

**TRABZON ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
REHBERLİK VE PSİKOLOJİK DANIŞMANLIK BİLİM DALI**

**LİSE 3. VE 4. SINIF ÖĞRENCİLERİNİN MESLEKİ OLGUNLUKLARI
İLE İNTERNET KULLANIM AMAÇLARI, SOSYAL MEDYA
TUTUMLARI VE MEDYA OKURYAZARLIKLARI ARASINDAKİ
İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Mahmut SEZER

**TRABZON
Haziran, 2019**

**TRABZON ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
REHBERLİK VE PSİKOLOJİK DANIŞMANLIK BİLİM DALI**

**LİSE 3. VE 4. SINIF ÖĞRENCİLERİNİN MESLEKİ OLGUNLUKLARI
İLE İNTERNET KULLANIM AMAÇLARI, SOSYAL MEDYA
TUTUMLARI VE MEDYA OKURYAZARLIKLARI ARASINDAKİ
İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

Mahmut SEZER

**Trabzon Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsünce Yüksek Lisans Unvanı
Verilmesi İçin Kabul Edilen Tezdir.**

**Tezin Danışmanı
Dr. Öğr. Üyesi Zehra Nesrin BİROL**

**TRABZON
Haziran, 2019**

Trabzon Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğüne

Bu çalışma jürimiz tarafından Eğitim Bilimleri Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir. 21/06/2019

Tez Danışmanı :Dr. Öğr. Üyesi Zehra Nesrin BİROL

Üye :Prof. Dr. Hatice ODACI

Üye :Prof. Dr. Müge YILMAZ

Onay

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Bülent GÜVEN
Enstitü Müdürü

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Tezimin içerdığı yenilik ve sonuçları başka bir yerden almadığımı; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalardan bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada kullanılan her türlü kaynağa eksiksiz atıf yaptığımı ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi, ayrıca bu çalışmanın Trabzon Üniversitesi tarafından kullanılan “Bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda aksinin ortaya çıkması durumunda her türlü yasal sonucu razı olduğumu bildiririm.

Mahmut SEZER

21 / 06 / 2019

ÖN SÖZ

Mesleki bilgi ve becerilerimi artırarak öğrencilerime, velilerime, meslektaşlarıma daha iyi yardımcı olabilmek ve alanında uzman bir rehber öğretmen olmak amacıyla başlamış olduğum yüksek lisans eğitimimi tamamlamış bulunmaktayım. Öncelikle beni büyüten, bu günlere getiren, her zaman başarılı olacağıma inanan ve beni destekleyen anne ve babamın ellerinden öperim.

Hem ders döneminde hem de tez çalışması boyunca eşim en büyük yardımcım oldu. Bu süreçte beni dinledi, bana fikir verdi, destekledi ve en önemlisi büyük bir sabır örneği gösterdi. Yanımda olduğu ve bana güvendiği için sevgili eşim Damla SEZER'e şükranlarımı sunarım.

Yüksek lisans eğitiminde, ben ve arkadaşlarıma danışmanlık yapmayı kabul ederek bizi onurlandıran, bu çalışmayı bilimsel ve akademik çerçevede yürütmemdeki katkılarıyla tezimi güçlendiren sayın öğretmenim Dr. Öğr. Üyesi Zehra Nesrin BİROL'a teşekkür eder bundan sonraki yaşantısında kendisine başarılar ve kolaylıklar dilerim. Ayrıca bölüm öğretmenlerinden Prof. Dr. Hikmet YAZICI'ya ve Prof. Dr. Hatice ODACI'ya da ders dönemindeki katkılarından dolayı teşekkür ederim.

Benim gibi tez çalışması yürüten, beni çalışmam boyunca sürekli motive eden arkadaşım, kardeşim Mahir BAKKAL'a desteklerinden dolayı teşekkür ederim. Yüksek lisans eğitimine yeni başlayan ve Mahir arkadaşım gibi fikir alışverişinde bulunduğum Semih SEZER'e de teşekkürlerimi iletirim. Akademik ve teknik konularda görüşlerini benden esirgemeyen akrabadan öte değerli abim Doç. Dr. Şenol SEZER'e teşekkürü borç bilirim.

Ayrıca tez çalışmasını yürütmem gerekçesiyle bazı zamanlarda sevdiğim insanların davetlerini geri çevirmek ve onlarla daha az vakit geçirmek durumunda kaldım. Bu nedenle ailem, arkadaşlarım ve bütün dostlarımdan özür diliyor, beni anlayışla karşıladıkları için tekrardan teşekkür ediyorum.

Bu çalışmayı kızım Aslı Emek SEZER'e armağan ediyorum.

