- Herkes tarafından yorum gönderilebilmesi, okuyucu ve yazar arasında iletişime olanak sağlaması.

Bloglar birçok konuda yazılabildiğinden farklı blog çeşitleri oluşturulmuş farklı sınıflar olarak ele alınmışlardır (İşlek, 2012).

1. Kişisel Bloglar: Deneyimli olmaya gerek olmayan, kişilerin günlük yaşamda karşılaştıkları olayları aktardıkları bloglardır. En fazla rastlanılan blog türüdür

2. Temasal Bloglar: Temanın (konu) belli olduğu ve temayı en iyi bilen kişinin sözünün geçtiği bloglardır. Tema her şey olabilir. Örneğin, yemek, siyaset, eğitim vb.

3. Topluluk Blogları: Üye olunarak yazıların aktarılabildiği bloglardır

4. Kurumsal Bloglar: Kurumların kendilerini kamuya tanıttığı bloglardır (Üksel, 2015; Kılıç, 2016).

Özetlemek gerekirse, blog siteleri bireylerin yaptıkları işleri, hobilerini, duygu ve düşüncelerini, gezdikleri gördükleri yerleri, gittiği konseri, izlediği filmi ya da

herhangi bir şeyi istendiği anda tüm dünyayla paylaşa bilme olanağı sunmaktadır (Üksel, 2015)

2.4.3.2. Podcastlar

Podcast sözcüğünü dünyada ilk olarak The Guardian gazetesi teknoloji yazarı Ben Hammersley tarafından Şubat 2004'te türetilmiştir. Podcast ismi 'iPod' ile İngilizce'de yayın anlamına gelen 'broadcast' kelimeleri kullanılarak türetilmiştir (Atalay, 2014; Akdeğirmen, 2015; Bedir, 2016).

Genellikle web sitesinden ses, video gibi ürünlerin akıllı telefon ve bilgisayara indirilerek yayınlanmasıdır (Dictionary.com, 2019). Podcastler diziler gibi bölüm bölüm hazırlanması gerekmektedir. Rahatça kullanılması için audio dosyası olarak hazırlanmalıdır. Hazırlanacak olan bu dosyaların uzunluğu noktasında herhangi bir standart olmamasıyla birlikte, genellikle şu şekilde sınıflandırılmaktadır (Çakmak, 2014):

- 5 dakikadan az günlük haberlerin yayınlanması
- 10 dakikaya kadar olan konuğu olan haber programları
- 30 dakika kadar süren talk-şov programları
- 1 saatlik haber programları podcast'ler olabilir.

Bugün kullanıcılar; kurum içi iletişim programlarıyla daha ilişkili kullanılmaktadır. Podcast'lere RSS besleyiciler aracılığıyla üyelik sağlanarak, çalışanlar, ilgili kuruluşlar, sektör ve kurum bazında liderlerin konuşmalarına ulaşmaları mümkün olabilmektedir (Akbayır, 2008). Ayrıca, üniversite ders notlarına, komedi showlarına, müzik gösterilerine, endüstri bilgilerine ulaşabilmektedirler. Bu şekil kaydedilebilen ve dağıtılabilen her türlü dijital ses dosyası podcastlene bilmektedir. Ulaştırılma ve dağıtım yolu RSS olan dosyalar podcast olarak tanımlanabilir (Meriç, 2010).

2.4.3.3. Wikiler

Hawaii dilinde hızlı anlamına gelen Wiki, 1994 yılında Ward Cunningham tarafından ilk olarak kullanılmıştır, "WikiWikiWeb" adıyla geliştirilerek 1995 yılında

bu günkü halini almıştır (Akar, 2010; Aydoğan ve Akyüz, 2010; Bedir, 2016; Gürültü, 2016; Tekin, 2016).

“What I Know is” kelimesinin kısaltılmış hali olan Wiki dilimize “bildiğim kadarıyla” şeklinde çevrilmiştir. Wikiler kullanıcıların herhangi bir konuda katkıda bulunabileceği sanal ortamlardır. Wikiler halka açık olarak sunulan ve kullanıcıların konu hakkında yorum yaptıkları veya değişiklik yapabilecekleri bir veri tabanı olarak tasarlanmıştır. Kullanıcılar wikilerde yeni sayfalar açabilmekte, var olan sayfalarda düzenleme yapabilmektedirler. Wikiler aracılığıyla bilgilere ulaşmak kolay ve hızlıdır (Gürültü, 2016).

2.4.4. Sosyal Ağ Siteleri

Gelişen teknolojinin bir parçası olarak iletişim şekli değişmiş ve sosyal ağlar karşımıza çıkmaktadır. Sosyal ağlar çağımızın en önde gelen iletişim araçları olma yolunda hızla ilerlemekte ve internet ortamının en önemli ögesi olmaktadır. İnternet bilgiye ulaşmak için kullanılan bir sistem olmanın da ilerisine geçmiş ve insanların bir biriyle iletişim kurmasını sağlayan ve sosyalleşmesini kolaylaştıran bir mecra haline gelmiştir (Aydın, 2016). Birçok sosyal ağ uygulaması bulunmakta fakat en yaygın olarak kullanılanları Facebook, Twitter, Instagram ve Youtube’dır.

2.4.4.1. Facebook

Mark Zuckerberg tarafından 4 şubat 2004 tarihinde Harvard niversitesi’nde okurken kurulmuştur. Facebook, bu kişinin kurmuş olduğu ikinci sitedir. Zuckerberg’in ilk kurduğu site olan Facemash, Harvard’lı öğrencilerin bilgilerini ve resimlerini içeren ilk sosyal ağ içerikli sitesidir. Zuckerberg, Harvard niversitesi’nde okuyan öğrencileri bir araya getirme adına oluşturulmuştur. Zuckerberg; siteye ye olanların fotoğraflarının da bulunduğu ve kişisel ilgi ve hobileriyle bir profil oluşturabilecekleri, özel veya herkese açık gönderilerini paylaşarak değişik arkadaş gruplarına katılabilecekleri, profil verilerinin görüntülenmesini aynı grup veya onaylanmış arkadaşlarla sınırlayabilecekleri bir sosyal ağ içerikli site projesini gerçekleştirebilmek için ilk ismi “The Facebook” olan Facebook’u kodlamaya başlamıştır. Daha sonra Zuckerberg, Facebook’un çok fazla ilgi görmesi ve diğer kullanıcıların site içerisinde yer almak istemeleri üzerine kademeli bir ye artışı

planlanmıştır. 2005 yılından itibaren lise öğrencilerine de üyelik imkânı tanıyan Facebook, 2006 yılında dünya genelindeki tüm katılımcıların kullanımına sunulmuştur (Çam, 2012; İşbulan, 2015; Tufan Yeniçıktı, 2016; Uluç ve Yarcı, 2017; Sabancı, 2018; Tepret, 2018; Yılmazsoy, 2018).

İletişim teknolojilerinin ortaya çıkardığı bir ürün olan ve kullanıcılar tarafından en çok kullanılan sitelerden olan Facebook, üyeleri arasındaki mesafeleri azaltmış ve üyelerine özgür bir iletişim imkânı sağlamıştır. Facebook içerdiği çoklu ortam uygulamalarıyla üyelerinin kendileri hakkında bilgi vermelerini, arkadaşları hakkında bilgi sahibi olmasını ve gündelik hayatında konuşarak edinemeyecekleri bilgilere de ulaşmasına olanak tanımaktadır. Bu durum kişilerde merak dürtüsünü harekete geçirerek kişilerin Facebook ortamında sürekli bulunma hissinin ortaya çıkmasını sağlamaktadır (Tufan Yeniçıktı, 2016).

Facebook'un kullanıcılar tarafından tercih edilme nedeni olarak eğlence, iletişim, oyun, paylaşım, bilgi edinme ve gündemi takip etme gibi birçok imkânı vermesi yatmaktadır. Facebook üyelerinin kullanım amaçları farklılık gösterse de çoğunlukla arkadaş bulma, video, fotoğraf, müzik vb. paylaşma, oyun oynama, siyasal, ticaret, örgütlenme, denetim ve gözetim, ihbar amaçlı kullanılmaktadır (Kılıç, 2016; Uluç ve Yarcı, 2017; Mendeş, 2018).

2.4.4.2. Twitter

2006 yılında Jack Dorsey ve 13 arkadaşı tarafından kurulan twitter İngilizce de "kuş cıvıltısı" anlamına gelmektedir. Twitter ilk başta en çok 140 karakterden sonra ise 280 karakterden oluşan metinlerin yayılmasını ve paylaşılmasını sağlayan bir sosyal ağ platformudur (Atalay, 2014; Bedir, 2016; Gürültü, 2016; Kalender, 2016; Tufan Yeniçıktı, 2016; Aksak, 2017; Uluç ve Yarcı, 2017; Altınay Bor, 2018; Mendeş, 2018).

Anında mesaj aktarma olanağı sağlaması, Twitter'i en etkin ve popüler sosyal ağ araçlarından biri haline getirmiştir. Kullanıcılar tarafından yazılan tweetler diğer kullanıcılar tarafından görülebilir veya kullanıcılar attıkları tweetleri sadece kendilerini takip edenlerin görmesi noktasında sınırlama getirebilir (Uluç ve Yarcı, 2017; Mendeş, 2018).

Twitter düşüncelerin, bağlantıların ve yazıların anında paylaşılabilirdiği bir mecradır. Twitter, sektörel alanlarda, gazetecilere, yazarlara, sanatçılara, sporculara ve siyasetçilere ve yakın arkadaşlara kullanıcı erişimi sunarak, etkileşim içerisinde olunmasını sağlamaktadır. Twitter kullanıcılar için çoklu iletişi olanağı sunan bir platformdur. Kullanıcılar günlük haberlerden ya da buldukları ülkede veya dünyada gelişen olaylar hakkında bilgi sahibi olma, görüş bildirme ve anlık iletişim kurma olanağına sahiptirler (Tufan Yeniçıktı, 2016).

Twitter kendine özgü bir dile sahiptir ve bazı özel kavramlar (TT, DM, Mention, HashTag, RT gibi) yer almaktadır. Bunların anlamları şu şekildedir (Kalender, 2016);

- Direct Message (DM): Direk mesaj anlamındadır ve kullanıcılarla mesajlaşmaktır.
- Retweet (RT): Bir kullanıcı tarafından atılan tweetin herhangi bir kullanıcının o tweeti yeniden ya da tekraren tweetlemesidir.
- Mention: Twetter’da bir kişi hakkında bahsetmektir.
- Trend Topic (TT): İlgi gören konular anlamına gelmektedir. Twitter’da gün içerisinde en fazla konuşulan konulardır ve en çok konuşulan 10 konuya TT denmektedir.
- Hashtag: Konu etiket denilen bu kavram toplumun fikrini öğrenmek için kullanılmaktadır.
- Favori: Kullanıcıların bir tweeti favori yapmak için twitte bulunan kalp simgesini tıklamasına denir. Bu tweet kullanıcının beğenileri listesine kaydedilmektedir.

2.4.4.3. Instagram

İletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte kuşkusuz sosyal ağ ortam ve araçlarında da yenilikler söz konusu olmaktadır. Sosyal ağlardaki yeniliklerden biri de Instagram’dır (Üksel, 2015). 2010 yılında Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından kurulmuş olup sosyal ağ üzerinden ücretsiz bir şekilde fotoğraf ve video paylaşma olanağı sunan uygulamadır (Aksak, 2017).

Instagram'ın bu hızlı yükselişini birkaç nedenle açıklanabilir. Bunlar;

- Görüntü kalitesi kötü olan fotoğraflara Instagram'da bulunan farklı filtreler sayesinde profesyonel görünüm kazandırılabilmesi.
- Instagram'da paylaşılan fotoğrafı aynı anda farklı sosyal ağ platformlarında paylaşılabilmesi.
- Fotoğraf ve video yükleme hızı diğer sosyal ağlara göre daha hızlı olması.
- Diğer uygulamalara göre kullanımının daha basit olması (Kırcaburun, 2017).

Instagram günümüzde ürün tanıtımı yapmak isteyen üyeler, diğer kullanıcılara ulaşmak için görsel ve kısa mesajlar kullanmaktadırlar.

Paylaşılan resimlerle, ürünler için farkındalık yaratılabilmektedir. Çekilen fotoğrafların altına etiketlerin (#hashtag) eklenmesi fotoğrafın daha çok kişiye ulaşması açısından önem taşımaktadır. #food etiketi Instagram'da en popüler etiketler arasında yer almakta ve sağlıklı yemek görselleri, sağlıksız yemek görsellerine göre kullanıcılar tarafından daha çok desteklenmektedir (Mendeş, 2018).

2.4.4.4. Youtube

2005 yılında kurulan Youtube, dünya da en çok bilinen ve en çok tanınan web sayfalarından biridir. Youtube'nin çok bilinen bir site olmasının en önemli nedeni, video paylaşımına imkân sağlayan özelliği olmasıdır. Youtube Chad Hurley, Steve Chen ve Jawed Karim tarafından kurulmuş bir Video barındırma (podcasting)web sitesidir. Youtube'nin ortaya çıkışı, kurucularının evlerinin garajında yer alan ofislerinde, bir ev partisinde çektikleri fotoğrafları ve video dosyalarını arkadaşlarıyla paylaşmak istemeleri üzerine atılmıştır. Broadcast Yourself (Kendini Yayınla) sloganı ile yola çıkan şirket, 2006 yılının Ekim ayında Google tarafından, rekor kabul edilen 1.65 milyar dolara satın alınmıştır (Hüseyinoğlu, 2009). Kullanıcılarına video yükleme, paylaşma ve izleme olanağı veren bir uygulamadır. Youtube'da video klipler, müzik videoları, kısa özgün videolar, eğitim videoları vb. içerikler yayınlanmaktadır (Kılıç, 2016).

Youtube, internet kullanıcıları açısından önemli bir sosyal ağ aracıdır. Bu site aracılığıyla kullanıcılar istedikleri videoyu tekrar tekrar izleyebilmekte, kaçırdığı programları izleme imkânı bulmaktadır. O an başka insanların izlediği videoları da takip edebilir. Youtube aynı zamanda kullanıcılarına, duygu ve düşüncelerini, iletmek istedikleri mesajları en kısa sürede dünyanın birçok yerinde bulunan insanlara ulaştırma olanağı vermektedir. Youtube sadece bir video paylaşım sitesi değil aksine, bireylerin yeteneklerini sergileyebilmelerine şans tanıyan bir sitedir (Üksel, 2015).

Günümüzde ister cep telefonundan ister bilgisayar yoluyla Youtube'ye video yüklemek mümkündür. Youtube eğlence amacıyla kullanıldığı gibi artık eğitim amacıyla da kullanılmaya başlanmış ve sürekli artış göstermektedir. Artık Youtube de kullanıcılar istediği alanda eğitim videoları bulabilmektedir. Bu yönüyle Youtube için belki de Wikipedia'nın video halindeki ansiklopedisidir denilebilir (Aksak, 2017).

2.4.4.5. Diğer Sosyal Ağ Siteleri

Türkiye'de ve Dünya'da kullanılmakta olan diğer sosyal ağ sitelerinden bazıları ise şöyledir: (Sosyalsosyal.com, 2013):

WordPress: Blog oluşturma sitesi olup ücretsizdir. Kullanıcıların kendi sitelerini oluşturabildikleri “Günlük” yazma sitesidir

Vimeo: ABD tabanlı video paylaşım sitesidir. Youtube'a rakip olarak hizmet vermektedir. Ancak Youtube'a göre daha çok film gibi uzun videolar barındırır.

LinkedIn: İş dünyasında kullanılan bir sosyal paylaşım sitesidir.

Last.fm: Radyo ve müzik toplulukları sitesidir. Kullanıcıların profil bilgilerini ve en çok dinledikleri müzikleri analiz ederek onlara uygun müzik listeleri oluşturan bir sitedir (Brown, 2009).

İnternetin en büyük ve önemli şirketlerinden olan Google' da kullanıcılara sosyal ağ araçları sunmaktadır. Kendi içinde çok sayıda sosyal ağ platformu barındırmaktadır. Blogger, Google Docs , Google Calendar, Picasa ve Google Drive bunlardan bazılarıdır (Jarvis, 2010).

2.5. İlgili Araştırmalar

Bu bölümde; araştırmanın konusunu oluşturan, lise öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılıkları ile sosyal ağların kullanım amaçları arasındaki ilişki ile ilgili bazı araştırmalara yer verilmiştir.

2.5.1. Akıllı Telefon Bağımlılığı ile İlgili Araştırmalar

Akıllı telefon bağımlılığı ile ilgili yapılan yurtiçi ve yurtdışı çalışmalar, ilgili başlıklar altında verilmiştir.

2.5.1.1. Yurtdışında Yapılan Çalışmalar

Kuyucu (2017) yaptığı çalışmada üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılık düzeylerini betimlemeye çalışmıştır. Araştırmanın örneklemini İstanbul ilinde yaşayan 620 üniversite öğrencisi oluşturmuştur. Çalışmada Kwon vd. (2013) geliştirdiği “Akıllı telefon bağımlılık ölçeği” kullanılmış ve katılımcıların cinsiyet, yaş ve cep telefonunun kullanım özellikleri ile bağımlılık arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını ortaya çıkarmaya çalışmıştır. Sonuç olarak, katılımcıların cinsiyetleri, yaşları ve cep telefonu kullanım özellikleri ile bağımlılık düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Demir (2018) yaptığı yüksek lisans tezinde lise öğrencilerinde akıllı telefon bağımlılığı ile duygusal zekâ arasındaki ilişkinin incelenmeye amaçlamıştır. Çalışma Adana ili merkez ilçesinde yer alan sekiz ortaöğretim kurumunun 9., 10., 11. ve 12. sınıflarında öğrenimine devam eden 456 kadın ve 349 erkek olmak üzere toplam 805 öğrenci üzerinde gerçekleştirilmiştir. Çalışmada lise öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılığına ilişkin veriler “Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği” , duygusal zekâyâ ilişkin veriler “Bar-On Duygusal Zekâ Ölçeği Çocuk ve Ergen Formu” ve kişisel veriler ise araştırmacı tarafından hazırlanan “Kişisel Bilgi Formu” kullanılmıştır. Araştırmanın sonucunda lise öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılığı düzeylerine (düşük, orta ve yüksek) göre duygusal zekânın kişisel beceriler, stres yönetimi, uyum, genel ruh hali ve olumlu etki boyutlarının anlamlı düzeyde farklılık olduğu sonucuna ulaşmıştır. Cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılığın olmadığı ve akıllı telefon bağımlılığı ile duygusal zekânın kişisel beceriler, stres yönetimi, uyum, genel ruh hali

ve olumlu etki boyutları arasında negatif yönlü anlamlı ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır.

