



YAKIN DOĞU ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**BİLGİSAYAR VE ÖĞRETİM TEKNOLOJİLERİ EĞİTİMİ ANABİLİM
DALI**

**ÖĞRENCİLERİN SOSYAL PAYLAŞIM AĞLARINI KULLANIM
NİYETLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DERVİŞ KARABEY

Danışman: Doç. Dr Nadire Çavuş

Lefkoşa

Mart, 2013

JÜRİ ÜYELERİNİN İMZA SAYFASI



Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğü'ne

Bu çalışma jürimiz tarafından Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı'nda YÜKSEK LİSANS TEZİ ÇALIŞMASI RAPORU olarak kabul edilmiştir.

İmza

Başkan : Prof. Dr. Hüseyin Uzunboylu
Danışman : Doç. Dr. Nadire Çavuş
Üye : Yard. Doç. Dr. Fezile Özdamlı

Onay

Yukarıda imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

...../...../2013

Enstitü Müdürü

Prof. Dr. Cem Birol



ÖZET

ÖĞRENCİLERİN SOSYAL PAYLAŞIM AĞLARINI KULLANIM NİYETLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN BELİRLENMESİ

Karabey Derviş

Yüksek Lisans, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim

Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Nadire Çavuş

Mart 2013, 93 Sayfa

Sosyal paylaşım ağları, ortak paydaları olan insanları bir araya toplayarak oluşturdukları grup arasındaki iletişimi ve bilgi akışını sağlamaktadır. Genç nesillerin sosyal paylaşım ağlarına olan düşkünlükleri herkes tarafından bilinmektedir. Literatürde gençlerin sosyal paylaşım ağlarını kullanım niyetlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik yeterli çalışmaya rastlanmamıştır. Oysa, gençlerin özellikle de 15-18 yaş arasında olanların, sosyal paylaşım ağlarını kullanım sürelerinin her geçen gün artmakta olduğu ve bunun sonucu olarak da bazı olumsuzlukların yaşandığı da yadsınamaz bir gerçektir. Bu nedenle, gençlerin sosyal paylaşım ağlarını kullanım niyetlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi gerekmektedir. Böylece, sosyal paylaşım ağlarının kullanımından dolayı gençlerin hayatlarında yaşanan olumsuzlukların önüne geçilebileceği düşünülmektedir. Bu çalışmanın genel amacı, öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanım niyetlerini etkileyen faktörlerin Teknoloji Kabul Modeli (TKM) ile belirlenmesidir.

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Milli Eğitim Gençlik ve Spor Bakanlığı, Genel Ortaöğretim Dairesi'ne bağlı liselerde öğrenim görmekte olan 1526 öğrenci, bu çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır.

Çalışmada, öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanım niyetlerini etkileyen faktörlerin belirlenebilmesi için, iki bölümden oluşan veri toplama aracı kullanılmıştır. Veri toplama aracının ilk bölümü demografik bilgileri içeren kişisel bilgi formundan; ikinci bölümü ise sosyal paylaşım ağlarının kullanımını etkileyen faktörlerin belirlenebilmesi ile ilgili 5'li likert tipindeki 22 maddeden oluşan anket formundan oluşmaktadır. Algılanan Kullanım Kolaylığı, Zevk Alma, Algılanan Fayda, Kullanma Niyeti, Tutum, Topluluk Tanımlama ve Sosyal Etki anket formunun boyutlarını oluşturmaktadır. Araştırmada elde edilen veriler, istatistik uzmanlarının görüşleri doğrultusunda uygun istatistiksel teknikler kullanılarak analiz edilip tablolar oluşturularak açıklanmış ve yorumlanmıştır. Araştırma sonucunda, TKM'in deki her bir değişkenin öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanım niyetlerini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Teknoloji Kabul Modeli, Sosyal Paylaşım Ağları, Kullanım Niyeti, Öğrenci, Facebook

ABSTRACT

FACTORS AFFECTING THE STUDENTS' INTENTION TO USE SOCIAL NETWORKING

Karabey Dervis

Master of Arts, Department of Computer Education and Educational
Technology

Thesis Advisor: Assoc. Prof. Dr. Nadire Cavus

March 2013, 93 Pages

Social networks, brings group of people together for communication by providing flow of information. Young generations are prominent within the society which uses the social networks the most. There is an undeniable fact that there is a rise on the length of time spend on social networking by young generations with threatening negative affects specially for ages between 15-18. According to the literature, there is not sufficient research on factors affecting the student's intention to use social networking. However, it is necessary to conduct a research on determining the factors affecting the students' intention to use social networks. The aim of this research is to figure out factors affecting students' intention to use social networks by using Technology Acceptance Model (TAM).

The sample consisted of 1526 high school students from several high schools in the Turkish Republic of Northern Cyprus.

In order to collect the data for the research, one of the survey methods; questionnaires was used. Two parts has been developed in order to determine the factors affecting students' intention to use social networking. The first part of the questionnaire includes questions in order to collect demographic information from the respondents.

The second part of the questionnaire includes 22 items under 7 factors (Perceived Ease of Use, Enjoyment, Perceived Usefulness, Intention to Use, Attitude, Community Identification and Social Influence) affecting students' intention to use social networks to be tested on respondents. In the second part, a five point scale (5 = strongly agree, 4 = agree, 3 = neutral, 2 = disagree, 1 = strongly disagree) was used in order to increase the sensitivity of the measure.

The data collected was analyzed by using statistical techniques depending on experts' view and presented by tables with appropriate interpretations. Consequently, results show that factors which is developed under Technology Acceptance Model has a positive effect on students' use of social networks.

Keywords: Technology Acceptance Model, Social Networking, Intention to Use, Student, Facebook

ÖNSÖZ

Yakın Doğu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı, yüksek lisans programının gereği olarak hazırlanan bu araştırma, Ortaöğretim kademesindeki lise öğrencilerinin sosyal paylaşım ağlarını kullanım niyetlerini etkileyen faktörlerin Teknoloji Kabul Modeli ile belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Çalışma, beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, konuya giriş yapıldıktan sonra çalışmanın problemine, amacına, önemine ve sınırlılıklara yer verilmiştir. İkinci bölümde, araştırma konusunun kuramsal temelleri ve literatürde konuyla ilgili olduğu belirlenen araştırmalardan kısaca bahsedilmiştir. Üçüncü bölümde ise, araştırmanın gerçekleştirilmesinde kullanılan model, anket formunun oluşturulma süreci, uygulanması ve verilerin çözümlenmesi ile ilgili bilgiler verilmiştir. Dördüncü bölüm ise bulguları ve yorumları içermektedir. Elde edilen bulgulara dayalı olarak ulaşılan sonuç ve öneriler de beşinci bölümde açıklanmıştır.

Herkesten önce, araştırmanın planlanmasından sonuçlandırılmasına kadar geçen süreç içerisinde, ayrıca eğitimim boyunca akademik anlamda yetişmemde çok önemli katkılar sağlayan, ellerini hiç bir zaman üzerimden çekmeyen, beni çalışmaya zorlayan ve her zaman yanımda olup bana yol gösteren, her konuda bana sabırlı davranan değerli danışmanım Doç. Dr. Nadire Çavuş'a teşekkür ediyorum.

Lisans ve yüksek lisans eğitimim boyunca yardımlarını ve desteğini esirgemeyen, deneyimlerinden ve bilgilerinden çok şey kazandığım, çalışmamla ilgili beni yönlendiren Yard. Doç. Dr. Fezile Özdamlı'ya sonsuz teşekkür ederim.

Akademik yaşamıma başladığım ilk günden beri bana her zaman destek olan Yakın Doğu Üniversitesi, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı hocalarıma sonsuz teşekkür ederim.

Aldığım üniversite eğitimi boyunca benden maddi ve manevi desteğini esirgemeyen anneme, babama, gösterdiği sabırdan dolayı kız arkadaşım Özel Hocaoglu'na sonsuz teşekkür ederim. Tezimde kullandığım anketlerin çıktısının alınmasında ve anket verilerinin SPSS programına girilmesinde bana yardımcı olan canım arkadaşlarım Pembe Sakallı'ya ve Meryem Kurt'a teşekkürü bir borç bilirim.

Son olarak, araştırma sürecinde araştırmanın örneklemini oluşturan ve verilerin elde edilmesi için hazırlanan anket forumlarının doldurulmasında yardımlarını esirgemeyen okul müdürlerine, müdür muaivinlerine, rehber öğretmenlere ve öğrencilere de teşekkür ederim.

**Saygılarımla,
Derviş KARABEY
Lefkoşa, 2013**

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
	No
ÖZET.....	iii
ABSTRACT.....	v
ÖNSÖZ.....	vii
İÇİNDEKİLER.....	ix
TABLolar LİSTESİ.....	xiii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xiv
KISALTMALAR.....	xv

BÖLÜM I

GİRİŞ.....	1
1.1 Problem.....	1
1.2 Amaç.....	4
1.3 Önem.....	6
1.4 Sınırlılıklar.....	7
1.5 Tanımlar.....	7

BÖLÜM II

KAVRAMSAL TEMELLER ve İLGİLİ ARAŞTIRMALAR.....	9
2.1 KAVRAMSAL TEMELLER.....	9
2.1.1 Teknoloji.....	9
2.1.2 Sosyal Paylaşım Ağları.....	10
2.1.2.1 Sosyal Paylaşım Ağlarının Genel Özellikleri.....	11
2.1.2.2 Sosyal Paylaşım Ağlarının Yararları.....	12
2.1.2.3 Sosyal Paylaşım Ağlarının Zararları.....	13
2.1.3 Facebook.....	13
2.1.3.1 Facebook Kullanım'ın Avantajları ve Dezavantajları.....	15
2.1.3.2 Facebook Kullanım İstatistikleri.....	16
2.1.3.3 Kıbrıs'ta Facebook Kullanan Bireylerin Yaş Oranlarına Göre Kullanım Oranları.....	18
2.1.4 Twitter.....	19
2.1.4.1 Twitter'in Diğer Sosyal Paylaşım Ağlarından Ayıran Temel Özellikleri.....	20
2.1.5 Youtube.....	20
2.1.6 Google+.....	21
2.1.7 LinkedIn.....	21
2.1.8 ResearchGATE.....	22
2.1.9 Teknoloji Kabul Modeli	22
2.1.10 Genişletilmiş Teknoloji Kabul Modeli.....	23
2.2 İLGİLİ ARAŞTIRMALAR.....	26
2.2.1 Sosyal Paylaşım Ağları ile İlgili Araştırmalar.....	26
2.2.2 Teknoloji Kabul Modeli ile İlgili Araştırmalar.....	30

BÖLÜM III

YÖNTEM.....	36
3.1 Araştırmanın Modeli.....	36
3.2 Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	37
3.2.1 Öğrencilerin Demografik Bilgileri.....	39
3.2.2 Okul Bilgileri.....	40
3.3.3 Sosyal Paylaşım Ağları.....	41
3.3 Veri Toplama Araçları.....	43
3.4 Veri Toplama Araçlarının Oluşturulması.....	45
3.5 Verilerin Toplanması.....	47
3.6 Verilerin Çözümü ve Yorumlanması.....	48
3.7 Süre ve Olanaklar.....	48

BÖLÜM IV

BULGULAR ve YORUMLAR.....	49
4.1 Hipotez Testleri.....	49
4.1.1 Algılanan Faydanın Tutum Üzerine Etkisi.....	49
4.1.2 Algılanan Kullanım Kolaylığının Algılanan Fayda Üzerine Etkisi.....	50
4.1.3 Algılanan Faydanın Niyet Üzerine Etkisi.....	51
4.1.4 Sosyal Etkinin Algılanan Fayda Üzerine Etkisi.....	52
4.1.5 Algılanan Kullanım Kolaylığının Tutum Üzerine Etkisi.....	53
4.1.6 Tutumun Niyet Üzerine Etkisi.....	54
4.1.7 Topluluk Tanımlamanın Niyet Üzerine Etkisi.....	55
4.1.8 Sosyal Etkinin Niyet Üzerine Etkisi.....	56
4.1.9 Zevk Almanın Niyet Üzerine Etkisi.....	57
4.1.10 Algılanan Kullanım Kolaylığının Niyet Üzerine Etkisi.....	58
4.1.11 Sosyal Etkinin Tutum Üzerine Etkisi.....	59
4.1.12 Topluluk Tanımlamanın Tutum Üzerine Etkisi.....	60

xii

TABLÖLAR LİSTESİ

	Sayfa No
Tablo 1. Kıtalar Göre Facebook Kullanımı.....	16
Tablo 2. Facebook’u En Çok Kullanan Ülkeler.....	17
Tablo 3. Kıbrıs’ta Facebook Kullananların Yaş Aralığı.....	18
Tablo 4. Kıbrıs’ta Facebook Kullananların Cinsiyet Oranları.....	19
Tablo 5. TKM Üzerine Çeşitli Araştırmaların Özeti.....	30
Tablo 6. Öğrencilerin Cinsiyet’e ve Yaşa Göre Dağılımlar.....	39
Tablo 7. Okul İsim ve Sınıflara Göre Öğrenci Dağılımlar.....	40
Tablo 8. Öğrencilerin Sosyal Paylaşım Ağlarının Kullanımına Göre Dağılımları.....	41
Tablo 9. Faktörleri Oluşturan Değişken Sayısı ve Güvenirlik Katsayıları.....	44
Tablo 10. Anket’te Kullanılan Boyutlar.....	45
Tablo 11. Çalışma Süresi	48
Tablo 12. Algılanan Faydanın Tutum Üzerine Etkisi.....	49
Tablo 13. Algılanan Kullanım Kolaylığının Algılanan Fayda Üzerine Etkisi.....	50
Tablo 14. Algılanan Faydanın Niyet Üzerine Etkisi.....	51
Tablo 15. Sosyal Etkinin Algılanan Fayda Üzerine Etkisi.....	52
Tablo 16. Algılanan Kullanım Kolaylığının Tutum Üzerine Etkisi.....	53
Tablo 17. Tutumun Niyet Üzerine Etkisi.....	54
Tablo 18. Topluluk Tanımlamanın Niyet Üzerine Etkisi.....	55
Tablo 19. Sosyal Etkinin Niyet Üzerine Etkisi.....	56
Tablo 20. Zevk Almanın Niyet Üzerine Etkisi.....	57
Tablo 21. Algılanan Kullanım Kolaylığının Niyet Üzerine Etkisi.....	58
Tablo 22. Sosyal Etkinin Tutum Üzerine Etkisi.....	59
Tablo 23. Topluluk Tanımlamanın Tutum Üzerine Etkisi.....	60
Tablo 24. Hipotez Test Sonuçları.....	61

ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa
	No
Şekil 1. Araştırmanın Hipotezleri.....	6
Şekil 2. Teknoloji Kabul Modeli.....	23
Şekil 3: Araştırmanın Modeli.....	37
Şekil 4: Tabakalı Örnekleme Yöntemi ile Belirlenen Öğrenci Örneklemi.....	38

KISALTMALAR

ABD : Amerika Birleşik Devletleri

AF : Algılanan Fayda

AKK : Algılanan Kullanım Kolaylığı

API : Yazılım Programlama Arayüzü

G-TKM : Geliştirilmiş Teknoloji Kabul Modeli

K.K.T.C: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti

MIT : Massachusetts Institute of Technology

TT : Topluluk Tanımlama

TAM : Technology Acceptance Model

TKM : Teknoloji Kabul Modeli

RIA : Rich Internet Applications

SE : Sosyal Etki

SMS : Kısa Mesaj

SPA : Sosyal Paylaşım Ağları

SPSS : Statistical Package for the Social Sciences

WWW : World Wide Web

BÖLÜM I

GİRİŞ

1.1 Problem

Bu bölümde araştırmanın problemi, amacı, önemi, sınırlılıkları ve ilgili tanımlar yer almaktadır.

“International” ve “Network” kelimelerinin birleşimiyle meydana gelen İnternet; devletin, özel sektörlerin ve bireylerin ürettikleri yada derledikleri bilgileri yayınlatabildikleri ve aynı zamanda istenilen bilgiye hızlıca erişebildikleri bir ağıdır. Diğer bir ifadeyle İnternet, milyonlarca kişinin aynı anda farklı mekanlarda, farklı zamanlarda birbirine bağlı olduğu bir ağıdır (Kıcı, 2012). İnternet, önceleri haberleşme aracı olarak kullanılırken günümüzde insan hayatında önemli bir yere ulaşmıştır. İnsanlar, bu teknoloji yardımıyla pek çok alandaki bilgiye kolay, hızlı ve güvenli bir şekilde erişebilmektedir.

Web 2.0’ın ortaya çıkmasıyla birçok sosyal paylaşım ağı oluşturuldu. Sosyal paylaşım ağları birçok bireyin farklı konulardaki kişisel düşüncelerini kolay bir şekilde paylaşabildiği sosyal paylaşım platformlarıdır. Sosyal ağlar denince hemen akla bloglar, Facebook, Myspace, Twitter, YouTube, ResearchGATE, LinkedIn ve Google⁺ gibi paylaşım ağları gelmektedir (Onat ve AliKılıç, 2008).

Web 2.0 devriminden sonra ortaya çıkan sosyal ağları, günümüzün en yaygın kullanılan ve vazgeçilmeyen iletişim araçları haline gelmiştir (Kormaz, 2013).

Sosyal paylaşım ağları; bireyler ve gruplar arasındaki karşılıklı etkileşimi kolaylaştıran, bunun için çeşitli seçenekler sunan ve sosyal ilişkiler yumağı oluşumunu destekleyen yazılımlardır (Onat ve AliKılıç, 2008). Diğer bir ifadeyle sosyal paylaşım ağları; bireylere sınırlandırılmış bir web ortamında, kullanma şekillerine göre profil oluşturma, iletişim kurulacak kişilerin listesini oluşturma, oluşturulan kişilerin profil sayfalarını ve bağlantılarını izleme şansı tanıyan web tabanlı uygulamalardır.

Sosyal paylaşım ağıları, bireylerin halka açık ya da yarı halka açık olarak bir sistemi kullanarak profil sayfalarını oluşturmalarını, istedikleri bağlantıları paylaşımlarını, diğer kullanıcılarla arkadaş olabilmelerini ve bilgilerini paylaşabilmelerini sağlayan böylece çevrimiçi toplulukta beğenileri ve aktiviteleri bir ağ üzerinden paylaşmayı sağlayan sanal ortamlardır (Bicen, 2009). Böylece sosyal paylaşım ağıları, ortak paydaları olan insanları bir araya toplayarak oluşturdukları grup arasındaki iletişimi ve bilgi akışını sağlamaktadır. Böylece sosyal paylaşım ağıları, ortak paydaları olan insanları bir araya toplayarak oluşturdukları grup arasındaki iletişimi ve bilgi akışını sağlamaktadır.

Sosyal paylaşım ağıları, yayına başladıklarından beri milyonlarca kullanıcıya ulaşmışlar ve bu ağıları ziyaret eden geçlerin, günlük aktivitelerinin bir parçası haline gelmişlerdir. Ayrıca sosyal paylaşım ağıları, bireylerin kişisel isteklerini destekleyerek, bireysel istekleri sürece katarak bireylerin kişisel amaçlarını gerçekleştirebilmeleri için grubun isteği haline dönüşmektedir.

Sosyal paylaşım siteleri günümüzde bireylerin özellikle de gençlerin iletişim kurmaları açısından en çok tercih edilen sanal iletişim mekanlarıdır. Sosyal paylaşım sitelerinde son yıllarda gözlenen en önemli gelişme çevrim içi ve çevrim dışı iletişim kurma olanaklarının aynı anda sunulması olmuştur (Budak ve Aydoğdu, 2010).

Özellikle genç nesillerin sosyal paylaşım ağlarına olan düşkünlükleri herkes tarafından bilmektedir. Bu nedenle kullanım sıklıklarını, kullanım sürelerini, kullanım amaçlarını belirlemeye yönelik bir çok araştırma yapılmıştır (Çavuş, Ertac ve Serdaroglu, 2012). Ama, literetürde gençlerin sosyal paylaşım ağlarını kullanım niyetlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik yeterli çalışmaya rastlanmamıştır. Oysa, gençlerin özellikle de 15-18 yaş arasında olanların, sosyal paylaşım ağlarını kullanım sürelerinin her geçen gün artmakta olduğu ve bunun sonucu olarak da bazı olumsuzlukların yaşandığı da yadsınamaz bir gerçektir.

Bu nedenle, gençlerin sosyal paylaşım ağlarını kullanım niyetlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi gerekmektedir. Böylece, sosyal paylaşım ağlarının kullanımından dolayı geçlerin hayatlarında yaşanan olumsuzlukların önüne geçilebileceği düşünülmektedir.