Mahmut SEZER

Haziran, 2019

İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ	IV
İÇİNDEKİLER.....	V
ÖZET.....	IX
ABSTRACT	X
TABLolar LİSTESİ	XI
KISALTMALAR LİSTESİ	XIII
1. GİRİŞ.....	1
1. 1. Araştırmanın Amacı.....	4
1. 2. Araştırmanın Gerekçesi ve Önemi.....	4
1. 3. Araştırmanın Sınırlılıkları	6
1. 4. Araştırmanın Varsayımları	6
1. 5. Tanımlar	7
2. LİTERATÜR TARAMASI.....	8
2. 1. Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi	8
2. 1. 1. Mesleki Olgunluk.....	8
2. 1. 1. 1. Meslek, İş, Kariyer	8
2. 1. 1. 2. Mesleklerin Gruplandırılması	9
2. 1. 1. 3. Meslek Seçimi ve Önemi	13
2. 1. 1. 4. Meslek Seçimini Etkileyen Faktörler	15
2. 1. 1. 4. 1. Yetenek.....	16
2. 1. 1. 4. 2. İlgi	17
2. 1. 1. 4. 3. Benlik	18
2. 1. 1. 4. 4. Cinsiyet	19
2. 1. 1. 4. 5. Yaşam ve Meslek Değerleri	19
2. 1. 1. 4. 6. Aile.....	21
2. 1. 1. 4. 7. Okul	22
2. 1. 1. 4. 8. Ekonomik ve Politik Faktörler	23
2. 1. 1. 4. 9. Şans	23
2. 1. 1. 4. 10. Medya	24
2. 1. 1. 5. Lise Döneminde Mesleki Gelişim.....	25

2. 1. 1. 6. Mesleki Olgunluk Kavramı	28
2. 1. 1. 7. Mesleki Olgunluk Kavramının Boyutları	29
2. 1. 2. İnternet Kullanım Amaçları	31
2. 1. 2. 1. İnternet Kavramı ve Tarihçesi	32
2. 1. 2. 2. İnternet Uygulamaları	33
2. 1. 2. 3. İnternetin Kullanım Amaçları	34
2. 1. 2. 4. İnternetin Birey Üzerindeki Etkileri	37
2. 1. 2. 4. 1. Bilgilenme, Kültürlenme ve Küreselleşme	38
2. 1. 2. 4. 2. Sosyalleşme ve Yaratıcılık	38
2. 1. 2. 4. 3. İnternet Bağımlılığı	39
2. 1. 2. 5. Meslek Seçiminde İnternet Kaynakları	40
2. 1. 3. Sosyal Medya Tutumları	41
2. 1. 3. 1. Sosyal Medya Kavramına Genel Bir Bakış	41
2. 1. 3. 2. Sosyal Ağlar	43
2. 1. 3. 2. 1. Facebook	43
2. 1. 3. 2. 2. Twitter	44
2. 1. 3. 2. 3. Instagram	44
2. 1. 3. 2. 4. YouTube	45
2. 1. 3. 2. 5. Snapchat	46
2. 1. 3. 3. Sosyal Medyanın Etkileri	46
2. 1. 4. Medya Okuryazarlığı	48
2. 1. 4. 1. Medya Etkisi	48
2. 1. 4. 2. Medya Okuryazarlığı Kavramı ve Gelişimi	51
2. 1. 4. 3. Medya Okuryazarlığı Becerileri	54
2. 1. 4. 4. Medya Okuryazarlığının Gerekliliği ve Önemi	55
2. 2. Literatür Taramasının Sonucu	57
3. YÖNTEM	59
3. 1. Araştırma Modeli	59
3. 2. Araştırma Grubu	59
3. 3. Verilerin Toplanması	60
3. 3. 1. Veri Toplama Araçları	60
3. 3. 1. 1. Kişisel Bilgi Formu	61
3. 3. 1. 2. Mesleki Olgunluk Ölçeği	61
3. 3. 1. 3. İnternet Kullanım Amaçları Ölçeği	61
3. 3. 1. 4. Sosyal Medya Tutum Ölçeği	62
3. 3. 1. 5. Medya Okuryazarlığı Ölçeği	63

3. 3. 2. Veri Toplama Süreci	63
3. 4. Verilerin Analizi.....	64
4. BULGULAR.....	65
4. 1. Verilerin Normallik Testi Sonuçları.....	65
4. 2. Betimsel İstatistik.....	65
4. 2. 1. Mesleki Olgunluk Düzeyi.....	66
4. 2. 2. İnternet Kullanım Özellikleri	67
4. 2. 3. Sosyal Medya Site ve Uygulamalarının Kullanımı	68
4. 2. 4. Meslek Seçiminde İnternette Yararlanma Sıklığı	69
4. 2. 5. Meslek Seçiminde Yararlanılan Web Site ve Uygulamalar	69
4. 2. 6. Mesleki Tercihler	70
4. 2. 7. Mesleki Tercih Etki Eden Faktörler.....	71
4. 3. Mesleki Olgunluğun Bazı Değişkenlere Göre Farklılaşma Durumu.....	72
4. 3. 1. Mesleki Olgunluğun Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumu	72
4. 3. 2. Mesleki Olgunluğun Sınıf Düzeyine Göre Farklılaşma Durumu	72
4. 3. 3. Mesleki Olgunluğun Kurum Türüne Göre Farklılaşma Durumu	73
4. 3. 4. Mesleki Olgunluğun Öğrenim Görülen Lise Türüne Göre Farklılaşma Durumu	73
4. 3. 5. Mesleki Olgunluğun Öğrenim Görülen Alana Göre Farklılaşma Durumu	74
4. 3. 6. Mesleki Olgunluğun İnternet Kullanım Geçmişine Göre Farklılaşma Durumu	75
4. 3. 7. Mesleki Olgunluğun Günlük Ortalama İnternet Kullanım Süresine Göre Farklılaşma Durumu	76
4. 3. 8. Mesleki Olgunluğun Sınıf Geçme Başarı Durumuna Göre Farklılaşma Durumu	77
4. 3. 9. Mesleki Olgunluğun Meslek Seçiminde İnternette Yararlanma Sıklığına Göre Farklılaşma Durumu.....	78
4. 4. Mesleki Olgunluk ile İnternet Kullanım Amaçları, Sosyal Medya Tutumları ve Medya Okuryazarlığı Arasındaki İlişki.....	79
4. 5. Mesleki Olgunluğun Yordanması.....	80
4. 5. 1. İnternet Kullanım Amaçlarının Mesleki Olgunluğu Yordaması	80
4. 5. 2. Sosyal Medya Tutumlarının Mesleki Olgunluğu Yordaması	81
4. 5. 3. Medya Okuryazarlığın Mesleki Olgunluğu Yordaması	82
5. TARTIŞMA	84