İnce ve Kılıç (2016) yaptıkları çalışmada, ortaöğretim öğrencilerinin akıllı tip cep telefonu teknolojisini kullanma alışkanlıkları ve bu teknolojinin ortaöğretim öğrencileri üzerindeki etkilerini tespit etmeye amaçlamışlar. Bu çalışmada örneklem olarak lise öğrencilerinin cep telefonu bağımlılığın ortaya konulması amacıyla Körfez Mesleki ve Teknik Lisesinde okuyan 759 lise öğrencisi seçilmiştir. Tarama yöntemiyle yapılan bu çalışmada öğrencilerin günlük aktivitelerine olan etkisinin saptanması için 30 kişilik gönüllü öğrencilerden oluşan gurubun cep telefonlu ve cep telefonsuz haftalık adım sayıları dijital adım ölçer ile takip etmişlerdir. Ayrıca cep telefonlarının öğrencilerin ders başarısına etkisinin belirlenmesi için yine 30 kişilik deney gurubu oluşturulmuştur. Deneklerin telefonlu ve telefonsuz işlenen dersler sonrasındaki test başarıları ölçülmüşlerdir. Deneysel yöntem için seçilmiş olan aynı bireylerin değişik durumlardaki ölçümleri arasında fark olup olmadığı test edileceği için bağımlı örneklem t-Test kullanılmıştır. Çalışmanın sonunda elde edilen sonuç incelendiğinde, akıllı tip telefon kullanan öğrenciler, gün içerisinde daha az hareket etmekte oldukları ve öğrencilerin cep telefonları olmadığında ders başarılarının yükseldiğini tespit etmişlerdir.

Çakır ve Oğuz (2017) yaptıkları çalışmada, lise öğrencilerinin yalnızlık düzeyleri ile akıllı telefon bağımlılığı arasındaki ilişkiyi tespit etmeye çalışmışlardır. Çalışmanın örneklemini 2014-2015 öğretim yılında Ankara’da bulunan kamu ve özel liselerden tesadüfi olarak seçilen toplam 540 lise öğrencisi oluşturmuştur. Çalışmada, Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği ile UCLA Yalnızlık Ölçeği-Kısa formu veri toplama aracı kullanılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre öğrencilerin akıllı telefon bağımlılığı ve yalnızlık düzeyleri orta düzeydedir. Akıllı telefon bağımlılığı ile yalnızlık arasında pozitif ve anlamlı ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Kutlu ve Pamuk (2017)’nin çalışmalarında üniversite öğrencilerinin cep telefonlarını problemlili kullanma davranışlarını beş büyük kişilik bağlamında incelemiştir. Araştırmanın örneklem grubunu 103’ü erkek, 182’si kadın olan toplamda 285 üniversite öğrencisi oluşturmaktadır. Araştırmada Problemlili Cep Telefonu

Kullanım Ölçeği ve Hızlı Büyük Beşli Kişilik Testi uygulanmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuca göre, cep telefonunun problemlili kullanımı cinsiyete göre anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir. Araştırmada öğrencilerin kişilik özelliklerinin cep telefonunun problemlili kullanımına etkisi incelendiğinde duygusal dengenin cep telefonunun problemlili kullanımını istatistiksel olarak anlamlı şekilde yordadığını tespit etmiştir. Öğrencilerde duygusal denge azaldıkça cep telefonunun problemlili kullanımı artmaktadır. Sorumluluk kişilik faktörünün öğrencilerin cep telefonunun problemlili kullanımını anlamlı şekilde yordadığı sonucuna ulaşmışlardır.

Kızıltoprak (2018), yaptığı yüksek lisans çalışmasında lise öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılığı ile iletişimci biçimleri arasındaki ilişkiyi çeşitli değişkenler ile tespit etmeye çalışmıştır. Çalışmanın örneklemini Çankırı il merkezinde bulunan 14 ortaöğretim kurumunda öğrenim gören 761 öğrenciden oluşmuştur. Araştırmanın sonucunda öğrencilerin akıllı telefon bağımlılığının orta düzeyde olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca akıllı telefon bağımlılığı ile iletişimci biçimlerinin alt boyutlarında düşük düzeyde ilişki bulmuşlardır. Akıllı telefon bağımlılığı arttıkça lise öğrencilerinin iletişimci biçimlerinin alt boyutu olan “Sözsüz İletişim Kuran” özelliklerinin az da olsa azaldığını saptamıştır.

2.5.1.2. Yurtdışında Yapılan Çalışmalar

Choliz (2012), yaptığı çalışmada DSM-IV-TR’de yer alan Bağımlılık ölçütlerini uyarlayarak cep telefonu bağımlılığı anketinin geliştirilmesi ve değerlendirmesini yapmayı amaçlamıştır. Araştırma örneklemini yaşları 12-18 arasında değişen 2,486 lise öğrencisi oluşturmaktadır. Yapılan çalışmada mobil telefon bağımlılığının en fazla olduğu yaş aralığı 15-16 yaş olmakla birlikte; tolerans ve aşırı kullanımdan kaynaklanan sorunlar ön plana çıkmaktadır. Ayrıca mobil telefon bağımlılığının derecesi erkeklere göre kadınlarda daha fazla olduğunu tespit etmiştir. Kadınların mesaj gönderme, akıllı telefonla daha çok vakit geçirme ve aileleriyle problemler yaşama bakımından erkeklerden daha fazla problem yaşadıkları belirlenmiştir.

Kwon vd. (2013), tarafından yapılan çalışmada akıllı telefon bağımlılıklarını tespit edebilecek bir akıllı telefon bağımlılığı ölçeği geliştirmek ve onun geçerlik ve güvenilirlik çalışmalarını yapmak amaçlanmıştır. Araştırma örneklemini yaşları 18 ile

53 arasında değişen 133 kadın ve 64 erkek olmak üzere toplam 197 kişiden oluşturmaktadır. Araştırmada Young internet bağımlılığı testi, görsel analog testi ve DSM- 4 kötüye kullanım ve bağımlılık kriterleri kullanılmıştır. Akıllı telefon bağımlılığı leği (SAS) 33 madde ve 48-288 puan aralığına sahiptir. Akıllı telefon bağımlılığında altı faktör elde edilmiş; bunlar gündelik yaşam bozuklukları, sanal yönelimli ilişki, olumlu beklenti, geri çekilme, tolerans ve aşırı kullanımdır.

Kim vd.'nin (2014) yaptıkları çalışmada, internet ve cep telefonuna dayalı bir Akıllı Telefon Bağımlılığı leği (SAPS) geliştirmişlerdir. Çalışmanın rneklemini Güney Kore'deki 795 lise ğrencisi oluşturmuştur. Çalışmanın sonucunda geçerli bir Akıllı Telefon Bağımlılığı leği ortaya çıkmıştır. Ayrıca akıllı telefon bağımlılığı, beraberinde yeni bir bağımlılık Őekli olarak da internet bağımlılığını ortaya çıkardığını ifade etmişlerdir.

Lepp vd. (2014), bu çalışma problemlı akıllı telefon kullanımı ile akademik performans, anksiyete, yaşam doyumunu arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmanın örneklemini 490 niversite ğrencisi oluşturmaktadır. Yapılan araştırma sonucunda problemlı akıllı telefon kullanımıyla da mesajlaşma akademik performans ile negatif ilişkili, anksiyete ile pozitif ilişkili bulunmuştur. Yaşam doyumunu akademik başarıyla pozitif ilişkiliyken anksiyete ile negatif bir ilişkiye sahiptir. Ayrıca problemlı akıllı telefon kullanımının akademik performansı, ruh sağlığını ve mutluluğunu olumsuz etkilediğini ifade etmişlerdir.

Jiang ve Zhao (2016) yaptıkları bu çalışmada in'deki niversite ğrencilerinin otokontrol ve sorunlu cep telefonu kullanımını nasıl etkilediğini tespit etmeye çalışmışlardır. Bu çalışmanın örneklemini rastgele seçilen 468 niversite ğrencisi oluşturmaktadır. Çalışmada Sorunlu Cep Telefonu Kullanım leği, Kendi Kendine Kontrol leği ve Cep Telefonu Kullanım rnts Anketi kullanılmışlardır. Çalışmanın sonucunda kız öğrencilerin erkek öğrencilerden anlamlı bir Şekilde daha fazla bağımlı olduğunu tespit etmişlerdir. Otokontrol ile işlem ve eğlence amaçlı cep telefonu kullanım alışkanlıkları ile negatif yönde ilişkili oldu sonucuna ulaşmışlardır.

Pearson ve Hussain (2016) bu çalışma da akıllı telefon kullanımı ile psikolojik eğilimler arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Akıllı telefon kullanımının artmasıyla birlikte

birçok internet sitesine bağımlılığında arttığı tespit etmiştir. Bu doğrultuda tamamen gönüllü olarak çalışmaya katılan 256 kişi ile gerçekleştirmişlerdir. Çalışmanın sonucunda yaşa bağlı olarak akıllı telefon bağımlılığı sonucunda narsisizm ve nevroz gibi psikolojik eğilimlerin olabileceğini tespit etmişlerdir.

Chen vd. (2016), yaptığı araştırmada genç yetişkinlerin mobil telefon bağımlılığı düzeyi ile negatif duyguları arasında kişilerarası problemlerin aracı rolü incelenmiştir. Araştırma örneklemini 1089 genç Çinliden oluşmaktadır. Araştırma sonuçlarına göre akıllı telefon bağımlısı olanların veya bağımlılık riski taşıyan kişilerin akıllı telefon bağımlısı olmayanlara kıyasla daha fazla para ve zaman harcadıkları aynı zaman da negatif duygulara karşı daha hassas olduklarını gözlemlemişlerdir. Kişilerarası problemlerin akıllı telefon bağımlılığı ve negatif duygulara sahip olmak üzerinde yordayıcı olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Akıllı telefon bağımlılığı ile ilgili yurtiçinde ve yurtdışında yapılan çalışmalara bakıldığında çoğunlukla lise öğrencilerine yönelik yapıldığı görülmektedir. Çalışmalarda tarama modeli tercih edildiği, elde edilen verilerin sonucundan akıllı telefon bağımlılık düzeylerinin orta düzeyde çıktığı ve cinsiyete göre anlamlı bir farklılığın olmadığı sonuçları görülmektedir.

2.5.2. Sosyal Ağların Kullanım Amaçlarıyla İlgili Araştırmalar

Sosyal ağların kullanımı ile ilgili yapılan yurtiçi ve yurtdışı çalışmalar, ilgili başlıklar altında verilmiştir.

2.5.2.1. Yurtiçinde Yapılan Çalışmalar

Söner ve Yılmaz (2018), yaptıkları çalışmada, lise öğrencilerinin psikolojik iyi oluş düzeylerini çeşitli değişkenler açısından incelemeyi ve psikolojik iyi oluş ile sosyal medya bağımlılık düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemeye çalışmışlardır. Çalışmanın örneklemini Adıyaman'ın çeşitli okullarında öğrenim görmekte olan 332 öğrenciden oluşmuştur. Veri toplama araçları olarak Warwick Edinburg Mental İyi Oluş Ölçeği, Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği ve Kişisel Bilgi Formu kullanılmışlardır. Çalışmanın sonucunda; erkek öğrenciler ve kız öğrenciler psikolojik iyi oluş düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı; akıllı telefona sahip olan öğrencilerin psikolojik iyi oluşlarının daha yüksek olduğu ve Anadolu liselerinde

okuyan öğrencilerin psikolojik iyi oluş düzeylerinin imam hatip lisesinde okuyan öğrencilerden daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Sosyal medya bağımlılığının alt boyutlarından çatışma ile psikolojik iyi oluş arasında negatif yönde anlamlı ilişki olduğunu tespit etmişlerdir.

Kalender (2016), yapmış olduğu yüksek lisans tezinde fen lisesi ve sosyal bilimler lisesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının nasıl olduğunu saptamak ve iki eğitim kurumu öğrencilerinin bu alışkanlıklarını çeşitli değişkenlere göre incelemiştir. Karma modelde desenlenen araştırmanın örneklemini, Kütahya merkezde bulunan Nafi Güral Fen Lisesi ve Kütahya Sosyal Bilimler Lisesi öğrencilerinin tamamından oluşturmuştur. Çalışmanın veri toplama araçları olarak Argın (2013) tarafından geliştirilen “Sosyal Medya Tutum Ölçeği” ile öğrenciler için hazırlanmış açık uçlu sorular kullanmıştır. Araştırmanın bulgularına göre sosyal medya kullanım alışkanlıklarında çeşitli değişkenler açısından anlamlı farklılık gösterdiği saptamıştır. Ayrıca öğrencilerin sosyal medya hesaplarından yaptıkları paylaşımların buldukları okula göre farklılık gösterdiği, öğrencilerin sosyal medyaya yönelik olumlu ve yüksek tutum sergilediği, öğrencilerin 4 yıldan fazla zamandır sosyal medya kullanıcısı olduğu ve günde 61-120 dakika sosyal medya hesaplarını kullandıklarını tespit etmiştir.

Tutgun Ünal (2015), yaptığı çalışmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığını araştırmıştır. Çalışma genel tarama modelinde desenlenmiş ve sosyal medya bağımlılığı ölçeği ile veri toplamıştır. Araştırmanın örneklemini 1034 üniversite öğrencisi oluşturmuştur. Araştırmanın sonucunda, kadınların erkeklere göre sosyal medyada daha fazla meşgul olduğu ve sosyal medyadan daha çok duygusal destek aldığı, erkeklerin ise, sosyal medya ile çatışma halinde olduğu, diğer bir ifade ile olumsuz etkilendiği ve yaş, günlük kullanım süresi, ne zamandır kullandığı, uygulama sayısı vs. göre pek çok farklılıklar olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Aydın (2016) yaptığı çalışmada, üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım alışkanlıkları belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışma asıl amacı, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını belirlemeye yöneliktir. Araştırmanın örneklemini farklı illerden

gönüllü olarak 4000'den fazla öğrenci oluşturmuştur. Araştırma sonuçlarına göre katılımcıların arkadaşlarıyla iletişim kurmak için büyük ölçüde telefonu tercih ettikleri, katılımcıların interneti kullanımı konusunda kendilerine ilişkin yaptıkları değerlendirmede, gerek kadınların gerekse erkeklerin kendilerini oldukça yeterli olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca hem kadın hem de erkek öğrencilerin sosyal ağlara girme nedenlerinin başında arkadaşlarıyla iletişim kurma isteklerinin olduğunu tespit etmiştir.

Gürültü (2016), lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları ile akademik erteleme davranışları arasındaki ilişkiyi tespit etmeye çalışmıştır. Ayrıca lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının ve akademik erteleme davranışlarının çeşitli demografik değişkenlere göre farklılaşma durumlarını da incelemiştir. Araştırma genel tarama modellerinden ilişkisel tarama modelinde tasarlanmış olup örneklemini İstanbul ili Eyüp ilçesindeki resmi ortaöğretim kurumlarından küme örnekleme yöntemiyle seçilen 6 farklı okuldan, farklı sınıf seviyelerinde öğrenim gören 473 öğrenci oluşturmuştur. Araştırmada veri toplamak amacıyla; Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği ve Akademik Erteleme Ölçeği kullanılmıştır. Araştırmanın sonucunda lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıklarının orta seviyede; akademik erteleme davranışlarının ise orta seviyenin üzerinde olduğunu belirlemiştir. Cinsiyete göre yapılan karşılaştırmalarda kız öğrencilerin sosyal medyadaki meşguliyetleri, erkek öğrencilerin ise akademik erteleme davranışları daha yüksek olduğu sonucunu bulmuştur. Sosyal medya bağımlılığı ve akademik erteleme davranışı açısından lise öğrencilerinin cinsiyet, okul türü, sınıf seviyesi, anne-baba öğrenim durumu, sosyal medya günlük kullanım süresi, sosyal medyayı ne zamandır kullandığı vs. göre pek çok farklılık olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca sosyal medya bağımlılığının akademik erteleme davranışının anlamlı bir yordayıcısı olduğuna dair bulgulara ulaşmıştır.

2.5.2.2. Yurtdışında Yapılan Çalışmalar

Ellison vd.'nin (2007) 286 üniversite öğrencisiyle yaptığı çalışmada öğrencilerin günlük yaklaşık 3 saat interneti aktif olarak kullandığı, %94'ünün Facebook'a üye olduğu ve günlük ortalama 10 ve 30 dakika arasında Facebook'ta zaman geçirdiği

görülmüştür. Facebook kullanıcılarının liseden sonra ve üniversiteden mezun olduktan sonra arkadaşlarıyla iletişim kurabilmek için Facebook kullandıklarını tespit etmişler.

Ahmed ve Qazi (2011) tarafından Pakistan'da 6 üniversitenin farklı fakültelerinden 726 öğrenci ile yapılan araştırmada; öğrencilerin sosyal medya kullanım durumları ve akademik performansı arasındaki ilişki incelenmiş. Araştırma sonucunda öğrencilerin zamanını verimli bir şekilde yönetmesi ve çalışma koşullarını yerine getirmesiyle birlikte sosyal medya kullanımının öğrencilerin akademik performansı üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Denti vd.'nin (2012) İsveç'te bulunan Gothernburg Üniversitesi'nden 1000 öğrenci ile yaptığı Facebook anketinde katılımcıların %85'inin Facebook'ta her gün en az bir defa online olduğu görülmüştür. Katılımcı kadınların erkeklere oranla daha fazla süre geçirdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların %50'si Facebook'a bağlanmadıkları zaman sosyal anlamda geri kaldıklarını hissettiklerini belirtmişlerdir.

Mingle ve Adams (2015) tarafından Gana'nın en önemli 4 lisesinde 526 (244 erkek, 282 bayan) öğrenci ile yapılan araştırmada, öğrencilerin sosyal medya sitesini kullanım amaçları belirlenmeye çalışılmıştır. Sosyal medyanın öğrencilerin dil bilgisi kurallarına uymalarındaki etkisi, akademik performansları arasındaki ilişki incelenmiş ve bu amaçla öğrencilere bir anket uygulanmıştır. Araştırmaya katılanların büyük çoğunluğunun arkadaş edinmek ve sohbet için Facebook ve Whatsapp'ı kullandığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak bu öğrencilerin kötü bir dil bilgisine ve daha az ders çalışarak kötü akademik performansa sahip oldukları tespit edilmiştir.

Zaffar vd. (2015) tarafından Pakistan'da 150 lise ve üniversite öğrencisi (75 erkek, 75 bayan) ile yapılan araştırmada; öğrencilerin Facebook bağımlılıkları ve akademik performansları arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırmada Andreassen tarafından geliştirilen "Bergen Facebook Bağımlılığı Ölçeği" kullanılmış olup, Öğrencilerin Facebook bağımlılıkları ve akademik performansları arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Facebook'un maksimum zaman harcayan öğrencilerin zihinsel ve sosyal yaşamları üzerinde olumsuz etki yarattığı sonucuna varmışlardır.

Danquah vd. (2018), tarafından Gana'nın devlet üniversitelerinde okuyan 298 öğrenci ile yapılan araştırmada; sosyal medyanın öğrencilerin yüksek akademik

performanslarındaki rolünü incelemişlerdir. Öğrencilerin akademik performansları ile sosyal medya kullanımları arasında pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca öğrencilerin eğlenmek için sosyal medyayı kullandıkları ve üçüncül firmaların dikkatlerini çekmek içinde sosyal medyayı kullandıklarını tespit etmişlerdir.

Al-Menayes (2014), bu çalışmasında sosyal medya kullanımı ile akademik performans arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmanın örneklemini Kuveyt'teki üniversite öğrencilerinden oluşmuşlardır. Araştırmanın sonucuna bakıldığında sosyal medya kullanımı ile akademik başarısızlık ile pozitif bir ilişki olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca katılımcılar sosyal medya kullanımının akademik başarısızlığa neden olduğunun farkında olmalarına rağmen yine de sosyal medyayı yoğun bir şekilde kullanmaya devam edeceklerini belirtmiştir.