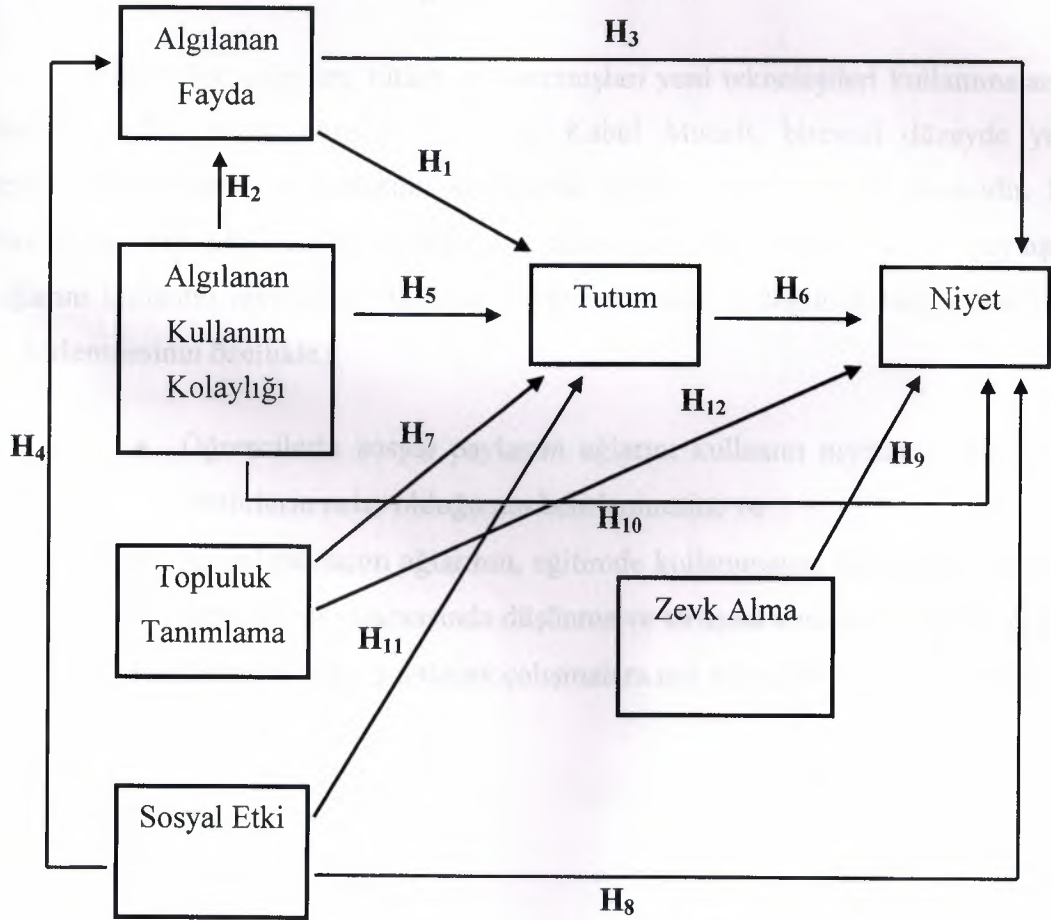
Hayatımızın önemli alışkanlığı haline gelen sosyal paylaşım ağları gün geçtikçe hayatımızın bir parçası halini alıyor ve buna bağlı olarak da sosyal paylaşım ağlarının kullanımı gün geçtikçe artmaktadır (Uzunboylu, Bicen ve Çavus, 2011). Ross ve arkadaşları (2009) öğrencilerin %79'nun sosyal paylaşım ağlarından biri olan Facebook'u günde 1 saate yakın kullandıklarını belirtmişlerdir. Sosyal paylaşım ağlarının kullanımına ilişkin gerçekleştirilen çeşitli araştırmalarda farklı ölçütlerin dikkate alındığı görülmektedir.

Örneğin; arkadaş sayıları veya sitede geçirilen zamanın ön plana geçtiği araştırmalar olabileceği gibi, oluşturulan profillerin kapsamı ile ilgili bilgilerin dikkate alındığı araştırmalar (Çavus, Ertac ve Serdaroğlu, 2012) da mevcuttur. Akademik araştırmacılar sosyal paylaşım ağlarına yönelik araştırmalarda farklı yaklaşımlar kullanmışlardır. Örneğin sosyal paylaşım sitelerinin kullanıcılarının kimliklerini nasıl oluşturduğu, sosyal paylaşım sitelerinin ticari amaçlı kullanımı ve özel konuların nasıl paylaşıldığı gibi (Budak ve Aydoğdu, 2010). Ancak, literatürde sosyal paylaşım sitelerinin kullanımını yada kullanım niyetini etkileyen faktörlerin araştırıldığı pek çalışma bulunmamaktadır.

İlk defa 1986'da Davis tarafından geliştirilen Teknoloji Kabul Modeli, bilgisayar kullanımına yönelik tutumları, bilgi teknoloji kullanımını, kullanıcı davranışlarını açıklaması ve tahmin edilmesi için geliştirilen bir modeldir. Teknoloji Kabul Modeli, insanların niçin bilgisayar kullanımına dirençli olduğunu, teknoloji kabulü tercihini anlamak, bireylerin bu değişiklere nasıl cevap vereceklerini tahmin etmek ve sistemin doğasının değişmesiyle kullanımdaki gelişmeyi incelemektedir (Aktaş, 2007). Ayrıca Teknoloji Kabul Modeli'nin temel amacı, bilgisayar teknolojilerinin son kullanıcılarının, kullanıcı davranışlarını açıklama eğilimiyle genel anlamda bilgisayar kabulünü açıklayıcı kararlarını ortaya koymaktır (Kara, 2007).

Literatürde kendini ıspatlayan Teknoloji Kabul Modeli temelinde öğrencilerinin sosyal paylaşım ağlarını kullanım niyetlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik bir araştırmanın bulunmayışı, bu yönde bir çalışma yapılması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır.

	kullanımına yönelik niyetlerini olumlu etkiler.
H₉:	Zevk alma, davranışın oluşmasında öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarının kullanımına yönelik niyetlerini olumlu etkiler.
H₁₀:	Öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanimlarına yönelik algılanan kullanım kolaylığı, davranışın oluşmasında sosyal paylaşım ağlarının kullanımına yönelik niyetlerini olumlu etkiler.
H₁₁:	Öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanimlarına yönelik davranışının oluşmasında sosyal etki, davranışa yönelik tutumu olumlu etkiler.
H₁₂:	Öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanimlarına yönelik davranışının oluşmasında topluluk tanımlama, davranışa yönelik tutumu olumlu etkiler.



Şekil 1: Araştırmanın Hipotezleri

1.3 Önem

Sosyal paylaşım ağlarının kullanımı, günümüzde hızla artmaktadır. Özellikle öğrenciler arasında Facebook kullanımı gün geçtikçe yayılmaktadır. Bu nedenle, eğitim sisteminde Facebook'dan faydalanılabilirse öğrencinin ilgisini çekeceği; dolayısıyla de performansına olumlu etki edeceği düşünülebilir. Elbette Facebook'un eğitim sistemine entegresinin doğru bir şekilde gerçekleştirilmesi şartı büyük önem arz etmektedir. Bunun yanında, sosyal paylaşım ağlarının etkili ve verimli bir şekilde eğitimde kullanılabilmesi için, öğretmenlerin bu konuda eğitilmeleri zorunluluktur. Eğitim-öğretimin önemli parçalarından bir diğeri olan öğrencilerin de Facebook kullanım niyetlerini etkileyen faktörlerin bilinmesi ve bu doğrultuda hareket edilmesi de diğeri bir zorunluluktur.

Öğrencilerin algıları, tutum ve davranışları yeni teknolojileri kullanımlarını önemli ölçüde etkilemektedir. Teknoloji Kabul Modeli, bireysel düzeyde yeni teknolojilerin kabul ve kullanımı konusunda kullanılan en kuvvetli modeldir. Bu bağlamda, Teknoloji Kabul Modeli'nin temelinde, öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanım niyetlerini etkileyen faktörlerin neler olduğunun belirlenmesi ve değerlendirilmesinin özellikle;

- Öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanım niyetlerini etkileyen faktörlerin neler olduğunun belirlenmesine ve
- Sosyal paylaşım ağlarının, eğitimde kullanımları konusunda ortamın tasarlanması aşamasında düşünme ve tartışma konularını artıracığına,
- İleriye yönelik yapılacak çalışmalara ışık tutacağına inanılmaktadır.

1.4 Sınırlılıklar

Bu araştırma aşağıda belirtilen sınırlılıklar içerisinde yürütülmüştür:

- Kapsam açısından; KKTC'deki ortaöğretim öğrencilerinin sosyal paylaşım ağlarının kullanımını etkilediği düşünülen faktörler ile,
- Yöntem açısından, genel tarama modeliyle,
- Veri kaynağı açısından KKTC genel ortaöğretim öğrencileriyle,
- Veri toplama aracı açısından, Teknoloji Kabul Modeli temelinde geliştirilen "araştırma modeli" ile,
- Zaman açısından 2012-2013 Sonbahar dönemi ile sınırlıdır.

1.5 Tanımlar

- **İnternet:** İki veya daha fazla bilgisayarın birbirleriyle bağlantı kurarak oluşturdukları uluslararası bir ağıdır.
- **Sosyal Paylaşım Ağları:** Sosyal paylaşım ağları, kullanıcılarına açık profiller oluşturabilmelerine olanak tanıyan, site içerisinde yer alan kullanıcılarla iletişim kurmalarına olanak tanıyan web tabanlı uygulamalardır (Boyd ve Ellison, 2007).
- **Facebook:** Facebook, bireylerin birbirleriyle iletişim kurduğu, bilgi alış-verişinde bulunduğu, tartışma grupları oluşturduğu bir "sosyal paylaşım ağı" olarak tanımlanabilir.
- **Teknoloji Kabul Modeli:** Bireylerin yeni teknolojilerin kullanımını kabul etme (benimseme) nedenlerini belirlemeyi amaçlayan davranışsal teorik altyapı modelidir (Aktaş, 2007).
- **Algılanan Kullanım Kolaylığı:** Öğrencilerin, sosyal paylaşım ağlarını kullanmalarında fazla çaba sarf etmeden bu ortamları kullanabileceklerine olan inaçlarıdır (Kaya ve Şenel Tekin, 2003).
- **Algılanan Fayda:** Öğrencilerin, sosyal paylaşım ağlarını kullandıkları zaman performanslarının artacağına olan inaç durumudur (Kaya ve Şenel Tekin, 2003).

- **Sosyal Etki:** Bireylerin sosyal çevresi ile etkileşimi ve kültürel değişkenlerine yönelik değiştirdiği sosyal durumdur (Triandis, 1980).
- **Topluluk Tanımlama:** Sanal ortamlarda katılım ve motivasyonu artıran en önemli özelliklerdendir. Birey, kendini bir grubun üyesi olarak tanımlama rahatlığına sahip olduğunda o grup içerisinde fikirlerini paylaşmakta ve kendini özgür hissetmektedir (Dholakia, Bagozzi ve Pearo, 2004).
- **Tutum:** Olumlu veya olumsuz şekilde tepki verme eğilimidir (Kağıtcıbaşı, 2005).
- **Kullanma Niyeti:** Öğrencilerin, sosyal paylaşım ağlarını kullanmaları durumunda olumlu yönde inaç gösterme durumudur (Aktaş, 2007).

BÖLÜM II

KAVRAMSAL TEMELLER VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Bu bölümde araştırmanın problemi ile ilişkin kavramsal bilgiler verilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla teknoloji, sosyal paylaşım ağları ve Teknoloji Kabul Modeli gibi alt başlıklarda incelenmiştir.

2. 1 KAVRAMSAL TEMELLER

2. 1. 1 Teknoloji

Alkan (1997) teknoloji'yi "bilimin üretim, hizmet, ulaşım vb. alanlardaki sorunlara uygulanması" olarak tanımladı. Odabaşı (2005) ise teknoloji kavramını "bireylerin bilgi ve becerilerini daha etkili bir biçimde kazanmaları için yardımcı bir araç" olarak tanımlamaktadır.

Literatür incelendiğinde, teknolojinin insan hayatında ve eğitimde çok önemli bir yer tuttuğunu görebilmekteyiz. Günlük hayatta kullanılan teknoloji tabanlı araçlar eğitim amaçlı da kullanılabilir. Yapılan bir çok araştırma sonuçlarına göre eğitim ve teknolojinin birlikte doğru kullanılması hem eğitimin kalitesini artırmakta, hem de öğrenci performansını artırmaktadır (Çavuş, 2007).

Bilim ve teknoloji, her geçen gün hızlı bir gelişme göstermektedir. Bu kadar hızlı gelişmesiyle birlikte, eğitim ve teknolojinin birarada kullanılması artık kaçınılmaz bir hal almıştır. İnternet teknolojisi sayesinde geleneksel sınıf ortamında yapılamayacak etkinlikler sosyal paylaşım sitelerinde yapılabilmektedir. Örneğin fotoğrafları ve videolar, zaman ve mekan kısıtlaması olmadan paylaşılabilir (Çavuş ve Bicen, 2010). Buna bağlı olarak ise; sosyal paylaşım sistemlerinin yoğun kullanımı ile birlikte, bireylerin birbirleriyle iletişimi ve bilgi paylaşım ihtiyacı, gün geçtikçe daha da artmaktadır.

2. 1. 2 Sosyal Paylaşım Ağları

“Sosyal ağ” terimi ilk kez 1954 yılında Barnes tarafından, kişinin çevresindeki diğer insanlarla olan ilişkilerini tanımlamak amacıyla kullanılmıştır. Barnes’e (1954) göre sosyal ağlar, birbirleriyle etkileşimde olan ve kişi için psikolojik öneme sahip bireylerden meydana gelmektedir. Bilgi teknolojileri, sosyal paylaşım ağlarının gerçek yaşamdakinden daha farklı bir şekilde yeniden oluşturulmasını sağlamıştır. Önceleri sohbet grupları yoluyla oluşturulan sosyal ağlar, daha sonraları iletişim teknolojisindeki yenilik ve gelişimlerden etkilenerek daha karmaşık formlara dönüşmüştür. Sosyal paylaşım ağları, web tabanlı servisler olarak bireylerin; bağlı olduğu sistemde halka açığı yada yarı açık profil oluşturma, iletişimde bulunduğu diğer kullanıcıların listesini açıklama ve sistemde iletişimde bulunduğu kişilerin başka kişilerle olan bağlantılarını görebilmesine izinvermektedir. Bu karmaşık yapılarından dolayı bu ağlarının terminolojisi ve yapısı, web sitelerine göre çok değişiklikler içermektedir (Boyd ve Ellison, 2007).

Sosyal paylaşım ağları, bireyler arasındaki kişisel veya profesyonel ilişkilerin oluştuğu, birbiriyle doğrudan veya dolaylı olarak etkileşim halinde olan kişilerin oluşturduğu ağlardır (Balaman ve Karataş, 2012). Sosyal paylaşım ağları veya sosyal paylaşım siteleri olarak bilinen sanal ortamlar, birbirleriyle doğrudan iletişim kurabilen, etkileşim içinde olan internet ortamındaki kişilerin oluşturduğu çeşitli “sanal topluluklar” olarak da açıklanabilir. Sosyal ağlar, insanlar arasındaki bağlantıları ve bu bağlantıların gücünü temsil etmektedir. Çünkü, ağ sadece aile ve arkadaşlardan değil tüm toplum içindeki bağlantılardan oluşmaktadır (Ergenç, 2011). Bu nedenle, online sanal ortamlara katılım açısından birey sayısında her geçen gün büyük düzeyde artışlar görülmektedir (Budak ve Aydoğdu, 2010). Günümüzde bu siteler, kültürel etkinlikler, resim, müzik, tartışma grupları, video, arkadaşlık, politik düşünceler gibi daha çok bilginin ve etkinliğin paylaşıldığı online araçlar olarak kullanılmaktadır (Hacıfendioğlu, 2010). Sosyal paylaşım ağları; bireylere kendilerini ifade etme, sosyal paylaşım ağlarını eklemleyerek birleştirme, diğer sosyal paylaşım ağları ile bağlantılar kurup bu bağlantıları sürdürme olanağı veren çevrimiçi alanlardır (Köseoğlu, 2012).

Sosyal paylaşım ağları, bireylerin kendilerini ifade etmelerine (Demirel ve Keleş, 2011), profil oluşturmalarına ve sosyal ağları vasıtasıyla başka bireyler ile iletişim kurmalarına (Aksüt ve arkadaşları, 2010) olanak sağlarlar.

Bicen (2009), sosyal paylaşım ağlarının birbiriyle uzun zamandır görüşmeyen veya yüz yüze görüşme imkanı bulunmayan bireylerin birbirleriyle iletişimini sağladığına vurgu yapmaktadır. Günümüzde, özellikle gençler tarafından yakın ve uzak çevreler ile iletişime geçmek, yeni arkadaşlıklar ve dostluklar kurmak amacıyla kullanılan Facebook, gençlerin yaşamının tüm alanlarına girmiştir (Hablemitoğlu ve Yıldırım, 2012).

Sosyal paylaşım ağları, olumlu ya da olumsuz etkilere sahip olsalar da getirmiş oldukları olanaklarsayesinde gençler arasındaki popülerlikleri her geçen gün artmaktadır. Bu durum, sosyal paylaşım ağlarının eğitime entegrasyonunu da gündeme getirmekte ve eğitim alanında bu ağlardan yararlanma olanağı ortaya çıkmaktadır (Öztürk ve Akgün 2012).

2. 1. 2.1 Sosyal Paylaşım Ağlarının Genel Özellikleri

Ucun (2012) kısa sürede çok fazla üyesi olan sosyal paylaşım ağlarının genel özelliklerini şu şekilde özetlemiştir:

- Birçok sosyal ağ sitesi anlık iletiler, sohbet, video, tartışma grupları, ve fotoğraf paylaşımı gibi hizmetleri bireylere sunarak, bireylerin kolaylıkla birbirleri ile etkileşimde bulunmasını sağlar.
- Sosyal ağ siteleri kullanıcılarının bilgilerini veritabanında saklayarak kullanıcıların birbirleri ile kolaylıkla arkadaşlıklar kurmasını ve aradığı arkadaşlara iletişim kurmasını, ortak bir ilgi alanlarındaki bireyler ile topluluklar oluşturarak yeni arkadaşlıklar kurabilmesini sağlar.
- Sosyal ağ siteleri kullanıcıya, kendilerine ait profil oluşturmalarını ve kendi sosyal ortamlarını oluşturmalarını sağlar. Kullanıcı bir

“arkadaşlık” talebinden bulunur. Eğer talepte bulunduğu kullanıcı bu talebi kabul ederse arkadaş listesine eklenmiş olur.

- Sosyal ağ siteleri ücretsizdir.
- Sosyal ağ siteleri çok fazla olmasına rağmen, siteler farklı şekillerde farklı kullanıcılara hitap eder. Bu sitelerin gelişmesi ise mobil araçların ve gelişmelerin dahil edilmesi ile olacaktır.
- Sosyal ağ siteleri kullanıcılarının erişim ve gizlilik kurallarını kendisinin belirlemesini sağlar. Kullanıcıların profillerini paylaşımını kendileri belirler.
- Facebook, Twiter, Google⁺, LinkedIn gibi sosyal paylaşım ağları, internet kullanıcılarının aralarındaki iletişim biçimlerini değiştirmiş ve daha büyük sosyal paylaşımlara imkân vermişlerdir (Aymankuy ve arkadaşları, 2013).

2. 1. 2. 2 Sosyal Paylaşım Ağlarının Yararları

Sosyal paylaşım ağları toplum tarafından kısa süre içinde kabul görmüştür. Dolayısıyla sosyal paylaşım sitelerinin yeni kişilerle tanışma ortamı oluşturma gibi yararları bu siteleri farklı bir boyutataşmaktadır. Sosyal paylaşım sitelerinin sosyal hayatı küçülttüğünden ziyade, etkileşim ve paylaşımı artırdığı için kişileri sosyalleştirdiği de söylenebilir. Eğitsel bağlamda etkileşim ve paylaşımı artıran sosyal paylaşım ağlarından yararlanılması eğitimin niteliği açısından kaçırılmaz bir fırsat olacağı düşünülebilir. Sosyal paylaşım sitelerinin gerçek yaşamdaki sosyal bağlardan bazı farklılıkları bulunmaktadır. Öncelikle sosyal paylaşım sitelerindeki sosyal bağlar gerçek yaşamdaki sosyal bağlardan daha geçirgendir. Gerçek yaşamda grupların içine girmek ve etkili olmak zor olurken, internet ortamında kişilerin sosyal paylaşım alanına girmesi daha kolay olmaktadır (Onat ve Ali Kılıç, 2008).

2. 1. 2. 3 Sosyal Paylaşım Ağlarının Zararları

Hayatımızın önemli alışkanlığı haline gelen sosyal paylaşım siteleri gün geçtikçe biraz daha hayatımızda kalıcı olmaya çalışıyor.

“Yaşlılarımızın her zaman söylediği gibi eski günler modeli gerilerde bir yerlerde uzaktan bakıyor bizlere. İtalya’daki bir araştırmaya göre Facebook, Twitter gibi sosyal paylaşım siteleri stres kaynağı olabiliyor. Hatta astım krizini de tetiklediği ile ilgili varsayımlar konuşulanları arasında. Bazı Facebook kullanıcıları üzerinde yapılan araştırmalar sosyal paylaşım sitelerinin stres kaynağı olabileceğini ortaya koyuyor. Kız arkadaşından ayrılan bir gencin facebookta yaşadıklarının ruhsal durumunu astıma gidecek kadar etkilediği şaşırtıcı derecede gözlemlenen durumlar arasında. Ayrılmaya karar veren kızın, genci arkadaş listesinden silmesinin ardından genç farklı bir isimle oturum açmış. Ardından kıza arkadaşlık isteği gönderen gencin kabul edildikten sonra fotoğraflara bakarken nefessiz kaldığı belirlenmiştir. Astım teshisi konulan gencin facebook’a girmesi doktorlar tarafından yasaklanmıştır” (Öztürk, 2011:68).

2. 1. 3 Facebook

Facebook, bireylerin arkadaşlarıyla iletişim kurduğu, bilgi alış-verişinde bulunduğu, tartışma gruplarıoluşturduğu bir “sosyal paylaşım ağı” olarak tanımlanabilir. Facebook, 4 Şubat 2004 tarihinde Harvard Üniversitesi öğrencisi Mark Zuckerberg ve arkadaşları tarafından Harvard kampüsünde yaşayan öğrencilerin, birbirleriyle harberleşmelerini kolaylaştırmak amacıyla kurulmuştur.