6. SONUÇLAR VE ÖNERİLER	94
6. 1. Sonuçlar	94
6. 2. Öneriler	95
6. 2. 1. Araştırma Sonuçlarına Dayalı Öneriler	95
6. 2. 2. İleride Yapılabilecek Araştırmalara Yönelik Öneriler.....	96
7. KAYNAKLAR	98
8. EKLER	120
9. ÖZ GEÇMİŞ VE İLETİŞİM BİLGİLERİ.....	128



ÖZET

Lise 3. ve 4. Sınıf Öğrencilerinin Mesleki Olgunlukları ile İnternet Kullanım Amaçları, Sosyal Medya Tutumları ve Medya Okuryazarlıkları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Bu araştırmanın amacı lise 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin mesleki olgunlukları ile internet kullanım amaçları, sosyal medya tutumları ve medya okuryazarlıkları arasındaki ilişkiyi incelemektir. Bu temel amacın yanında mesleki olgunluğun çeşitli demografik özelliklere, öğrencilerin interneti kaç yıldır ve günde ortalama kaç saat kullandıklarına, meslek seçiminde internetten yararlanma sıklığına göre farklılaşma durumu incelenmiştir. Ayrıca öğrencilerin mesleki tercihleri ve bu tercihlerinde etkili olan faktörler betimlenmeye çalışılmıştır. Araştırma grubu, 2018-2019 eğitim öğretim yılında, Giresun ilinde 5 farklı türdeki lisenin 3. ve 4. sınıflarında öğrenim gören toplam 885 öğrenciden oluşmaktadır. Araştırmanın veri toplama araçları kişisel bilgi formu, Mesleki Olgunluk Ölçeği, İnternet Kullanım Amaçları Ölçeği, Sosyal Medya Tutum Ölçeği ve Medya Okuryazarlığı Ölçeğidir. Veriler, IBM SPSS 25 aracılığıyla analiz edilmiştir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar, lise 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin mesleki olgunlukları ile internet kullanım amaçları, sosyal medya tutumları ve medya okuryazarlıkları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda bu değişkenlerin mesleki olgunluğun birer yordayıcısı olduğu belirlenmiştir. Mesleki olgunluk puanlarının cinsiyet, lise türü, öğrenim alanı, akademik başarı, günlük ortalama internet kullanım süresi, meslek seçiminde internetten yararlanma sıklığı değişkenlerine göre farklılaştığı bulunmuştur. Öte yandan mesleki olgunluk puanlarının sınıf düzeyi, özel lise veya devlet lisesinde öğrenim görme durumu ve internet kullanım geçmişine göre istatistiksel olarak farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Öğrencilerin önemli bir bölümünün interneti 7 yıl ve daha uzun süreden beri, günde ortalama 4 saate kadar ve cep telefonlarından bağlanarak kullandığı görülmektedir. En sık kullanılan sosyal ağın Instagram olduğu, meslek seçiminde en sık kullanılan sitelerin ise yokatlas.gov.tr ile meslektercihleri.com olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Ayrıca lise öğrencilerinin, interneti meslek seçimine yardımcı bir kaynak olarak sıklıkla kullanmalarına karşın, önemli bir bölümünün belirli bir internet sitesi veya programından planlı olarak yararlanmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Mesleki Olgunluk, İnternet, Sosyal Medya, Medya Okuryazarlığı

ABSTRACT

Analysis of the Relationship between Professional Maturities of the 3rd and 4th Grade Students in High Schools and Their Purpose of Internet Usage, Social Media Attitudes and Media Literacy

The aim of this study is to analyse the relationship between professional maturity of the 3rd and 4th grade students in High Schools and their internet usage purposes, social media attitudes and media literacy. In addition, it was examined whether professional maturity differs according to various demographic characteristics; how many years the students' use internet and how many hours they spend time on it approximately in a days the frequency of benefiting from internet at choosing profession. Furthermore, profession the students intend to have in the future and the factors that affect their in choice were tried to be described. The sample of the study consisted of 885 students studying in the 3rd and 4th grades of 5 different types of high schools in the 2018-2019 academic year in Giresun province. The data collection tools of the study are personal information form, Professional Maturity Scale, Internet Usage Aims Scale, Social Media Attitude Scale and Media Literacy Scale. Data were analyzed by using IBM SPSS 25.