Sosyal ağların kullanım amaçları ile ilgili yurtiçinde ve yurtdışında yapılan çalışmalara bakıldığında çoğunlukla üniversite öğrencilerine yönelik yapıldığı görülmektedir. Araştırmalarda öğrencilerin akademik başarılarına etkilerine bakıldığı ve sosyal ağların kullanımının akademik başarıyı olumsuz etkilediği sonucu öne çıkmaktadır.

BÖLÜM 3

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Modeli

Lise öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılıkları ile sosyal ağların kullanım amaçları arasındaki ilişkinin inceleneceği çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden biri olan ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır.

Karasar (2015) tarama modelini, geçmişte ya da günümüzde var olan bir durumun, var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yaklaşımı olduğunu ve ilişkisel tarama modelinin de iki ya da daha çok değişken arasında birlikte değişim varlığını veya derecesini belirlemeyi amaçladığını ifade etmektedir.

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni, Konya İli Merkez (Karatay, Meram ve Selçuklu) İlçelerinde 2018-2019 eğitim öğretim yılında özel ve resmi liselerde öğrenim gören öğrencilerden oluşmaktadır. Evrende anadolu lisesi, fen lisesi, mesleki ve teknik anadolu lisesi, temel lise, güzel sanatlar lisesi, imam hatip lisesi, özel eğitim lisesi, sosyal bilimler lisesi ve spor lisesi olmak üzere 9 lise türü bulunmaktadır. Her lise türünden rastgele örneklem alınmıştır. Toplam 67514 lise öğrencisinden 1633 öğrenciden veri toplanmıştır. Ancak katılan öğrencilerden 23'nün Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği'ni işaretlememiş, 75'nin Sosyal Ağları Kullanım Amacı Ölçeği'ni işaretlememiş ve 46'sının herhangi bir sosyal ağ kullanmadığı tespit edilmiş ve araştırmanın geçerliliğini azaltacağı düşünüldüğünden bu anketler analiz dışında tutulmuştur. Toplamda 1489 geçerli anket formu elde edilmiştir. Örneklem Tablo 1 de gösterilmiştir.

Tablo-1: Karatay, Meram ve Selçuklu İlçelerindeki Mevcut Öğrenci Sayıları İle Örneklem Sayıları

İlçe	Özel				Resmi								Toplam
	Anadolu Lisesi	Fen Lisesi	MTAL	Temel Lise	Anadolu Lisesi	Fen Lisesi	Güzel Sanatlar	İHL	MTAL	Özel Eğitim	Sosyal Bilimler	Spor Lisesi	
Mevcut Öğrenci Sayısı	5313	842	1075	2921	18173	1138	224	17120	19174	638	538	358	67514
Örneklem	117	16	56	72	359	82	21	391	315	12	25	23	1489

Tablo 1’de görüldüğü gibi evrende yer alan öğrenci sayısının çok olmasından dolayı Anadolu lisesinden 476, fen liselerinden 98, mesleki ve teknik liselerden 371 ve imam hatip liselerinden 391 öğrenci seçilmiştir.

Lise öğrencilerinin cinsiyet, kurum türü ve sınıf değişkenlerine göre dağılımları Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo-2: Lise Öğrencilerinin Demografik Bilgileri

Değişkenler		N	%
Cinsiyet	Erkek	611	41
	Kız	878	59
Kurum Türü	Özel	269	18.1
	Resmi	1220	81.9
Sınıf	9. Sınıf	534	35.9
	10. Sınıf	455	30.6
	11. Sınıf	318	21.4
	12. Sınıf	182	12.2

Tablo 2’deki verilere göre öğrencilerin % 41’i erkek, % 59’u ise kızdır. Özel ve resmi okullardan seçilen öğrenci sayıları mevcut öğrenci sayılarına göre oranlı olarak alındığından öğrencilerin % 18.1’i özel okulda, % 81.9’u resmi okulda okumaktadır.

Öğrencilerin % 35.9'u 9. Sınıfa giderken, % 30.6'sı 10. Sınıf, % 21.4'ü 11. Sınıf ve %12.2'si 12. Sınıfa gitmektedir.

Lise öğrencilerinin okudukları okul türlerine göre dağılımları Tablo 3'de yer almaktadır.

Tablo-3: Okul Türlerine İlişkin Frekans Analizi Bulguları

Okul Türü	N	%
Anadolu Lisesi	476	32
Fen Lisesi	98	6.6
İmam Hatip Lisesi	391	26.3
Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	371	24.9
Özel Eğitim Lisesi	12	0.8
Sosyal Bilimler Lisesi	25	1.7
Güzel Sanatlar Lisesi	21	1.4
Spor Lisesi	23	1.5
Temel Lise	72	4.8

Tablo 3'deki verilere göre lise öğrencilerinin % 32'si anadolu lisesine giderken, % 6.6'sı fen lisesine, % 26.3'ü imam hatip lisesine, %24.9'u mesleki ve teknik anadolu liselerine ve %10.2'si diğer liselere gitmektedir.

Lise öğrencilerinin kullandıkları sosyal ağ sitelerine göre dağılımları Tablo 4'de yer almaktadır.

Tablo-4: Lise Öğrencilerinin Kullandığı Sosyal Ağ Sitelerine İlişkin Bulguları

Değişkenler		N	%
Facebook	Yok	1135	76.2
	Var	354	23.8
Instagram	Yok	308	20.7
	Var	1181	79.3
Twitter	Yok	1177	79
	Var	312	21
Youtube	Yok	332	22.3
	Var	1157	77.7
Diğer	Yok	877	58.9
	Var	612	41.1

Tablo 4'deki verilere göre lise öğrencilerinin % 23.8'i Facebook kullanırken, % 79.3'ü Instagram, % 21'i Twitter, %77.7'si Youtube kullancısı iken %41.1'i de diğer sosyal ağ sitelerini kullanmaktadır.

3.3. Verilerin Toplanması ve Veri Toplama Araçları

Araştırmada Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği-Kısa Versiyonu (ATBÖ-KV) ve Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği kullanılmıştır.

3.3.1. Verilerin Toplanması

Araştırmada kullanılan ölçeklerin veri toplama süreci işlemi 2018-2019 eğitim-öğretim yılı Kasım ayında gerçekleştirilmiştir. Veri toplama sürecinin tamamı araştırmacı tarafından yapılmıştır. Bazı durumlarda veri toplama sürecinin gerçekleştiği okullardaki öğretmen ve idarecilerden yardım alınmıştır.

Veri toplama süreci Konya ili merkez ilçelerinde bulunan özel ve resmi anadolu lisesi, fen lisesi, mesleki ve teknik anadolu lisesi, temel lise, güzel sanatlar lisesi, imam hatip lisesi, özel eğitim lisesi, sosyal bilimler lisesi ve spor lisesi türlerinden seçilen 21 okulda gerçekleştirilmiştir. Ölçekler optik form şeklinde düzenlenmiştir. Ölçekleri cevaplandırma süresi yaklaşık olarak 20-25 dakikayı almıştır. Ölçek optik form şeklinde

yapıldığından optik formu okuyacak cihazın çalışmasını olumsuz etkileyecek optik form hücrelerini açık tonda karalama, çarpı işareti koyma, siyah renginden farklı renkli kalem kullanma gibi koşulların ortadan kaldırılmasına çaba gösterilmiştir.

3.3.2. Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği-Kısa Versiyonu (ATBÖ-KV)

Lee vd. (2013) tarafından geliştirilen 33 maddelik akıllı telefon bağımlılığı ölçeğindeki maddeleri sınırlandırmak için Polit ve Beck, (2006) tarafından akıllı telefon bağımlılığı ölçeği-kısa versiyonu oluşturulmuştur.

Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği-Kısa Versiyonu (ATBÖ-KV), tek alt boyuta sahip, ergen bireylerin “akıllı telefon bağımlılığı”nı ölçmeye yönelik kendini değerlendirme türünde olan bir ölçme aracıdır. Ölçeğin orijinal hali, 6’lı likert tarzında derecelendirmeli (1: Kesinlikle katılmıyorum, 6:kesinlikle katılıyorum) 10 maddeden meydana gelmektedir. Bu ölçekten elde edilebilecek puan aralığı 10 ile 60 arasındadır. Ölçeğin psikometrik özellikleri incelendiğinde güvenilirlik için hesaplanan Cronbach α katsayısının 0.91 olduğu bulunmuştur (Şata ve Karip, 2017).

3.3.3. Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği

Usluel vd. (2014) tarafından geliştirilen sosyal ağların kullanım amaçları ölçeği 26 maddeden oluşan yedi faktörlü bir ölçektir. Doğrulayıcı faktör analizleri sonucunda sosyal ağların kullanım amaçlarını oluşturan faktörler; araştırma, işbirliği, iletişimi başlatma, iletişim kurma, iletişimi sürdürme, içerik paylaşma ve eğlence olarak ortaya çıkmıştır. Ölçeğin Cronbach α güvenilirlik katsayısı .92 olarak hesaplanmıştır.

3.4. Verilerin Analizi

Toplanan veriler öncelikle kodlanarak bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Verilerin analizinde SPSS programında yararlanılmıştır. Anlamlılık düzeyi ,05 olarak kabul edilmiştir. Araştırmada frekans, ortalama, standart sapma, çarpıklık, basıklık, bağımsız örneklem t-testi, tek yönlü varyans analizi ANOVA, Pearson korelasyonu, çoklu doğrusal regresyon analizleri yapılmıştır. Verilerin normal dağılıp dağılmadığının tespiti için normallik testi yapılmıştır. Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk değerleri anlamlı çıkmıştır. Bunun için çarpıklık ve basıklık değerleri Tablo 5’de verilmiştir.

Tablo-5: Akıllı Telefon Bağımlılığı ve Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeklerinden Elde Edilen Puanların Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

	N	Ort.	SS	Çarpıklık	Basıklık
Akıllı Telefon Bağımlılığı	1489	2,85	1,04	,396	-,303
Araştırma	1489	5,02	1,55	-,577	-,316
İşbirliği	1489	4,04	1,36	,137	-,296
İletişim Başlatma	1489	3,06	1,68	,581	-,538
İletişim Kurma	1489	5,23	1,80	-,871	-,262
İletişim Sürdürme	1489	4,35	1,60	-,224	-,647
İçerik Paylaşma	1489	3,53	1,57	,331	-,544
Eğlence	1489	4,06	1,64	-,043	-,721

Akıllı telefon bağımlılığı için çarpıklık katsayısı ,396, basıklık katsayısı -,303, sosyal ağları araştırma amaçlı kullanımı için çarpıklık katsayısı -,577, basıklık katsayısı -,316, sosyal ağları işbirliği amaçlı kullanımı için çarpıklık katsayısı ,137, basıklık katsayısı -,296, sosyal ağları iletişim başlatma amaçlı kullanımı için çarpıklık katsayısı ,581, basıklık katsayısı -,538, sosyal ağları iletişim kurma amaçlı kullanımı için çarpıklık katsayısı -,871, basıklık katsayısı -,262, sosyal ağları iletişim sürdürme amaçlı kullanımı için çarpıklık katsayısı -,224, basıklık katsayısı -,647, sosyal ağları içerik paylaşma amaçlı kullanımı için çarpıklık katsayısı ,331, basıklık katsayısı -,544, sosyal ağları eğlence amaçlı kullanımı için çarpıklık katsayısı -,043, basıklık katsayısı -,721 olarak hesaplanmıştır. Çarpıklık ve basıklık katsayılarının +1 ile -1 değerleri arasında oldukları anlaşılmaktadır. Çarpıklık ve basıklık katsayılarının -1 ve +1 değerler arasında hesaplanması, verilerin normal dağılım gösterdikleri varsayımı kabul edilmektedir (Büyüköztürk, 2002).

Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği'nden alınan puanların ortalaması alınmıştır. Değerlendirme sürecinde Tablo 6'daki bilgilerden faydalanılmıştır.

Tablo-6: Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği Değerlendirmesi

Ölçeğe Göre En Düşük Puan	Ölçeğe Göre En Yüksek Puan	Ölçekten Elde Edilen Toplam Puan	N	%	Durum Değerlendirmesi
1	6	1 - 2.67	674	45,3	Düşük Düzey
		2.68 - 4.35	670	45,0	Orta Düzey
		4.36 - 6	145	9,7	Yüksek Düzey

Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği toplam 10 maddeden oluşmakta ve ölçekten en yüksek 6, en düşük 1 puan alınabilmektedir. Durum değerlendirilmesi yapılırken; lise öğrencilerin ölçekten alınabilecek en yüksek puandan, ölçekten alınabilecek en düşük puan çıkarılmış ve değerlendirme kategorisine bölünmüştür $((6-1)/3)$. Alınabilecek en düşük puana bulunan sayı eklenerek kategoriler oluşturulmuştur. Ölçekten 1-2.67 puan arasında alanlar “Düşük Düzey”, 2.68-4.35 puan arasında alanlar “Orta Düzey”, 4.36-6 puan arasında alanlar “Yüksek Düzey” de Akıllı Telefon Bağımlısı olarak değerlendirilmiştir.

Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği’nden alınan puanların ortalaması alınmıştır. Değerlendirme sürecinde Tablo 7’deki bilgilerden faydalanılmıştır.

Tablo-7: Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği Değerlendirmesi

Ölçeğe Göre En Düşük Puan	Ölçeğe Göre En Yüksek Puan	Ölçekten Elde Edilen Toplam Puan	Durum Değerlendirmesi
1	7	1 - 3	Düşük Düzey
		3.01 - 5	Orta Düzey
		5.01 - 7	Yüksek Düzey

Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği 7 alt boyutta toplam 26 maddeden oluşmakta ve ölçekten en yüksek 7, en düşük 1 puan alınabilmektedir. Durum değerlendirilmesi yapılırken; lise öğrencilerin ölçekten alınabilecek en yüksek puandan, ölçekten alınabilecek en düşük puan çıkarılmış ve değerlendirme kategorisine bölünmüştür $((7-1)/3)$. Alınabilecek en düşük puana bulunan sayı eklenerek kategoriler oluşturulmuştur. Ölçekten 1 - 3 puan arasında alanlar “Düşük Düzey”, 3.01 - 5 puan arasında alanlar “Orta Düzey”, 5.01 - 7 puan arasında alanlar “Yüksek Düzey” de olarak değerlendirilmiştir.

BÖLÜM 4

4. BULGULAR

Bu bölümde lise öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılığı ve sosyal ağların kullanım amaçlarının değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığına bakılmıştır. Ayrıca akıllı telefon bağımlılığı ile sosyal ağların kullanım amaçları arasında ilişki düzeyinin nasıl olduğu saptanmıştır.

4.1. Lise Öğrencilerini Akıllı Telefon Bağımlılıkları Düzeylerine Yönelik Bulgular

Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği'nden alınan puanların ortalaması sonucu oluşan Tablo 6'daki bilgiler doğrultusunda lise öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılık düzeyleri Tablo 8'de yer almaktadır.

Tablo-8: Lise Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılık Düzeyleri

	N	En Düşük Puan	En Yüksek Puan	Ort.	Durum
Akıllı Telefon Bağımlılığı	1489	1.00	6.00	2.86	Orta Düzey

Tablo 8'ye göre lise öğrencilerinin orta düzey akıllı telefon bağımlısı oldukları söylenebilir.

4.2. Lise Öğrencilerini Akıllı Telefon Bağımlılıkları İle Cinsiyetleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular

Lise öğrencilerin akıllı telefon bağımlılıkları hakkındaki görüşleri cinsiyet değişkenine göre gruplandırılmış ve "bağımsız örneklem t-testi" uygulanmıştır. Tablo 9'da cinsiyet değişkenine göre t-testi sonuçları yer almaktadır.

Tablo-9: Lise Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılıklarının Cinsiyet Değişkenine Göre Sonuçları

	N	Ort.	SS	t	p
Erkek	611	2.75	1.03	3.31	.001
Kız	878	2.93	1.06		

Araştırmaya katılan erkekler öğrencilerin akıllı telefon bağımlılıkları ortalamaları 2.75 ve standart sapması 1.03; kız öğrencilerin akıllı telefon bağımlılıkları ortalamaları 2.93 ve standart sapması 1.06'dır. Lise öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılıklarının cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığının tespiti için bağımsız örneklem t testi yapılmıştır ($t_{(1487)}=3.31$; $p<.05$). Buna göre kız öğrencilerin erkek öğrencilerden akıllı telefon bağımlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

4.3. Lise Öğrencilerini Akıllı Telefon Bağımlılıkları İle Öğrenim Gördükleri Kurum Türü Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular

Lise öğrencilerin akıllı telefon bağımlılıkları hakkındaki görüşleri kurum türü değişkenine göre gruplandırılmış ve “bağımsız örneklem t-testi” uygulanmıştır. Tablo 10’da kurum türü değişkenine göre t-testi sonuçları yer almaktadır.

Tablo-10: Lise Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılıklarının Öğrenim Gördükleri Kurum Türü Değişkenine Göre Sonuçları

	N	Ort.	SS	t	p
Özel	269	2.83	1.09	-.424	.671
Resmi	1220	2.86	1.03		

Araştırmaya katılan özel okulda öğrenim gören öğrencilerin akıllı telefon bağımlılıkları ortalamaları 2.83 ve standart sapması 1.09; resmi okulda öğrenim gören öğrencilerin akıllı telefon bağımlılıkları ortalamaları 2.86 ve standart sapması 1.03'tür. Lise öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılıklarının kurum türüne göre farklılaşıp farklılaşmadığının tespiti için bağımsız örneklem t testi yapılmıştır ($t_{(1487)}=-.424$; $p>.05$). Buna göre lise öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılık düzeylerinin öğrenim gördükleri kurum türüne göre farklılaşmadığı söylenebilir.

4.4. Lise Öğrencilerini Akıllı Telefon Bağımlılıkları İle Okudukları Sınıflar Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgu

Lise öğrencilerin akıllı telefon bağımlılıklarının okudukları sınıf değişkenine göre ortalamaları Tablo 11’de yer almaktadır.

Tablo-11: Lise Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılıklarının Okudukları Sınıf Değişkenine Göre Sonuçları

	N	Ort.	SS
9. Sınıf	534	2.79	1.05
10. Sınıf	455	2.93	1.00
11. Sınıf	318	2.95	1.09
12. Sınıf	182	2.68	1.06

Araştırmaya katılan öğrencilerin 9. Sınıfta öğrenim görenlerin akıllı telefon bağımlılıkları ortalamaları 2.79 ve standart sapması 1.05; 10. Sınıfta öğrenim görenlerin akıllı telefon bağımlılıkları ortalamaları 2.93 ve standart sapması 1.00; 11. Sınıfta öğrenim görenlerin akıllı telefon bağımlılıkları ortalamaları 2.95 ve standart sapması 1.09 ve 12. Sınıfta öğrenim görenlerin akıllı telefon bağımlılıkları ortalamaları 2.68 ve standart sapması 1.06'dır.

Gruplar arasındaki farkı tespit için tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda Tablo 12 elde edilmiştir.