İlk başlarda sadece Harvard Üniversitesi’in kayıtlı öğrenciler arasında kullanıldı. Kısa bir süre, sonra Harvard Üniversinde yer alan öğrencilerin yarısından fazlası geliştirilen Facebook’a üye olmuşlardır. Facebook’un kullanımının yaygınlaşmasıyla Boston’daki (Massachusetts Institute of Technology-MIT), Boston Üniversitesi ve Boston College gibi diğer üniversitelerden üye kabüllüne başlamıştır. Siteye dahil olan okul sayısının hızla artması 2004 Aralık ayında sitenin kullanıcı sayısını 1 milyona ulaştırmıştır. Başlangıçta “The Facebook”, olarak adlandırılan site 2005 Ağustos’ta 200 bin dolara Facebook.com olarak değiştirilmiştir.

2005 yılında İngiltere, Amerika Birleşik Devletleri, Meksika, Kanada, Avustralya, Yeni Zellanda vs. ülkelerdeki üniversitelerden üyelik kabulüne başlanmıştı. Böylece yıl sonunda 25.000'in üzerinde Facebook'a kayıtlı üniversite bulunmaktaydı. 2006 yılına gelindiğinde ise, Facebook sitesi, bir yandan üniversite ağını genişletirken, diğer yandan kullanıcıların lise öğrencisi arkadaşlarını da arkadaş listelerine ekleyerek üye kabulünü devam ettirmiştir. Facebook, Eylül 2006'da e-posta adresi olan tüm internet kullanıcılarının üyeliğini kabul etmeye başlamıştı (Ergenç, 2011). Böylece tüm dünyada etkin bir şekilde kullanılmaya başlanmış olmuştur (Sheldon, 2008). Bugün, dünyanın en yaygın toplumsal paylaşım ağı haline gelen ve kullanımı tüm dünyada hızla yaygınlaşan Facebook, Google'dan sonraki en değerli firmalardan biri olmuştur (Karlı, 2012).

Başlangıçta Harvard üniversite gençliğine hitap eden ardından tüm yaş gruplarını kendisine hedef olarak seçen Facebook baş döndürücü bir hızla büyümeye devam etmektedir. Günümüzde en çok kullanılan sosyal paylaşım sitesi haline gelen Facebook (Bicen ve Çavuş, 2010; Kormaz, 2013) özellikle gençler arasında en popüler sosyal paylaşım ağı olarak işlevini sürdürmektedir (Çetin, 2008; Akyıldız ve Argan, 2012; Lin ve arkadaşları, 2012).

Kullanımı gittikçe yaygınlaşan Facebook, KKTC'de, Türkiye'de ve Dünyada kullanılan en popüler sosyal paylaşım sitesi olma özelliğini elinde tutmaktadır. Facebook'un son verilerine göre 750 milyondan fazla kayıtlı kullanıcısı bulunan ve ortalama 130 arkadaşlık ve aylık 700 trilyon dakika zaman harcanan sosyal paylaşım ağı halini almıştır (Facebook, 2012).

Facebook sitesi kullanıcılarına yeni arkadaşlar vaat etmiyor, gerçek dünyada tanıdıkları kişiler ile buluşmalarına hizmet veriyor. Facebook diğer sosyal paylaşım ağları gibi kullanıcıların birbirleri ile iletişim kurmasını, kişisel bilgilerini girip güncellemelerini, arkadaş listelerini görmelerini, fotoğraf albümleri oluşturabilmelerini vb. içeren bir profil oluşturmalarını sağlar.

“Facebook sağladığı tüm bu teknolojik ve sosyal özellikler ile kısa sürede milyonlarca kullanıcıya ulaşmış ve bireylerin günlük yaşamlarının bir parçası haline gelmiş; çevrim içi ve çevrim dışı ilişkilerin yapısı, sosyal iletişim ağı teknolojik özellikleri, kültürel yapıları gibi farklı konularda araştırmacıların ilgi odağı olmuştur” (Ergenç, 2011:95).

Facebook’u diğer sosyal ağlardan ayıran en önemli özelliği, üyelerin gerçek hayattaki kimliklerini göstermesidir (Ergenç, 2011). Ayrıca, Facebook sosyal paylaşım ağının bir diğer özelliği de, çeşitli dillere olanak sağlamasıdır. 25 Ekim 2012 tarihi itibarı ile Facebook 78 (Türkçe, İngilizce vs.) dil seçeneği ile kullanıcılarına hizmet vermektedir. Facebook, bu özelliği sayesinde farklı kültürlerden insanları bir araya getirerek etkileşimde bulunmasını sağlamakta ve farklı kültürler arasında bilgi alış verişini sağlamaktadır.

2. 1. 3. 1 Facebook Kullanımının Avantajları ve Dezavantajları

Facebook kullanımının sonuçlarının olumlu ya da olumsuz olması, bireyin kullanımıyla alakalıdır. Yani, bilinçli ve güvenli kullanım düzeyi, bireye etki olarak geri döner.

Facebook Kullanımının Avantajları

- Tüm bireylerin paylaştıkları bilgiler ile bilginin artmasını ve yayılmasını sağlar,
- Merak uyandırıcı ve motive edicidir,
- Bireylerin birbirleriyle etkileşim kurmasını sağlar (Çoklar, 2012),
- Bireyin yeni kullanıcılarla tanışarak bilgi birikimini artırır (Onat ve AliKılıç, 2008),
- Öğrencilerin sosyal ilişkilerini kuvvetlendirir,
- Çeşitli linklerden bağlantı eklenmesine olanak tanır,
- Çeşitli multimedya (video, müzik, fotoğraf vs.) yüklenebilmesine imkân verir,
- Eski arkadaşların bulunmasına imkan tanır,
- Zaman ve mekan sınırı tanımaksızın iletişimi kolaylaştırır,

- Yeni arkadaşlar edinmeyi sağlar,
- Bilgi almayı / paylaşmayı kolaylaştırır,
- Arkadaşlarının neler yaptıklarının bilinmesini sağlar,
- Bireylerin fikirlerini paylaşmalarına yardımcı olur,
- Sosyal becerileri geliştirir (Bicen ve Çavuş, 2011).

Facebook Kullanımının Dezavantajları

- Paylaşılan bilgiler her zaman doğru olmayabilir,
- Kötü niyetli paylaşımlar yapılabilir (Çoklar, 2012),
- Sosyal hayattan soyutlanmayı sağlayabilir,
- Zaman kaybına neden olabilir,
- Bağımlılık yapabilir.

2. 1. 3. 2 Facebook Kullanım İstatistikleri

InternetWorldStats (2012)'in kıtalara göre Facebook kullanımına ilişkin istatistiksel verileri, Tablo 1'de görülmektedir.

Tablo 1. Kıtalara göre Facebook Kullanımı

Kıtalar	Kullanıcı Sayısı
Avrupa	232,835,740
Asya	195,034,380
Kuzey Amerika	173,284,940
Güney Amerika	112,531,100
Afrika	40,205,580
Orta Doğu	20,247,900
Avustralya	13,597,380

Tablo 1'de görüldüğü gibi Facebook'un Avrupa'da 233,835,740 kullanıcısı bulunurken, Asya'da 195,034,380 kullanıcısı, Kuzey Amerika'da 173,284,940 kullanıcısı, Güney Amerika'da 112,531,100 kullanıcısı, Afrika'da 40,205,580

kullanıcısı, Orta Doğu'da 20,247,900 kullanıcısı ve Avustralya'da ise 13,597,380 kullanıcısı bulunmaktadır. Bu bulgular doğrultusunda, dünya nüfusunun büyük çoğunluğunun Facebook kullanmakta olduğu söylenebilir.

Tablo 2. Facebook'u En Çok Kullanan Ülkeler

Tablo 2'de Socialbakers'ın (2012) istatistiksel bilgilerine göre Facebook'u en çok kullanan ülkelerin listesi görülmektedir.

No	Ülke	Kullanıcı Sayısı
1.	ABD	164,958,520
2.	Brezilya	65,657,800
3.	Hindistan	61,699,860
4.	Endonezya	48,807,560
5.	Meksika	39,597,440
6.	İngiltere	32,597,440
7.	Türkiye	32,260,940
8.	Filipinler	30,214,120
9.	Fransa	25,502,440
10.	Almanya	25,284,240
11.	İtalya	23,162,540
12.	Arjantin	20,501,120
13.	Tayland	18,271,480
14.	Kanada	18,194,640
15.	Kolombiya	17,451,260

Yukarıdaki tablo'da görüldüğü gibi Facebook'un en çok kullanıcısının olduğu ülke, 164,958,520 kullanıcı sayısı ile Amerika Birleşik Devletleri'dir.

Brezilya 65,657,800 kullanıcısıyla ikinci sırada yer alırken, Hindistan 61,699,860 kullanıcısı ile birlikte üçüncü sıradadır. Türkiye ise 32,260,940 kullanıcısıyla yedinci sırada yer almaktadır.

2. 1. 3. 3 Kıbrıs'ta Facebook Kullanan Bireylerin Yaş Gruplarına Göre Kullanım Oranları

Socialbakers (2012) bulgularına göre Kıbrıs'da 562.640 kişi Facebook kullanmaktadır. Ükelere göre Facebook kullanımına bakıldığında ise Kıbrıs 101. sırada yer almaktadır.

Tablo 3. Kıbrıs'ta Facebook Kullananların Yaş Aralığı

Yaş Aralığı	Kullanıcı Oranı
25-34	%29
18-24	%31
35-44	%14
16-17	%8
13-15	%7
45-54	%6
55-64	%4

Tablo 3'de Socialbakers'in (2012) verilerine göre Kıbrıs'da Facebook kullananların oranları, yaş aralıklarına göre sıralanmaktadır. Tablo'daki istatistiksel verilere göre Kıbrıs'ta Facebook kullananların yaş aralığına bakıldığında zaman en çok 18-24 yaş aralığındaki bireylerin kullandığı görülürken, 25-34 yaş arasındaki bireylerin kullanım oranlarının yer aldığı görülmektedir. Kıbrıs'daki eğitim sisteminde, lise kademesindeki öğrenciler 15-18 yaş aralığındadır. Yukarıdaki tablo'da 16-17 yaş aralığında (%8) ve 18-24 yaş aralığında (%31) Facebook kullanan bireylerin oranlarının önemli bir değerde olduğu görülmektedir. Bunların çoğunluğunun lise öğrencisi olduğu düşünülürse, Facebook kullanımlarını etkileyen faktörlerin bilinmesi büyük önem arz etmektedir.

Tablo 4. Kıbrıs'ta Facebook Kullananların Cinsiyet Oranları

Cinsiyet	Kullanıcı Oranı
Kadın	%45
Erkek	%55

Socialbakers (2012) istatistiksel bulgularına göre, Tablo 4'den de anlaşılacağı gibi Kıbrıs'ta Facebook kullananların %55'ini erkekler, %45'ini de kadınlar oluşturmaktadır. Bunların çoğunluğunun lise öğrencisi olduğu düşünülürse, Facebook kullanımlarını etkileyen faktörlerin bilinmesi büyük önem arz etmektedir.

2. 1. 4 Twiter

2006 yılında teknoloji girişimcileri Evan Williams, Jack Dorsey ve Biz Stone tarafından geliştirilen Twitter, internet üzerinden SMS (kısa mesaj) olarak ortaya çıkmıştır. Özellikle Twitter'ın mobil teknolojilerden (SMS ile ya da internet ağı ile) takip edilebilmesi, erişilebilirliğini ve hızını artırmaktadır. Basit ara yüzü, öz ve açık ifade özelliği ile kullanımını ve içerik oluşturmayı kolay hale getirmektedir. Twitter üzerinden kullanıcılar, "ileti (Tweet)" adı verilen ve 140 karakterden oluşan mesajları, "takipçi (followers)" adı verilen diğer kullanıcılarla paylaşarak, kişiler arası iletişim kurabilmektedirler.

Twitter da Facebook gibi günden güne kullanıcı sayısını artıran popüler Web 2.0 teknolojilerinden biridir. Twitter, insanların web ortamında bilgilerini, fikirlerini veya ne yaptıklarını anlık kısa ifadeler yazarak paylaştıkları bir sosyal ağ sitesidir. İfade ve durumların metin ile aktarılmasının 140 karakter ile sınırlı olması Twitter'ın mikroblog özelliğini, takipçiler aracılığı ile ağ içinde yayılması da, sosyal ağ özelliğini göstermektedir.

Twitter; gündemde son olarak neler olup bittiğinin veya son dakika bilgilerinin paylaşıldığı bir mikroblog sistemidir. Bir ifade biçimi olan mikroblog uygulamaları, birkaç yıl içerisinde ivme kazanmış olup, Twitter'ı en popüler mikroblog uygulaması haline getirmiştir.

Twitter, hızlı bir şekilde, stratejik iletişim kampanyalarının en sık kullanıldığı sosyal medya servisi özelliğiyle dikkat çekmektedir.

İnsanlar ne yaptıklarını ananında paylaşmanın yanı sıra, 140 karaktere sığdırabilecekleri her şeyi paylaşabilirler. Bazı kullanıcılar binlerce kişiyi takip ederken, bazıları birkaç kişiyi, yine bazı kullanıcılar sadece tanıdıkları kişileri takip ederken, bazıları da ilginç buldukları yabancıları veya ünlüleri veya sporcuları takip etmektedirler (Odabaşı ve arkadaşları, 2012).

2. 1. 4. 1 Twitter'ı Diğer Sosyal Paylaşım Ağlarından Ayıran Temel Özellikler

- Paylaşılacak bilginin 140 karakter ile sınırlı olunması,
- Çok sayıda çoklu ortam(multimedya) araçları tarafından desteklenebiliyor olması,
- Kullanıcıların birbirlerinin takiplerinin zorunlu olmaması.

2. 1. 5 YouTube

YouTube, 2005 yılının Şubat ayında yayına giren bir servis olup dünyada büyük bir yankı uyandırmıştır. Video paylaşımı ve izlenmesi hizmeti veren YouTube sitesi bir Zengin İnternet Uygulamaları (Rich Internet Applications -RIA) örneği olan Adobe Flash Player teknolojisini kullanmaktadır.

Web 2.0 gelişmesinde çok faydalı bir örnek olan YouTube, sistemde kullanılan programlama desteği ile video paylaşım mantığı çok önemli bir internet ürünüdür. Youtube sitesi, geliştiriciler için yazılım programlama arayüzü (Application Programming Interface-API) hizmeti de sunmaktadır (Aslan, 2010).

2. 1. 6 Google⁺

Google'ın yeni sosyal ağ projesi olarak adlandırılan Google⁺, Facebook'a benzer yapısıyla bağlantı, video paylaşımını ve bireylerin durum güncellemelerini sağlayan sosyal paylaşım ağı olarak tanımlanabilir. Google⁺ ilk olarak 28 Haziran 2011 tarihinde davetiye sistemi ile üye kabulüne başlamış, 20 Eylül 2011 tarihinden itibaren ise siteye üyelikler gerçek adını kullanmak şartıyla, 18 yaş üzeri herkes için açılmıştır. Google⁺, üyeliğini sadece Gmail kullanıcısı olmak şartıyla giriş yapılabilen ve başka mail adresi üzerinden alınan üyelikleri kabul etmeyen bir sosyal paylaşım ağıdır. 27 Aralık 2011 tarihinde 62.000.000 kullanıcı barajını aşan Google⁺'ın büyüme analizi göz önüne alındığında, her geçen gün bünyesine yeni üye kazandırarak, 1 Ocak 2013 ayında sitenin kullanıcı sayısı 293 milyona ulaşmıştır. 1 Ocak 2013 tarihi itibarı ile Google⁺, 61 dil (Türkçe, İngilizce, Arapça, Almanca vs.) ile kullanıcılara hizmet vermektedir (Google⁺,2013). Google⁺; Facebook gibi arkadaşlar ile görüntülü sohbet, video paylaşımı, bireylerin durum güncellemeleri vs. gibi olanakların rahatlıkla yapılmasına yardımcı olur (Curran ve arkadaşları, 2012). Facebook özelliklerinin çoğunu barındıran Google⁺ arkadaşlar ile toplu konuşma konusunda bireylere yeni bir imkan sağlamıştır (Google⁺,2013).

2. 1. 7 LinkedIn

LinkedIn, dünya profesyonellerinin birbirleriyle iletişim kurmalarını sağlayan sosyal paylaşım ağı olarak tanımlanabilir. LinkedIn'in temelleri 2002 yılında kurucu ortak Reid Hoffman'ın oturma odasına katılmasıyla sitenin oluşmasına başlanmış ve resmi açılışı 5 Mayıs 2003 tarihinde yapılmıştır. Kısa sürede bireyler siteye üye olarak Mayıs ayının sonunda üye sayısı 4,500'e ulaşmıştır. LinkedIn'in kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte, kullanıcı sayısı 175 milyona ulaşmıştır. 200'den fazla ülke ve bölgeye hizmet vererek, internet'te dünyanın en büyük profesyonel iletişim ağını işletmektedir. Halka açık bir şirket olan LinkedIn gelirini; farklı alanlara yönlendirilmiş iş modeli ile işe alma çözümleri, pazarlama ve premium aboneliklerden elde etmektedir.

LinkedIn sosyal paylaşım sitesinin bir diğer özelliği ise çeşitli dillere olanak sağlamasıdır. 13 Aralık 2012 tarihi itibari ile LinkedIn 18 dil (Türkçe, İngilizce, İsveççe vs.) ile kullanıcılara hizmet vermektedir. LinkedIn, bu özelliği sayesinde farklı ülkelerdeki bireyleri bir araya getirerek profesyonellerinin birbirleriyle iletişim kurmalarını sağlamakla birlikte farklı ülkeler arasında bilgi alışverişini de sağlamaktadır (LinkedIn,2012).

2. 1. 8 ResearchGATE

ResearchGATE, bilim adamları ve araştırmacıların bilimsel makalelerinin yayınlandığı ve araştırmacılar ile iletişim kurmalarını sağlayan sosyal paylaşım ağı olarak tanımlanabilir. ResearchGATE'in temelleri 2008 yılında Dr. Ijad Madisch ve Dr. Sören Hofmayer tarafından yapılmıştır. 8 Eylül 2010 tarihinde ResearchGATE serisi tanımlandığını duyurdu.

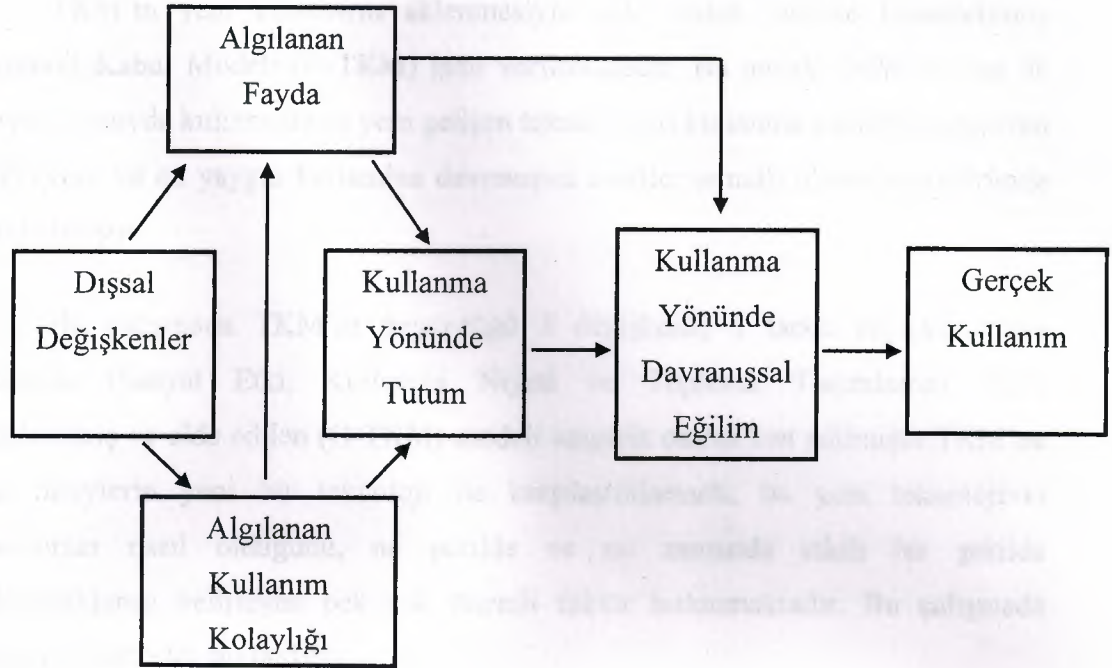
22 Şubat 2012 tarihinde ise ResearchGATE seri B finansmanı duyurdu. ResearchGATE'in kullanımın yaygınlaşmasıyla birlikte 13 Aralık 2012 tarihinde kullanıcı sayısı 2.3 milyona ulaşmıştır (ResearchGATE,2012).

2. 1. 9 Teknoloji Kabul Modeli (The Technology Acceptance Model -TAM)

Teknoloji Kabul Modeli (TKM) Davis tarafından 1989'da Fishbein ve Ajzen'in Sebep Davranış Kuramı'nı temel alarak geliştirdikleri bir model olarak karışımıza çıkmaktadır. Literatürdeki birçok çalışmada sıklıkla kullanılan bir modeldir (Gürol,2010).

Teknoloji Kabul Modeli algılanan yarar ve algılanan kullanım kolaylığından oluşan kavramlarla açıklanmaktadır. Algılanan yarar, bir kişinin bir sistemi kullanarak performansının artacağına olan inanç derecesidir (Aktaş, 2007). Algılanan kullanım kolaylığı ise, bir kişinin sistemin kullanılmasının rahatlığına ve kolay olacağına inanma derecesidir. TKM' ne göre, algılanan yarar ve algılanan kullanım kolaylığı tutum yoluyla niyeti tetiklemektedir (Aktaş, 2007).