The results show that there is a statistically significant relationship between the professional maturity of the 3rd and 4th grade students in high school and internet usage aims, social media attitudes and media literacy. At the same time, it was determined that these variables were predictors of professional maturity. It was found that the professional maturity scores differ according to the variables of gender, type of high school, educational field, academic achievement, daily average internet usage time, frequency of using internet on career choice. On the other hand, it was concluded that the professional maturity scores did not differ statistically in terms of class level, education level in private high school or state high school and internet usage history. It is seen that a significant portion of the students use the internet by connecting to the mobile phones for an average of 4 hours a day for 7 years or longer. The most frequently used social network was Instagram, and the most commonly used sites were meslektercihleri.com and yokatlas.gov.tr. In addition, although high school students are frequently used as a source of help in internet choice, it is concluded that a significant part of them does not benefit from a specific website or program.

Keywords: Professional Maturity, Internet, Social Media, Media Literacy

TABLolar LİSTESİ

<u>Tablo No</u>	<u>Tablo Adı</u>	<u>Sayfa No</u>
1.	Mesleklerin Gruplarının Sektörel Listesi	11
2.	Mesleklerin Gruplandırılması Listesi.....	12
3.	İlgi Alanları, İlgi Duyulan Konular ve İlgili Bazı Meslekler.....	17
4.	Araştırma Grubunun Demografik Özelliklerine İlişkin İstatistik.....	60
5.	Normallik Testi Sonuçları	65
6.	Ölçeklere ve Alt Boyutlara İlişkin Betimsel İstatistik.....	66
7.	İnternet Kullanım Özelliklerine İlişkin Betimsel İstatistik.....	67
8.	Sosyal Meyda Site ve Uygulamalarının Kullanımına İlişkin Betimsel İstatistik	68
9.	Meslek Seçiminde İnternette Yararlanma Sıklığına İlişkin Betimsel İstatistik.....	69
10.	Meslek Seçiminde Yararlanılan Web Sitesi ve Uygulamalara İlişkin Betimsel İstatistik	69
11.	Mesleki Tercihlere İlişkin Betimsel İstatistik.....	70
12.	Mesleki Tercihe Etki Eden Faktörlere İlişkin Betimsel İstatistik	71
13.	Mesleki Olgunluk Ölçeği Puanlarının Cinsiyete Göre t-Testi Sonuçları.....	72
14.	Mesleki Olgunluk Ölçeği Puanlarının Sınıf Düzeyine Göre t-Testi Sonuçları	73
15.	Mesleki Olgunluk Ölçeği Puanlarının Kurum Türüne Göre t-Testi Sonuçları	73
16.	Mesleki Olgunluk Ölçeği Puanlarının Öğrenim Görülen Lisenin Türüne Göre ANOVA Sonuçları	74
17.	Mesleki Olgunluk Ölçeği Puanlarının Öğrenim Görülen Alana ANOVA Sonuçları	75
18.	Mesleki Olgunluk Ölçeği Puanlarının İnternet Kullanım Geçmişine Göre ANOVA Sonuçları.....	76
19.	Mesleki Olgunluk Ölçeği Puanlarının Günlük Ortalama İnternet Kullanım Süresine Göre ANOVA Sonuçları.....	76

20.	Mesleki Olgunluk Ölçeği Puanlarının Sınıf Geçme Başarı Durumuna Göre ANOVA Sonuçları	77
21.	Mesleki Olgunluk Ölçeği Puanlarının Meslek Seçiminde İnternette Yararlanma Sıklığına Göre ANOVA Sonuçları	79
22.	Mesleki Olgunluk, İnternet Kullanım Amaçları, Sosyal Medya Tutumları ve Medya Okuryazarlığı Arasındaki İlişki Matrisi.....	80
23.	İnternet Kullanım Amaçlarının Mesleki Olgunluğu Yordamasına İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları	80
24.	Sosyal Medya Tutumunun Mesleki Olgunluğu Yordamasına İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları	82
25.	Medya Okuryazarlığının Mesleki Olgunluğu Yordamasına İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları	83

KISALTMALAR LİSTESİ

ACRL	: Association of College and Research Libraries (Kolej ve Araştırma Kütüphaneleri Birliği)
ARPANET	: Gelişmiş Araştırma Projeleri Dairesi Ağı (The Advanced Research Project Agency Network)
BTK	: Bilişim Teknolojileri ve İletişim Kurumu
EBA	: Eğitim Bilişim Ağı
ISIC	: Tüm Ekonomik Faaliyetlerin Uluslararası Standart Sanayi Sınıflaması (International Standart Industrial Classification of All Economic Activities)
İKAÖ	: İnternet Kullanım Amaçları Ölçeği
İŞKUR	: Türkiye İş Kurumu
MBS	: Mesleki Bilgi Sistemi
MEB	: Milli Eğitim Bakanlığı
MOÖ	: Mesleki Olgunluk Ölçeği
MOYÖ	: Medya Okuryazarlığı Ölçeği
MTAL	: Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
MYK	: Mesleki Yeterlilik Kurumu
NACE	: Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistikî Sınıflaması (Nomenclature générale des Activités économiques dans les Communautés Européennes)
ODTÜ	: Orta Doğu Teknik Üniversitesi
RTÜK	: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
SMTÖ	: Sosyal Medya Tutum Ölçeği
TDK	: Türk Dil Kurumu
TOBB	: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu

TÜİK : Türkiye İstatistik Kurumu

TÜVEKA : Türkiye Üniversiteler ve Araştırma Kurumları Ağı

UNESCO : United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
(Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü)

YÖK : Yüksek Öğretim Kurumu



1. GİRİŞ

Birey, gelişiminin farklı dönemlerinde üstesinden gelmek zorunda olduğu bir takım görevlerle karşı karşıya gelir. Bu görevlerin üstesinden gelmesi onun gelişimi açısından oldukça önemlidir (Havighurst, 1953). Lise yıllarındaki gencin, içinde bulunduğu gelişim dönemine özgü en önemli görevlerin biri de mesleki gelişim görevleridir. Genç bu dönemde kendisi ve meslekler hakkında bilgi edinme, mesleğin yaşamın geneline ve iş yaşamına getirilerini düşünme, mesleklerin kendisi için avantajlı ve dezavantajlı yönlerini değerlendirme ve sürecin sonunda kendine uygun olduğunu düşündüğü bir mesleği seçme görevleriyle karşılaşır (Ginzberg, Ginsburg, Axelrad ve Herma, 1951). Genç karşısına çıkan bu öncül görevleri yerine getirip mesleki tercihini netleştirdiğinde mesleki açıdan olgun kabul edilir. Mesleki olgunluk, bu görevlerin ne derecede tamamlandığı, bir sonraki evreye geçebilme olgunluğu ve meslek seçimini netleştirme ile doğrudan ilgilidir (Super ve Overstreet, 1960). Bireylerin mesleki olgunlukları arttıkça geleceğe ilişkin umutları, mantıklı karar verme eğilimleri ile meslek seçimine ilişkin karar verme yeterlilikleri de artmaktadır (Orhan ve Ültanır, 2014; Powell ve Luzzo, 1998; Şahinler, 2018).

Meslek seçimi yetenek, ilgi, kişilik özellikleri ve mesleki değerler gibi psikolojik faktörlerle birlikte cinsiyet, sosyoekonomik ve politik faktörlerden etkilenir (Pişkin, 2011). Meslek seçimini etkileyen en önemli faktörlerin başında aile ve yakın çevre gelir. Aile öğretmen ve arkadaşlardan algılanan destek arttıkça mesleki olgunluk da artmaktadır. Ayrıca aile içerisinde kararlarına önem verilen, demokratik anne babaya sahip çocukların mesleki olgunlukları daha yüksektir (Gupta ve Mehtani, 2017; Sürücü, 2005). Bireylerin mesleki algılarına ve mesleki yönelimleri üzerinde etkili olan bir diğer faktör ise medyadır (Altun, 2009a; Meadus ve Twomey, 2007). Ancak medyanın meslek seçimine etkisini ortaya koyan araştırmalar televizyon etkisi ile sınırlı kalmış, diğer medya araçlarının etkisi görüş ve yorumlarla açıklanmaya çalışılmıştır. Günümüzde yaygın olarak kullanılan diğer kitle iletişim araçları ise internet ve bir internet uygulaması olan sosyal medyadır. Yeni medya olarak tanımlanan internet ve sosyal medyanın, bireylerin yaşamına çok yönlü etkisi dikkate alındığında, bu araçların da benzer şekilde bireyin mesleki gelişimleri üzerinde de etkili olabileceği ve mesleki tercihlerine yön verebileceği düşünülmektedir.

İnternet, çok sayıda bilgisayarın birbiri ile etkileşimini sağlayarak, kamu kurumları, özel sektör kuruluşları ve iş dünyası ile tüm sivil kullanıcılara, küresel düzeyde iletişim kurma fırsatı veren bir bilgisayar ağıdır (Seferoğlu, 2006). Günümüzde internet kullanımı hızlı bir şekilde yaygınlaşmakta, özellikle çocuklar ve gençlerin büyük çoğunluğu tarafından kullanılır hale gelmektedir (Madell ve Muncer, 2004). Ayrıca erkeklerin internete

erişim fırsatlarının daha fazla olduğu ve kullanımının kadınlara oranla daha fazla olduğu da bilinmektedir (Gencer, Altuğ ve Ersöz, 2011; Nachmias, Mioduser ve Shemla, 2000; Papastergiou ve Solomonidou, 2005; Selvi, 2009). Sağladığı kullanım kolaylığı ve kullanıcılara bilgiye anında erişim imkânı sunması, internetin kullanımını yaygınlaştıran en önemli nedenlerdir (Karasar, 2004).