Tablo-12: Lise Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılıklarının Okudukları Sınıf Değişkenine Göre Varyans Analizi Sonuçları

	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p	Fark
Gruplar Arası	13.147	3	4.38	4.002	.008	10-12 11-12
Grup İçi	1625.957	1485	1.09			

Yapılan analiz sonucu akıllı telefon bağımlılığının sınıf grupları arasında farklılık olduğu tespit edilmiştir ($F_{(1485)}=4.002$; $p<.05$). Bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Tukey testi yapılmıştır. Test sonucu 10 ve 11. Sınıflarda öğrenim gören öğrencilerin 12. Sınıfta öğrenim görenlere göre daha fazla akıllı telefon bağımlısı oldukları söylenebilir.

4.5. Lise Öğrencilerini Akıllı Telefon Bağımlılıkları İle Okudukları Okul Türü Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular

Araştırmanın evrenini oluşturan 9 lise türünden anadolu lisesi, fen lisesi, mesleki ve teknik anadolu lisesi, imam hatip lisesinin kendi değerleri ile gösterilmiştir. Ancak temel lise, güzel sanatlar lisesi, özel eğitim lisesi, sosyal bilimler lisesi ve spor lisesi öğrenci sayılarından dolayı diğer liseler olarak gösterilmiştir.

Lise öğrencilerin akıllı telefon bağımlılıklarının okudukları okul değişkenine göre ortalamaları Tablo 13’de yer almaktadır.

Tablo-13: Lise Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılıklarının Okudukları Okul Değişkenine Göre Sonuçları

	N	Ort.	SS
Anadolu Liseleri	476	2.85	1.01
Fen Liseleri	98	2.76	.83
İmam Hatip Liseleri	391	2.69	.99
Mesleki ve Teknik Liseler	371	2.98	1.08
Diğer Liseler	153	3.03	1.28

Araştırmaya katılan öğrencilerin Anadolu liselerinde öğrenim görenlerin akıllı telefon bağımlılıkları ortalamaları 2.85 ve standart sapması 1.01; fen liselerinde öğrenim görenlerin akıllı telefon bağımlılıkları ortalamaları 2.76 ve standart sapması .83; imam hatip liselerinde öğrenim görenlerin akıllı telefon bağımlılıkları ortalamaları 2.69 ve standart sapması .99, mesleki ve teknik liselerinde öğrenim görenlerin akıllı telefon bağımlılıkları ortalamaları 2.98 ve standart sapması 1.08 ve diğer liselerde öğrenim görenlerin akıllı telefon bağımlılıkları ortalamaları 3.03 ve standart sapması 1.28’dir.

Gruplar arasındaki farkı tespit için tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda Tablo 14 elde edilmiştir.

Tablo-14: Lise Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılıklarının Okudukları Okul Türleri Değişkenine Göre Varyans Analizi Sonuçları

	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F	p	Fark
Gruplar Arası	22.922	4	5.73	5.26	.000	İHL - MTAL İHL - Diğer
Grup İçi	1616.183	1484	1.09			

Yapılan analiz sonucu akıllı telefon bağımlılığının okul türü grupları arasında farklılık olduğu tespit edilmiştir. ($F_{(1484)}=5.26$; $p<.05$). Bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Tukey testi yapılmıştır. Test sonucu mesleki ve teknik liseler ile diğer liselerde öğrenim gören öğrencilerin akıllı telefon bağımlılıklarının imam hatip liselerinde öğrenim gören öğrencilere göre daha yüksek oldukları söylenebilir. İmam hatip liselerinde öğrenim gören öğrencilerin akıllı telefon bağımlılıklarının düşük olduğu söylenebilir.

4.6. Lise Öğrencilerini Sosyal Ağların Kullanım Amaçlarının Düzeylerine Yönelik Bulgular

Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği'nden alınan puanların ortalaması sonucu oluşan Tablo 7'deki bilgiler doğrultusunda sosyal ağların kullanım amaçlarının düzeyleri Tablo 15'de yer almaktadır.

Tablo-15: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarının Düzeyleri

	N	En Düşük Puan	En Yüksek Puan	Ort.	Durum
Araştırma	1489	1.00	7.00	5.02	Yüksek Düzey
İşbirliği	1489	1.00	7.00	4.04	Orta Düzey
İletişim Başlatma	1489	1.00	7.00	3.06	Orta Düzey
İletişim Kurma	1489	1.00	7.00	5.23	Yüksek Düzey
İletişim Sürdürme	1489	1.00	7.00	4.35	Orta Düzey
İçerik Paylaşma	1489	1.00	7.00	3.53	Orta Düzey
Eğlence	1489	1.00	7.00	4.06	Orta Düzey

Tablo 15'e göre lise öğrencilerinin sosyal ağları araştırma ve iletişim kurma amaçlı kullanımının yüksek düzeyde olduğu sosyal ağları işbirliği, iletişim başlatma,

iletişimi sürdürme, içerik paylaşma ve eğlence amaçlı kullanımlarının orta düzeyde olduğu söylenebilir.

4.7. Lise Öğrencilerini Sosyal Ağları Kullanım Amaçları İle Cinsiyetleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular

Lise öğrencilerin sosyal ağları kullanım amaçları hakkındaki görüşleri cinsiyet değişkenine göre gruplandırılmış ve “bağımsız iki grup arasında t-testi” uygulanmıştır. Tablo 16’da cinsiyet değişkenine göre t-testi sonuçları yer almaktadır.

Tablo-16: Lise Öğrencilerinin Cinsiyet Değişkenine Göre t-Testi Tablosu Sonuçları

	Cinsiyet	N	Ort.	SS	t	p
Araştırma	Erkek	611	4.87	1.62	-3.06	.002
	Kız	878	5.12	1.50		
İşbirliği	Erkek	611	4.10	1.39	1.43	.152
	Kız	878	3.99	1.33		
İletişim Başlatma	Erkek	611	3.30	1.69	4.77	.000
	Kız	878	2.88	1.66		
İletişim Kurma	Erkek	611	4.94	1.80	-5.21	.000
	Kız	878	5.43	1.77		
İletişim Sürdürme	Erkek	611	4.29	1.58	-1.28	.199
	Kız	878	4.40	1.62		
İçerik Paylaşma	Erkek	611	3.62	1.58	1.76	.078
	Kız	878	3.47	1.56		
Eğlence	Erkek	611	4.21	1.64	2.80	.005
	Kız	878	3.96	1.63		

Araştırmaya katılan erkekler öğrencilerin sosyal ağları araştırma için kullanım ortalamaları 4.87 ve standart sapması 1.62; kız öğrencilerin sosyal ağları araştırma için kullanım ortalamaları 5.12 ve standart sapması 1.50’dir. Lise öğrencilerinin sosyal ağları araştırma için kullanımının cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığının tespiti için bağımsız örneklem t testi yapılmıştır ($t_{(1487)}=-3.06$; $p<.05$). Buna göre kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre daha yüksek düzeyde sosyal ağları araştırma için kullandığı söylenebilir.

Araştırmaya katılan erkekler öğrencilerin sosyal ağları işbirliği için kullanım ortalamaları 4.10 ve standart sapması 1.39; kız öğrencilerin sosyal ağları işbirliği için kullanım ortalamaları 3.99 ve standart sapması 1.33’dür. Lise öğrencilerinin sosyal ağları işbirliği için kullanımının cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığının tespiti

için bağımsız örneklem t testi yapılmıştır ($t_{(1487)}=1.43$; $p>.05$). Buna göre kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre sosyal ağları işbirliği için kullanımında bir fark olmadığı söylenebilir.

Araştırmaya katılan erkekler öğrencilerin sosyal ağları iletişimi başlatma için kullanım ortalamaları 3.30 ve standart sapması 1.69; kız öğrencilerin sosyal ağları iletişimi başlatma için kullanım ortalamaları 2.88 ve standart sapması 1.66'dır. Lise öğrencilerinin sosyal ağları iletişimi başlatma için kullanımının cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığının tespiti için bağımsız örneklem t testi yapılmıştır ($t_{(1487)}=4.77$; $p<.05$). Buna göre Erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha yüksek düzeyde sosyal ağları iletişimi başlatmak için kullandığı söylenebilir.

Araştırmaya katılan erkekler öğrencilerin sosyal ağları iletişim kurma için kullanım ortalamaları 4.94 ve standart sapması 1.80; kız öğrencilerin sosyal ağları iletişim kurma için kullanım ortalamaları 5.43 ve standart sapması 1.77'dir. Lise öğrencilerinin sosyal ağları iletişim kurma için kullanımının cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığının tespiti için bağımsız örneklem t testi yapılmıştır ($t_{(1487)}=-5.21$; $p<.05$). Buna göre kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre daha yüksek düzeyde sosyal ağları iletişim kurma için kullandığı söylenebilir.

Araştırmaya katılan erkekler öğrencilerin sosyal ağları iletişimi sürdürme için kullanım ortalamaları 4.29 ve standart sapması 1.58; kız öğrencilerin sosyal ağları iletişimi sürdürme için kullanım ortalamaları 4.40 ve standart sapması 1.62'dir. Lise öğrencilerinin sosyal ağları iletişimi sürdürme için kullanımının cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığının tespiti için bağımsız örneklem t testi yapılmıştır ($t_{(1487)}=-1.28$; $p>.05$). Buna göre kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre sosyal ağları iletişimi sürdürme için kullanımında bir fark olmadığı söylenebilir.

Araştırmaya katılan erkekler öğrencilerin sosyal ağları içerik paylaşma için kullanım ortalamaları 3.62 ve standart sapması 1.58; kız öğrencilerin sosyal ağları içerik paylaşma için kullanım ortalamaları 3.47 ve standart sapması 1.56'dır. Lise öğrencilerinin sosyal ağları içerik paylaşma için kullanımının cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığının tespiti için bağımsız örneklem t testi yapılmıştır ($t_{(1487)}=1.76$;

$p > .05$). Buna göre kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre sosyal ağları içerik paylaşma için kullanımında bir fark olmadığı söylenebilir.

Araştırmaya katılan erkekler öğrencilerin sosyal ağları eğlence için kullanım ortalamaları 4.21 ve standart sapması 1.64; kız öğrencilerin sosyal ağları eğlence için kullanım ortalamaları 3.96 ve standart sapması 1.63'dür. Lise öğrencilerinin sosyal ağları eğlence için kullanımının cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığının tespiti için bağımsız örneklem t testi yapılmıştır ($t_{(1487)}=2.80$; $p < .05$). Buna göre Erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha yüksek düzeyde sosyal ağları eğlence için kullandığı söylenebilir.

4.8. Lise Öğrencilerini Sosyal Ağları Kullanım Amaçları İle Öğrenim Gördükleri Kurum Türü Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular

Lise öğrencilerin sosyal ağları kullanım amaçları hakkındaki görüşleri kurum türü değişkenine göre gruplandırılmış ve “bağımsız örneklem t-testi” uygulanmıştır. Tablo 17’de kurum türü değişkenine göre t-testi sonuçları yer almaktadır.

Tablo-17: Lise Öğrencilerinin Kurum Türü Değişkenine Göre t-Testi Tablosu Sonuçları

	Cinsiyet	N	Ort.	SS	t	p
Araştırma	Özel	269	5.08	1.71	.686	.493
	Resmi	1220	5.00	1.52		
İşbirliği	Özel	269	4.04	1.50	-.009	.993
	Resmi	1220	4.04	1.32		
İletişim Başlatma	Özel	269	3.05	1.78	-.077	.939
	Resmi	1220	3.06	1.66		
İletişim Kurma	Özel	269	5.29	1.85	.584	.560
	Resmi	1220	5.22	1.79		
İletişim Sürdürme	Özel	269	4.46	1.80	1.235	.217
	Resmi	1220	4.33	1.56		
İçerik Paylaşma	Özel	269	3.70	1.79	1.905	.057
	Resmi	1220	3.49	1.51		
Eğlence	Özel	269	4.05	1.77	-.137	.891
	Resmi	1220	4.06	1.61		

Araştırmaya katılan özel okulda öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları araştırma için kullanım ortalamaları 5.08 ve standart sapması 1.71; resmi okulda öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları araştırma için kullanım ortalamaları 5.00 ve

standart sapması 1.52'dir. Lise öğrencilerinin sosyal ağları araştırma için kullanımının kurum türüne göre farklılaşıp farklılaşmadığının tespiti için bağımsız örneklem t testi yapılmıştır ($t_{(1487)}=.686$; $p>.05$). Buna göre lise öğrencilerinin sosyal ağları araştırma amaçlı kullanım düzeyinin öğrenim gördükleri kurum türüne göre farklılaşmadığı söylenebilir.

Araştırmaya katılan özel okulda öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları işbirliği için kullanım ortalamaları 4.04 ve standart sapması 1.50; resmi okulda öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları işbirliği için kullanım ortalamaları 4.04 ve standart sapması 1.32'dir. Lise öğrencilerinin sosyal ağları işbirliği için kullanımının kurum türüne göre farklılaşıp farklılaşmadığının tespiti için bağımsız örneklem t testi yapılmıştır ($t_{(1487)}=-.009$; $p>.05$). Buna göre lise öğrencilerinin sosyal ağları işbirliği amaçlı kullanım düzeyinin öğrenim gördükleri kurum türüne göre farklılaşmadığı söylenebilir.

Araştırmaya katılan özel okulda öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları iletişimi başlatma için kullanım ortalamaları 3.05 ve standart sapması 1.78; resmi okulda öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları iletişimi başlatma için kullanım ortalamaları 3.06 ve standart sapması 1.66'dır. Lise öğrencilerinin sosyal ağları iletişimi başlatma için kullanımının kurum türüne göre farklılaşıp farklılaşmadığının tespiti için bağımsız örneklem t testi yapılmıştır ($t_{(1487)}=-.077$; $p>.05$). Buna göre lise öğrencilerinin sosyal ağları iletişimi başlatma amaçlı kullanım düzeyinin öğrenim gördükleri kurum türüne göre farklılaşmadığı söylenebilir.

Araştırmaya katılan özel okulda öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları iletişim kurma için kullanım ortalamaları 5.29 ve standart sapması 1.85; resmi okulda öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları iletişim kurma için kullanım ortalamaları 5.22 ve standart sapması 1.79'dur. Lise öğrencilerinin sosyal ağları iletişim kurma için kullanımının kurum türüne göre farklılaşıp farklılaşmadığının tespiti için bağımsız örneklem t testi yapılmıştır ($t_{(1487)}=.584$; $p>.05$). Buna göre lise öğrencilerinin sosyal ağları iletişim kurma amaçlı kullanım düzeyinin öğrenim gördükleri kurum türüne göre farklılaşmadığı söylenebilir.

Araştırmaya katılan özel okulda öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları iletişimi sürdürme için kullanım ortalamaları 4.46 ve standart sapması 1.80; resmi okulda öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları iletişimi sürdürme için kullanım ortalamaları 4.33 ve standart sapması 1.56'dır. Lise öğrencilerinin sosyal ağları iletişimi sürdürme için kullanımının kurum türüne göre farklılaşıp farklılaşmadığının tespiti için bağımsız örneklem t testi yapılmıştır ($t_{(1487)}=1.235$; $p>.05$). Buna göre lise öğrencilerinin sosyal ağları iletişim sürdürme amaçlı kullanım düzeyinin öğrenim gördükleri kurum türüne göre farklılaşmadığı söylenebilir.

Araştırmaya katılan özel okulda öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları içerik paylaşma için kullanım ortalamaları 3.70 ve standart sapması 1.79; resmi okulda öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları içerik paylaşma için kullanım ortalamaları 3.49 ve standart sapması 1.51'dir. Lise öğrencilerinin sosyal ağları içerik paylaşma için kullanımının kurum türüne göre farklılaşıp farklılaşmadığının tespiti için bağımsız örneklem t testi yapılmıştır ($t_{(1487)}=1.905$; $p>.05$). Buna göre lise öğrencilerinin sosyal ağları içerik paylaşma amaçlı kullanım düzeyinin öğrenim gördükleri kurum türüne göre farklılaşmadığı söylenebilir.

Araştırmaya katılan özel okulda öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları eğlence için kullanım ortalamaları 4.05 ve standart sapması 1.77; resmi okulda öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları eğlence için kullanım ortalamaları 4.06 ve standart sapması 1.61'dir. Lise öğrencilerinin sosyal ağları eğlence için kullanımının kurum türüne göre farklılaşıp farklılaşmadığının tespiti için bağımsız örneklem t testi yapılmıştır ($t_{(1487)}=-.137$; $p>.05$). Buna göre lise öğrencilerinin sosyal ağları eğlence amaçlı kullanım düzeyinin öğrenim gördükleri kurum türüne göre farklılaşmadığı söylenebilir.

4.9. Lise Öğrencilerini Sosyal Ağları Kullanım Amaçları İle Okudukları Sınıflar Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular

Lise öğrencilerin sosyal ağları araştırma amaçlı kullanımının okudukları sınıf değişkenine göre ortalamaları Tablo 18'de yer almaktadır.

Tablo-18: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları “Araştırma” Amaçlı Kullanımının Okudukları Sınıf Değişkenine Göre Sonuçları

	Değişken	N	Ort.	SS
Araştırma	9. Sınıf	534	4.94	1.63
	10. Sınıf	455	4.95	1.52
	11. Sınıf	318	5.13	1.48
	12. Sınıf	182	5.21	1.53

Araştırmaya katılan öğrencilerin 9. Sınıfta öğrenim görenlerin sosyal ağları araştırma amaçlı kullanım ortalamaları 4.94 ve standart sapması 1.63; 10. Sınıfta öğrenim görenlerin sosyal ağları araştırma amaçlı kullanım ortalamaları 4.95 ve standart sapması 1.52; 11. Sınıfta öğrenim görenlerin sosyal ağları araştırma amaçlı kullanım ortalamaları 5.13 ve standart sapması 1.48 ve 12. Sınıfta öğrenim görenlerin sosyal ağları araştırma amaçlı kullanım ortalamaları 5.21 ve standart sapması 1.53'dür.

Lise öğrencilerin sosyal ağları işbirliği amaçlı kullanımının okudukları sınıf değişkenine göre ortalamaları Tablo 19'da yer almaktadır.

Tablo-19: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları “İşbirliği” Amaçlı Kullanımının Okudukları Sınıf Değişkenine Göre Sonuçları

	Değişken	N	Ort.	SS
İşbirliği	9. Sınıf	534	4.08	1.44
	10. Sınıf	455	3.97	1.27
	11. Sınıf	318	4.13	1.36
	12. Sınıf	182	3.90	1.29

Araştırmaya katılan öğrencilerin 9. Sınıfta öğrenim görenlerin sosyal ağları işbirliği amaçlı kullanım ortalamaları 4.08 ve standart sapması 1.44; 10. Sınıfta öğrenim görenlerin sosyal ağları işbirliği amaçlı kullanım ortalamaları 3.97 ve standart sapması 1.27; 11. Sınıfta öğrenim görenlerin sosyal ağları işbirliği amaçlı kullanım ortalamaları 4.13 ve standart sapması 1.36 ve 12. Sınıfta öğrenim görenlerin sosyal ağları işbirliği amaçlı kullanım ortalamaları 3.90 ve standart sapması 1.29'dur.

Lise öğrencilerin sosyal ağları iletişim başlatma amaçlı kullanımının okudukları sınıf değişkenine göre ortalamaları Tablo 20’de yer almaktadır.