Niyet Şekil 1’de görülebileceği gibi, gerçek kullanımın veya davranışın gerçekleşmesine yol açmaktadır.



Şekil 2: Teknoloji Kabul Modeli (Davis, 1989)

TKM’de, yeni bilgi teknolojisinin kullanımında algılanan yarar ana değişken; algılanan kullanım kolaylığı ise ikici değişken olarak yorumlanmaktadır. Bu değişkenlerin, yeni bilgi teknolojilerine karşı bireyin niyetini ölçmede kullanıldığı birçok araştırmada saptanmıştır (Legris ve arkadaşları, 2003).

2. 1. 10 Genişletilmiş Teknoloji Kabul Modeli- G-TKM (Extended Technology Acceptance Model - ETAM)

Teknoloji Kabul Modeli, geniş örgütsel yapılar içerisinde bilgisayar teknolojilerinin ve kullanıcı kitlelerinin üç temel unsura (Algılanan Kullanım Kolaylığı, Algılanan Fayda ve Tutumlara) dayanarak kullanıcıların teknolojiyi kullanma isteklerini ve niyetlerini ölçen teoridir. TKM’nin kısıtlı olmasından dolayı eleştirilmiş ve araştırmacılar tarafından modele değişik unsurlar eklenerek modelin

gücünün artırılması yönünde bulgular ortaya koymuşlardır (Legris ve arkadaşları, 2003).

TKM'in yeni unsurların eklenmesiyle elde edilen modele Genişletilmiş Teknoloji Kabul Modeli (G-TKM) ismi verilmektedir. Bu ancak TAM'ın yine de bireysel düzeyde kullanıcıların yeni gelişen teknolojileri kullanma kabulünü araştıran en kuvvetli ve en yaygın kullanılan davranışsal teoriler temelli olarak literatüründe yerini almıştır.

Bu çalışmada TKM'in öngördüğü 3 değişkene, 3 farklı değişken daha eklenerek (Sosyal Etki, Kullanma Niyeti ve Topluluk Tanımlama) TKM genişletilmiş ve elde edilen (G-TKM) modeli ampirik olarak test edilmiştir. TKM'ne göre bireylerin yeni bir teknoloji ile karşılaştıklarında, bu yeni teknolojinin durumunun nasıl olduğunu, ne şekilde ve ne zamanda etkili bir şekilde kullanacaklarını belirleyen pek çok önemli faktör bulunmaktadır. Bu çalışmada kullanılan faktörler şunlardır:

- **Algılanan Kullanım Kolaylığı (Perceived ease of use):** TKM'nin temel değişkenlerinden bir olan Algılanan Kullanım Kolaylığı (AKK) bireyin belli bir teknolojiyi kolay bulma ve fazla çaba sarf etmeden kullanımını öğrenme derecesidir (Aktaş, 2007). Yeni gelişen teknolojilerin kullanımını birey ne kadar kolay öğrenilirse, kullanımı yönündeki niyeti de o denli olumlu demektir (Turan, 2011).
- **Algılanan Fayda (Perceived usefulness):** Davis'a (1989) göre Algılanan Fayda (AF), bireylerin bir teknolojiyi kullanarak yaptıkları işlerindeki performanslarının artışı ile ilgili sahip oldukları olumlu ya da olumsuz düşüncelerdir. Keller'e (2005) göre ise Algılanan Fayda, bireyin herhangi, bir teknolojiyi kullanmasının belli görevleri yaparken veya sorunları çözerek kendisine sağlayacağı performans artışı yönündeki olumlu veya olumsuz düşüncedir.

- **Kullanıma Yönelik Tutum (Attitude):** Tutum, olumlu veya olumsuz şekilde tepki verme eğilimidir ve bireyin bilgisayar kullanma istemlerinin niyetini belirlemede önemli bir öğedir (Gürol, 2010). Tutum, bir davranış değil, davranış hazırlayıcı eğilimdir ve her tutumun olumlu ve olumsuz arasında bir şiddeti vardır (Kağıtcıbaşı, 2005).
- **Kullanıma Yönelik Davranışsal Niyet (Intentions to Adopt):** Niyet, bir bireyin belirli bir davranışı göstermeye yönelik olan şiddetinin bir ölçüsüdür (Aktaş, 2007). TKM'de bir bireyin teknolojiyi kullanmayı kabul etmesini veya reddetmesini, diğer bir deyişle gerçek kullanımı belirleyen faktörün bireyin niyeti olduğu ileri sürülmektedir (Civici ve Kale, 2007).
- **Sosyal Etki (Social Influence):** Sosyal Etki (SE), bireyin davranışının herhangi bir olaya karşı ön yargısının, sosyal çevresiyle oluşması olarak tanımlanabilir (Fishbein ve Ajzen, 1975; Venkatesh ve arkadaşları (2003). Triandis (1980) ise sosyal etkiyi, bireylerin sosyal çevresi ile etkileşimi ve kültürel değişkenlerine yönelik değiştirdiği sosyal durumlar olarak tanımlamaktadır.
- **Topluluk Tanımlama (Community identification):** Topluluk tanımlama (TT), sanal ortamlarda katılım ve motivasyonu artıran en önemli özelliklerdendir. Birey, kendini bir grubun üyesi olarak tanımlama rahatlığına sahip olduğunda, o grup içerisinde fikirlerini paylaşmakta ve kendini özgür hissetmektedir (Dholakia, Bagozzi ve Pearo, 2004). Özellikle sosyal paylaşım ağlarından biri olan Facebook, topluluk tanımlamasında önemli bir rol oynamaktadır. Çünkü, insanlar sosyal paylaşım ağlarında çeşitli fikirleri ve materyalleri paylaşarak tartışma ortamı sağlayarak işbirlikli işler ortaya çıkartmaktadırlar.

2. 2 İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Bu bölümde Sosyal Paylaşım Ağları (SPA), Teknoloji Kabul Modeli ve Sosyal Paylaşım Ağları ve Teknoloji Kabul Modeli ile ilgili yapılan çalışmalara yer verilmiştir.

2. 2. 1 Sosyal Paylaşım Ağları ile İlgili Araştırmalar

Facebook'un günlük hayatın bir parçası haline geldiği göz ardı edilemez. Kullanıcılar her geçen gün Facebook aracılığıyla çeşitli durum güncellemeleri yaparak, nerde olduğunu ve ne yaptığını belirtmektedir. Facebook, geleneksel olarak günlük yapılan sosyal aktivitelerin web ortamına aktarılmasına olanak sağlamaktadır. Facebook kullanıcıları, siteyi çeşitli amaçlar için kullanabilmektedirler. Bumgarner (2007) Facebook kullanıcılarının gerçek hayata benzer özellikleri kullanabildiğinden bahsetmiştir. Ziegler (2007) Facebook'un öğrencileri pasif öğrenen konumundan çıkardığını ve aktif öğrenen konumuna getirdiğini belirtmiştir.

Ellison ve arkadaşları (2007) Michigan Devlet Üniversitesi'nde Facebook ile ilgili bir araştırma yapılmışlardır. Bu araştırmaya Michigan Devlet Üniversitesi'nde okuyan rastgale 800 öğrenciye e-posta aracılığı ile anket gönderilmiş ve 286 öğrenciden olumlu yanıt alınmıştır. Bu öğrencilerin Facebook kullanmalarına ilişkin verileri analiz edilmiş ve Facebook'a üye olanlar ve olmayanlar arasında cinsiyet, yaş, etkinlik, gelir ve kullanım sıklığı gibi bilgiler ile Facebook kullanım amaçları, profile eklenen kişiler karşılaştırılmıştır. Çalışma sonucunda, üye olanlar ile olmayanlar arasında demografik açıdan önemli bir farklılık bulunmazken, öğrencilerin Facebook'a üye olma nedenleri, üniversite arkadaşlarını bilgilendirme ve lise arkadaşlarıyla iletişim kurma olarak belirlemiştir.

Mack ve arkadaşları (2008) Bireylerin Facebook kullanım sıklığını belirlemek amacıyla yaptıkları çalışmada bir kütüphane araştırması için öğrencilere anketler gönderilmiş ve bu anketleri Facebook, e-posta, Messenger vb. gibi araçları kullanarak cevaplamaları istenmiştir. Öğrencilerden Facebook ile 126, e-posta ile

122 ve diğer araçlar vasıtasıyla 112 cevap alındı. Buradan da Facebook kullanımının diğer iletişim araçlarının kullanımından daha yaygın olduğu sonucuna varmıştır.

Forrester Resarch (2007) adlı araştırma şirketi tarafından yapılan araştırmaya göre, Facebook ve benzeri sosyal paylaşım ağlarına üye olan bireylerin büyük çoğunluğunun 15-25 yaş grubu arasında olduğunu ortaya çıkarmıştır. Ayrıca, ABD'deki gençlerin zamanlarının büyük çoğunluğunu sosyal paylaşım ağlarında geçirdiklerini tesbit etmişlerdir.

Jones ve Fox(2009), Matney ve Borland (2009) ve Smith ve Caruso (2010) Sosyal paylaşım sitelerinin en çok gençler arasında yaygın olarak kullanıldığını belirtmişlerdir. Ayrıca 12-17 yaş arası gençlerin %51'inin 18-25 yaş arası gençlerin % 70'inin sosyal paylaşım ağlarını aktif olarak kullandıkları sonucuna varmışlardır.

Madge ve arkadaşları (2009) İnternetin farklı bireyleri biraraya getirdiği konusunda 213 katılımcı üzerinde yaptıkları çalışmada, Facebook sayesinde insanlar arasında sosyal bir bağ kurulduğu ve bu insanların sosyal çevreleriyle bütünleşmesine yardımcı olduğu sonucuna varmışlardır.

Mazman (2009) Facebook kullanılması ile ilgili bir araştırma yapmıştır. Araştırmada Facebook kullancılara çevrimiçi anket gönderilmiş ve bu anket üzerinden veriler toplanmıştır. Çalışmada 606 kişiye ulaşılmıştır. Ankete katılanların büyük çoğunluğunun 18-25 yaş aralığında (%74) üniversite öğrencisi olduğu çalışmada bireylerin çoğu (%70), Facebook'a hergün bir kaç defa girdiğini ve yaklaşık olarak yarım saat (30 dakika) kullandıklarını belirtmiştir. Bireylerin %94'ünün Facebook'ta yer alan çeşitli aktivitelerden en az birine üye olduğu sonucuna varmıştır.

Madge ve arkadaşları (2009) tarafından 213 katılımcı üzerinde yapılan bir araştırma sonucuna göre, katılımcıların %54'ünün üniversiteye başlamadan önce Facebook'a üye olduklarını, %25'nin ise üniversiteye başladıktan sonra Facebook hesabı edindiğini, %21'nin ise üniversite eğitimi sona erdikten sonra Facebook hesabı edindiği belirlemişlerdir.

Mazman ve Usluel (2010) Facebook'un eğitim amaçlı kullanılması ile ilgili bir araştırma yapmıştır. Araştırmada Facebook kullancılara çevrimiçi anket gönderilmiş ve bu anket üzerinden veriler toplanmıştır. Çalışmada 606 kişiye ulaşılmıştır. Veriler yapısal eşitlik modeli kullanılarak analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara göre Facebook'un eğitimde kullanımı %50 Facebook adaptasyon işlemleri ile birlikte kullanılabilir olduğu ve Facebook'un %50'sinin eğitim amaçlı kullanılabilir olduğu sonucuna varmıştır.

Roblyer ve arkadaşları (2010) Ortaöğretim düzeyinde öğrencilerin ve öğretmenlerin eğitimde Facebook kullanılması hakkındaki görüşlerini belirlemek için çalışma yapmışlardır. Çalışmada 62 öğretmen ve 120 öğrenciden anket yöntemi uygulanarak veriler toplanmıştır. Elde edilen bulgulara göre öğrenciler çoğunlukla (%62.5) Facebook ve benzeri teknolojilerin bir eğitim aracı olarak kullanılmasından yana görüş bildirirken, öğretmenlerin ise %75.8'i Facebook'un eğitim için uygun olmadığını ve bireye özel bir alan olduğunu belirtmişlerdir. Öğretmenler daha çok sınıfta işlenen konuların öğrencilere e-posta gibi daha geleneksel teknolojilerle destekleneceğini belirtmişlerdir.

Vural ve Bat (2010) Gençlerin sosyal paylaşım ağlarını kullanma alışkanlıklarını belirlemeyi amaçlayan çalışma yapmışlardır. 319 üniversite öğrencisinin katılımıyla gerçekleştirdikleri çalışmada öğrencilerin %85.9'unun sosyal paylaşım ağlarını kullandığı (Facebook, Myspace vb.) belirlenmiştir. Öğrencilerin de %82.4'ünün en fazla Facebook'ta zaman geçirdiklerini belirlemişlerdir. Hargittai (2008), Jones ve Fox (2009), Matney ve Borland (2009) da yaptıkları araştırmalarda üniversite öğrencilerinin %85'inin Facebook sosyal paylaşım ağını kullandığı sonucuna varmışlardır.

Bicen (2012) Öğretmenlerin eğitimde sosyal paylaşım ağlarını kullanımlarını araştırmıştır. Deneysel niteliğindeki araştırmada 35 Karma (kontrol) grubundan, 36 Deney (Online) grubundan veriler toplanmıştır. Elde edilen bulgulara göre öğretmenlerin sosyal paylaşım ağlarından Facebook'un WiZiQ sanal sınıf ortamı kullanımına yönelik yapılan çalışma sonucunda eğitimde kullanılabilirliği yönünde

olumlu görüşler belirtmişlerdir. Kurs süresince yapılan eğitsel uygulamalar ve etkinlikler sonucunda Facebook'un eğitsel amaçlı kullanılabilir bir eğitim aracı olduğunu belirtmiştir.

Deniz (2012) Sosyal paylaşım ağlarının kullanım verilerine bakıldığında öğrencilerin %55.2'sinin her gün, %28.8'inin haftada 3 veya 4 gün sosyal paylaşım ağlarını kullandıkları görülmektedir. Ellison, Steinfield ve Lampe (2007) yaptıkları çalışmada Facebook sosyal paylaşım ağının günlük rutin kullanımının bir parçası olduğunu ve kullanıcıların %50'sinin gün içerisinde aktif olduğunu belirtmiştir.

Aksüt ve arkadaşları (2012) İlköğretim ve ortaöğretim öğrencilerinin sosyal paylaşım ağlarına ilişkin tutumlarını araştırmışlardır. Tarama niteliğindeki araştırmada 177 ortaöğretim ve 180 ilköğretim öğrencisinden veriler toplanmıştır. Elde edilen bulgulara göre ilköğretim öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarından Facebook'u kullanmalarının nedeni, daha çok merak (%46.69) ve arkadaş edinme (%42.22); ortaöğretim öğrencilerinin Facebook'u kullanmalarının nedeni ise yeni arkadaş edinme (%36.72), merak (%32.20) ve bilgi edinme (%19.77) olarak tespit etmişlerdir.

	kullanımı belirlemede %50 daha kolay etkilidir.
Davis ve arkadaşları (1989)	Algılanan Kullanım Kolaylığı, Algılanan Fayda çerçevesinde hareket eder ve Algılanan Fayda kullanıma doğru niyetleri etkilemede 2. derecede etkili iken kullanıma doğru niyetleri tahmin etmektedir. Tutumlar, kullanım için niyetler ve algılar arasında az etkilidir. Bazı modeller, kabulün tahmin edilebilmesinde ilişkilidir.
Mathieson (1991)	Hem TKM, hem Mantıklı Eylem Teorisi (MET) kullanımdaki yoğunluğu iyi tahmin etmektedir. TKM uygulamada kolaydır, fakat sadece genel bilgi sağlamaktadır.
Davis ve arkadaşları (1989)	Faydalılık ve eğlence birlikte, (araştırma 1) %62 sini ve kullanım niyetlerindeki değişkenlerin (araştırma 2) %75 ini açıkladı. Faydalılık ve eğlence, Algılanan Kullanım Kolaylığı ve Algılanan çıktı kalitesinin kullanım niyetleri üzerine etkilerine tamamıyla aracılık ettiği bulundu.
Subramanian	Algılanan fayda ve kullanım kolaylığı, gelecekteki kullanımı tahmin edemez.
Taylor & Todd (1995)	Geliştirilmiş TKM, ile hem deneyimi hem de deneyimsiz kulucaların kullanımını açıkladı. Deneyimli kullanıcıların davranış niyeti ve davranışı arasında sıkı bağ vardır. Önceki değişkenler, deneyimsiz kullanıcıların niyetlerini daha iyi tahmin etmektedir. Bütün modeller, davranışı açıklamaktadır ve uygun temele dayandırılarak oluşturuldu. TPB, kullanım için niyetlerin tamamıyla anlaşılır olmasını sağladı. TKM'indeki tutumlar, kullanım niyetinin tahmin etmede önemli değildir.
Keil ve arkadaşları (1995)	Faydalılık, kullanım kolaylığından daha önemli bir faktördür. Görev/Donanım uygunluğu, sistemin kullanımının kolay algılanmasında bir rol oynadı.
Szajna (1996)	Deneyim unsurları, TKM'inde önemli olabilmektedir.
Chau (1996)	Araştırmalar, kullanım kolaylığının donanım kabulü üzerine en geniş etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Davis ve arkadaşları (1989)	Kullanıcının belirli bir sistemin kullanım kolaylığını algılaması, kullanıcının her zaman genel bilgisayar kişisel etkisine bağlıdır. Objektif olarak kullanım kolaylığı sadece sistemle direkt kullanımla değil bir sistem hakkında algılanan kullanım kolaylığı üzerinde bir etkiye sahiptir.
Jackson ve arkadaşları (1997)	Tutum, aracı bir rol oynuyor gibi göründü. Doğuştan gelen değerler, algıların şekillendirilmesinde önemli bir rol oynadı.
Igbaria ve arkadaşları (1997)	Algılanan kullanım kolaylığı, sistemin kullanılması ve Algılanan faydanın açıklanmasında başka bir faktördür ve Algılanan fayda kullanım üzerine kuvvetli bir etkiye sahiptir. Dış değişkenler, Algılanan fayda ve kullanım kolaylığını etkiler. Özellikle dış kaynaklar ve kaynakların yönetimi. Model az kaynakla, hem iç kaynak hem de eğitimin etkileri için ilişkili bulundu.
Bajaj & Nidumolu (1998)	Önceki kullanım, sistemin kullanım kolaylığını anlaşılır bir şekilde etkiler ve gelecekte kullanımı belirleyişte bir ana faktördür.
Agarwal & Prasad (1997, 1999)	Kullanıcı kabulünü güçlü olarak belirleyen bireysel farklılıkların doğuştan olmadığı görüldü. İnanışlar üzerine önemli etkilere sahip olan birkaç bireysel farklılık değişkenleri(eğitim seviyeleri, önceki değişim boyutu ve eğitime katılım) TKM ile tanımlandı.
Lucas & Spitler (1999)	Sosyal normlar ve işin doğası gibi organizasyonun değişkenleri, teknoloji kullanımı tahmininde kullanıcıların algılarından daha önemlidir.
Karahanna ve arkadaşları (1999)	Tutumun önceki uyumu, sonuç göstergelerine, görünürlüğüne, kullanım kolaylığı ve faydalığın algılanmasına dayandırıldı. Tutumun sonraki uyumu, sadece faydanın yararlı inanışlarına dayandırıldı.
Hu ve arkadaşları (1999)	TKM, teknoloji kullanımı için kullanıcının niyetini önemli derecede belirleyebilmektedir. Algılanan fayda, niyet ve

	tutumun önemli bir belirleyicisi olduğu bulundu. Algılanan kullanım kolaylığı önemli bir belirleyici değildir.
Dishaw & Strong (1999)	TKM ve görev-teknolojisinin bir entegrasyon önerileri, yapılara uygundur. Bütünleşmiş model, bilgi teknolojisi kullanımı hakkında seçeneklerin anlaşılabilirliğine önderlik etmektedir.
Venkatesh & Davis (1996, 2000)	Genişletilmiş model, kullanım niyetlerinde değişkenlerin %34-52 ve faydalılık algılarında ki değişkenlerin %40-60 için hesaplandı. Hem sosyal etki süreçleri (kişisel normlar, değerler ve hayal) hem de kavramaya ait yararlı süreçler (iş ilişkisi, çıktı kalitesi, sonuç göstergeleri ve Algılanan Kullanım Kolaylığı) önemli derecede kullanıcı kabulünü etkilemektedir.
Venkatesh & Morris (2000)	Erkeklerin teknoloji kullanımı, kadınların teknoloji kullanımı ile kıyaslandığında faydalılığın onların algıları tarafından çok güçlü şekilde etkilendi. Kişisel normların etkisi azalmasına rağmen kadınlar öznel normlar ve kullanım kolaylığının algıları tarafından çok güçlü şekilde etkilendiler.

Shih (2004) yaptığı araştırmada web üzerinden online alışveriş ve elektronik ticarete yönelik tutumlar, kullanıcı kabulü ile güçlü ve pozitif olarak ilişkilendirildiği tahmin edildiği için TKM'ne başvurmuş ve AKK ve AF online alışveriş ve elektronik ticarete yönelik bireysel tutumların oluşmasını önemli derecede etkilediği sonucuna ulaşmıştır.

Lai ve Li (2005)'de yapmış oldukları çalışmada yüksek teknoloji ürünlere, hizmetler ve çevredeki kişisel bilgisayarlar, e-mail sistemi, dünya çapındaki web (www) online alışveriş ve elektronik ticaret (Webster,1992; Chin ve Gopal, 1997; Szajna, 1996; Gefen ve Straub, 1997; Igbaria ve Zinatelli, 1997; Ledere ve arkadaşları, 2000; Moon ve Kim, 2001; Gefen,2003; Zhang ve Prybutok, 2004) kullanımını etkileyen faktörlerin belirlenmesinde Teknoloji Kabul Modeli

kullanılmıştır. Yapılan deneysel çalışmanın sonucuna göre, yüksek teknoloji ürünlerinin kullanımının belirlenmesi için TKM'nin kullanılabilir olduğu belirlendi.