İnterneti eğitim, ödev ve araştırma yapmak, bilgiye ulaşma, sohbet etme, eğlenmek ve vakit geçirmek amacıyla yaygın olarak kullanılmaktadır (Günlü, 2016; Yılmaz, 2012). İnternet kullanım amacı cinsiyet, aile yaklaşımları, erişilebilir internete sahip olma gibi çeşitli faktörlerden etkilenir. Örneğin, demokratik tutuma sahip ailelerde yetişen öğrenciler interneti bilgi edinme, araştırma yapma gibi eğitsel amaçlarla daha fazla kullanmaktadır (Alpaslan, 2014). İnternetin aşırı ve kontrolsüz kullanımına bağlı ortaya çıkan olumsuz etkilerinin yanı sıra, bireyler üzerinde bilgilenme, kültürlenme, sosyalleşme gibi olumlu etkileri de bulunmaktadır. İnternet kullanımı arttıkça problemler internet kullanımının artması (Bayhan, 2011), depresyon ve kaygı düzeyinin yükselmesi (Buzcu, 2017; Tarhan, 2018), yeme bozukluğunun gelişmesi (Yılmaz, 2017), genel ve akademik erteleme davranışının artması (Günlü, 2016), internetin bireyler üzerindeki olumsuz etkileri olarak gösterilmektedir. İnternet ve sosyal medyayı belli bir neden olmaksızın sadece zaman geçirmek amacının dışında eğlence iletişim, bilgi edinme, paylaşım gibi belirgin bir amaca yönelik kullanmanın bireylerin psikolojik iyi oluşları ve kültürlerarası bağlamda sosyal ilişkileri üzerinde önemli bir rolü vardır (Pang, 2018).

İnternet, insan yaşamına girdiği günden itibaren oldukça kapsamlı bir bilgi birikimine kullanıcılarının ulaşmasına fırsat veren, eğitim ve öğretimin gerçekleştiği hemen hemen her ortamda eğitimciler ve öğrenciler tarafından yararlanılan bir kaynak durumundadır (Odabaşı, Kabakçı ve Çoklar, 2007). Öğrenciler okula yönelik ödev, proje gibi etkinlikleri internetten yapma ve interneti bilgiye ulaşma için kullanma eğiliminde olsalar da bilgisayar ve internet kullanımının akademik başarıya katkısının olduğunu gösteren bir sonuçta rastlanmamıştır (Gencer vd., 2011; Tarhan, 2018). Bu durum öğrencilerin interneti çoğunlukla okul dışında bir bilgi kaynağı olarak tercih etmelerinden kaynaklanabilir (Nachmias vd., 2000). Halbuki internet okul ve kariyere ilişkin konularda bir bilgi kaynağı olarak kullanıldığında destekleyici bir rolü oynamaktadır. Wohn, Ellison, Khan, Fewins-Bliss ve Gray (2013) lise öğrencilerinin bir internet uygulaması olan sosyal medya aracılığıyla üniversiteler hakkında bilgi edindiklerini; sosyal medyayı sorulara yanıt verebilecek ve bilgi desteği sağlayabilecek bir insan ağı olarak algılamalarının, öğrencilerin üniversite kariyerlerine ilişkin daha umutlu olmaları ve başarılı olabileceklerine olan inançları üzerinde etkili olduğunu bildirmişlerdir. İnternetin bu katkıları düşünüldüğünde öğrenciler interneti bilgi edinme, araştırma yapma ve meslek seçimine yardımcı bir kaynak

olarak kullanmaya yönlendirilmelidir. İnternet ve benzeri teknolojik icatların, bireylerin yaşam tarzına etkilerini tespit etmek, olumsuz etkilere karşın uygun tedbirleri alarak olumlu etkilerin geliştirilmesi amaçlarıyla yeni yöntemlere ve araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır (Kelleci, Güler, Sezer ve Gölbaşı, 2009).

İnternetin yaygın kullanım amaçlarından biri de sosyal medya uygulamalarını kullanmaktır (Bayhan, 2011). Araştırmalar gençlerin sosyal medyaya yönelik tutumlarının olumlu olduğunu göstermektedir (Bor, 2018; Kılıç, 2016;). İnternetin farklı amaçlarla kullanımı sonucunda, bireylerin tutum ve davranışlarında meydana getirdiği değişikliklere benzer şekilde bir internet uygulaması olan sosyal medya kullanımının bireyler üzerinde bir takım etkileri bulunmaktadır. Sosyal medya kullanımı ile internet kullanımı birbirleri ile ilişkidir. Sosyal medya kullanımı arttıkça interneti kullanım sıklığı, interneti eğitim, bilgilendirme, eğlence, bankacılık ve resmi işlemler amacıyla kullanma (Kapucı, 2016), yalnızlık (Aksak, 2017), narsistik kişilik özelliği (Özay, 2018), depresyon düzeyi (Çayırılı, 2017) de artmaktadır. Yine benzer şekilde sosyal medya kullanımı yüksek olan ergenlerin uyku kaliteleri ve benlik saygıları daha düşüktür (Woods ve Scott, 2016).