Tablo-20: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları “İletişim Başlatma” Amaçlı Kullanımının Okudukları Sınıf Değişkenine Göre Sonuçları

	Değişken	N	Ort.	SS
İletişim Başlatma	9. Sınıf	534	3.16	1.79
	10. Sınıf	455	2.95	1.55
	11. Sınıf	318	3.18	1.69
	12. Sınıf	182	2.80	1.65

Araştırmaya katılan öğrencilerin 9. Sınıfta öğrenim görenlerin sosyal ağları iletişim başlatma amaçlı kullanım ortalamaları 3.16 ve standart sapması 1.79; 10. Sınıfta öğrenim görenlerin sosyal ağları iletişim başlatma amaçlı kullanım ortalamaları 2.95 ve standart sapması 1.55; 11. Sınıfta öğrenim görenlerin sosyal ağları iletişim başlatma amaçlı kullanım ortalamaları 3.18 ve standart sapması 1.69 ve 12. Sınıfta öğrenim görenlerin sosyal ağları iletişim başlatma amaçlı kullanım ortalamaları 2.80 ve standart sapması 1.65’dir.

Lise öğrencilerin sosyal ağları iletişim kurma amaçlı kullanımının okudukları sınıf değişkenine göre ortalamaları Tablo 21’de yer almaktadır.

Tablo-21: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları “İletişim Kurma” Amaçlı Kullanımının Okudukları Sınıf Değişkenine Göre Sonuçları

	Değişken	N	Ort.	SS
İletişim Kurma	9. Sınıf	534	5.08	1.89
	10. Sınıf	455	5.22	1.74
	11. Sınıf	318	5.60	1.59
	12. Sınıf	182	5.09	1.94

Araştırmaya katılan öğrencilerin 9. Sınıfta öğrenim görenlerin sosyal ağları iletişim kurma amaçlı kullanım ortalamaları 5.08 ve standart sapması 1.89; 10. Sınıfta

öğrenim görenlerin sosyal ağları iletişim kurma amaçlı kullanım ortalamaları 5.22 ve standart sapması 1.74; 11. Sınıfta öğrenim görenlerin sosyal ağları iletişim kurma amaçlı kullanım ortalamaları 5.60 ve standart sapması 1.59 ve 12. Sınıfta öğrenim görenlerin sosyal ağları iletişim kurma amaçlı kullanım ortalamaları 5.09 ve standart sapması 1.94'dür.

Lise öğrencilerin sosyal ağları iletişim sürdürme amaçlı kullanımının okudukları sınıf değişkenine göre ortalamaları Tablo 22'de yer almaktadır.

Tablo-22: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları “İletişim Sürdürme” Amaçlı Kullanımının Okudukları Sınıf Değişkenine Göre Sonuçları

	Değişken	N	Ort.	SS
İletişim Sürdürme	9. Sınıf	534	4.37	1.61
	10. Sınıf	455	4.34	1.54
	11. Sınıf	318	4.43	1.62
	12. Sınıf	182	4.20	1.71

Araştırmaya katılan öğrencilerin 9. Sınıfta öğrenim görenlerin sosyal ağları iletişim sürdürme amaçlı kullanım ortalamaları 4.37 ve standart sapması 1.61; 10. Sınıfta öğrenim görenlerin sosyal ağları iletişim sürdürme amaçlı kullanım ortalamaları 4.34 ve standart sapması 1.54; 11. Sınıfta öğrenim görenlerin sosyal ağları iletişim sürdürme amaçlı kullanım ortalamaları 4.43 ve standart sapması 1.62 ve 12. Sınıfta öğrenim görenlerin sosyal ağları iletişim sürdürme amaçlı kullanım ortalamaları 4.20 ve standart sapması 1.71'dir.

Lise öğrencilerin sosyal ağları içerik paylaşma amaçlı kullanımının okudukları sınıf değişkenine göre ortalamaları Tablo 23'de yer almaktadır.

Tablo-23: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları “İçerik Paylaşma” Amaçlı Kullanımının Okudukları Sınıf Değişkenine Göre Sonuçları

	Değişken	N	Ort.	SS
İçerik Paylaşma	9. Sınıf	534	3.56	1.60
	10. Sınıf	455	3.40	1.45
	11. Sınıf	318	3.69	1.62
	12. Sınıf	182	3.50	1.63

Araştırmaya katılan öğrencilerin 9. Sınıfta öğrenim görenlerin sosyal ağları içerik paylaşma amaçlı kullanım ortalamaları 3.56 ve standart sapması 1.60; 10. Sınıfta öğrenim görenlerin sosyal ağları içerik paylaşma amaçlı kullanım ortalamaları 3.40 ve standart sapması 1.45; 11. Sınıfta öğrenim görenlerin sosyal ağları içerik paylaşma amaçlı kullanım ortalamaları 3.69 ve standart sapması 1.62 ve 12. Sınıfta öğrenim görenlerin sosyal ağları içerik paylaşma amaçlı kullanım ortalamaları 3.50 ve standart sapması 1.63'dür.

Lise öğrencilerin sosyal ağları eğlence amaçlı kullanımının okudukları sınıf değişkenine göre ortalamaları Tablo 24'de yer almaktadır.

Tablo-24: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları “Eğlence” Amaçlı Kullanımının Okudukları Sınıf Değişkenine Göre Sonuçları

	Değişken	N	Ort.	SS
Eğlence	9. Sınıf	534	4.00	1.70
	10. Sınıf	455	4.01	1.55
	11. Sınıf	318	4.22	1.63
	12. Sınıf	182	4.10	1.67

Araştırmaya katılan öğrencilerin 9. Sınıfta öğrenim görenlerin sosyal ağları eğlence amaçlı kullanım ortalamaları 4.00 ve standart sapması 1.70; 10. Sınıfta öğrenim görenlerin sosyal ağları eğlence amaçlı kullanım ortalamaları 4.01 ve standart sapması 1.55; 11. Sınıfta öğrenim görenlerin sosyal ağları eğlence amaçlı kullanım ortalamaları 4.22 ve standart sapması 1.63 ve 12. Sınıfta öğrenim görenlerin sosyal ağları eğlence amaçlı kullanım ortalamaları 4.10 ve standart sapması 1.67'dir.

Gruplar arasındaki farkı tespit için tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda tablo 25 elde edilmiştir.

Tablo-25: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarının Okudukları Sınıf Değişkenine Göre Varyans Analizi Sonuçları

		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ort.	F	p	Fark
Araştırma	Gruplar Arası	16.154	3	5.38	2.22	.08	Yok
	Grup İçi	3598.714	1485	2.42			
İşbirliği	Gruplar Arası	9.749	3	3.25	1.76	.15	Yok
	Grup İçi	2742.474	1485	1.84			
İletişim Başlatma	Gruplar Arası	29.112	3	9.70	3.41	.01	Yok
	Grup İçi	4215.893	1485	2.83			
İletişim Kurma	Gruplar Arası	59.566	3	19.85	6.16	.00	11-9 11-10 11-12
	Grup İçi	4785.760	1485	3.22			
İletişim Sürdürme	Gruplar Arası	6.468	3	2.15	.83	.47	Yok
	Grup İçi	3847.196	1485	2.59			
İçerik Paylaşma	Gruplar Arası	16.831	3	5.61	2.27	.07	Yok
	Grup İçi	3664.062	1485	2.46			
Eğlence	Gruplar Arası	11.969	3	3.99	1.47	.21	Yok
	Grup İçi	4007.249	1485	2.69			

Yapılan analiz sonucu sosyal ağların kullanım amaçlarının sınıf grupları arasında farklılık olduğu tespit edilmiştir. ($F_{(1485)}=6.16$; $p>.05$). Bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Tukey testi yapılmıştır. Test sonucu 11. Sınıfta öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları “iletişim kurmak” için 9, 10 ve 12. Sınıflardan daha çok kullandıkları söylenebilir.

4.10. Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanım Amaçları İle Okudukları Okul Türü Arasındaki İlişkiye Yönelik Bulgular

Araştırmanın evrenini oluşturan 9 lise türünden anadolu lisesi, fen lisesi, mesleki ve teknik anadolu lisesi, imam hatip lisesinin kendi değerleri ile gösterilmiştir. Ancak temel lise, güzel sanatlar lisesi, özel eğitim lisesi, sosyal bilimler lisesi ve spor lisesi öğrenci sayılarından dolayı diğer liseler olarak gösterilmiştir.

Lise öğrencilerin sosyal ağları araştırma amaçlı kullanımının okudukları okul değişkenine göre ortalamaları Tablo 26’da yer almaktadır.

Tablo-26: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları “Araştırma” Amaçlı Kullanımının Okudukları Okul Değişkenine Göre Sonuçları

	Değişken	N	Ort.	SS
Araştırma	Anadolu Liseleri	476	5.05	1.46
	Fen Liseleri	98	5.28	1.39
	İmam Hatip Liseleri	391	5.00	1.48
	Mesleki ve Teknik Liseler	371	4.79	1.76
	Diğer Liseler	153	5.31	1.54

Araştırmaya katılan öğrencilerin anadolu lisesinde öğrenim görenlerin sosyal ağları araştırma amaçlı kullanım ortalamaları 5.05 ve standart sapması 1.46; fen lisesinde öğrenim görenlerin sosyal ağları araştırma amaçlı kullanım ortalamaları 5.28 ve standart sapması 1.39; imam hatip lisesinde öğrenim görenlerin sosyal ağları araştırma amaçlı kullanım ortalamaları 5.00 ve standart sapması 1.48; mesleki ve teknik liselerinde öğrenim görenlerin sosyal ağları araştırma amaçlı kullanım ortalamaları 4.79 ve standart sapması 1.76 ve diğer liselerde öğrenim görenlerin sosyal ağları araştırma amaçlı kullanım ortalamaları 5.31 ve standart sapması 1.54’tür.

Lise öğrencilerin sosyal ağları işbirliği amaçlı kullanımının okudukları okul değişkenine göre ortalamaları Tablo 27’de yer almaktadır.

Tablo-27: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları “İşbirliği” Amaçlı Kullanımının Okudukları Okul Değişkenine Göre Sonuçları

	Değişken	N	Ort.	SS
İşbirliği	Anadolu Liseleri	476	4.09	1.36
	Fen Liseleri	98	4.11	1.35
	İmam Hatip Liseleri	391	3.92	1.25
	Mesleki ve Teknik Liseler	371	4.00	1.44
	Diğer Liseler	153	4.17	1.39

Araştırmaya katılan öğrencilerin anadolu lisesinde öğrenim görenlerin sosyal ağları işbirliği amaçlı kullanım ortalamaları 4.09 ve standart sapması 1.36; fen lisesinde öğrenim görenlerin sosyal ağları işbirliği amaçlı kullanım ortalamaları 4.11 ve standart sapması 1.35; imam hatip lisesinde öğrenim görenlerin sosyal ağları işbirliği amaçlı kullanım ortalamaları 3.92 ve standart sapması 1.25; mesleki ve teknik liselerinde öğrenim görenlerin sosyal ağları işbirliği amaçlı kullanım ortalamaları 4.00 ve standart sapması 1.44 ve diğer liselerde öğrenim görenlerin sosyal ağları işbirliği amaçlı kullanım ortalamaları 4.17 ve standart sapması 1.39'dur.

Lise öğrencilerin sosyal ağları iletişim başlatma amaçlı kullanımının okudukları okul değişkenine göre ortalamaları Tablo 28'de yer almaktadır.

Tablo-28: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları “İletişim Başlatma” Amaçlı Kullanımının Okudukları Okul Değişkenine Göre Sonuçları

	Değişken	N	Ort.	SS
İletişim Başlatma	Anadolu Liseleri	476	3.27	1.62
	Fen Liseleri	98	2.79	1.48
	İmam Hatip Liseleri	391	2.64	1.54
	Mesleki ve Teknik Liseler	371	3.25	1.81
	Diğer Liseler	153	3.14	1.82

Araştırmaya katılan öğrencilerin anadolu lisesinde öğrenim görenlerin sosyal ağları iletişim başlatma amaçlı kullanım ortalamaları 3.27 ve standart sapması 1.62; fen lisesinde öğrenim görenlerin sosyal ağları iletişim başlatma amaçlı kullanım ortalamaları 2.79 ve standart sapması 1.48; imam hatip lisesinde öğrenim görenlerin sosyal ağları iletişim başlatma amaçlı kullanım ortalamaları 2.64 ve standart sapması

1.54; mesleki ve teknik liselerinde öğrenim görenlerin sosyal ağları iletişim başlatma amaçlı kullanım ortalamaları 3.25 ve standart sapması 1.81 ve diğer liselerde öğrenim görenlerin sosyal ağları iletişim başlatma amaçlı kullanım ortalamaları 3.14 ve standart sapması 1.82'dir.

Lise öğrencilerin sosyal ağları iletişim kurma amaçlı kullanımının okudukları okul değişkenine göre ortalamaları Tablo 29'da yer almaktadır.

Tablo-29: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları “İletişim Kurma” Amaçlı Kullanımının Okudukları Okul Değişkenine Göre Sonuçları

	Değişken	N	Ort.	SS
İletişim Kurma	Anadolu Liseleri	476	5.30	1.74
	Fen Liseleri	98	5.58	1.62
	İmam Hatip Liseleri	391	5.24	1.72
	Mesleki ve Teknik Liseler	371	4.99	1.97
	Diğer Liseler	153	5.38	1.80

Araştırmaya katılan öğrencilerin anadolu lisesinde öğrenim görenlerin sosyal ağları iletişim kurma amaçlı kullanım ortalamaları 5.30 ve standart sapması 1.74; fen lisesinde öğrenim görenlerin sosyal ağları iletişim kurma amaçlı kullanım ortalamaları 5.58 ve standart sapması 1.62; imam hatip lisesinde öğrenim görenlerin sosyal ağları iletişim kurma amaçlı kullanım ortalamaları 5.24 ve standart sapması 1.72; mesleki ve teknik liselerinde öğrenim görenlerin sosyal ağları iletişim kurma amaçlı kullanım ortalamaları 4.99 ve standart sapması 1.97 ve diğer liselerde öğrenim görenlerin sosyal ağları iletişim kurma amaçlı kullanım ortalamaları 5.38 ve standart sapması 1.80'dir.

Lise öğrencilerin sosyal ağları İletişim Sürdürme amaçlı kullanımının okudukları okul değişkenine göre ortalamaları Tablo 30'da yer almaktadır.

Tablo-30: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları “İletişim Sürdürme” Amaçlı Kullanımının Okudukları Okul Değişkenine Göre Sonuçları

	Değişken	N	Ort.	SS
İletişim Sürdürme	Anadolu Liseleri	476	4.45	1.59
	Fen Liseleri	98	4.46	1.46
	İmam Hatip Liseleri	391	4.12	1.51
	Mesleki ve Teknik Liseler	371	4.45	1.66
	Diğer Liseler	153	4.37	1.79

Araştırmaya katılan öğrencilerin anadolu lisesinde öğrenim görenlerin sosyal ağları iletişim sürdürme amaçlı kullanım ortalamaları 4.45 ve standart sapması 1.59; fen lisesinde öğrenim görenlerin sosyal ağları iletişim sürdürme amaçlı kullanım ortalamaları 4.46 ve standart sapması 1.46; imam hatip lisesinde öğrenim görenlerin sosyal ağları iletişim sürdürme amaçlı kullanım ortalamaları 4.12 ve standart sapması 1.51; mesleki ve teknik liselerinde öğrenim görenlerin sosyal ağları iletişim sürdürme amaçlı kullanım ortalamaları 4.45 ve standart sapması 1.66 ve diğer liselerde öğrenim görenlerin sosyal ağları iletişim sürdürme amaçlı kullanım ortalamaları 4.37 ve standart sapması 1.79’dur.

Lise öğrencilerin sosyal ağları içerik paylaşma amaçlı kullanımının okudukları okul değişkenine göre ortalamaları Tablo 31’de yer almaktadır.

Tablo-31: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları “İçerik Paylaşma” Amaçlı Kullanımının Okudukları Okul Değişkenine Göre Sonuçları

	Değişken	N	Ort.	SS
İçerik Paylaşma	Anadolu Liseleri	476	3.64	1.56
	Fen Liseleri	98	3.18	1.41
	İmam Hatip Liseleri	391	3.20	1.41
	Mesleki ve Teknik Liseler	371	3.65	1.62
	Diğer Liseler	153	3.97	1.75

Araştırmaya katılan öğrencilerin anadolu lisesinde öğrenim görenlerin sosyal ağları içerik paylaşma amaçlı kullanım ortalamaları 3.64 ve standart sapması 1.56; fen lisesinde öğrenim görenlerin sosyal ağları içerik paylaşma amaçlı kullanım

ortalamaları 3.18 ve standart sapması 1.41; imam hatip lisesinde öğrenim görenlerin sosyal ağları içerik paylaşma amaçlı kullanım ortalamaları 3.20 ve standart sapması 1.41; mesleki ve teknik liselerinde öğrenim görenlerin sosyal ağları içerik paylaşma amaçlı kullanım ortalamaları 3.65 ve standart sapması 1.62 ve diğer liselerde öğrenim görenlerin sosyal ağları içerik paylaşma amaçlı kullanım ortalamaları 3.97 ve standart sapması 1.75'dir.

Lise öğrencilerin sosyal ağları eğlence amaçlı kullanımının okudukları okul değişkenine göre ortalamaları Tablo 32'de yer almaktadır.

Tablo-32: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları “Eğlence” Amaçlı Kullanımının Okudukları Okul Değişkenine Göre Sonuçları

	Değişken	N	Ort.	SS
Eğlence	Anadolu Liseleri	476	4.23	1.64
	Fen Liseleri	98	4.00	1.49
	İmam Hatip Liseleri	391	3.75	1.49
	Mesleki ve Teknik Liseler	371	4.14	1.70
	Diğer Liseler	153	4.20	1.82

Araştırmaya katılan öğrencilerin anadolu lisesinde öğrenim görenlerin sosyal ağları eğlence amaçlı kullanım ortalamaları 4.23 ve standart sapması 1.64; fen lisesinde öğrenim görenlerin sosyal ağları eğlence amaçlı kullanım ortalamaları 4.00 ve standart sapması 1.49; imam hatip lisesinde öğrenim görenlerin sosyal ağları eğlence amaçlı kullanım ortalamaları 3.75 ve standart sapması 1.49; mesleki ve teknik liselerinde öğrenim görenlerin sosyal ağları eğlence amaçlı kullanım ortalamaları 4.14 ve standart sapması 1.70 ve diğer liselerde öğrenim görenlerin sosyal ağları eğlence amaçlı kullanım ortalamaları 4.20 ve standart sapması 1.82'dir.

Gruplar arasındaki farkı tespit için tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda Tablo 33 elde edilmiştir.

Tablo-33: Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanım Amaçlarının Okudukları Okul Değişkenine Göre Varyans Analizi Sonuçları

		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ort.	F	p	Fark
Araştırma	Gruplar Arası	39.357	4	9.83	4.08	.00	Fark Var
	Grup İçi	3575.511	1484	2.40			
İşbirliği	Gruplar Arası	10.443	4	2.61	1.41	.22	Fark Yok
	Grup İçi	2741.780	1484	1.84			
İletişim Başlatma	Gruplar Arası	111.188	4	27.79	9.97	.00	Fark Var
	Grup İçi	4133.816	1484	2.78			
İletişim Kurma	Gruplar Arası	38.224	4	9.55	2.95	.01	Fark Var
	Grup İçi	4807.103	1484	3.23			
İletişim Sürdürme	Gruplar Arası	30.735	4	7.68	2.98	.01	Fark Var
	Grup İçi	3822.929	1484	2.57			
İçerik Paylaşma	Gruplar Arası	94.650	4	23.66	9.79	.00	Fark Var
	Grup İçi	3586.243	1484	2.41			
Eğlence	Gruplar Arası	58.561	4	14.64	5.48	.00	Fark Var
	Grup İçi	3960.656	1484	2.66			

Yapılan analiz sonucu sosyal ağların kullanım amaçlarından “Araştırma” alt boyutu ile okul türü grupları arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir ($F_{(1484)}=4.08$; $p<.05$). Bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Tukey testi yapılmıştır. Test sonucu; mesleki ve teknik liselerinde öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları “Araştırma” amaçlı olarak fen liselerinde ve diğer liselerde öğrenim gören öğrencilerden daha düşük düzeyde kullandıkları söylenebilir.