Çelik ve İpçioğlu (2006)'nın yaptığı araştırmada üniversite öğrencilerinin internet kullanımını benimseme davranışları inceledi. Dumlupınar Üniversitesi Bilecik İktisadi ve İdari Bilimler Fakülte'sinde 327 öğrencinin yanıt verdiği anketlerden, 306 anket geçerli sayıldı. Araştırma sonucunda, AKK ve AF'nin davranışsal eğilim (Niyet) üzerinde etkisi olduğunu görmüşlerdir.

Chen, Liu ve Zhou (2007) yaptığı araştırmada algılanan yarar ve web hizmetlerinin algılanan servis kalitesi ile algılanan memnuniyetin, öğrencilerin web hizmetlerini kullanma konusundaki niyetlerini pozitif yönde etkilediği sonucuna varmışlardır.

Teo (2009) yaptığı araştırmada TKM'in eğitimde modellenmesi için öğretmen adayları üzerinde bir çalışma yapmış ve 475 öğretmen adayından verileri elde etmiştir. AF, bilgisayara karşı tutum, ve bilgisayar öz yeterliğin öğretmen adaylarının teknoloji kabulünde doğrudan etkisinin olduğunugörmüştür. AKK, teknoloji karmaşıklık ve örgütsel kolaylaştırıcıların teknoloji kabulüne etkisinin doğrudan olduğunu belirledi. Söz konusu altı değişkenin niyet'in %27.1'ni açıkladığını tespit etti. Ayrıca, AF üzerindeki en baskın değişkenin AKK olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Chen (2010) yaptığı araştırmada öğrenci merkezli eğitime destek amacıyla öğretmen adaylarının teknoloji kabul modeline yönelik bir çalışma gerçekleştirilmiştir. ABD'deki 206 öğretmen adayı ile gerçekleştirilen çalışmada yetenek ile öz yeterlilik arasında anlamlı bir korelasyon bulmuştur.

Özer ve arkadaşları (2010)'nin yaptıkları araştırmada muhasebecilerin bilgi teknoloji kullanımlarını Teknoloji Kabul Modeli ile inceledi. Çeşitli illerde görev yapan 456 muhasebeciden anket yolu ile bilgiler toplanmıştır. Elde edilen bulgulara göre araştırmada algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığının teknoloji kabulü konusunda olumlu yönde etkiye, algılanan fayda ve kullanıma yönelik tutumun

davranış yönündeki niyet üzerinde olumlu yönde bir etkiye ve bunların sonucunda da davranışa yönelik niyetin gerçekleşen davranış üzerinde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğu sonucuna varmışlardır.

Turan ve Çetinkaya'nın (2010) bürolarda sekreterler üzerinde uyguladıkları çalışmada, ofis teknoloji ve yazımlarının kullanımını ve kabulünü araştırmışlardır. Model olarak, Genişletilmiş Teknoloji Kabul Modeli (G-TKM) seçilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen verilerin, teorik modeldeki ilişkileri kuvvetli bir şekilde desteklediğini görmüşlerdir.

3.3. Araştırma Modeli

Bu çalışmada, Ortaokul öğrencilerinin sosyal paylaşım ağlarına kullanımını etkileyen faktörlerin neler olduğu araştırılmak ve doğrulanması için Davis (1989) tarafından ortaya konan Teknoloji Kabul Modeli model alınmıştır. Bu yönüyle araştırma, deneysel bir çalışmadır. Bilimsel araştırma yapılırken, bu genel olarak sosyal kullanımların Genel tarama modelleri, çok yönlü tarama modelleri, odaklı tarama modelleri, odaklı bir yöne varmak amacıyla tarama modelleri olarak sınıflandırılır. Bu çalışmada, odaklı tarama modeli kullanılmıştır. Bu model, belirli bir konu hakkında derinlemesine bilgi edinmek için kullanılır. Bu model, belirli bir konu hakkında derinlemesine bilgi edinmek için kullanılır. Bu model, belirli bir konu hakkında derinlemesine bilgi edinmek için kullanılır.

Çalışmada Teknoloji Kabul Modeli kullanılmıştır. Ortaokul öğrencilerinin sosyal paylaşım ağlarına kullanımını etkileyen faktörlerin neler olduğu araştırılmak ve doğrulanması için Davis (1989) tarafından ortaya konan Teknoloji Kabul Modeli model alınmıştır. Bu yönüyle araştırma, deneysel bir çalışmadır. Bilimsel araştırma yapılırken, bu genel olarak sosyal kullanımların Genel tarama modelleri, çok yönlü tarama modelleri, odaklı tarama modelleri, odaklı bir yöne varmak amacıyla tarama modelleri olarak sınıflandırılır. Bu çalışmada, odaklı tarama modeli kullanılmıştır. Bu model, belirli bir konu hakkında derinlemesine bilgi edinmek için kullanılır. Bu model, belirli bir konu hakkında derinlemesine bilgi edinmek için kullanılır. Bu model, belirli bir konu hakkında derinlemesine bilgi edinmek için kullanılır.

BÖLÜM III

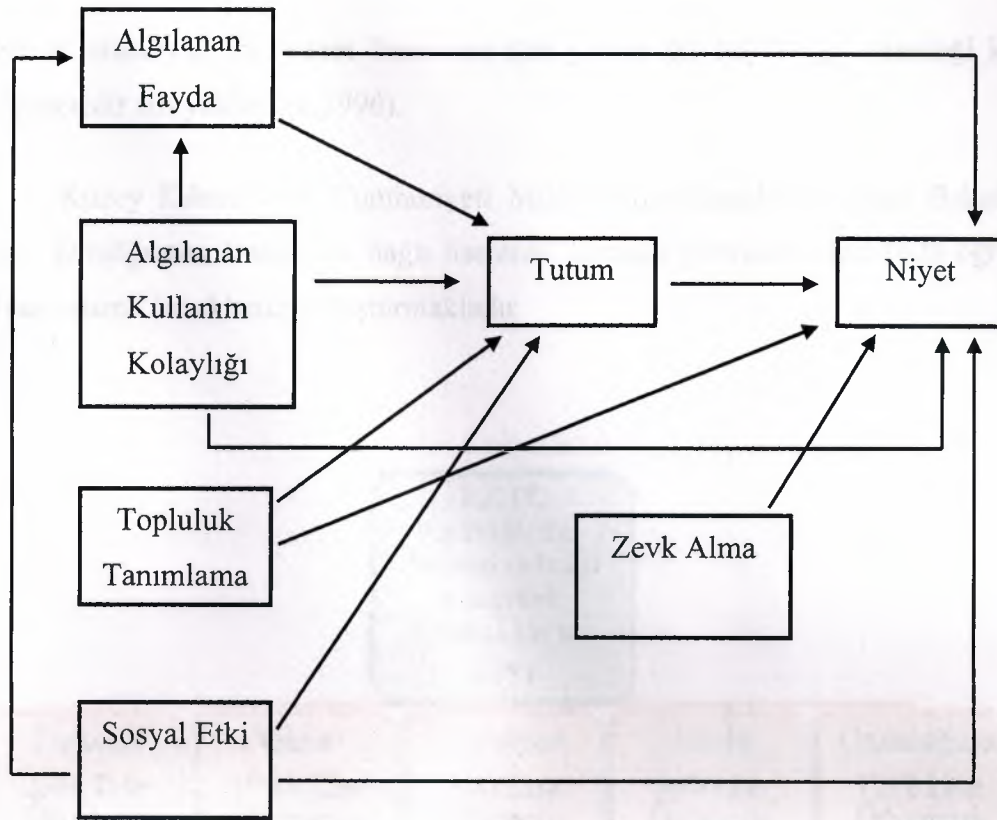
YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, evren ve örneklem, araştırmanın hipotezleri, veri toplama araçları, veri toplama araçlarının oluşturulması, verilerin çözümü ve yorumlanması ve süre ve olanaklar ile ilgili bilgiler yer almaktadır.

3. 1. Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada, Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal paylaşım ağlarını kullanımlarını etkileyen faktörlerin neler olduğunun belirlenmesi ve değerlendirilmesi için Davis (1989) tarafından ortaya konan Teknoloji Kabul Modeli temel alınmıştır. Bu yönüyle araştırma, betimsel bir çalışmadır. Betimsel araştırma yöntemlerinden, genel tarama modeli kullanılmıştır. Genel tarama modelleri, çok sayıda elemandan oluşan bir evrende, evren hakkında genel bir yargıya varmak amacı ile evrenin tümü yada ondan alınacak bir grup örnek yada örneklem üzerinde yapılan tarama düzenlemeleridir (Öztürk, 2011).

Çalışmada Teknoloji Kabul Modeli kullanılarak Ortaöğretim lise öğrencilerinin, sosyal paylaşım ağlarını kullanımlarını etkileyen faktörlerin neler olduğunun belirlenmesi ve değerlendirilmesi için algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı, topluluk tanımlama, sosyal etki, tutum, zevk alma ve niyetleri araştırılmıştır.



Şekil 3: Araştırmanın Modeli

3. 2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

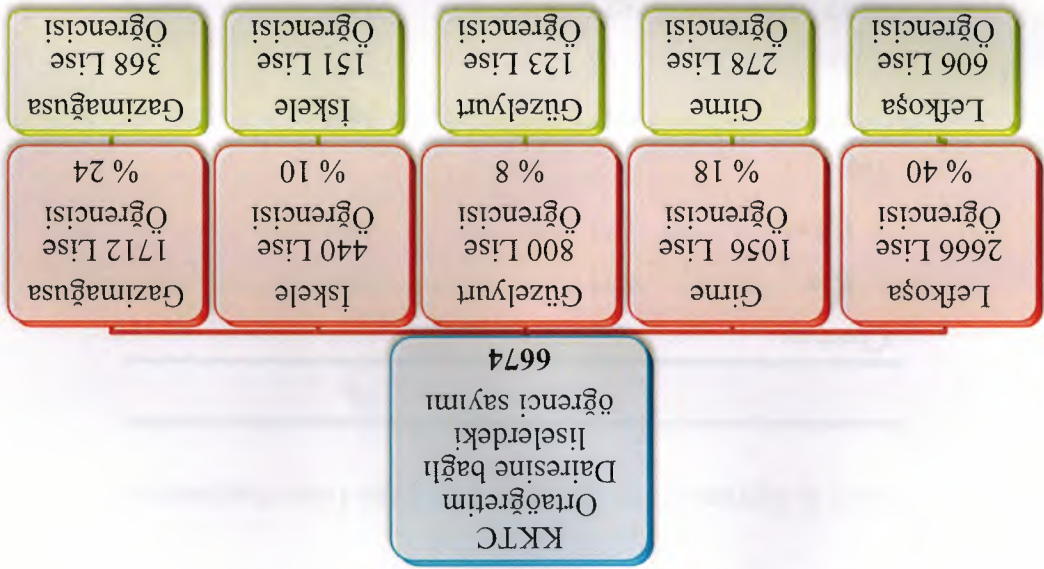
Bu araştırmanın evrenini, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Milli Eğitim Gençlik ve Spor Bakanlığı, Genel Ortaöğretim Dairesi'ne bağlı 16 lisede 2012-2013 eğitim-öğretim yılında eğitim almakta olan toplam 6674 öğrenci oluşturmaktadır.

Araştırma koşulları bakımından evrenin tümünü örneklem olarak almak olanaksız olduğundan dolayı "Tabakalı Örneklem" yöntemi ile "basit seçkisiz örneklem" yöntemi kullanılmıştır. Tabakalı örneklem, evrendeki alt grupların belirlenip bunların evren büyüklüğü içindeki oranlarıyla örneklemde temsil edilmesini sağlayan yöntemdir (Büyüköztürk, 2008).

Bu çalışmada, KKTC'nin bölgeleri "Alt Tabaka" yöntemi ile belirlenmiştir. Belirlenen alt tabakalar içerisinde, basit seçkisiz örneklem yöntemi ile örneklem belirlenmiştir. Hedef örneklem oranı %10 olarak belirlenmiştir. Tarama modelindeki araştırmalarda, örneklem hatasını düşürmek ve örneklem evreni temsilliliğini

artırmak amacıyla, bu oranın örnekleme için yeterli bir büyüklüğü vereceği kabul edilmektedir (Büyükköztürk, 1996).

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Millî Eğitim Gençlik ve Spor Bakanlığı, Genel Ortadoğretim Dairesi'ne bağlı liselerde öğrenim görmekte olan 1526 öğrenci, bu gelişmanın örneklemini oluşturmaktadır.



Şekil 4: Tabakalı Örnekleme Yöntemi İle Belirlenen Öğrenci Örneklemi

KKTC'deki Genel Ortadoğretim Dairesine bağlı liselerdeki eğitim-öğretim görmekte olan toplam 6674 öğrencinin (%40) Lefkoşa bölgesinde, 1056'ı (%18) Girne bölgesinde, 800'ü (%8) Güzelıyurt bölgesinde, 440'ı (%10) İskele bölgesinde ve 1712'si (%24) Gazimağusa bölgesindedir. Yukarıdaki Şekil 3'de görüldüğü gibi öğrenci evreni KKTC'nin coğrafi bölgelerine göre tabakalama yöntemi ile örneklemlenirken Genel Ortadoğretim Dairesine bağlı liselerdeki gerçekteki oranı dikkate alınmıştır.

KKTC'deki Genel Ortaöğretim Dairesine bağlı liselerde öğrenim gören 1526 öğrenci çalışmaya dahil edilmiş ve öğrencilere uygulanan kişisel bilgi formları ve anketlerin tamamı hatasız geri dönmüştür. Bu sebeple anketin geri dönme oranı %100'dür.

3. 2. 1 Öğrencilerin Demografik Bilgileri

Araştırmanın örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin cinsiyetlerine ve yaşlarına yönelik frekans (f) ve yüzdelik (%) dağılımları Tablo 6'da verilmektedir.

Tablo 6. Öğrencilerin Cinsiyet'e ve Yaşa Göre Dağılımları

	f	%
Cinsiyet		
Kız	853	55.9
Erkek	673	44.1
Yaş		
15	557	36.5
16	416	27.3
17	375	24.6
18	162	10.6
19	16	1.0

Tablo 6'da görüldüğü gibi, öğrencilerin %55.9'u (853 kişi) kız, %44.1'i (673 kişi) ise erkektir. Araştırmanın örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin yaş ortalaması 16.12 olarak hesaplanmıştır. Öğrencilerin %36.5'i (557 kişi) 15 yaşında, %27.3'ü (416 kişi) 16 yaşında, %24.6'sı (375 kişi) 17 yaşında, %10.6'sı (162 kişi) 18 yaşında ve %1.0'ı (16 kişi) 19 yaşındadır.

3. 2. 2 Okul Bilgileri

Araştırmanın örneklem grubunu oluşturan Genel Ortaöğretim Dairesine bağlı liselerin isimlerine, bölgelerine ve sınıflaraya yönelik frekans (f) ve yüzdelik (%) dağılımları Tablo 7’de verilmektedir.

Tablo 7. Okul İsim ve Sınıflara Göre Öğrenci Dağılımları

	f	%
Okul İsimleri		
Türk Maarif Koleji	88	5.8
Lefkoşa Türk Lisesi	202	13.2
Değirmenlik Lisesi	62	4.1
20 Temmuz Fen Lisesi	93	6.1
Bülent Ecevit Anadolu Lisesi	89	5.8
Anadolu Güzel Sanatlar Lisesi	72	4.7
Erenköy Lisesi	82	5.4
Bekir Paşa Lisesi	69	4.5
Gazimağusa Türk Maarif Koleji	89	5.8
Namık Kemal Lisesi	212	13.9
Cumhuriyet Lisesi	67	4.4
Anafartalar Lisesi	92	6.0
19 Mayıs Türk Maarif Koleji	72	4.7
Lapta Yavuzlar Lisesi	114	7.5
Kurtuluş Lisesi	65	4.3
Lefke Gazi Lisesi	58	3.8
Bölge		
Lefkoşa	606	39.7
Gazimağusa	368	24.1
Girne	278	18.2
Güzelyurt	123	8.1
İskele	151	9.9
Sınıf		
Hazırlık (9. Sınıf)	466	30.5

Lise 1 (10. Sınıf)	408	26.7
Lise 2 (11. Sınıf)	302	19.8
Lise 3 (12. Sınıf)	350	22.9

Tablo 7’de görüldüğü gibi, öğrencilerin %30.5’i (466) Hazırlık (9. Sınıf)’ında yer almaktadır. %26.7’si (408) Lise 1 (10. Sınıf)’ı, %22.9’u (350) Lise 3 (12. Sınıf)’ı ve %19.8 (302) Lise 2 (11. Sınıf)’ında yer aldıkları görülmektedir. Ayrıca, okulların bölgelerine göre öğrenci dağılımları %39.7’si (606 kişi) Lefkoşa bölgesinde, %24.1’i (368 kişi) Gazimağusa bölgesinde, %18.2’si (278 kişi) Girne bölgesinde, %9.9’u (151 kişi) İskele bölgesinde, %8.1’i (123 kişi) Güzelyurt bölgesinde yer almaktadır.

3.3.3 Sosyal Paylaşım Ağları

Araştırmanın örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanımlarına, günlük sosyal paylaşım ağlarını kullanım saatlerine, düzenli olarak sosyal paylaşım ağlarını kullanım sürelerine, sosyal paylaşım ağlarını kullanma ortamlarına, eğitimlerine üniversite’de devam etme istemlerine, sosyal paylaşım ağlarını eğitim amaçlı kullanma istemlerine ve sosyal paylaşım ağlarında eğitsel amaçlı bir gruba üye olma durumuna yönelik frekans (f) ve yüzdelik (%) dağılımları Tablo 8’de verilmektedir.

Tablo 8. Öğrencilerin Sosyal Paylaşım Ağlarını Kullanımına Göre Dağılımları

	f	%
Sosyal Paylaşım Ağları		
Facebook	1500	98.3
Twitter	503	33.0
Myspace	70	4.6
Diğer	277	18.2
Günlük Kullanım (Saat)		
0-1	613	40.2
2-3	653	42.8
4-5	180	11.8
6 +	80	5.2
Düzenli Kullanım		
0-3 Ay	137	9.0
3-6 Ay	77	5.0

6-12 Ay	94	6.2
1-2 Yıl	332	21.8
2-5 Yıl	694	45.5
5 Yıldan Fazla	192	12.6
Kullanma Ortamı		
Evden	1333	87.4
Okuldan	219	14.4
Mobil Cihazlarla(Cep tel, vs)	1003	65.7
Heryerden		
İnternet Kafelerden	59	3.9
Ücretsiz İnternet Bağlantısı	48	3.1
Sağlayan Kafelerden		
Üniversite Eğitimi İsteği		
Evet	1457	95.5
Hayır	69	4.5
Eğitsel Grup Üyelik		
Evet	581	38.1
Hayır	945	61.9

Tablo 8’de görüldüğü gibi, öğrencilerin %98.3’ü (1500 kişi) sosyal paylaşım ağlarından Facebook’u kullanıyor. Öğrencilerin %33.0’ı (503 kişi) Twitter kullanmakta, %4.6’sı (70 kişi) Myspace, %18.2’si (277 kişi) diğer sosyal paylaşım ağlarını kullanmaktadır.

Yukarıdaki görüldüğü gibi, öğrencilerin %9’u (137 kişi) sosyal paylaşım ağlarını 0-3 Ay, %5’i (77 kişi) 3-6 Ay, %6.2’si (94 kişi) 6-12 Ay, %21.8’i (332 kişi) 1-2 yıl arası, %45.5’i (694 kişi) 2-5 yıl arası, %12.6’sı (192 kişi) ise 5 yıldan fazla kullanmaktadır. Yapılan araştırma bulgularına göre öğrencilerin büyük bir bölümünün düzenli olarak sosyal paylaşım ağlarını 2-5 yıl arası kullandığı görülmektedir.

Tablo 8’deki verilere göre öğrencilerin %40.2’si (613 kişi) sosyal paylaşım ağlarını 0-1 saat arası, %42.8’i (653 kişi) 2-3 saat arası, %11.8’i (180 kişi) 4-5 saat arası, %5.2’si (80 kişi) 6 saat ve daha fazla kullanmaktadır. Yapılan araştırma bulgularına göre öğrencilerin büyük bir kısmının sosyal paylaşım ağlarını 2-3 saat arası kullandığı görülmektedir.

Öğrencilerin %95.5'i (1457 kişi) eğitimine üniversite'de devam etmeyi düşündüklerini, %4.5'i (69 kişi) ise üniversite eğitimi almak istemedikleri yönünde görüş belirtmişlerdir.

Tablo 8'de görüldüğü gibi, öğrencilerin %87.4'ü (1333 kişi) sosyal paylaşım ağlarını evden, %14.4'ü (219 kişi) okulda, %65.7'si (1003 kişi) ise mobil cihazlarla her yerde, %3.9'u (59 kişi) internet kafelerde kullanmaktadır. %3.1'i (48 kişi) de ücretsiz internet bağlantısı sağlayan kafelerde kullanmaktadır.

Tablo 8'de görüldüğü gibi, öğrencilerin %71.4'ü (1090 kişi) sosyal paylaşım ağlarını eğitim amaçlı kullanmak istediğini, %28.6'sı (436 kişi) ise sosyal paylaşım ağlarını eğitim amaçlı kullanmak istemediğini belirttiği görülmektedir.