Sosyal medya kullanımı ile bireyler birbirleri ile çevrimiçi etkileşimde, boş vakitlerini değerlendirerek eğlenirler ve sosyal medyanın getirdiği kazançlardan yararlanırlar (Bailey, Bonifield ve Arias, 2018). Gençleri sosyal medya kullanımına iten sebeplerden biri bu platformdaki gelişmelerden haberdar olma isteğidir (Bor, 2018). Sosyal medya uygulamaları arasında en fazla tercih edilenlerin başında Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat, Youtube gelmektedir (Bayrak, 2019). Türkiye'deki lise öğrencileri arasında ise en fazla kullanılan sosyal medya uygulaması Facebook'tur.

Zaman içerisinde bireyin ilgi ve ihtiyaçlarında meydana gelen değişimlere, sosyal medya uygulamalarının değişen içerik ve yapılarındaki yeniliklere bağlı olarak, bireylerin internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıklarında da değişiklikler meydana gelebilir. Bugün yaygın olarak kullanılan bir sosyal medya uygulaması bir zaman sonra popülerliğini yitirerek yerini başka bir uygulamaya bırakabilir. Bu nedenle en sık kullanılan sosyal medya uygulamalarının neler olduğunun belirlenmesine yönelik yeni çalışmaların yapılması ile birlikte bu uygulamaların gençler tarafından neden tercih edildiği ve gençlerin sosyal medya yönelik tutumlarının neler olduğunun belirlenmesi de gereklidir.

Çocuk ve gençlerin internet ve sosyal medyayı kişisel ve mesleki gelişimlerine katkı sağlayacak şekilde kullanmaları onların bu kitle iletişim araçlarını doğru ve güvenli kullanma, gerçeği ayırt etme aktarılan her türlü mesajı sağlıklı analiz edebilmelerine bağlıdır. İnternet ve sosyal medya dahil her türlü kitle iletişim aracını doğru ve etkili bir şekilde kullanma becerilerini ifade eden kavram medya okuryazarlığıdır. Medya okuryazarı olan bireylerden, medyayı kullanarak ihtiyaç duydukları bilgiye ulaşmaları,

ulaşılan bilgiyi ve karşısına çıkan her türlü mesajı eleştirel bir şekilde değerlendirmeleri, bu mesajların bir üretim sürecinin olduğunu ve çeşitli kaynaklardan aktarıldığını bilmeleri beklenir (Aufderheide, 1997). Bu beceriler bireye medyanın tutum, davranışlar ve kararlarına etkilerini fark ederek, medyayı kararlarını netleştirmede ve güçlendirmede bir aracı olarak kullanma fırsatı sağlar.

İnternet ve sosyal medya kullanımının, çocuk ve gençlerin kişisel ve mesleki gelişimleri üzerinde birer belirleyici olmalarında, bireylerin bu araçları kullanabilme ve bu araçlar aracılığıyla karşılaştıkları mesajları değerlendirme düzeylerinin de bir rolü olabilir. Bu nedenle öğrencilerin medya okuryazarlıklarının ne düzeyde olduğunu belirlemek, medya okuryazarlıkları ile meslek seçimlerini netleştirme arasındaki ilişkiyi incelemenin önemli olduğu düşünülmektedir.

1. 1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı lise 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin mesleki olgunlukları ile internet kullanım amaçları, sosyal medya tutumları ve medya okuryazarlıkları arasındaki ilişkiyi incelemektir. Bu amaçla aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1. Lise 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin mesleki olgunlukları bazı demografik değişkenlere göre (cinsiyet, sınıf düzeyi, kurum türü, lise türü, öğrenim alanı, başarı, sınıf geçme başarı durumu) farklılaşmakta mıdır?
2. Lise 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin mesleki olgunlukları meslek seçiminde internetten yararlanma sıklığına göre farklılaşmakta mıdır?
3. Lise öğrencilerinin internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıkları (ne amaçla kullanıldığı, kaç yıldır kullanıldığı, günlük ortalama kullanım süresi, en sık kullanılan uygulama ve siteler) nelerdir?
4. Lise öğrencilerinin meslek tercihleri ve bu tercihlerinde etkili olan en önemli faktörler nelerdir?
5. Lise öğrencilerinin mesleki olgunlukları ile internet kullanım amaçları, sosyal medya tutumları ve medya okuryazarlıkları arasında ilişki var mıdır?

1. 2. Araştırmanın Gerekçesi ve Önemi

Mesleki gelişim okul öncesi evrelerden başlayarak hayatın son anına dek devam eden ve bireyin hayatını pek çok yönüyle etkileyen önemli bir süreçtir. Mesleki gelişim sürecinin sağlıklı ilerlemesi için bireyin içinde olduğu yaşam dönemine özgü, mesleki görevleri yerine getirmesi ve o dönemde karşılaştığı problemlerinin üstesinden başarıyla gelmesi yani mesleki olgunluğa ulaşmış olması gerekmektedir. Mesleki olgunluğa ulaşmış