Yapılan analiz sonucu sosyal ağların kullanım amaçlarından “İşbirliği” alt boyutu ile okul türü grupları arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir ($F_{(1484)}=1.41$; $p>.05$).

Yapılan analiz sonucu sosyal ağların kullanım amaçlarından “İletişim Başlatma” alt boyutu ile okul türü grupları arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir ($F_{(1484)}=9.97$; $p<.05$). Bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Tukey testi yapılmıştır. İmam hatip liselerinde öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları “İletişim Başlatma” amaçlı olarak anadolu lisesi, mesleki ve teknik liseler ve diğer liselerde öğrenim gören öğrencilerden daha düşük düzeyde kullandıkları söylenebilir.

Yapılan analiz sonucu sosyal ağların kullanım amaçlarından “İletişim Kurma” alt boyutu ile okul türü grupları arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir ($F_{(1484)}=2.95$; $p<.05$). Bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Tukey testi yapılmıştır. Mesleki ve teknik liselerinde öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları “İletişim Kurma” amaçlı olarak fen liselerinde öğrenim gören öğrencilerden daha düşük düzeyde kullandıkları söylenebilir.

Yapılan analiz sonucu sosyal ağların kullanım amaçlarından “İletişim Sürdürme” alt boyutu ile okul türü grupları arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir ($F_{(1484)}=2.98$; $p<.05$). Bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Tukey testi yapılmıştır. İmam hatip liselerinde öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları “İletişim Sürdürme” amaçlı olarak anadolu lisesi ve mesleki ve teknik liselerde öğrenim gören öğrencilerden daha düşük düzeyde kullandıkları söylenebilir.

Yapılan analiz sonucu sosyal ağların kullanım amaçlarından “İçerik Paylaşma” alt boyutu ile okul türü grupları arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir ($F_{(1484)}=9.79$; $p<.05$). Bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Tukey testi yapılmıştır. Fen liselerinde ve imam hatip liselerinde öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları “İçerik Paylaşma” amaçlı olarak diğer liselerde öğrenim gören öğrencilerden daha düşük düzeyde kullandıkları söylenebilir. Ayrıca imam hatip liselerinde öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları “İçerik Paylaşma” amaçlı olarak anadolu lisesi ve mesleki ve teknik liselerde öğrenim gören öğrencilerden de daha düşük düzeyde kullandıkları söylenebilir.

Yapılan analiz sonucu sosyal ağların kullanım amaçlarından “Eğlence” alt boyutu ile okul türü grupları arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir ($F_{(1484)}=5.48$; $p<.05$). Bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için Tukey testi yapılmıştır. İmam hatip liselerinde öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları “Eğlence” amaçlı olarak anadolu lisesi, mesleki ve teknik liseler ve diğer liselerde öğrenim gören öğrencilerden daha düşük düzeyde kullandıkları söylenebilir.

4.11. Lise Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılıkları İle Sosyal Ağları Kullanım Amaçları Arasındaki İlişki

Lise öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılıkları ve sosyal ağları kullanım amaçlarının alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek için korelasyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 34’de verilmiştir.

Tablo-34: Lise Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılığı ve Sosyal Ağların Kullanım Amaçlarının Alt Boyutları Arasındaki İlişkiye Ait Korelasyon Tablosu

	ATBÖ Ort.	Araştırma İşbirliği	İletişim Başlatma	İletişim Kurma	İletişim Sürdürme	İçerik Paylaşma	Eğlence	
ATBÖ Ort.	1							
Araştırma	-.012	1						
İşbirliği	.115**	.484**	1					
İletişim Başlatma	.272**	.048	.321**	1				
İletişim Kurma	.211**	.348**	.382**	.217**	1			
İletişim Sürdürme	.204**	.278**	.458**	.423**	.520**	1		
İçerik Paylaşma	.198**	.262**	.479**	.427**	.285**	.466**	1	
Eğlence	.269**	.163**	.313**	.372**	.351**	.423**	.462**	1

** . Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır (2-tailed).

Yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre akıllı telefon bağımlılığı ile sosyal ağların kullanım amaçlarının alt boyutları olan “İşbirliği”, “İletişim Başlatma”, “İletişim Kurma”, “İletişim Sürdürme”, “İçerik Paylaşma”, “Eğlence” alt boyutlarında pozitif yönde ve düşük düzeyde anlamlı ilişkiler gösterdikleri bulunmuştur. Lise öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılık düzeyleri arttıkça belirtilen kullanım

amaçlarının da azda olsa arttığı söylenebilir. Akıllı telefon bağımlılığı ile sosyal ağların kullanım amaçlarının alt boyutlarından olan “Araştırma” alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.

4.12. Lise Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılığının Yordanması

Lise öğrencilerinin sosyal ağ kullanım amaçları ile akıllı telefon bağımlılığı arasındaki korelasyon $R=.36$ olarak hesaplandığı görülmektedir. Regresyon analizi Tablo 35’de verilmiştir.

Tablo-35: Lise Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılığının Yordanmasına İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Değişken	B	Standart Hata	β	t	P	İkili r	Kısmi r
Sabit	1.96	.11		17.95	.00		
Araştırma	-.07	.02	-.10	-3.49	.00	-.09	-.09
İşbirliği	-.02	.03	-.02	-.65	.52	-.02	-.02
İletişim Başlatma	.11	.02	.17	6.02	.00	.15	.15
İletişim Kurma	.09	.02	.15	4.92	.00	.13	.12
İletişim Sürdürme	.01	.02	.01	.21	.83	.01	.01
İçerik Paylaşma	.03	.02	.05	1.45	.15	.04	.04
Eğlence	.10	.02	.15	5.21	.00	.13	.13

Tablo 35’e göre lise öğrencilerinin sosyal ağların kullanım amaçlarının alt boyutları birlikte akıllı telefon bağımlılıkları ile düşük düzeyde ve anlamlı bir ilişki vermektedir ($R=.36$, $R^2=.13$, $p<.05$). Sosyal ağların kullanım amaçları akıllı telefon bağımlılığındaki toplam varyansın yaklaşık % 13’ünü açıklamaktadır. Regresyon analizi sonuçlarına göre akıllı telefon bağımlılığının yordanmasına ilişkin regresyon eşitliği (matematiksel model aşağıda verilmiştir.)

$$\text{Akıllı telefon bağımlılığı} = 1.96 + .11 * \text{İletişim Başlatma} + .10 * \text{Eğlence} + .09 * \text{İletişim Kurma} + .03 * \text{İçerik Paylaşma} + .01 * \text{İletişim Sürdürme} - .07 * \text{Araştırma} - .02 * \text{İşbirliği}$$

BÖLÜM 5

5. SONUÇ ve TARTIŞMA

Bu araştırmada, lise öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılıkları ile sosyal ağların kullanım amaçları arasındaki ilişki düzeyi durumları üzerine çalışılmıştır. Bu bölümde araştırma bulgularına dayalı olarak tartışma ve sonuçlar verilmiştir.

Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği'nden elde edilen veriler incelendiğinde lise öğrencilerinin %9,7'sinin yüksek düzey akıllı telefon bağımlısı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kunt (2017)'un üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı yüksek lisans tezinde akıllı telefon bağımlılığı oranı % 46.4 olarak bulunmuştur. Bu farklılığın araştırmalara katılan öğrencilerin okudukları okul düzeyleri ve yaşlarından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği'nden elde edilen veriler incelendiğinde Erkek öğrencilerin akıllı telefon bağımlılığının kız öğrencilerden düşük olduğu bulunmuştur. Yapılan bazı araştırmalarda elde edilen sonuçlar araştırmayı destekleyici niteliktedir. Çakır ve Oğuz (2017) ve Çetinkaya (2019)'nın çalışmalarında kız öğrencilerin akıllı telefon bağımlılıklarının erkeklere göre daha fazla olduğu sonucu çıkmıştır. Durak ve Seferoğlu (2018) ortaokul öğrencileri üzerinde yaptığı çalışmasında erkek öğrencilerin akıllı telefon bağımlılığının kız öğrencilere oranla daha yüksek olduğunu sonucunu ortaya koymuştur. Ayrıca Meral (2017) ve Kızıltoprak (2018)'in çalışmalarında cinsiyete göre akıllı telefon bağımlılığı arasında anlamlı bir farklılık olmadığını belirtmişlerdir. Akıllı telefon bağımlılığının cinsiyete göre farklılaşmasının nedeni okul düzeylerinin farklılaşmasından olduğu düşünülebilir.

Lise öğrencilerinin öğrenim gördükleri sınıf düzeylerine göre akıllı telefona bağımlılığı düzeylerine bakıldığında 10. ve 11. sınıflarda öğrenim gören öğrencilerin akıllı telefon bağımlılıklarının 12. sınıfta öğrenim görenlere göre daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. 12. Sınıfta öğrenim gören öğrencilerin daha az düzeyde akıllı telefon bağımlısı olmalarının nedeni üniversiteye giriş sınavlarına hazırlık çalışmaları yaptıklarından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Lise öğrencilerinin okudukları okul türlerine göre akıllı telefon bağımlılığı düzeylerine bakıldığında mesleki ve teknik lise, temel lise, güzel sanatlar lisesi, özel

eğitim lisesi, sosyal bilimler lisesi ve spor liselerinde öğrenim gören öğrencilerin akıllı telefon bağımlılıklarının imam hatip liselerinde öğrenim gören öğrencilere göre daha yüksek bağımlı oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Kullanılan sosyal ağ hesapları incelendiğinde araştırmaya katılan lise öğrencilerinin % 79.3'ü Instagram'ı ve % 77.7'sinin Youtube'u kullandığı sonucuna ulaşılmıştır. Kılıç (2018)'ın yüksek lisans tezinde de çalışmayı destekleyici şekilde Instagram kullanımının yüksek çıktığı görülmektedir. Durak ve Seferoğlu (2016)'ın yaptığı çalışmasında ise en çok kullanıcıya sahip ve en aktif kullanılan sosyal ağ ortamını Facebook olarak bulmuştur. Durak ve Seferoğlu (2016) yaptığı çalışmada hedef kitlenin tüm yaş gruplarını kapsamıştır. Bu araştırmanın örneklemini ise sadece lise öğrencilerini oluşturduğundan farklılaştığı söylenebilir.

Daha önceki yıllarda yapılan çalışmalarda da öğrencilerin günlük yaşamlarında en çok kullandıkları uygulamanın Facebook olduğuna ilişkin sonuçlar elde edilmiştir (Atal ve Usluel, 2011; Keskin, 2014). Bunun sebebi ise son yıllarda Instagram'ın yaygınlaşması ile lise öğrencilerinin sosyal ağ tercihlerinin değiştığı söylenebilir.

26 madde ve 7 alt boyuttan oluşan Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği'nden elde edilen veriler incelendiğinde lise öğrencilerinin sosyal ağları en çok "Araştırma" ve "İletişim Kurma" amaçlı kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmayı destekleyici nitelikte olan benzer sonuçlar Aydın (2016)'ın çalışmasında da bulunmaktadır. Keskin (2014)'in yüksek lisans çalışmasında ise öğrencilerin sosyal ağları içerik paylaşma amacıyla fazla kullandıklarını sonucuna ulaşılmıştır. Bu farklılığın sebebi sosyal ağ sitelerine eklenen mesajlaşma özellikleri ve arama fonksiyonlarının geliştirilmesi olduğu düşünölmektedir.

Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği'nden elde edilen veriler incelendiğinde lise öğrencilerinin sosyal ağları "İşbirliği", "İletişim Sürdürme" ve "İçerik Paylaşma" amaçlı kullanımlarında ise cinsiyete göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmaktadır. Kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre sosyal ağları "Araştırma" ve "İletişim Kurma" için kullandığı sonucuna ulaşılrken, erkek öğrencilerin de kız öğrencilere göre sosyal ağları "İletişim Başlatma" ve "Eğlence" için kullandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği'nden elde edilen veriler incelendiğinde 11. Sınıfta öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları iletişim kurmak amacı için 9, 10 ve 12. Sınıflar öğrenim gören öğrencilerden daha çok kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. “Araştırma”, “İşbirliği”, “İletişim Başlatma”, “İletişim Sürdürme”, “İçerik Paylaşma” ve “Eğlence” amaçlı kullanımlarında ise öğrencilerin okudukları sınıflara göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmaktadır.

Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği'nden elde edilen veriler incelendiğinde lise öğrencilerinin sosyal ağları “İşbirliği” amaçlı kullanımlarında okul türüne göre farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmaktadır. Mesleki ve Teknik Liselerinde öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları “Araştırma” amaçlı olarak Fen Lisesi, temel lise, güzel sanatlar lisesi, özel eğitim lisesi, sosyal bilimler lisesi ve spor liselerinde öğrenim gören öğrencilerden daha düşük düzeyde kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. İmam Hatip Liselerinde öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları “İletişim Başlatma” amaçlı olarak Anadolu Lisesi, Mesleki ve Teknik Lisesi, temel lise, güzel sanatlar lisesi, özel eğitim lisesi, sosyal bilimler lisesi ve spor liselerinde öğrenim gören öğrencilerden daha düşük düzeyde kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Mesleki ve Teknik Liselerinde öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları “İletişim Kurma” amaçlı olarak Fen Liselerinde öğrenim gören öğrencilerden daha düşük düzeyde kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. İmam Hatip Liselerinde öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları “İletişim Sürdürme” amaçlı olarak Anadolu Lisesi ve Mesleki ve Teknik Liselerde öğrenim gören öğrencilerden daha düşük düzeyde kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Fen Liselerinde ve İmam Hatip Liselerinde öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları “İçerik Paylaşma” amaçlı olarak temel lise, güzel sanatlar lisesi, özel eğitim lisesi, sosyal bilimler lisesi ve spor liselerinde öğrenim gören öğrencilerden daha düşük düzeyde kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca İmam Hatip Liselerinde öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları “İçerik Paylaşma” amaçlı olarak Anadolu Lisesi ve Mesleki ve Teknik Liselerde öğrenim gören öğrencilerden de daha düşük düzeyde kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. İmam Hatip Liselerinde öğrenim gören öğrencilerin sosyal ağları “Eğlence” amaçlı olarak Anadolu Lisesi, Mesleki ve Teknik Lisesi, temel lise, güzel sanatlar lisesi, özel eğitim lisesi,

sosyal bilimler lisesi ve spor liselerinde öğrenim gören öğrencilerden daha düşük düzeyde kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Akıllı telefon bağımlılığı ile sosyal ağların kullanım amaçlarının alt boyutları olan “İşbirliği”, “İletişim Başlatma”, “İletişim Kurma”, “İletişim Sürdürme”, “İçerik Paylaşma”, “Eğlence” alt boyutlarında pozitif yönde ve düşük düzeyde anlamlı ilişkiler gösterdikleri bulunmuştur. Lise öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılık düzeyleri arttıkça belirtilen kullanım amaçlarının da azda olsa arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Akıllı telefon bağımlılığı ile sosyal ağların kullanım amaçlarının alt boyutlarından olan “Araştırma” alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.



BÖLÜM 6

6. ÖNERİLER

Bu araştırma kapsamında elde edilen bulgulardan yola çıkarak yapılan yorumlara ve sonuçlara göre araştırma ve uygulamalara yönelik öneriler ilgili başlıklar altında verilmiştir.

6.1. Araştırmacılar İçin Öneriler

1. Bu çalışma Konya İli Merkez ilçelerinde bulunan özel ve resmi liselerde öğrenim gören öğrenciler ile sınırlı olduğundan genelleme yapabilmek için farklı il ve ilçeleri de kapsayacak şekilde geniş çapta yapılabilir.
2. Akıllı telefon bağımlılıklarında ve sosyal ağları kullanım amaçlarında okul türlerine göre farklılık gösteren durumlar belirlemek için yeni araştırmalar tasarlanabilir.
3. Araştırma lisede öğrenim görmekte olan öğrencilerin orta düzeyde akıllı telefon bağımlısı oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Temel eğitim düzeyinde de öğrencilerin akıllı telefon bağımlılığı ve sosyal ağları kullanım amaçlarının incelenmesinin faydalı olabilir.

6.2. Uygulayıcılar İçin Öneriler

1. Akıllı telefon bağımlılığı yüksek olan 10 ve 11. sınıf öğrencilerine yönelik sanatsal ve sportif etkinlikler veya kurslar planlanabilir. Bu şekilde de diğer sınıflarda öğrenim gören öğrencilerden daha çok akıllı telefon bağımlısı olan öğrencilerin kendini geliştirebileceği ve yeteneklerini ortaya çıkarabileceği alanlar oluşturulabilir.
2. Akıllı telefon bağımlılığının zaman kaybına neden olduğu düşünülerek öğrencilere zamanı etkili kullanma eğitimleri verilebilir.
3. Okullarda akıllı telefon bağımlısı haline gelmiş olan öğrencilere yönelik olarak okulların Rehberlik ve Psikolojik Danışma bölümlerinde iyileştirici ve geliştirici rehberlik çalışmaları yapılabilir.

4. Akıllı telefon kullanımı hakkında temel eğitimden başlanarak önleyici rehberlik kapsamında öğrencilere bilinçlendirme ve bilgilendirme seminerleri yapılabilir.
5. Öğrencilere doğru ve kontrollü sosyal ağ kullanımı konusunda bilgilendirici seminerler verilerek farkındalık yaratıcı çalışmalar yapılabilir.
6. Lise Öğrencilerinin kullandığı sosyal medya sitelerinden olan Instagram ve Youtube'ın eğitimde kullanımı için içerik geliştirilebilir.