Yukarıdaki tablodan görüldüğü gibi, öğrencilerin %61.9'u (945 kişi) sosyal paylaşım ağlarındaki eğitsel bir gruba üye olmadığı, %38.1'i (581 kişi) ise sosyal paylaşım ağlarındaki eğitsel bir gruba üye olduğu görülmektedir.

3. 3. Veri Toplama Araçları

Bu çalışmada Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde bulunan Genel Ortaöğretim Dairesi'ne bağlı liselerdeki öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanım niyetlerini etkileyen faktörlerin belirlenebilmesi için, iki bölümden oluşan veri toplama aracı kullanılmıştır. Veri toplama aracının ilk bölümü demografik bilgileri içeren kişisel bilgi formundan; ikinci bölümü ise sosyal paylaşım ağlarının kullanımını etkileyen faktörlerin belirlenebilmesi ile ilgili anketlerden oluşmaktadır. Veri toplama aracının özellikleri aşağıda açıklanmaktadır:

Kişisel Bilgi Formu: Çalışmaya katılan öğrencilerin cinsiyet, yaş, okul adı, bölüm, okulun bulunduğu bölge, sosyal paylaşım ağlarından hangilerini kullandıkları, ne kadar süredir sosyal paylaşım ağlarında hesaplarının olduğu, ne kadar zamandır sosyal paylaşım ağlarını kullandıkları ve kullanımı için günde ne kadar zaman harcadıkları, eğitimlerine üniversite'de devam etmeyi düşünüp düşünmedikleri, sosyal paylaşım ağlarına nereden bağlanıp kullandıkları, eğitimsel amaçlı bir gruba üye olup olmadıkları, sosyal paylaşım ağlarını eğitim amaçlı

kullanmak isteyip istemediklerini öğrenebilmek için 14 maddeden oluşan kişisel bilgi formu hazırlanmıştır.

Öğrencilerin Sosyal Paylaşım Ağlarını Kullanım Niyetlerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi Anket Formu: Genel Ortaöğretim Dairesi'ne bağlı liselerde öğrenim gören öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanm niyetlerini etkileyen faktörlerin belirlenip değerlendirilmesinin yapılabilmesi için TKM temelli oluşturulan anket formudur. 5'li likert tipindeki 22 maddeden (olumlu/olumsuz ifade) oluşan anket formu içerisindeki faktörler 6 boyutta toplanmaktadır: 1) Algılanan Kullanım Kolaylığı (4 madde), 2) Zevk Alma (4 madde), 3) Algılanan Fayda (3 madde), 4) Kullanma Niyeti (2 madde), 5) Tutum (4 madde), 6) Topluluk Tanımlama (3 madde) ve 7) Sosyal Etki (2 madde). Kullanılan ölçeğin güvenirliğini göstermek amacıyla gerçekleştirilen güvenirlik testine (Cronbach's Alpha) ait sonuçlar Tablo 9'da sunulmuştur.

Tablo 9. Faktörleri Oluşturan Değişken Sayısı ve Güvenirlik Katsayıları

Faktör	$\bar{X}$	SD	Madde Sayısı	Cronbach's Alpha
Algılan Kullanım Kolaylığı	16.33	3.37	4	0.864
Zevk Alma	14.04	3.38	4	0.749
Algılanan Fayda	9.98	2.77	3	0.719
Kullanma Niyeti	7.41	1.98	2	0.750
Tutum	14.41	3.21	4	0.666
Topluluk Tanımlama	10.56	2.83	3	0.742
Sosyal Etki	5.75	2.20	2	0.763

Anket formunun Cronbach's alpha değeri .920 olarak hesaplanmıştır. Alfa katsayısının bulunabileceği değer aralıkları (Bilgin, 2005) ve çalışmada kullanılan anket formunun güvenirlik durumu aşağıda gösterilmiştir.

$0.00 \leq \alpha < 0.40$	ölçek güvenilir değildir.
$0.40 \leq \alpha < 0.60$	ölçek düşük güvenirliktedir.
$0.60 \leq \alpha < 0.80$	ölçek güvenilirirdir.
$0.80 \leq \alpha < 1.00$	ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Algılan Kullanım Kolaylığı Faktörünün $\alpha = 0.864$, Zevk Alma Faktörünün $\alpha = 0.749$, Algılan Fayda Faktörünün $\alpha = 0.719$, Kullanma Niyeti Faktörünün $\alpha = 0.750$, Tutum Faktörünün $\alpha = 0.666$, Topluluk Tanımlama Faktörünün $\alpha = 0.742$, Sosyal Etki Faktörünün $\alpha = 0.763$ olarak hesaplanmıştır. İlgili ölçümlerde $\alpha > 0.60$ olduğundan, çalışmada kullanılan anket formunun güvenilir olduğu söylenebilir.

Anket formundaki olumlu ifadeler için, 5 puan “Kesinlikle Katılıyorum”u ifade ederken; 1 puan ise “Kesinlikle Katılmıyorum”u ifade etmektedir. Olumsuz ifadeler için ise puanlama, olumlu ifadelerin tam tersi olarak hesaplanmıştır.

3. 4. Veri Toplama Araçlarının Oluşturulması

Detaylı literatür taraması yapılarak yeni bir teknolojinin kabul edilip kullanılmasını inceleyen kuram ve modeller araştırılmıştır. Araştırma sonucunda Davis (1989), Taylor ve diğerleri (1995), Vankatesh (2003), Slyke, Belanger ve Comunale (2004), Ma, Anderson ve Streith (2005) çalışmalarında geliştirip kullandıkları modellerdeki TAM sorulardan, çalışmanın amacına uygun olan 22 tanesi seçilmiş ve uzman görüşleri alınarak maddelerin uygunluğuna karar verilmiştir.

Seçilenler araştırmanın verilerini toplamak için hazırlanan 5’li likert tipi anket formunda kullanılmışlardır. Anket formunda kullanılan faktörler (boyutlar) ile ilgili bilgiler Tablo 10’da verilmiştir.

Tablo 10. Anket’te Kullanılan Boyutlar

Anket Boyutları	Kullanılan Maddeler	Kaynakça
Algılanan Kullanım Kolaylığı	AKK 1→ Sosyal paylaşım ağlarının kullanımını öğrenmek kolaydır.	
	AKK 2→ Sosyal paylaşım ağlarını istediğim şekilde yönetmek (hesap ayarları) benim için kolaydır.	Davis, 1989

	AKK 3→ Sosyal paylaşım ağları açık ve anlaşılırdır.	
	AKK 4→ Sosyal paylaşım ağlarının kullanımı kolaydır.	
Zevk Alma	ZA 1→ Sosyal paylaşım ağlarını keyifli buluyorum. ZA 2→ Sosyal paylaşım ağlarını eğlenceli buluyorum. ZA 3→ Sosyal paylaşım ağlarını ilginç buluyorum. ZA 4→ Sosyal paylaşım ağlarını heyecanlı buluyorum.	Nysveen ve arkadaşları, 2005
Algılanan Fayda	AF 1→ Sosyal paylaşım ağları zamanın ekonomik kullanılmasını sağlar. AF 2→ Sosyal paylaşım ağlarının kullanımı benim için verimlidir. AF 3→ Sosyal paylaşım ağları faydalıdır.	Davis, 1989
Kullanma Niyeti	NI 1→ Sosyal paylaşım ağlarına katılmaya değer. NI 2→ Şuan katıldığım sosyal paylaşım ağlarını, gelecekte de kullanacağım.	Ma, Andersson ve Streith, 2005
Tutum	TUT 1→ Sosyal paylaşım ağlarını kullanımının mantıklı bir fikir olduğunu düşünüyorum. TUT 2→ Sosyal paylaşım ağlarını kullanma fikrini sevmedim. TUT 3→ Sosyal paylaşım ağlarını kullanmanın avantajları vardır. TUT 4→ Sosyal paylaşım ağları üyesi olmaktan gurur duyuyorum.	Taylor ve arkadaşları, 1995
Topluluk Tanımlama	TT 1→ Sosyal paylaşım ağlarına üye olmam, ortak ilgi alanına sahip üyelerle karşılaşma şansımı artırır.	Slyke, Belanger ve Comunale, 2004

TT 2→Sosyal paylaşım ağlarını kullananlar birbirleriyle yakın bağ kurarlar; çünkü bu siteler içerisinde üyeler, bilgi ve sosyal yaşantıyla ilgili etkileşim içerisinde olurlar.

TT 3→Sosyal paylaşım ağlarını kullananlar, kendilerini birlik ve beraberlik içerisinde hissederler.

Sosyal Etki

SE 1→Davranışlarını etkileyen kişiler, sosyal paylaşım ağlarını kullanmam gerektiğini düşünürler.

Venkatesh ve

SE 2→Benim için önemli olan kişiler, sosyal arkadaşları, 2003 paylaşım ağlarını kullanmam gerektiğini düşünürler.

3. 5. Verilerin Toplanması

Anket formunun okullarda uygulanabilmesi için Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Milli Eğitim Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın Genel Ortaöğretim Dairesi'nden gerekli izin alındıktan sonra (EK-2) Okul Müdürleri ile veya Müdür Muavinleri ile irtibat kurularak uygulamayı gerçekleştirmek üzere her okul için günler belirlenmiştir. Belirlenen günlerde okullara gidilerek Okul Müdürleri ile veya Müdür Muavinleri ile görüşülerek, Milli Eğitim Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın Genel Ortaöğretim Dairesi'nden alınan izin ve anket gösterilip, onay alındıktan sonra okulların rehberlik servisinde görev yapan öğretmenlere anket forumları bırakılarak öğrencilere doldurtmaları istenmiştir. Anket forumları doldurulduktan sonra, her okulun rehber öğretmenleri araştırmacıyı telefon ile arayarak anket forumlarının rehberlik servislerinden alınabileceğini bildirmişlerdir.

3. 6. Verilerin Çözümü ve Yorumlanması

Araştırmada elde edilen bulgular, istatistik uzmanlarının görüşleri doğrultusunda uygun istatistiksel teknikler kullanılarak analiz edilip tablolar oluşturularak açıklanmış ve yorumlanmıştır. Tüm analizler, SPSS 20 paket programları kullanılarak yapılmıştır.

Toplanan verilerin analizinde yüzde (%), ortalama ($\bar{X}$), frekans (f), standart sapma (SS) istatistik yöntemleri kullanılırken hipotezlerin test edilmesinde de regresyon (linear) analizi kullanılmıştır.

3. 7. Süre ve Olanaklar

Çalışmaya, Nisan 2012 tarihinde araştırma önerisinin hazırlanması ile başlamış ve Mart 2013 tarihinde tamamlanmıştır. Bu süre içerisinde yapılan işler ve tamamlama süreleri Tablo 11’de gösterilmiştir.

Teze başlanılan ilk günden tamamlanıncaya kadar yapılan tüm araştırma masrafları, araştırmacı tarafından karşılanmıştır.

Tablo 11. Çalışma Süresi

Yapılan İşler	Süre
Literetür Taraması	Sürekli
Araştırma önerisinin hazırlanması	8 Hafta
Veri toplama aracının hazırlanması	5 hafta
Verilerin toplanması	4 hafta
Verilerin analizi	3 hafta
Araştırma raporunun yazılması	8 hafta
Eğitim Bilimcilere araştırma raporunun okutulup, eleştiriler doğrultusunda düzenlenmesi	4 hafta

Araştırmanın raporlaştırılmasında, çok yaygın bir kaynak olarak kullanılan Amerikan Psychologigical Association-APA (6.Baskı) ve Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü -Tez Yazım kılavuzu (2007) dikkate alınmıştır.

BÖLÜM IV

BULGULAR ve YORUMLAR

Bu bölümde, araştırmanın amacı çerçevesinde toplanan verilerin istatistiksel çözümlemelerinden elde edilen bulgular ve yorumlar sırasıyla sunulmaktadır.

4.1 HİPOTEZ TESTLERİ

4.1.1 Algılanan Faydanın Tutum Üzerine Etkisi

Öğrencilerinin sosyal paylaşım ağlarını kullanımlarına yönelik algıladıkları faydanın, sosyal paylaşım ağlarını kullanımlarına yönelik tutumları üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen regresyon analizinde elde edilen bulgular Tablo 12’de verilmektedir.

Tablo 12. Algılanan Faydanın Tutum Üzerine Etkisi

Bağımlı Değişken: SPA’nın Kullanımına Yönelik Tutum					
Bağımsız Değişken	B	Standart Hata	β	t	Anlamlılık (p)
Sabit	2.328	.063		36.757	0.000
Algılanan Fayda	.417	.019	.485	21.63	0.000
Model F	467.990				
R ²	0.234				

p< .01

Tablo 12’deki analiz sonuçları incelendiğinde, algılanan faydanın, sosyal paylaşım ağlarına yönelik tutumun anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmüştür. ($R = 0.485$, $r^2 = 0.234$, $F(1, 1524) = 467.990$, $p < .01$). Bu sonuçlara göre oluşturulan model istatistiki olarak anlamlıdır. Yani, öğrencilerin SPA’nın kullanımlarının faydalı olduğu yönündeki algılarının tutumlarına olumlu etki yaptığı söylenebilir. Tutuma ilişkin varyansın %23’ünün algılanan fayda ile açıklandığı ifade edilebilir. Sonuç olarak H_1 kabul edilmektedir.

Davis'e (1989) göre algılanan kullanım kolaylığı, tutum ve algılanan fayda üzerinde direkt ve güçlü bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır.

4.1. 2 Algılanan Kullanım Kolaylığının Algılanan Fayda Üzerine Etkisi

Öğrencilerinin, sosyal paylaşım ağlarının kullanımının kolaylığı yönündeki algılarının SPA'nın kullanımına yönelik algılanan fayda üzerine etkisini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen regresyon analizinde elde edilen bulgular Tablo 13'de gösterilmektedir.

Tablo 13. Algılanan Kullanım Kolaylığının Algılanan Fayda Üzerine Etkisi

Bağımlı Değişken: SPA'nın Kullanımına Yönelik Algılanan Fayda						
Bağımsız Değişken	B	Standart Hata	β	t	Anlamlılık (p)	Sonuç
Sabit	1.489	.115		12.940	0.000	
Algılanan Kullanım Kolaylığı	.403	.028	.351	14.619	0.000	Kabul
Model F	213.708					
R ²	0.122					

p < .01

Yukarıdaki Regrasyon analiz sonuçları incelendiğinde, öğrencilerin SPA'nın kullanımına yönelik algıladıkları kullanım kolaylığının, sosyal paylaşım ağlarına yönelik algılanan faydanın anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmüştür. ($R = 0.351$, $r^2 = 0.122$, $F(1, 1524) = 213.708$, $p < .01$). Bu sonuçlara göre oluşturulan modelde gösterilen algılanan kullanım kolaylığının algılanan fayda üzerinde istatistiki olarak anlamlı etkiye sahip olduğu söylenebilir. Sosyal paylaşım ağlarının kullanımına yönelik algılanan faydanın %12'sinin algılanan kullanım kolaylığı ile açıklandığı ifade edilebilir. Sonuç olarak H₂ kabul edilmektedir.

Kiraz ve Özdemir (2003)'ün yaptıkları çalışmada öğretmen aday öğrenciler üzerinde yaptıkları araştırmada orjinal TKM'nin aksine Algılanan Kullanım Kolaylığı ve Algılanan Fayda arasında bir ilişki bulamamışlardı. Oysa, bu çalışmada

Davis (1989), Devaraj ve arkadaşları (2002) ile Gefen ve arkadaşlarının (2003) çalışmalarında elde ettikleri sonuçla aynı olan algılanan kullanım kolaylığının, algılanan fayda üzerinde etkilerini destekleyen sonuca ulaşmışlardır.

4. 1. 3 Algılanan Faydanın Niyet Üzerine Etkisi

Öğrencilerinin sosyal paylaşım ağlarının kullanımlarına yönelik algılandıkları faydanın, sosyal paylaşım ağlarını kullanımlarına yönelik niyetleri üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen regresyon analizinde elde edilen bulgular Tablo 14’de sunulmaktadır.

Tablo 14. Algılanan Faydanın Niyet Üzerine Etkisi

Bağımlı Değişken: SPA’nın Kullanımına Yönelik Niyet					
Bağımsız Değişken	B	Standart Hata	β	t	Anlamlılık (p)
Sabit	1.907	.066		28.933	0.000
Algılanan Fayda	.553	.020	.576	27.536	0.000
Model F	758.229				
R ²	.332				

p< .01

Regrasyon analizi sonuçları incelendiğinde, öğrencilerin SPA’nın kullanımının faydalı olduğuna dair algılarının, sosyal paylaşım ağlarının kullanım niyetlerinin anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmüştür. ($R = 0.576$, $r^2 = 0.332$, $F(1, 1524) = 758.229$, $p < .01$). Bu sonuçlara göre oluşturulan modelin istatistiki olarak anlamlı olduğu söylenebilir. Yani, öğrencilerin SPA’nın kullanımının faydalı olduğuna ilişkin algıları SPA’nı kullanım niyetleri üzerinde olumlu yönde etki etmektedir. Sosyal paylaşım ağlarına yönelik algılanan faydanın %33’ünün kullanım niyetini açıkladığı ifade edilebilir. Sonuç olarak H_3 kabul edilmektedir.

Çelik ve İpçioğlu (2006) üniversite öğrencilerinin internet kullanımını benimseme davranışlarını inceledikleri çalışmada da bu çalışmaya benzer olarak Algılanan Faydanın davranışsal eğilim (Niyet) üzerinde etkisi olduğu sonucuna

ulaşmışlardır. Teo (2009) ile Chen, Liu ve Zhou (2007) da yaptıkları çalışmalarda algılanan faydanın niyet üzerinde etkili olduğu sonucuna varmıştır.

4. 1. 4 Sosyal Etkinin Algılanan Fayda Üzerine Etkisi

Öğrencilerinin sosyal paylaşım ağlarını kullanimlarına yönelik sosyal etkinin, sosyal paylaşım ağlarını kullanimlarına yönelik algıladıkları fayda üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen regresyon analizinde elde edilen bulgular Tablo 15’de tablolastırılmıştır.

Tablo 15. Sosyal Etkinin Algılanan Fayda Üzerine Etkisi

Bağımlı Değişken: SPA’nın Kullanımına Yönelik Algılanan Fayda						
Bağımsız Değişken	B	Standart Hata	β	t	Anlamlılık (p)	Sonuç
Sabit	2.151	.064		33.582	0.000	
Sosyal Etki	.343	.021	.389	16.488	0.000	
Model F	271.870					Kabul
R ²	0.151					

p< .01

Tablo 15’deki analiz sonuçları incelendiğinde, öğrencilerin SPA’nın kullanimlarına yönelik sosyal etkinin, sosyal paylaşım ağlarının kullanımının faydalı olduğuna yönelik algıladıkları faydanın anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmüştür ($R = 0.389$, $r^2 = 0.151$, $F(1, 1524) = 271.870$, $p < .01$). Bu sonuçlara göre çalışma kapsamında oluşturulan modelin istatistiki olarak anlamlı olduğu söylenebilir. Yani, sosyal etkinin öğrencilerin SPA’nın faydalı olduğuna yönelik algıları üzerinde anlamlı etki yarattığı şeklinde yorumlanabilir. Algılanan faydaya ilişkin varyansın %15’inin sosyal etki ile açıklandığı ifade edilebilir. Sonuç olarak H_4 kabul edilmektedir.

4. 1. 5 Algılanan Kullanım Kolaylığının Tutum Üzerine Etkisi

Öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarının kullanımına yönelik algıladıkları kullanım kolaylığının, sosyal paylaşım ağlarını kullanımlarına yönelik tutumları üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen regresyon analizinde elde edilen bulgular Tablo 16’da verilmektedir.

Tablo 16. Algılanan Kullanım Kolaylığının Tutum Üzerine Etkisi

Bağımlı Değişken: SPA’nın Kullanımına Yönelik Tutum						
Bağımsız Değişken	B	Standart Hata	β	t	Anlamlılık (p)	Sonuç
Sabit	1.974	.094		19.055	0.000	
Algılanan Kullanım Kolaylığı	.451	.023	.456	19.977	0.000	Kabul
Model F	399.074					
R ²	0.207					

p< .01

Tablo 16’daki analiz sonuçları incelendiğinde, öğrencilerin SPA’nın kullanımına yönelik algıladıkları kullanım kolaylığının, sosyal paylaşım ağlarına yönelik tutumun anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmüştür. ($R = 0.456$, $r^2 = 0.207$, $F(1, 1524) = 399.074$, $p < .01$) Bu sonuçlara göre oluşturulan model istatistiki olarak anlamlıdır. Bu verilere dayalı olarak, öğrencilerin SPA’nın kullanımının kolaylığı yönündeki algıları SPA’nı kullanma tutumlarına etki ettiği söylenebilir. Tutuma ilişkin varyansın %20’nin algılanan kullanım kolaylığı ile açıklandığı ifade edilebilir. Sonuç olarak H_5 kabul edilmektedir.

Shih (2004)’ün yaptığı çalışmada Algılanan Fayda, online alışveriş ve elektronik ticarete yönelik bireysel tutumların oluşmasını önemli derecede etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Davis (1989) ile Cheng ve arkadaşları (2005) da yaptıkları çalışmalarda benzer sonuçlar elde etmişlerdir.

4. 1. 6 Tutumun Niyet Üzerine Etkisi

Öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarının kullanımına yönelik tutumlarının, sosyal paylaşım ağlarının kullanımına yönelik niyetleri üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen regresyon analizinde elde edilen bulgular Tablo 17’de gösterilmektedir.

Tablo 17. Tutumun Niyet Üzerine Etkisi

Bağımlı Değişken: SPA’nın Kullanımına Yönelik Niyet					
Bağımsız Değişken	B	Standart Hata	β	t	Anlamlılık (p)
Sabit	.983	.080		12.231	0.000
Algılanan Kullanım Kolaylığı	.731	.022	.656	33.936	0.000
Model F	1151.622				
R ²	.430				

p< .01

Yukarıdaki analiz sonuçları incelendiğinde, tutumun, sosyal paylaşım ağlarının kullanım niyetinin anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmüştür. ($R = 0.656$, $r^2 = 0.430$, $F(1, 1524) = 1151.622$, $p < .01$) Bu sonuçlara göre, oluşturulan model istatistiki olarak anlamlıdır. Yani, öğrencilerin SPA’nın kullanımına yönelik tutumları sosyal paylaşım ağlarını kullanım niyetleri üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkiye sahip olduğu söylenebilir. Kullanım niyetine ilişkin varyansın %43’ünün tutum ile açıklandığı ifade edilebilir. Sonuç olarak H_6 kabul edilmektedir.

Bu çalışma sonucuna benzer olarak, Teo (2009), Özer ve arkadaşları (2010) ile Turan ve Çetinkaya (2010)’da yaptıkları çalışmalarında tutumun niyet üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

4. 1. 7 Topluluk Tanımlamanın Niyet Üzerine Etkisi

Öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanımında topluluk tanımlamanın, sosyal paylaşım ağlarının kullanımlarına yönelik niyetleri üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen regresyon analizinde elde edilen bulgular Tablo 18’de gösterilmektedir.

Tablo 18. Topluluk Tanımlamanın Niyet Üzerine Etkisi

Bağımlı Değişken:SPA’nın Kullanımına Yönelik Niyet						
Bağımsız Değişken	B	Standart Hata	β	t	Anlamlılık (p)	Sonuç
Sabit	1.775	.078		22.868	0.000	
Topluluk Tanımlama	.530	.021	.538	24.891	0.000	Kabul
Model F	619.541					
R ²	.289					

p< .01

Tablo 18’deki analiz sonuçları incelendiğinde, topluluk tanımlamanın, sosyal paylaşım ağlarını kullanım niyetinin anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmüştür. ($R = 0.538$, $r^2 = 0.289$, $F(1, 1524) = 619.541$, $p < .01$) Bu sonuçlara göre, çalışma kapsamında oluşturulan modelin istatistiki olarak anlamlı olduğu söylenebilir. Öğrencilerin SPA’nın kullanılmasında topluluk tanımlamanın sosyal paylaşım ağlarının kullanılmasına yönelik niyetlerine etki ettiği düşünülebilir. Sosyal paylaşım ağlarını kullanma niyetine ilişkin varyansın %28’inin topluluk tanımlama ile açıklandığı ifade edilebilir. Sonuç olarak H_7 kabul edilmektedir.

4. 1. 8 Sosyal Etkinin Niyet Üzerine Etkisi

Sosyal etkinin, öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanımlarına yönelik niyetleri üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen regresyon analizinde elde edilen bulgular Tablo 19'da gösterilmektedir.

Tablo 19. Sosyal Etkinin Niyet Üzerine Etkisi

Bağımlı Değişken: SPA'nın Kullanımına Yönelik Niyet						
Bağımsız Değişken	B	Standart Hata	β	t	Anlamlılık (p)	Sonuç
Sabit	2.734	.062		44.200	0.000	
Sosyal Etki	.315	0.20	.373	15.709	0.000	Kabul
Model F	246.787					
R ²	.139					

p < .01

Tablo 19'daki Regrasyon analiz sonuçları incelendiğinde, sosyal etkinin, öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanım niyetlerinin anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmüştür ($R = 0.373$, $r^2 = 0.139$, $F(1, 1524) = 246.787$, $p < .01$). Bu sonuçlara göre oluşturulan model istatistiki olarak anlamlıdır. Öğrencilerin SPA'nı kullanım niyetine ilişkin varyansın %13'ünün sosyal etki ile açıklandığı ifade edilebilir. Sonuç olarak H_8 kabul edilmektedir.

4. 1. 9 Zevk Almanın Niyet Üzerine Etkisi

Öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanımlarına yönelik niyetleri üzerinde zevk almanın etkisini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen regresyon analizinde elde edilen bulgular Tablo 20’de gösterilmektedir.

Tablo 20. Zevk Almanın Niyet Üzerine Etkisi

Bağımlı Değişken: SPA’nın Kullanımına Yönelik Niyet					
Bağımsız Değişken	B	Standart Hata	β	t	Anlamlılık (p)
Sabit	.965	.074		13.015	0.000
Zevk Alma	.732	.020	.689	37.125	0.000
Model F	1378.240				
R ²	.475				

p< .01

Yukarıdaki analiz sonuçları incelendiğinde, zevk almanın, öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanım niyetlerinin anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmüştür ($R = 0.689$, $r^2 = 0.475$, $F(1, 1524) = 1378.240$, $p < .01$). Bu sonuçlara göre, oluşturulan modelin istatistiki olarak anlamlı olduğu söylenebilir. Yani, öğrencilerin SPA’nı kullanım niyetlerine, zevk almanın istatistiksel olarak anlamlı etki ettiği düşünülebilir. Öğrencilerin SPA’nı kullanım niyetine ilişkin varyansın %47’sinin zevk alma ile açıklandığı ifade edilebilir. Sonuç olarak H₉ kabul edilmektedir.

4. 1. 10 Algılanan Kullanım Kolaylığının Niyet Üzerine Etkisi

Öğrencilerinin sosyal paylaşım ağlarını kullanımlarına yönelik algılanan kullanım kolaylığının, sosyal paylaşım ağlarını kullanımlarına yönelik niyetleri üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen regresyon analizinde elde edilen bulgular Tablo 21’de gösterilmektedir.

Tablo 21. Algılanan Kullanım Kolaylığının Niyet Üzerine Etkisi

Bağımlı Değişken: SPA’nın Kullanımına Yönelik Niyet						
Bağımsız Değişken	B	Standart Hata	β	t	Anlamlılık (p)	Sonuç
Sabit	1.266	.100		12.644	0.000	
Algılanan Kullanım Kolaylığı	.581	.024	.257	24.213	0.000	Kabul
Model F	586.283					
R ²	.277					

p < .01

Tablo 21’deki analiz sonuçları incelendiğinde, SPA’nın kullanımına yönelik algılanan kullanım kolaylığının, sosyal paylaşım ağlarını kullanım niyetinin anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmüştür ($R = 0.257$, $r^2 = 0.277$, $F(1, 1524) = 586.283$, $p < .01$). Bu sonuçlara göre, oluşturulan modelin istatistiki olarak anlamlı olduğu söylenebilir. Öğrencilerin SPA’nı kullanım niyetlerine, bu ağların kullanım kolaylığı yönündeki algılarının olumlu etkisi olduğu söylenebilir. Öğrencilerin SPA’nı kullanım niyetine ilişkin varyansın %27’sinin algılanan kullanım kolaylığı ile açıklandığı ifade edilebilir. Sonuç olarak H_{10} kabul edilmektedir.

Cheng ve arkadaşları (2005), Çelik ve İpçioğlu (2006) ile Teo (2009) da yaptıkları çalışmada bu çalışmada olduğu gibi algılanan kullanım kolaylığının, davranışsal niyeti etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Bu çalışmanın ve birçok çalışmanın aksine Hu ve arkadaşları (1999) yaptıkları çalışmalarında algılanan kullanım kolaylığının teknoloji kullanım niyeti üzerinde etkili olmadığı sonucuna ulaşmışlardır.

4. 1. 11 Sosyal Etkinin Tutum Üzerine Etkisi

Sosyal etkinin, öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanımlarına yönelik tutumları üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen regresyon analizinde elde edilen bulgular Tablo 22’de gösterilmektedir.

Tablo 22. Sosyal Etkinin Tutum Üzerine Etkisi

Bağımlı Değişken: SPA’nın Kullanımına Yönelik Tutum						
Bağımsız Değişken	B	Standart Hata	β	t	Anlamlılık (p)	Sonuç
Sabit	2.977	.057		52.390	0.000	
Sosyal Etki	.222	.019	.293	11.958	0.000	Kabul
Model F	143.002					
R ²	.085					
p< .01						

Tablo 22’deki analiz sonuçları incelendiğinde, sosyal etkinin, sosyal paylaşım ağlarına yönelik tutumun anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmüştür. ($R = 0.293$, $r^2 = 0.085$, $F(1, 1524) = 143.002$, $p < .01$). Bu sonuçlara göre, çalışma kapsamında oluşturulan modelin istatistiki olarak anlamlı olduğu söylenebilir. Yani, sosyal etki, öğrencilerin SPA’nın kullanımına yönelik tutumlarına olumlu etki ettiği görülebilmektedir. Öğrencilerin SPA’nın kullanımına yönelik tutumlarına ilişkin varyansın %08’inin sosyal etki ile açıklandığı ifade edilebilir. Sonuç olarak H_{11} kabul edilmektedir.

4. 1. 12 Topluluk Tanımlamanın Tutum Üzerine Etkisi

Topluluk tanımlamanın, öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanımlarına yönelik tutumları üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen regresyon analizinde elde edilen bulgular Tablo 23’de gösterilmektedir.

Tablo 23. Topluluk Tanımlamanın Tutum Üzerine Etkisi

Bağımlı Değişken:SPA’nın Kullanımına Yönelik Tutum						
Bağımsız Değişken	B	Standart Hata	β	t	Anlamlılık (p)	Sonuç
Sabit	1.930	.069		27.923	0.000	
Topluluk Tanımlama	.485	.019	.548	25.549	0.000	Kabul
Model F	652.762					
R ²	.279					

p< .01

Yukarıdaki regresyon analiz sonuçları incelendiğinde, topluluk tanımlamanın, sosyal paylaşım ağlarının kullanımına yönelik tutumun anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmüştür ($R = 0.548$, $r^2 = 0.279$, $F(1, 1524) = 652.762$, $p < .01$). Bu sonuçlara göre, çalışma kapsamında oluşturulan modelin istatistiki olarak anlamlı olduğu düşünülebilir. Öğrencilerin SPA’nın kullanımına yönelik tutumlarına topluluk tanımlamanın istatistiksel olarak anlamlı etki ettiği söylenebilir. Tutuma ilişkin varyansın %29’unun topluluk tanımlama ile açıklandığı ifade edilebilir. Sonuç olarak H_{12} kabul edilmektedir.

Genel olarak çalışma kapsamında oluşturulan modele dayalın olarak oluşturulan hipotezlerin sonuçları Tablo 24’de tablolatırılmıştır.

Tablo 24. Hipotez Test Sonuçları

HİPOTEZLER	KABUL / RED
H ₁ :Öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanım niyetlerinin oluşmasında algılanan fayda, davranışa yönelik tutumu olumlu etkiler.	KABUL (β : 0.485; $p < 0.01$)
H ₂ :Öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanım niyetlerinin oluşmasında algılanan kullanım kolaylığı, davranışa yönelik algılanan faydayı olumlu etkiler.	KABUL (β : 0.351; $p < 0.01$)
H ₃ :Sosyal paylaşım ağlarının kullanılmasında algılanan fayda, öğrencilerin SPA’nın kullanıma yönelik niyetlerini olumlu etkiler.	KABUL (β : 0.576; $p < 0.01$)
H ₄ :Öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanımlarına yönelik niyetlerinin oluşmasında sosyal etki, algılanan faydayı olumlu etkiler.	KABUL (β : 0.389; $p < 0.01$)
H ₅ :Öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanımlarına yönelik niyetlerinin oluşmasında algılanan kullanım kolaylığı, davranışa yönelik tutumu olumlu etkiler.	KABUL (β : 0.456; $p < 0.01$)
H ₆ :Öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanımlarına yönelik davranışın oluşmasında davranışa yönelik tutum, davranışa yönelik niyeti olumlu etkiler.	KABUL (β : 0.656; $p < 0.01$)
H ₇ :Topluluk tanımlama, davranışın oluşmasında öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarının kullanılmasına yönelik niyetlerini olumlu etkiler.	KABUL (β : 0.538; $p < 0.01$)
H ₈ :Sosyal etki, davranışın oluşmasında öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarının kullanımına yönelik niyetlerini olumlu etkiler.	KABUL (β : 0.373; $p < 0.01$)
H ₉ :Zevk alma, davranışın oluşmasında öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarının kullanımına yönelik niyetlerini olumlu etkiler.	KABUL (β : 0.689; $p < 0.01$)
H ₁₀ :Öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanımlarına yönelik algılanan kullanım kolaylığı, davranışın oluşmasında sosyal paylaşım ağlarının kullanımına yönelik niyetlerini olumlu etkiler.	KABUL (β : 0.527; $p < 0.01$)
H ₁₁ :Öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanımlarına yönelik davranışının oluşmasında sosyal etki, davranışa yönelik tutumu olumlu etkiler.	KABUL (β : 0.293; $p < 0.01$)
H ₁₂ :Öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanımlarına yönelik davranışının oluşmasında topluluk tanımlama, davranışa yönelik tutumu olumlu etkiler.	KABUL (β : 0.548; $p < 0.01$)

BÖLÜM V

SONUÇLAR ve ÖNERİLER

Bu bölümde araştırmanın bulgularına dayalı olarak ulaşılan sonuçlara ve geliştirilen önerilere yer verilmiştir.

5.1 Sonuçlar

Öğrencilerin, günlük yaşantılarının ayrılmaz parçası haline gelen sosyal paylaşım ağlarını eğitimde kullanan araştırmacılar; olumlu sonuçlar alınabileceğine işaret etmektedirler. Bu bağlamda, öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanım niyetlerini etkileyen faktörler tesbit edilirse, eğitim ortamı olarak sosyal paylaşım ortamlarının düzenlenmesinde yararlı olacağı düşünülmektedir.

Araştırma kapsamında oluşturulan modelde, TKM’indeki her bir değişkenin öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanım niyetlerini etkilediği görülmüştür. Bu değişkenlerden niyetin son şeklini oluşturan niyet’tir. Çalışmada, öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanım niyetleri ile sosyal paylaşım ağlarını kullanımlarına yönelik tutumları arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu tesbit edilmiştir.

Çalışmada sosyal paylaşım ağlarının kullanımına yönelik tutum ve algılanan faydanın, öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanımına yönelik niyetlerinin oluşmasında önemli bir etkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarının kullanımının faydalı olmasını düşünmeleri, SPA’nın kullanımına yönelik niyetlerinin oluşmasında olumlu yönde etki etmektedir. Bunun yanında, öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarının kullanımına yönelik olumlu bir tutum içerisinde olmaları SPA’nın kullanımına yönelik niyetin oluşmasını olumlu yönde etkilemektedir.

Öğrencilerin, sosyal paylaşım ağlarının kullanımına yönelik bir tutum içerisinde olmasını belirleyen faktörler; sosyal paylaşım ağlarının kullanımının faydalı olduğuna yönelik algıları ve algılanan kullanım kolaylığıdır. Sosyal paylaşım ağlarının kullanımının faydalı olduğunun öğrenciler tarafından algılanması, kullanım tutumlarını pozitif yönde etkilediği görülmüştür.

Ayrıca, sosyal paylaşım ağlarının kullanımının kolay olduğunun algılanması da bu ağların kullanımına yönelik tutumlarını, olumlu yönde etkilemektedir.

Öğrencilerin SPA'nın kullanımının zevk verici olduğunu düşünmeleri ve kullanımının kolay olduğuna ilişkin algıları, bu ağları kullanım niyetlerini olumlu yönde etkilemektedir. Öğrencilerin davranışlarında etkili olan kişilerin, sosyal paylaşım ağlarının kullanımını teşvik etmeleri ve öğrencilerin topluluk tanımlama düşünceleri, sosyal paylaşım ağlarını kullanma niyetlerine olumlu etki ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Sosyal paylaşım ağlarının kullanımına yönelik algılanan kullanım kolaylığı ve sosyal etki, öğrencilerin SPA'nın faydalı olduğuna yönelik algıları üzerinde anlamlı etki yarattığı ortaya çıkmıştır.

Öğrencilerin SPA'nın kullanımına yönelik tutumlarına, topluluk tanımlama düşünceleri ve çerelerindeki kişilerin sosyal paylaşım ağlarının kullanımına yönelik olumlu yaklaşımları etki etmektedir. Sosyal etkinin, öğrencilerin SPA'nın kullanımına yönelik tutumları üzerinde pozitif etkiye sahiptir.

Sonuç olarak, öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanım niyetlerini tutum, algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı, sosyal etki, zevk alma ve topluluk tanımlama etkilemektedir. Eğer davranışa yönelik tutum, algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı, sosyal etki, zevk alma ve topluluk tanımlama olumlu ise davranışa yönelik niyet olumlu olmaktadır.

5.2 Öneriler

Eğitimde çeşitliliğin ön plana çıkarak bireysel farklılıklara uygun eğitim ortamlarının kullanılmasının zorunluluk olduğu çağımızda, sosyal paylaşım ağlarının kullanımı gündeme gelmektedir. Toplumun tüm bireylerinde olduğu gibi öğrencilerin de günlük hayatlarının bir parçası haline gelen sosyal paylaşım ağlarının kullanımı düşünüldüğünde eğitim hayatlarında, bu ağların kullanılması akademik başarılarına etki edeceği düşünülebilir. Bu nedenle, klasik eğitim-öğretim ortamlarına destek olarak sosyal paylaşım ağlarından faydalanılabilir.

Eğitimde sosyal paylaşım ağları kullanılarak eğitim ortamı tasarlanmak istenirse öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanım niyetlerini etkileyen faktörler dikkate alınmalıdır. Böylelikle öğrencilerin algı, tutum, niyet ve davranışlarına uyumlu eğitim ortamları yaratılabilir.

TAM modelinin diğer değişkenleri (gerçek kullanım, dış değişkenler vb.) öğrencilerin sosyal paylaşım ağlarını kullanım niyetlerini etkileyip etkilemedikleri araştırılabilir.

Çalışmada Teknoloji Kabul Modeli temel alınarak oluşturulup kullanılan model, Ortaöğretim Dairesi'ne bağlı ortaokul öğrencilerinin, sosyal paylaşım ağlarını kullanım niyetlerini etkileyen faktörleri belirlemeye yönelik araştırmalarda kullanılabilir.

KAYNAKÇA

- Aksüt, M., Ateş, S., Balaban, S. ve Çelikkanat, A. (2012). İlk ve Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Paylaşım Sitelerine İlişkin Tutumları; Facebook Örneği. *XIV. Akademik Bilişim Konferansı Bildiriler Kitabı*, (ss. 71, 77). Uşak Üniversitesi, Uşak, Türkiye. <http://Ab.Org.Tr/Ab12/Bildiri/39.Pdf> adresinden 05.06.2012 tarihinde erişilmiştir.
- Aktaş, S. (2007). Teknoloji Kabul Modeli İle Muhasebecilerin Bilgi Teknolojisi Kullanımına Yönelik Bir Uygulama. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, İstanbul, Türkiye.
- Akyıldız, M. Argan, M. (2012). Using online social networking: Students' purposes of Facebook usage at the University of Turkey. *Journal of Technology Research*
- Alkan, C. (1997). *Eğitim Teknolojisi* (5. baskı). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Aslan, B. (2010). Web 2.0, Teknikleri ve Uygulamaları. <http://inet-tr.org.tr/inetconf12/bildiri/46.pdf> adresinden 05.06.2012 tarihinde erişilmiştir.
- Aymankuy, Y., Soydaş, M. E. ve Saçlı, Ç. (2013). Sosyal Medya Kullanımının Turistik Tüketicilerin Tatil Kararlarına Etkisi: Akademik Personel Üzerinde Bir Uygulama. *International Journal of Human Sciences*, 10(1), 376-397.
- Ayyıldız, H. ve Cengiz, E., (2006). Pazarlama Modellerinin Testinde Kullanılabilecek Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 11(1), 63-84. <http://sablon.sdu.edu.tr/fakulteler/iibf/dergi/files/2006-2-4.pdf> adresinden 03.12.2012 tarihinde erişilmiştir.
- Balaman, F. ve Karataş, A. (2012). Lise Öğrencilerinin İnternet Ortamında Sosyal Paylaşım Sitelerinin Kullanım Amaçları ve Sosyal Paylaşım Unsurları. Balaman Üniversitesi. Yaşam Bilimleri Dergisi, 1(1), 497-504

- Bicen, H. (2009). Web 2.0 Araçlarının Windows Live Spaces'e Entegre Edilerek Eğitim Amaçlı Kullanılması.Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yakın Doğu Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Lefkoşa, Kıbrıs.
- Bicen, H. (2012). Öğretmen Eğitiminde Sosyal Paylaşım Sitelerinin Kullanımı: Facebook ve WiziQ Sanal Sınıf Örneği.Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yakın Doğu Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Lefkoşa, Kıbrıs.
- Bicen, H. ve Çavuş, N. (2010).The Most Preferred Social Network Sites by Students. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 2(2), 5864-5869.
- Bicen, H. ve Çavuş, N. (2011). Social Network Sites Usage Habits of Undergraduate Students: Case Study of Facebook. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 28(1), 943-947.
- Boyd, D. ve Ellison, N. B. (2007).Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship.*Journal of Computer-Mediated Communication*,13(1), Makale 11. <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> adresinden 06.12.2012 tarihinde erişilmiştir.
- Budak, L. Karaaslan Aydoğdu, İ. (2010). Üniversite Öğrencilerinin Sanal İletişim Ortamlarını Kullanım Amaçlarının Değerlendirilmesi. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Örneği.*Civil Academy*,8(2), 113-167.
- Bumgarner, B. A. (2007). You Have Been Poked: Exploring The Uses and Gratifications of Facebook Among Emerging Adults. *First Monday*,12(11). 4-11.
- Chen, R. J. (2010). Investigating Models For Preservice Teachers' Use of Technologyto Support Student-Centered Learning. *Cumputer & Education*, 55, 32-42.
- Civici, T. ve Kale,S. (2007). Mimari Tasarım Bürolarında Bilişim Teknolojilerinin Kullanımını Etkileyen Faktörler: Bir Yapısal Denklem Modeli.4. *İnşaat YonetimiKongresi Bildiriler Kitabı*, (ss. 119-128), İstanbul: Maya Basın Yayın.