KAYNAKÇA

- Abanoz, E. I. (2018). *Özel spor merkezi üyelerinin spor ilgilenimi ve algıladıkları değerlerin sosyal medya kullanımı üzerine etkisi*. Doktora tezi. Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Ahmed, I. ve Qazi, T., F. (2011). A look out for academic impacts of social networking sites: A student based perspective. *African Journal of Business Management*. Vol. 5(12), 5022-5031, 18 June, 2011.
- Akar, E. (2010). *Sosyal medya pazarlaması: Sosyal Webde Pazarlama Stratejileri*. İstanbul: Efil Yayınevi.
- Akbayır, Z. (2008). *Yeni iletişim ortamı olarak kurumsal bloglar: Türkiye'deki şirketlerin blog kullanımları üzerine bir inceleme*. Yüksek lisans tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Akdeğirmen, E. (2015). *Sosyal medya kullanımının inovasyon, bireysel yaratıcılık ve çalışan performansına etkisi*. Yüksek lisans tezi. İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aksak, M. (2017). *Farklı lise türlerine devam eden lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları ile yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi (Gaziosmanpaşa ilçesi örneği)*. Yüksek lisans tezi. Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul
- Akyazı, E. ve Ateş, D. (2012). Kültürel Kimlik Farkındalığı Yaratmada Sosyal Ağların Rolü: Manav Türkleri Üzerine Bir Araştırma. (Editör: Ebru Özgen ve Tolga Kara). *Sosyal Medya Akademi*, Beta, 173-195.
- Akyürek, S. (2011). *Çocuklarda İletişim Araçları Bağımlılığı: Anket Çalışması Teknik Raporu*. Bilge Adamlar Stratejik Araştırmalar Merkezi, Ankara.
- Al-Menayes, J. J. (2014). *The relationship between mobile social media use and academic performance in university students*. *New Media and Mass Communication*, 25, 23-30.
- Altınay Bor, H. (2018). *Ergenlerde sosyal medyaya yönelik tutum, sosyal medya kullanımında gelişmeleri kaçırma korkusu ve sosyal kaygı arasındaki ilişkiler*. Yüksek lisans tezi. İstanbul Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- 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.
- Atal, D., ve Usluel, Y. (2011). İlköğretim Öğrencilerinin Okul İçinde Ve Dışında Teknoloji Kullanımları. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 24-35.

- Atalay, R. (2014). *Lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları ile algıladıkları sosyal destek düzeyleri arasındaki ilişki (Bahçelievler ilçesi örneği)*. Yüksek lisans tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- Aydın, İ. E. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Bir Araştırma: Anadolu Üniversitesi Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 373-386.
- Aydoğan, F. ve Akyüz, A. (2010). *İkinci medya çağında internet*. İstanbul: Alfa yayıncılık.
- Barrett, N., (1997): “Advertising on the Internet”, Kogan Page Limited, London.
- Başaran, F. (2002). Neo-liberal Telekomünikasyon Politikalarının Deney Alanı: Cep Telefonları, *Elektrik Mühendisliği Dergisi*, 416: 1-6.
- Başer, A. (2014). *Sosyal medya kullanıcılarının kişilik özellikleri, kullanım ve motivasyonlarının sosyal medya reklamlarına yönelik genel tutumları üzerindeki rolü: Facebook üzerine bir uygulama*. Doktora tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bedir, A. (2016). *Sosyal medya kullanımının üniversite öğrencilerinin akademik başarılarına ve tutumlarına etkisi*. Yüksek lisans tezi. Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Belin, M. N. ve Yıldız, H. (2011). Lise öğrencilerinin Facebook adlı sosyal paylaşım sitesini kullanma amaçları üzerine sosyolojik bir inceleme: Eskişehir Örneği. *Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu*, http://mebk12.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/26/14/967997/dosyalar/2012_12/10032002_06.pdf
- Best, D. (2006). Web 2.0 Next Big Thing or Next Big Internet Bubble? *Lecture Web Information Systems*. Technische Universiteit: Eindhoven.
- Bianchi, A., Phillips, J. G. (2005). Psychological predictors of problem mobile phone use. *Journal of Cyberpsychology & Behavior*, 8 (1), 39-51.
- Brown, R. (2009). *Public Relations and the Social Web*. London and Philadelphia: Kogan Page.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör Analizi: Temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, (32), 470-483.
- Campbell, M. (2005). *The Impact of the Mobile Phone on Young People's Social Life*, In Social Change in the 21st Century Conference, <http://eprints.qut.edu.au/3492/1/3492.pdf?q=on-the-mobile-the-effects-...>, 28 October 2005, QUT Carseldine, Brisbane.
- Carbonell, X., Oberst, U., Beranuy, M. (2013), The Cell Phone in the Twenty-First Century: A Risk for Addiction or a Necessary Tool?. In: Principles of Addiction: Comprehensive Addictive Behaviors and Disorders. Elsevier Inc., San Diego: Academic Press, s. 901–909.

- Ceyhan, E., Ceyhan A. ve Gürcan, A. (2007). Problemlerli internet kullanımı ölçeği'nin geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri Bildiri Kitabı*, 7 (1), 387-416.
- Chen, L., Yan, Z., Tang, W., Yang, F., Xie, X., ve He, J. (2016). Mobile phone addiction levels and negative emotions among Chinese young adults: the mediating role of interpersonal problems. *Computers in Human behavior*, 55, 856-866.
- Choliz, M. (2010). "Mobile Phone Addiction: A Point of Issue" *Addiction*, 105: pp. 373-374.
- Choliz, M. (2012). Mobile-phone addiction in adolescence: the test of mobile phone dependence (TMD). *Prog Health Sci*, 2(1), 33-44.
- Çakır, Ö., ve Oğuz, E. (2017). Lise Öğrencilerinin Yalnızlık Düzeyleri ile Akıllı Telefon Bağımlılığı Arasındaki İlişki. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 418-429.
- Çakmak, V. (2014). *İletişim kaygısının sosyal medya kullanımı üzerine olan etkisi: üniversite öğrencileri üzerine örnek olay incelemesi*. Doktora tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Çam, E. (2012). *Öğretmen adaylarının eğitsel ve genel amaçlı Facebook kullanımları ve Facebook bağımlılıkları (SAÜ eğitim fakültesi örneği)*. Yüksek lisans tezi. Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Çelik, B. (2010). Türkiye'de Cep Telefonu, Melankoli ve Teknoloji, *Toplum ve Bilim*, 117: 56-74.
- Çelik, B. (2013). Teknoloji ile Kimlik Mücadelesi: Kürt Gençleri ve Cep Telefonu (Derleyen: Hakan Ergül), *Sahanın Sesleri: İletişim Araştırmalarında Etnografik Yöntem*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 257-277.
- Çetinkaya, S. (2019). *Algılanan anne baba tutumlarının ergenlerde akıllı telefon bağımlılığı ile ilişkisinin incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Danquah, F. O., Asiamah, B. K. ve Fordjour, M. O. (2018). Effect of Social Media on Perceived Students Academic Performance of Higher Institutions: A case of Public Universities in Accra, Ghana. *Journal of Education and Practice* 9(15), 115-121.
- Demir, S. (2018). *Lise öğrencilerinde akıllı telefon bağımlılığının duygusal zeka ile ilişkisinin incelenmesi*. Yüksek lisans tezi. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Denti, L., Barbopoulos, I., Nilsson, I., Holmberg, L., Thulin, M., Wendblad, M. ve Davidsson, E. (2012). *Grirapport, Sweden's largest facebook study*. Gothenburg Research Institute School of Business, Economics and Law at University of Gothenburg.
- Dictionary.com. (2019). <https://www.dictionary.com/browse/podcast> adresinden alındı. Erişim Tarihi: 10/01/2019

- Doğan, U. (2016). Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanımının Mutluluk, Psikolojik İyi-Oluş ve Yaşam Doyumlarına Etkisi: Facebook ve Twitter Örneği. *Eğitim ve Bilim*, 41(183), 217-231.
- Durak, H. ve Seferoğlu, S. (2016). Türkiye'de sosyal medya okuryazarlığı ve sosyal ağ kullanım örüntülerinin incelenmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*.
- Durak, H. ve Seferoğlu, S. (2018). Ortaokul Öğrencilerinin Akıllı Telefon Kullanımları Ve Bağımlılık Düzeyleriyle İlgili Unsurlar. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 8(1), 1-23.
- Düvenci, A. (2012). *Ağ neslinin internet kullanımı üzerindeki sosyal medya etkisinin sosyal sapma yaklaşımı ile incelenmesi*. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Eldeniz, L. (2010). *İkinci Medya Çağında İnternet*. Alfa Yayıncılık. İstanbul.
- Ellison, N.B., Steinfield, C., Lampe, C. (2007). The benefits of facebook "friends:" social capital and college students" use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 12(4), s.1143-1168.
- Fidan, H. (2016). Mobil bağımlılık ölçeği'nin geliştirilmesi ve geçerliliği: Bileşenler modeli yaklaşımı. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 3, 433-469.
- Fu, F., Lui, L., ve Wang, L. (2007). Empirical Analysis of Online Social Networks in the Age of Web 2.0. *Physica A: Statistical Mechanics and Its Applications* (387), 675-684.
- Genç, H. (2011). GSM'den İlk 'ALO'nun Üzerinden 20 Yıl Geçti, http://www.teknokulis.com/Yazarlar/hasan_genc/2011/06/30/gsm-den-ilk-alonunuzerinden-20-yil-gecti.
- Gürel, D. (2011). Instagram nedir? Nasıl kullanılır? <http://www.denizergurel.net/instagram-nedir-nasil-kullanilir/>
- Gürol, M. ve Sevindik, T. (2001), *İnternet Tabanlı Uzaktan Eğitim Uygulamaları, İnettr 2001*, İstanbul.
- Gürültü, E. (2016). *Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları ve akademik erteleme davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yüksek lisans tezi. Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Hafner, K. (2000). *İnternet Tarihi*. Güncel Yayıncılık, İstanbul.
- Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı: Bir alan çalışması. *İletişim, Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 151-175.
- Hüseyinoğlu, B. (2009). *Tüketici tarafından yaratılan medya ortamında ağızdan ağıza pazarlama ve bir uygulama*. Yüksek lisans tezi. Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Işık, U. (2007), *Medya Bağımlılığı Teorisi Doğrultusunda İnternet Kullanımının Etkileri ve İnternet Bağımlılığı*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

- İnan, A. (2010). *İlköğretim II. Kademe ve Lise Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- İnce, Z. ve Kılıç, V. A. (2016). The smart phone usage habits of high school students and their addiction to smart phones. *Uluslararası Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3(6), 104-123.
- İşbulan, O. (2015). *Öğretmen adaylarının eğitim amaçlı Facebook kullanımlarının teknoloji kabul modeline göre incelenmesi ve geliştirilmesi*. Doktora tezi. Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- İşlek, M. S. (2012). *Sosyal medyanın tüketici davranışlarına etkileri: Türkiye'deki sosyal medya kullanıcıları üzerine bir araştırma*. Yüksek lisans tezi. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- Jarvis, J. (2010). *Google Olsa Ne Yapardı?*. MediaCat Yayınları. İstanbul.
- Jiang, Z. ve Zhao, X. (2016). Self-control and problematic mobile phone use in Chinese college students: the mediating role of mobile phone use patterns. *BMC Psychiatry*, 16: 416, DOI 10.1186/s12888-016-1131-z.
- Kalbag, A. (1999). *Dünyayı Saran Ağ: WWW*, Tübitak Yayınları, Ankara.
- Kalender, M. E. (2016). *Fen lisesi ve sosyal bilimler lisesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının incelenmesi (Kütahya ili örneği)*. Yüksek lisans tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Afyon.
- Karal, H. ve Kokoç, M. (2010). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanım amaçlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 1(3), 251-263.
- Karasar, N. (2015). *Bilimsel Araştırma Yöntemi* (28. Baskı b.). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğt. Dan. Tic. Ltd. Şti.
- Kayabaş, B. K. (2013). Mobil Yaşam (Editör: T. Volkan Yüzer ve Mehmet Emin Mutlu), *Yeni İletişim Teknolojileri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları, 176-201.
- Keser Özcan, N. ve Buzlu, S. (2005). Problemlerle internet kullanımını belirlemede yardımcı bir araç: İnternette Bilişsel Durum Ölçeği'nin üniversite öğrencilerinde geçerlik ve güvenilirliği. *Bağımlılık Dergisi*, 6(1), 19-26.
- Keskin, S. (2014). *Öğretmen, öğretmen adayı ve öğrencilerin sosyal ağları benimseme süreçleri ve kullanım amaçlarının incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Kılıç, M. (2018). *Lise öğrencilerinin kendilik algıları ve yalnızlık düzeylerinin sosyal ağ kullanma alışkanlıkları ve amaçlarını yordama gücü*. Yüksek Lisans Tezi. Biruni Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Kılıç, Ö. (2016). *Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi (Araklı örneği)*. Yüksek lisans tezi. Cumhuriyet Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sivas.

- Kırcaburun, K. (2017). *Üniversite öğrencilerinde Instagram bağımlılığı, kişilik özellikleri ve kendini sevme arasındaki ilişkinin incelenmesi*. Yüksek lisans tezi. Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Kırcova, İ. (2005). *İnternette pazarlama*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Kızıltoprak, A. (2018). *Lise öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılığı ile iletişimci biçimleri arasındaki ilişki*. Yüksek Lisans Tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Kim, D., Lee, Y., Lee, J., Nam, J. K., ve Chung, Y. (2014). Development of Korean smartphone addiction proneness scale for youth. *PloS one*, 9(5), e97920.
- Klieber, P. (2009). Document Classification Through Data Mining Social Media Networks. Erişim: 26.01.2014, Stetson Üniversitesi Ağ Sitesi: <http://www2.stetson.edu/mathcs/people/students/research/pdf/2008/pkleiber/inatl.pdf>
- Kunt, M. (2017). *Necmettin Erbakan Üniversitesi öğrencilerinde akıllı telefon bağımlılığı ve depresyon ilişkisi*. Yüksek Lisans Tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi Meram Tıp Fakültesi Halk Sağlığı Anabilim Dalı.
- Kutlu, M. ve Pamuk, M. (2017). Üniversite öğrencilerinde cep telefonunun problemlili kullanımının kişilik bağlamında incelenmesi, *Journal of Human Sciences*, 2(14), 1263-1272.
- Kuyucu, M. (2017). Gençlerde akıllı telefon kullanımı ve akıllı telefon bağımlılığı sorunsalı: “akıllı telefon (kolik)” üniversite gençliği. *Global Media Journal TR Edition*, 7(14), 328-359.
- Kwon, M., Kim, DJ., Cho, H., Yang, S. (2013), The smartphone addiction scale: development and validation of a short version for adolescents. *PloS One*, 8(12), 1-7.
- Kwon, M., Lee, J. Y., Won, W. Y., Park, J. W., Min, J. A., Hahn, C. et al. (2013). Development and validation of a Smartphone Addiction Scale (SAS). *Plos One*; 8(2):e56936.
- Lee, J.-Y., Won, W.-Y., Park, J.-W., ve Min, J.-A. (2013). Development and Validation of a Smartphone Addiction Scale (SAS). <http://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0056936> adresinden alındı
- Lepp, A., Barkley, J. ve Karpinski, A. (2014). The Relationship between cell phone use, academic performance, anxiety and satisfaction with life in college students. *Computers in Human Behavior*. 31, 343–350.
- Liebert, E. (2011) *Facebook masalları*, Çeviren Nehir Güler, İstanbul: Derin Kitap.
- Ling, R. (2004). *The Mobile Connection: The Cell Phone's Impact on Society*. Morgan Kaufman Publishers. San Francisco.


- Ling, R. ve Yttri, B. (2002). Hyper-coordination Via Mobile Phones in Norway (Edited by James E. Katz and Mark Aakhus), *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge: Cambridge University Press, 139-169.
- Mayfield, A. (2008), elektronik kitap: https://www.icrossing.com/uk/ideas/fileadmin/uploads/ebooks/what_is_social_media_icrossing_ebook.pdf adresinden alındı. Erişim Tarihi: 16/04/2019.
- McAfee, A. (2006). Enterprise 2.0: the dawn of emergent collaboration. *MIT Sloan Management review*. 47(3). 21–28.
- Mendeş, B. (2018). *Diyetisyenlerin sosyal medyadaki paylaşımlarının bilimsel ve etik yönden incelenmesi (İnstagram örneği)*. Yüksek lisans tezi. Biruni Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Meral, D. (2017). *Orta öğretim öğrencilerinde akıllı telefon bağımlılığının yalnızlık, yaşam doyumu ve bazı kişisel özellikler bakımından incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Erzincan.
- Meriç, B. (2010). *İnternet üzerindeki paylaşım sitelerinin ve blogların tüketici davranışları üzerine etkisi*. Yüksek lisans tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Mingle, J. ve Adams, M. (2015). Social media network participation and academic performance in senior high schools in Ghana. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*. Paper 1286. Summer 7-21-2015.
- Özata, Z.F. (2009). *İleri Teknoloji Yeniliği Olarak Akıllı Telefonların Genç Tüketiciler Tarafından Benimsenmesinde Etkili Olan Faktörler*, Yayımlanmamış Doktora Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Özcan, Y.Z. ve Koçak, A. (2003). Research Note: A Need or a Status Symbol? Use of Cellular Telephones in Turkey, *European Journal of Communication*, 18 (2): 241–254.
- Özen, S., Topçu, M. (2017). Tıp fakültesi öğrencilerinde akıllı telefon bağımlılığı ile depresyon, obsesyon-kompulsiyon, dürtüsellik, aleksitimi arasındaki ilişki. *Bağımlılık Dergisi*, 18(1), 16-24.
- Pal, S. K. (2012). Web 2.0: A new tool for teaching and learning in electronic environment, *Journal Of The Young Librarians Association*. Vol. 05.
- Pearson, C. ve Hussain, Z. (2016). Smartphone addiction and associated psychological factors. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 3, 193–207. <http://dx.doi.org/10.15805/addicta.2016.3.0103>
- Polit, D., ve Beck, C. (2006). The content validity index: Are you sure you know what's being reported? Critique and recommendations. *Research in Nursing ve Health*.