- Curran, K. Morrison, S. Cauley, S. (2012). Google⁺ vs Facebook: The Comparison, *Telkomnika*, 10(2), 379-388.
- Çavuş, N. (2009). Collaborative Learning and Learning Management Systems. Almanya, Koln: LAP LAMBERT Academic Publishing AG & Co. KG.
- Çavuş, N. ve Bicen, H. (2010). A Study to Find Out the Most Preferred Free Messenger Service Used by University Students. 13. *Bilişim Teknolojileri Işığında Eğitim Kongresi (BTIE'13)*, TürkiyeBilişimDerneği, 23-25 Eylül, Ankara, Türkiye. (ERIC DATABASE ERIC:ED512167) <http://www.eric.ed.gov/PDFS/ED512167.pdf>
- Çavuş, N., Varoglu, E. D. ve Serdaroglu, R. (2012). Segmenting Student Profiles on the Usage of Social Networking Media: A Case Study on Facebook.IV. International Future-Learning Conference on Innovations in Learning for the Future 2012: E-Learning, Nov 14-16, Istanbul, Turkey.
- Çelik, H. ve İ. İpcioğlu, (2006). Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanımını Benimseme Davranışları Üzerinde Ampirik Bir Çalışma. *Hacettepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 24(1), 111-159.
- Çetin, E. (2008). Sosyal İletişim Ağları ve Gençlik: Facebook Örneği. *Uluslararası Davraz Kongresi Bildiriler Kitabı*, 1094-1105. <http://idc.sdu.edu.tr/tammetinler/bilim/bilim15.pdf> adresinden 05.06.2012 tarihinde erişilmiştir.
- Çoklar, A. N. (2012). Evaluations of Students on Facebook as an Educational Environment. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 3(2), 42-53.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Demirel, P. ve Keleş, E. (2011). Bir Sosyal Ağ Olarak Facebook'un Formal Eğitimde Kullanımı. 5. Uluslararası Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Sempozyumu, 22-24 Eylül, Fırat Üniversitesi, Elazığ, Türkiye.

- Deniz, A. (2012). Sosyal Ağ Kullanımı ve Sosyal Ağlarda Benlik Algısı: Muğla İli Örneği. Yayınlanmış Yüksek Lisan Tezi, Ege Üniversitesi, Fen Bilimler Enstitüsü, İzmir, Türkiye.
- Dholakia, U. M., Bagozzi, R. P. ve Pearo, L. K. (2004). A Social Influence Model Of Consumer Participation İn Network And Small-Group-Based Virtual Communities. *International Journal of Research in Marketing*, 21(3), 241-263.
- Ellison, N., Steinfield, C. ve 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), 1143-1168.
- Ergenç, A. (2011). Web 2.0 ve Sanal Sosyalleşme: Facebook Örneği. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Türkiye.
- Facebook (2012). Company Timeline. <http://www.facebook.com/press/info.php?timeline> adresinden 25 Ekim 2012 tarihinde alınmıştır.
- Facebook (2012). Facebook Statistics. <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics> adresinden 25 Ekim 2012 tarihinde alınmıştır.
- Fishbein, M. ve Ajzen, I. (1975). Belief, Attitude, Intention And Behavior: An Introduction To Theory And Research. Reading MA: Addison-Wesley.
- Forrester Resarch (2007). (http://www.koniks.com/topic.asp?TOPIC_ID=5131). adresinden 25 Kasım 2012 tarihinde alınmıştır.
- Girgin, M.T. (2003). Acceptance of Mobile Data Services, An Application of Technology Acceptance Theories. Marmara Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Türkiye.
- Google+ (2013). Google+ Statistics. <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics> adresinden 01 Ocak 2013 tarihinde alınmıştır.

- Göktaş, Y. ve Kalafat, Ö. (2011). Sosyal Ağların Yüksek Öğretimde Kullanımı: Gümüşhane Üniversitesi Facebook Örneği. 5. Uluslararası Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Sempozyumu, 22-24 Eylül, Fırat Üniversitesi, Elazığ, Türkiye.
- Gürol, H. (2010). Teknik Öğretmen Adaylarının Bilgi ve İletişim Teknolojilerine İlişkin Niyetlerini Belirlemek Amacıyla Teknoloji Kabul Modelini Uygulamak. 8. Uluslararası Eğitim ve Öğretim Teknolojileri Konferansı Bildiriler Kitabı (ss.157-162), Anadolu Üniversitesi: Eskişehir, Türkiye.
- Hablemitoğlu, Ş. Yıldırım, F. (2012). Gençlerin Gözünden Sanal Bir Sosyal Kapital Olarak "Facebook". *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi*
- Hacıfendioğlu, Ş. (2010). Sosyal Paylaşım Sitelerinde Üye Bağlılığı Üzerine Bir Araştırma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(2), 56-71.
- InternetWorldStats (2012). Facebook Growth Stats for 2011 – 2012. <http://www.internetworldstats.com/facebook.html> adresinden 25 Ekim 2012 tarihinde alınmıştır.
- Jones, S. ve Fox, S. (2009). Generations online in 2009. Data memo. Washington, DC: Pew Internet and American Life Project. http://www.pewinternet.org/w/media/Files/Reports/2009/PIP_Generations_2009.pdf adresinden 25 Kasım 2012 tarihinde alınmıştır.
- Kağıtcıbaşı, C. (2005). *Yeni İnsan ve İnsanlar*, Evrim Yayınları, İstanbul.
- Kara, A. (2007). Bilgi Teknolojilerinin Çalışanlar Tarafından Benimsenmiş: Kdz. Ereğli'deki Kobi Çalışanları Uygulaması. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Zonguldak KaraElmas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak, Türkiye.
- Karlı, İ. (2012). Medya Kuruluşları Sosyal Paylaşım Ağlarını Neden Kullanır? *Faculty Of Communication, Kocaeli University, Umuttepe Cympus, Kocaeli, Türkiye* http://akademikpersonel.kocaeli.edu.tr/ikarli/bildiri/ikarli18.06.2010_13.45.27bildiri.pdf adresinden 30.12.2012 tarihinde erişilmiştir.

- Kaya, S. ve Şenel Tekin, P. (2003). Zonguldak İlindeki Bazı Hastanelerde Çalışan Doktorların Elektronik Tıbbi Kayıtlara Hazırlık Durumlarının Değerlendirilmesi. <http://ab.org.tr/ab05/tammetin/187.doc> adresinden 25 Kasım 2012 tarihinde alınmıştır.
- Keller, C. (2005). Virtual Learning Environments: Three Implementation Perspectives. *Learning, Media and Technology*, 30(3), 299-311.
- Kıcı, D. (2012). Sosyal Paylaşım Ağlarının İşbirlikli Öğrenmede Kullanımı: Bir Facebook Uygulaması. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ege, Türkiye.
- Kiraz, E. ve Özdemir, D. (2003). The Relationship between Educational Ideologies and Technology Acceptance in Pre-Service Teachers. *Educational Technology & Society*, 9(2), 152-165.
- Kline, R. B. (2011). Principles and Practices of Structural Equation Modeling, (Third Edition). The Guilford Press (ISBN: 978-1-60623-877-6).
- Korkmaz, İ. (2013). Facebook ve Mahremiyet: Görmek ve Gözetlenmek. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi* 5, 107-122
- Köseoğlu, Ö. (2012). Sosyal Ağ Sitesi Kullanıcılarının Motivasyonları: Facebook Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk İletişim*, 7(2), 58-81
- Lai, V.S. ve Li, H. (2005). Technology Acceptance Model For Internet Banking: An Invariance Analysis. *Information & Management*, 42, 373-386.
- Legris, P. ve J. Ingham, P. Collette, (2003). Why Do People Use Information Technology? A Critical review of the Technology Acceptance Model, RIA. *Information & Management*, 40, 191-204.
- Lin, J., Le, A., Cheng, S. (2012). The Social Media Usage And Work Values: The Example Of Facebook In Taiwan, Social Behavior And Personality, 40(2), 195-200.

- LinkedIn (2012). LinkedIn hakkımızda. <http://tr.linkedin.com/about-us> adresinden 25 Kasım 2012 tarihinde alınmıştır.
- Mack D, Behler A, Roberts B. ve Rimland E. (2008). Reaching Students with Facebook: Data and Best Practices. *Electronic Journal of Academic Speech*, 8, (2).
- Madge, C., Meek, J, Wellens, J. ve Hooley, T. (2009). Facebook, Social Integration and Informal Learning at University: It is More for Socialising and Talking to Friends About Work Than for Actually Doing Work. *Learning, Media and Technology*, 34(2), 141-155.
- Matney, M. ve Borland, K. (2009). Facebook, Blogs, Tweets: How Staff and Units Can Use Social Networking to Enhance Student Learning. Presentation at the annual meeting of the National Association for Student Personnel Administrators, Seattle, WA.
- Mazman, S. G. (2009). Sosyal Ağların Benimsenme Süreci ve Eğitsel Bağlamda Kullanımı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara, Türkiye.
- Mazman, S. G. ve Usluel, K. Y. (2010). Modeling educational usage of Facebook. *Computers & Education*, 55, 444-453.
- Odabaşı, F., Çoklar, A. N., Kıyıcı, M. ve Akdoğan, E. P. (2005). İlköğretim Birinci Kademedeki Web Üzerinden Ders İşlenebilirliği. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 4(4), 1303-6521.
- Onat, F. ve Alikılıç, A. Ö. (2008). Sosyal Paylaşım Sitelerinin Reklam Ve Halkla İlişkiler Ortamları Olarak Değerlendirilmesi. *Journal of Yasar University*, 3(9), 1111-1143.
- Özer, G., M. Özcan, ve S. Aktaş, (2010). Muhasebecilerin Bilgi Teknolojisi Kullanımının Teknoloji Kabul Modeli (TKM) İle İncelenmesi. *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, 5, 3278-3293.

- Öztürk, M. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Paylaşım Sitelerini Kullanma Amaçları ve Eğitimde Kullanımıyla İlgili Görüşleri. Yayınlanmış Yüksek Lisan Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Türkiye.
- Öztürk, M. Akgün. E. Ö. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Paylaşım Sitelerini Kullanma Amaçları ve Bu Sitelerin Eğitimlerinde Kullanılması ile İlgili Görüşleri. *Sakarya University Journal of Education*, 2(3), 49-67.
- ResarchGate (2012). ResarchGaate hakkında. <http://www.researchgate.net/aboutus>AboutUs.html> adresinden 25 Kasım 2012 tarihinde alınmıştır.
- Roblyer, M. D., McDaniel, M., Webb, M., Herman, J. ve Witty, J. V. (2010). Findings On Facebook İn Higher Education: A Comparison of College Faculty and Student Uses and Perceptions of Social Networking Sites. *The Internet and Higher Education*, 13(3), 134-140.
- Ross, C., Orr, E. S., Sisic, M., Arseneault, J. M., Simmering, M. G. ve Orr, R. R. (2009). Personality and Motivations Associated With Facebook Use. *Computers in Human Behavior*, 25(2), 578-586.
- Schumacker, R.E., Lomax, R.G., (2004). A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling(Second Edition). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Sheldon, P. (2008). The Relationship Between Unwillingness-to-Communicate and Students' Facebook Use. *Journal of Media Psychology*, 20(2), 67-75.
- Shih, H. P. (2004). An Empirical Study on Predicting User Acceptance of E-Shopping on the Web. *Information & Management*, 41, 351-368.
- Smith, S. D. ve Caruso, J. B. (2010). Research Study. ECAR study of undergraduate students and information technology, Vol. 6. Boulder, CO: EDUCAUSE Center for Applied Research, <http://www.educause.edu/Resources/ECARStudyofUndergraduateStuden/217333> adresinden 06 Kasım 2012 tarihinde alınmıştır.

- SocialBakers. (2012). *Social Media Report for October - Turkey*.
<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/>
<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/page-3/?interval=last-week>
 adreslerinden 25 Ekim 2012 tarihinde alınmıştır.
- Teo, T. (2009). Modelling Technology Acceptance in Education: A Study of Pre-Service Teachers. *Computers & Education*, 52, 302-312.
- Triandis, H. C. (1980). *Values, Attitudes, and Interpersonal Behavior*. In H. E. Howe & M. M. Page (Eds.), *Nebraska Symposium on Motivation 1979* (ss. 195-259), Lincoln, NB:University of Nebraska Press.
- Tuncer, M. (2010). Ergen Gelecek Beklentileri Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması: Fırat Üniversitesi Eğitim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic* 6(3),1265-1275
- Turan, A. H. ve Çetinkaya, O. (Şubat-Mart 2010). Bürolarda Teknoloji Kabul ve Kullanımı:Geliştirilmiş Teknoloji Kabul Modeli ile Bir Model Önerisi ve Sekreterler Üzerinde Ampirik Bir Değerlendirme. *Akademik Bakış Dergisi*, 1(19), 1-16.
- Turan, B. (2011). Bilgi ve İletişim Teknolojileri Kullanımının Teknoloji Kabul Modeli İle İncelenmesi ve Sınıf Öğretmenleri Üzerinde Bir Uygulama. Yayınlanmış Yüksek Lisan Tezi, Bilecik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Türkiye.
- Turan, Z. ve Göktaş, Y. (2011). Çevrimiçi Sosyal Ağlar: Öğrenciler Neden Facebook Kullanmıyor? 5. Uluslararası Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Sempozyumu, 22-24 Eylül, Fırat Üniversitesi, Elazığ, Türkiye.
- Ucun, K. (2012). Meslek Yükekokulu Öğrencilerinin Sosyal Ağlardan Facebook'u Genel ve Mesleki Eğitimde Kullanım Amaçları.Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, Türkiye.

- Uzunboyulu, H., Bicen, H. ve Çavuş, N. (2011). The Efficient Virtual Learning Environment: A Case Study of Web 2.0 Tools and Windows Live Spaces. *Computers & Education*, 56(3), 720-726.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B. ve Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward A Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Vural, Akıncı., Z.B. Bat, M., (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yasar University*, 20(5), 3348-3382.
- Yılmaz, V. ve Çelik, H.E., (2005). Bankacılık Sektöründe Müşteri Memnuniyeti ve Bankaya Bağlılık Arasındaki İlişkinin Yapısal Eşitlik Modelleriyle Araştırılması. VII. Ulusal Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu, 26-27 Mayıs, İstanbul.
- Ziegler, S. (2007). The (mis) Education of Generation M. *Learning, Media and Technology*, 32(1), 69-81.

EKLER

EK-1. Öğrencilerin Sosyal Paylaşım Ağlarını Kullanım Niyetlerini Etkileyen Faktörler Anket Formu

Sevgili Öğrenci Arkadaşım,

Sosyal paylaşım ağlarının kullanımını etkileyen faktörlerin belirlenebilmesi için sizlerin değerli görüşlerinizden yararlanmak amacı ile elinizdeki anket formu hazırlanmıştır. Size uygun olan seçeneği işaretlemeniz (X) yeterli olacaktır. Bu anket formunda verilen görüşler, sadece araştırma kapsamında kullanılacaktır. Anket formuna göstereceğiniz ilgi ve vereceğiniz samimi cevaplardan dolayı sizlere teşekkür ederiz.

Doç. Dr. Nadire ÇAVUŞ

Derviş KARABEY

1. Cinsiyetiniz a) Kız b) Erkek
2. Yaşınız?
a)15 b)16 c)17 d)18 e)19 +
3. Okulunuz adı nedir? _____
4. Bölümünüz? _____
5. Okulunuzun bulunduğu bölge?
a) Lefkoşa b) Magosa c) Girne
d) Güzelyurt e) İskele
6. Sosyal paylaşım ağlarından hangisini/hangilerini kullanırsınız?
(Birden çok işaretlenebilir)
☐ Facebook ☐ Twitter ☐ Myspace
☐ Diğer (Lütfen belirtiniz) _____
7. Düzenli olarak sosyal paylaşım ağlarını ne kadar zamandır kullanıyorsunuz
0-3 aydır b) 3-6 aydır c) 6-12 aydır
d) 1-2 yıldır e) 2-5 yıldır f) 5 yıldan fazla

8. Sosyal paylaşım ağlarında günde ortalama kaç saat harcarsınız?

- a) 0-1 b) 2-3 c) 4-5 d) 6+

9. Eğitiminize üniversitede devam etmeyi düşünüyor musunuz?

- a) Evet b) Hayır

10. Dersane veya özel ders desteği alıyor musunuz?

- a) Evet b) Hayır

11. Sosyal paylaşım ağlarına nereden bağlanıyorsunuz? **(Birden çok işaretlenebilir)**

- ☐ Evden ☐ Okuldan
☐ Mobil cihazlarla her yerden
☐ Diğer (Lütfen Belirtiniz) _____

12. Sosyal paylaşım ağlarında herhangi bir eğitsel amaçlı gruba üye misiniz?

- a) Evet b) Hayır

13. Sosyal paylaşım ağlarına eğitim amaçlı kullanmak istiyor musunuz?

- a) Evet b) Hayır

	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Algılanan Kullanım Kolaylığı-AKK (Peceived Ease Of Use)					
1. Sosyal paylaşım ağlarının kullanımını öğrenmek kolaydır					
2. Sosyal paylaşım ağlarını istediğim şekilde yönetmek (hesap ayarları) benim için kolaydır					
3. Sosyal paylaşım ağları açık ve anlaşılırdır					
4. Sosyal paylaşım ağlarının kullanımı kolaydır					
Zevk Alma-Zevk (Enjoyment)					
5. Sosyal paylaşım ağlarını keyifli buluyorum					
6. Sosyal paylaşım ağlarını eğlenceli buluyorum					
7. Sosyal paylaşım ağlarını ilginç buluyorum					
8. Sosyal paylaşım ağlarını heyecanlı buluyorum					
Algılanan Fayda-AF (Peceived Usefulness)					
9. Sosyal paylaşım ağları zamanın ekonomik kullanılmasını sağlar					
10. Sosyal paylaşım ağlarının kullanımı benim için verimlidir					
11. Sosyal paylaşım ağları faydalıdır					
Kullanma Niyeti-KN (Intention To Use)					
12. Sosyal paylaşım ağlarına katılmaya değer					
13. Şuan katıldığım sosyal paylaşım ağlarını, gelecekte de kullanacağım					
Tutum-T (Attitude)					
14. Sosyal paylaşım ağlarını kullanımının mantıklı bir fikir olduğunu düşünüyorum					
15. Sosyal paylaşım ağlarını kullanma fikrini sevmedim					
16. Sosyal paylaşım ağlarını kullanmanın avantajları vardır					
17. Sosyal paylaşım ağları üyesi olmaktan gurur duyuyorum					

Topluluk Tanımlama-TT (Community Identification)

18. Sosyal paylaşım ağlarına üye olmam, ortak ilgi alanına sahip üyelerle karşılaşma şansımı artırır					
19. Sosyal paylaşım ağlarını kullananlar birbirleriyle yakın bağ kurarlar; çünkü bu siteler içerisinde üyeler, bilgi ve sosyal yaşantıyla ilgili etkileşim içerisinde olurlar					
20. Sosyal paylaşım ağlarını kullananlar, kendilerini birlik ve beraberlik içerisinde hissederek					

Sosyal Etki-SE (Social Influence)

21. Davranışlarımı etkileyen kişiler, sosyal paylaşım ağlarını kullanmam gerektiğini düşünürler					
22. Benim için önemli olan kişiler, sosyal paylaşım ağlarını kullanmam gerektiğini düşünürler					

EK-2. Genel Ortaöğretim Dairesi İzin Formu



**KUZEY KIBRIS TÜRK CUMHURİYETİ
MİLLÎ EĞİTİM GENÇLİK VE SPOR BAKANLIĞI
GENEL ORTA ÖĞRETİM DAİRESİ MÜDÜRLÜĞÜ**

Sayı: GOÖ.0.00.35-A/12/13- 3874

15.10.2012

Sayın Derviş Karabay
Öğretim Görevlisi
Kocaman Sok. No:20
Hamitköy-Lefkoşa.

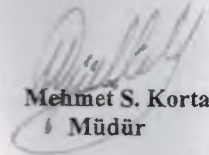
İlgi: 01.10.2012 tarihli başvurunuz.

Talim ve Terbiye Dairesi Müdürlüğü'nün TTD.0.00.03-12-12/1167 sayı ve 11.10.2012 tarihli yazısı uyarınca ilgi başvurunuz incelenmiş olup müdürlüğümüze bağlı okullarda okuyan öğrencilere yönelik hazırlanan "Sosyal Paylaşım Sitelerinin Kullanımını Etkileyen Faktörler" konulu anket sorularının uygulanması müdürlüğümüzce uygun görülmüştür.

Ancak anketi uygulamadan önce anketin uygulanacağı okulun bağlı bulunduğu Müdürlükle istişarede bulunulup, anketin ne zaman uygulanacağı birlikte saptanmalıdır.

Anketi uyguladıktan sonra sonuçlarının Talim ve Terbiye Dairesi Müdürlüğü'ne ulaştırılması gerekmektedir.

Bilgilerinize saygı ile rica ederim.


Mehmet S. Kortay
Müdür

OB/PC

Tel (90) (093) 228 3136 – 228 8187
Fax (90) (093) 227 8639
E-mail: msh@mednet.net

Lefkoşa-KIBRIS