- Sabancı, Y. S. (2018). *Sosyal medya okuryazarlığı: Facebook ve Instagram örneği*. Yüksek lisans yeterlik tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Scott, D. M. (2010). *Pazarlama ve İletişimin Yeni Kuralları*, Çev., Nadir Özata, MediaCat Kitapları, İstanbul.
- Selwyn, N. (2007). Web 2.0 applications as alternative environments for informal learning – a critical review. <http://www.oecd.org/education/ceri/39458556.pdf> adresinden alındı
- Sosyalmedya.co. (2013). TNET'ten Türkiye'nin Sosyal Medya Verileri, 19/03/2019 tarihinde <https://sosyalmedya.co/ttnet-turkiye-sosyal-medya-verileri/> adresinden alındı
- Sosyalsosyal.com. (2019). <http://www.sosyalsosyal.com/75-farkli-sosyal-medya-sitesi> adresinden alındı. Erişim Tarihi: 12/04/2019
- Söner, O. ve Yılmaz, O. (2018). Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ve psikolojik iyi oluş düzeyleri arasındaki ilişki. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 7(13), 61-76.
- Şata, M., ve Karip, F. (2017, Aralık). Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği-Kısa Versiyonunun Ergenler İçin Türk Kültürüne Uyarlanması. *Cumhuriyet Uluslararası Eğitim Dergisi*, 426.
- Şeker, T. B. (2005). *İnternet ve bilgi açığı*, Çizgi Kitapevi, Konya.
- Talayhan, H. Z. (2012). *Sosyal Paylaşım Sitelerinin Meslek Lisesi Öğrencilerinin Sosyalleşmeleri Üzerindeki Etkisi*.: Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Taş, İ. (2015). *Psikolojik Belirtileri Azaltmaya Yönelik Psiko-Eğitim Programının Ergenlerde İnternet Bağımlılığına Etkisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Sakarya.
- Tekin, H. (2016). *Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ile algılanan insani değerlerin incelenmesi*. Yüksek lisans tezi. Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adıyaman.
- Tepret, D. (2018). *Üniversite öğrencilerinde Facebook ve Instagram kullanımı ile narsistik yapılanma düzeyleri arasındaki ilişki*. Yüksek lisans yeterlik tezi. Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Thulin, E. ve Vilhelmson, B. (2007). Mobiles Everywhere: Youth, the Mobile Phone and Changes in Everyday Practice, *Young: Nordic Journal of Youth Research*, 15 (3): 235-253.
- Toprak, A., Yıldırım, A., Aygül, E., Binark, M., Börekçi, S. ve Çomu, T. (2009). *Toplumsal paylaşım ağı Facebook: "Görülüyorum öyleyse varım"*. Kalkedon Yayınları. İstanbul.
- Tufan Yeniçaktı, N. (2016). *Sosyal medya kullanım motivasyonları: Facebook ve Twitter kullanıcıları üzerine kullanımlar ve doyumlar araştırması*. Doktora tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

- Tuten, T.L. (2008), *Advertising 2.0: Social Media Marketing in a Web 2.0 World*, USA: Praeger Publishers.
- Tutgun Ünal, A. (2015). *Sosyal medya bağımlılığı: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma*. Doktora tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- TÜİK. (2009). 2009 Yılı Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması Sonuçları, <http://tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=4104> adresinden alındı.
- TÜİK. (2016). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2016, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21779> adresinden alındı.
- TÜİK. (2017). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2017, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24862> adresinden alındı
- TÜİK. (2018). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2018, <http://tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27819> adresinden alındı
- Uğurlu, Elif G. (2013). Tarih ve Kavram Olarak Yeni İletişim Teknolojileri (Editör: T. Volkan Yüzer ve Mehmet Emin Mutlu), *Yeni İletişim Teknolojileri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları, 2-22.
- Uluç, G. ve Yarcı, A. (2017). Sosyal medya kültürü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (52), 88-102.
- Usluel, Y., Demir, Ö., ve Çınar, M. (2014). Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği. <https://www.researchgate.net/publication/263083553> adresinden alındı
- Üksel, S. (2015). *Kullanımlar ve doyumlar kuramı çerçevesinde sosyal medya kullanımı: Sakarya üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma*. Yüksek lisans tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Ünal, M. H. (2015). *Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi tıp fakültesi öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılık düzeylerinin belirlenmesi*. Uzmanlık Tezi. Yıldırım Beyazıt Üniversitesi. Ankara.
- Wikipedia. (2019). https://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal_medya adresinden alındı. Erişim Tarihi: 09/01/2019
- Yalçın, C. (2003), Sosyolojik Bir Bakış Açısıyla İnternet, *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 27 (1).
- Yılmaz, G., Şar, A., ve Civan, S. (2015). Ergenlerde Mobil Telefon Bağımlılığı İle Sosyal Kaygı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Online Journal Of Technology Addiction ve Cyberbullying*, 20-37.
- Yılmazsoy, B. (2018). *Eğitsel amaçlı sosyal medya kullanımı: Facebook örneği*. Yüksek lisans tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Afyon.
- Zaffar, M., Mahmood, S., Saleem, M. ve Zakaria, E. (2015). Facebook addiction: Relation with depression, anxiety, loneliness and academic performance of Pakistani students. *Science International (Lahore)*. 27(3). 2469-2475.

EKLER

Ek-1: Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği Kullanım İzni


Necati Bircan <necatibircan@gmail.com>

Ölçek Kullanım İzni
3 ileti

Necati Bircan <necatibircan@gmail.com> 3 Ekim 2018 11:29
Alıcı: fkarip@agri.edu.tr, fatihkarip04@gmail.com, mehmetwsata@gmail.com

İyi Çalışmalar

Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümünde yüksek lisans öğrencisiyim. Yüksek lisans tezimde tarafınızdan Türk kültürüne uyarlanması yapılan "Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği-Kısa Versiyonu" ölçeğini izniniz olursa gerekli atıfları yaparak ve kaynak olarak göstererek kullanmak istiyorum.
Gereğini arz ederim.

Necati Erkan BİRCAN

Telefon 5072086289

Arş.Gör.Dr. Mehmet ŞATA <mehmetwsata@gmail.com> 3 Ekim 2018 11:33
Alıcı: Necati Bircan <necatibircan@gmail.com>

İyi günler Necati bey,
Uyarlamış olduğumuz akıllı telefon bağımlılık ölçeğini tezinizde ve daha sonraki bilimsel çalışmalarınızda kullanabilirsiniz.
Kolaylıklar diliyorum


3 Eki 2018 Çar 11:29 tarihinde Necati Bircan <necatibircan@gmail.com> şunu yazdı:
[Alıntılanan metin gizlendi]

Yrd.Doç.Dr. Fatih KARİP <fkarip@agri.edu.tr> 3 Ekim 2018 11:57
Alıcı: Necati Bircan <necatibircan@gmail.com>

Ölçeği kullanmanızda bir sakınca yoktur. İyi çalışmalar dilerim.

Kimden: "Necati Bircan" <necatibircan@gmail.com>
Kime: fkarip@agri.edu.tr, "fatihkarip04" <fatihkarip04@gmail.com>, "mehmetwsata" <mehmetwsata@gmail.com>
Gönderilenler: 3 Ekim Çarşamba 2018 11:29:34
Konu: Ölçek Kullanım İzni
[Alıntılanan metin gizlendi]

Ek-2: Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği Kullanım İzni


Necati Bircan <necatibircan@gmail.com>

Ölçek Kullanım İzni
2 ileti

Necati Bircan <necatibircan@gmail.com>
Alıcı: kocak@hacettepe.edu.tr

İyi Çalışmalar

Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümünde yüksek lisans öğrencisiyim. Yüksek lisans tezimde tarafınızdan geliştirilen "Sosyal Ağların Kullanım Amaçları" ölçeğini izniniz olursa gerekli atıfları yaparak ve kaynak olarak göstererek kullanmak istiyorum. Gereğini arz ederim.

Necati Erkan BİRCAN

Telefon 5072086289

3 Ekim 2018 11:40

omer Demir <omerdemir1986@gmail.com>
Alıcı: necatibircan@gmail.com

Merhaba Hocam,
ölçeği kullanabilirsiniz.
Kolaylıklar diliyorum.

https://www.researchgate.net/publication/263083553_Sosyal_Aglarin_Kullanim_Amaclari_Olcegi

My Academic Social Networking Site Profiles:

Researchgate Profile:
https://www.researchgate.net/profile/Omer_Demir

Academia Profile:
<https://hacettepe.academia.edu/%C3%B8merdemir>

Scopus Profile:
<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=58452847800>

Orcid Profile:
<http://orcid.org/0000-0002-4178-0221>

Impactstory Profile:
<https://impactstory.org/u/0000-0002-4178-0221>

Mandelay Profile:
<https://www.mandelay.com/profiles/mer-demir/>

Figshare profile:
https://figshare.com/authors/_mer_Demir/3191070

Google Scholar Profile:
<https://scholar.google.com.tr/citations?user=Qj-sJQUAAA&hl=en>

LinkedIn Profile:
<https://www.linkedin.com/in/%C3%B8mer-demir-56a81a52/>

3 Ekim 2018 16:54

----- Forwarded message -----
From: **Yasemin KOÇAK USLUEL** <kocak@hacettepe.edu.tr>
Date: Wed, 3 Oct 2018 at 11:52
Subject: FW: Ölçek Kullanım İzni
To: <omerdemir1986@gmail.com>
[İntitilanan metin gizlendi]

Ek-3: Araştırma İzni-1

T.C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı

Sayı : 48178250-300-E.76759
Konu : Araştırma İzni (Necati Erkan
BİRCAN)

09/11/2018

EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi : 26/10/2018 tarihli ve 71052239-100-E.73464 sayılı yazımız.

Enstitünüz Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi Necati Erkan BİRCAN'ın "Lise Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılıkları İle Sosyal Medya Kullanım Amaçları Arasındaki İlişki" adlı tezi kapsamında araştırma yapma isteği ile ilgili Konya Valiliği İl Millî Eğitim Müdürlüğü'nün 05.11.2018 tarih ve E.21008321 sayılı yazısı ekte gönderilmiştir.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

e-imzalıdır

Prof.Dr. Tahir YÜKSEK
Rektör Yardımcısı

Ek: Resmî Yazı ve Ekleri (4 Sayfa)

Ek-4: Araştırma İzni-2



T.C.
KONYA VALİLİĞİ
İl Millî Eğitim Müdürlüğü

Sayı : 83688308-605.99-E.21008321

05.11.2018

Konu: Araştırma İzni
(Necati Erkan BİRCAN)

NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜNE
(Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı)

İlgi : 01/11/2018 tarihli ve 48178250-300-E.15010 sayılı yazınız.

Üniversiteniz Eğitim Bilimleri Enstitüsü Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Bilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı Öğrencisi Necati Erkan BİRCAN'ın "Lise Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılıkları ile Sosyal Medya Kullanım Amaçları Arasındaki İlişki" konulu araştırmasını uygulama talebi incelenmiştir.

Araştırmanın; Karatay, Meram ve Selçuklu ilçelerinde bulunan ekli listede adı yazılı okullarda eğitim gören öğrencilere eğitim öğretimi aksatmamak kaydıyla uygulanmasında sakınca görülmemektedir. Araştırmacının, Müdürlüğümüze bağlı eğitim kurumlarındaki çalışmalarını 2018-2019 eğitim öğretim yılı içerisinde tamamlaması zorunludur. Araştırma kapsamında yürütülecek çalışmaların 2018-2019 eğitim öğretim yılında tamamlanmaması durumunda Müdürlüğümüzden tekrar izin alınması gerekmektedir.

Araştırmada Müdürlüğümüz tarafından onaylanarak gönderilen veri toplama araçları kullanılacak olup, araştırma sonucunun CD ortamında iki nüsha olarak Müdürlüğümüze gönderilmesi gerekmektedir.

Bilgilerinizi ve adı geçene tebliğini arz ederim.

Mukadder GÜRSOY
İl Millî Eğitim Müdürü

Ek:

- 1-Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği (1 Sayfa)
- 2-Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği (1 Sayfa)
- 3-Okul Listesi (1 Sayfa)

Güvenli Elektronik İmza
Akl ile Ayıptır.
05 Kasım 2018

Akçeşme Mah.Garaj Cad. No:4 Karatay/KONYA
Elektronik Ağ: <http://konya.meb.gov.tr>
e-posta: istatistik42@meb.gov.tr

Ayrıntılı bilgi için : Abdurrahman KAYNAK - Şef
Ali Naci İŞİK VHKİ
Tel: (0 332) 353 30 50 - Faks : (0 332) 351 59 40

Bu evrak güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır. <https://evraksorgu.meb.gov.tr> adresinden 6c5a-783f-3a2f-8edf-f470 kodu ile teyit edilebilir.

Değerli Öğrencimiz,

Bu veri toplama aracı, Lise Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılıkları İle Sosyal Medya Kullanım Amaçları Arasındaki İlişkinin araştırmak amacıyla hazırlanmıştır. Elde edilen veriler yalnızca bilimsel çalışmalar için kullanılacak, bireysel değerlendirme yapılmayacaktır. Bu nedenle isminizi yazmanıza gerek yoktur. Ölçekte 36 madde yer almaktadır ve yanıtlama süresi yaklaşık 10 dakikadır. Lütfen maddeleri dikkatle okuyarak size en uygun olan seçeneği (X) ile işaretleyiniz. Katılımınız için teşekkür ederim.

Necati Erkan BİRCAN

Necmettin Erbakan Üniversitesi
BÖTE Yüksek Lisans Öğrencisi

Cinsiyet	Özel/Resmi	Sınıf	
() Erkek	() Özel	() 9. Sınıf	() 11. Sınıf
() Kız	() Resmi	() 10. Sınıf	() 12. Sınıf
Okul Türü		() Güzel Sanatlar	
() Anadolu Lisesi		() Özel Eğitim	
() Fen Lisesi		() Sosyal Bilimler	
() İHL		() Spor Lisesi	
() MTAL		() Temel Lise	
Hangi Sosyal Medya Hesaplarını Kullanıyorsunuz?			
<input type="checkbox"/> Facebook	<input type="checkbox"/> Instagram	<input type="checkbox"/> Twitter	<input type="checkbox"/> Youtube
			<input type="checkbox"/> Diğer

AKILLI TELEFON BAĞIMLILIĞI ÖLÇEĞİ - KISA VERSİYONU (ATBÖ-KV)

Maddeler	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Kısmen Katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1) Akıllı telefon kullanımından dolayı planladığım işleri yetiştiremem.						
2) Akıllı telefon kullanımından dolayı, sınıfta ödev yaparken veya ders dinlerken konsantre olmakta zorlanırım.						
3) Akıllı telefon kullanırken el bileklerimde veya ensemdede ağrı hissederim.						
4) Akıllı telefon olmadan yapamam.						
5) Akıllı telefonum elimde olmadığında sabırsız ve huysuz hissederim.						
6) Kullanmasam bile akıllı telefonum hep aklımdadır.						
7) Günlük yaşamım çok etkilenmiş olsa bile akıllı telefonumu kullanmayı asla bırakmam.						
8) Twitter veya Facebook'taki diğer insanlar arasındaki konuşmaları kaçırmamak için sürekli olarak akıllı telefonumu kontrol ederim.						
9) Akıllı telefonumu düşündüğümde daha uzun süre kullanırım.						
10) Etrafımdaki insanlar akıllı telefonumu çok fazla kullandığımı söyler.						



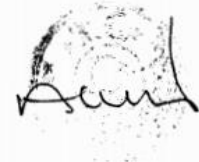
SOSYAL AĞLARIN KULLANIM AMAÇLARI ÖLÇEĞİ

(1: Kesinlikle katılmıyorum - 7: Kesinlikle katılıyorum)

Maddeler	1	2	3	4	5	6	7
1) Sosyal ağları herhangi bir sorunla ilgili çözüm yolları bulmak için kullanırım.							
2) Sosyal ağları merak ettiğim ya da ilgi duyduğum bir konu hakkında bilgi aramak için kullanırım.							
3) Sosyal ağları görüşlerimi destekleyecek materyaller (fotoğraf, video ve yazı vb.) bulmak için kullanırım.							
4) Sosyal ağları arkadaşlarımla herhangi bir konu ya da durum hakkında işbirliği yapmak için kullanırım.							
5) Sosyal ağları ortak ilgi alanına sahip kişilerle bir araya gelmek için kullanırım.							
6) Sosyal ağları belli bir amaçla ilgili görev paylaşımı için kullanırım.							
7) Sosyal ağları sosyo-kültürel etkinlik düzenlemek için kullanırım.							
8) Sosyal ağları ortak bir amaç oluşturmak için kullanırım.							
9) Sosyal ağları etkinliklerden haberdar olmak için kullanırım.							
10) Sosyal ağları yeni arkadaşlıklar kurmak için kullanırım.							
11) Sosyal ağları arkadaşlarıma yüz yüze söyleyemediğim şeyleri söylemek için kullanırım.							
12) Sosyal ağları samimi olmadığım arkadaşlarımla iletişim kurmak için kullanırım.							
13) Sosyal ağları arkadaşlarımla sohbet etmek (anlık iletişim, sesli ve görüntülü iletişim) için kullanırım.							
14) Sosyal ağları arkadaşlarımla mesaj alış-veriş için kullanırım.							
15) Sosyal ağları iletişim bilgilerimi bilmediğim arkadaşlarıma ulaşmak için kullanırım.							
16) Sosyal ağları eski arkadaşlarımla bulmak için kullanırım.							
17) Sosyal ağları arkadaşlarımla iletişimimi sürdürmek için kullanırım.							
18) Sosyal ağları arkadaşlarımla bağlantımı koparmamak için kullanırım.							
19) Sosyal ağları herhangi bir konu hakkında içerik (resim, video ve metin vb.) oluşturmak için kullanırım.							
20) Sosyal ağları görüşlerimi desteklemek için oluşturduğum görselleri (resim ve video vb.) paylaşmak için kullanırım.							
21) Sosyal ağları fotoğraf albümü oluşturmak için kullanırım.							
22) Sosyal ağları video albümü oluşturmak için kullanırım.							
23) Sosyal ağları kişisel etkinlik günlüğü oluşturmak için kullanırım.							
24) Sosyal ağları komik paylaşımlara (söz ve karikatür vb.) bakmak için kullanırım.							
25) Sosyal ağları mutsuz olduğumda beni mutsuz eden etkenlerden uzaklaşmak için kullanırım.							
26) Sosyal ağları komik paylaşımlar (söz ve karikatür gibi) yapmak için kullanırım.							

Anket Uygulanacak Okulların Listesi

Sıra	İlçe	Tür	Kurum Adı
1	Karatay	Özel	Özel Enderun Fen Lisesi
2	Meram	Özel	Özel Konya Bilim Temel Lisesi
3	Meram	Özel	Özel Lale Anadolu Lisesi
4	Selçuklu	Özel	Özel Gevher Nesibe Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
5	Selçuklu	Özel	Özel Konya Final Temel Lisesi
6	Selçuklu	Özel	Özel Profesyonel Eğitim Anadolu Lisesi
7	Karatay	Resmi	Karatay 15 Temmuz Şehitleri Anadolu Lisesi
8	Karatay	Resmi	Karatay Konya Anadolu İmam Hatip Lisesi
9	Karatay	Resmi	Karatay Özel Eğitim Meslek Okulu
10	Karatay	Resmi	Kılıçarslan İMKB Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
11	Karatay	Resmi	Konya Türk Telekom Sosyal Bilimler Lisesi
12	Meram	Resmi	Konya Lisesi(Anadolu)
13	Meram	Resmi	Konya- Meram Fen Lisesi
14	Meram	Resmi	Meram Atatürk Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
15	Meram	Resmi	Meram Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
16	Meram	Resmi	Tahir Büyükkörtükçü Anadolu İmam Hatip Lisesi
17	Selçuklu	Resmi	Atatürk Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
18	Selçuklu	Resmi	Erbil Kuru Anadolu Lisesi
19	Selçuklu	Resmi	Konya Çimento Güzel Sanatlar Lisesi
20	Selçuklu	Resmi	Konya Spor Lisesi
21	Selçuklu	Resmi	Mahmut Sami Ramazanoğlu Anadolu İmam Hatip Lisesi





T. C.
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ
Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü



ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı:	Necati Erkan BİRCAN	İmza:	
Doğum Yeri:	Meram		
Doğum Tarihi:	03.01.1989		
Medeni Durumu:	Evli		

Öğrenim Durumu

Derece	Okulun Adı	Program	Yer	Yıl
İlköğretim	- Yunus Emre İlköğretim Okulu - Şükriye Onsun İlköğretim Okulu		Konya	1995 - 2003
Lise	Meram Anadolu Ticaret Meslek Lisesi	Bilgisayar Programcılığı	Konya	2003 - 2007
Ön Lisans	Selçuk Üniversitesi	Bilgisayar Teknolojisi ve Programlama	Konya	2007 - 2009
Lisans	Necmettin Erbakan Üniversitesi	Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Öğretmenliği	Konya	2009 - 2013
Yüksek Lisans	Necmettin Erbakan Üniversitesi	Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi	Konya	2015 - 2019
Becerileri:	- Office programları (Word, Excel, PowerPoint) - Grafik programları (Adobe Photoshop, CorelDRAW) - Web tasarım ve programlama			
İlgi Alanları:	Yeni Teknolojiler, Sanayi 4.0, Müzik, Sosyal Medya			
İş Deneyimi:	- Konya İl Milli Eğitim Müdürlüğü - Veri Hazırlama ve Kontrol İşletmeni			