ortaöğretim kademesindeki bir bireyden ilgi ve yeteneklerini keşfetmesi, kendisine uygun bir alan/üniversite programı seçmesi, mesleki kararını netleştirmesi ve seçtiği mesleği yapabilmek için gerekli ön becerileri geliştirmesi beklenir. Her birey yaşamının ilk yıllarından itibaren kendini ilgilendiren konular üzerinde planlar yapar, geleceği düşünür ve gelecekle ilgili kararlar alır. Meslek seçimi de bireyin yaşantısını yönlendiren, ortaöğretimin son yıllarında netleştirilmesi gereken ve sonradan değiştirilmesinin kolay olmadığı önemli bir karardır. Bedeninde, zihninde ve duygularında hızlı değişiklikler yaşayan gencin, içinde bulunduğu ergenlik dönemine özgü ani ve büyük değişikliklere uyum sağlamaya çalışırken bir yandan da meslek yaşantısına ilişkin kararlar vermek ve bunları uygulama görevi ile karşı karşıya gelmesi, meslek seçimi sürecini daha da zor hale getirir. Genç, meslek seçimi ile birlikte sadece geçimini sağlama yöntemini belirlemiş olmaz. Bunun yanı sıra meslek, bireye kendini ifade etme, kendini gerçekleştirme gibi psikolojik ihtiyaçlarını karşılamasına da katkı sağlar.

Günümüzde aile ve toplum yapısında meydana gelen farklılıklar, bilim, teknoloji, endüstri alanlarındaki hızlı değişimlere bağlı olarak yeni iş ve meslek alanlarının ortaya çıkması, farklı mesleki bilgi ve becerilere ihtiyaç duyulması gibi nedenler meslek seçimini zorlaştıran diğer nedenlerdir. Bunun yanı sıra meslek seçimi ilgi, yetenek, değer gibi kişilik özellikleri, eğitim durumu, ülkenin ekonomik, politik yapısı gibi pek çok faktörden etkilenir. Meslek seçiminde etkili olan yetenek, ilgi ve diğer önemli faktörler, karar sürecinde dikkate alınmadığında, bireyler çoğunlukla istekleri dışındaki mesleklere yönelme ve rastlantısal olarak meslek edinme durumlarıyla karşılaşır. Aynı zamanda kullanım alanı ve sıklığı gün geçtikçe artan internet, bireylerden her zaman farkında olmasalar da onların düşüncelerini, davranışlarını, çevreyle olan ilişkilerini ve yaşam tarzlarını etkileyen bir iletişim aracıdır.

Bilişim teknolojileri, haberleşme ve medya alanlarındaki değişimler, hem eğitim kurumlarının kendilerini yenilemelerini hem de meslek seçiminde bilgi teknolojilerinden yararlanmayı gerekli hale getirmiştir. Son yıllarda Türkiye’de ve yurtdışında; internet ve buna bağlı sosyal medya gibi araçların yapısı, kullanılış amaçlarını ve bireyin duygu, düşünce ve davranışları üzerindeki rolünü ortaya çıkarmaya çalışan araştırmaların sayısı giderek artmaktadır. Ancak toplumların ve bireylerin yaşamında önemli bir yeri olan internet ve uygulamalarının gençlerin mesleki gelişim sürecindeki rolü, meslek seçimi, mesleki olgunlukları arasındaki ilişkiyi ortaya koyan çalışmaların sayısı sınırlıdır. İnternet, sosyal medya gibi iletişim araçları, bireyin yaşantısını etkileyen unsurlar olarak düşünüldüğünde, bu unsurların bireyin kendine uygun meslek seçimi yaparak mesleki olgunluğa ulaşmaları arasındaki ilişkilerinin de incelenmesinin gerekli olduğu ortadadır.

Billişim çağında, dijital teknolojilerde meydana gelen değişimler farklı okuryazarlık türlerinin gelişimini beraberinde getirmiştir. Yeni gelişen okuryazarlık türleri arasında yerini alan ve 21. yüzyılın temel becerilerinden biri olarak gösterilen medya okuryazarlığı, meslek seçimi yapacak ve iş yaşamına katılacak gençler için de bir o kadar önemli hale gelmiştir. Ancak mesleğe hazırlık ve meslek seçim sürecinde olan Türkiye'deki lise öğrencilerinin ne düzeyde medya okuryazarlık becerilerine sahip olduğu konusunda yeterli sayıda araştırma yapılmamıştır. Yapılan araştırma sayesinde lise öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri hakkında da veriler elde edilmiştir.

Öğrencilerin kişisel, eğitsel ve mesleki alandaki gelişimsel ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik yapılan rehberlik çalışmaları, onların mesleki karar verme becerilerini geliştirerek, kararsızlıklarını azaltmaktadır. Lise öğrencilerinin mesleki olgunluk düzeylerinin internet kullanım amaçları, sosyal medya tutumları, medya okuryazarlığı ve demografik özelliklerle ilişkisinin ortaya koyulmasının; mesleki gelişim amacıyla lise öğrencilerine sunulacak rehberlik ve danışmanlık hizmetlerinin etkinliğinin artırılması ve öğrencilerin mesleki tercihlerinde kendilerine uygun kararlar almalarında yardımcı olacağı düşünülmektedir. Bunun yanı sıra lise çağındaki bireylerin internet kullanım amaçlarını, sosyal medyaya yönelik tutumlarını belirlemeye yönelik araştırmalar mevcut olsa da internetin yapısı, içeriği ve insan ihtiyaçlarının değişmesiyle birlikte kullanılan uygulamalar ve geliştirilen yaklaşımlar da süreç içerisinde değişmektedir. İnternet ve sosyal medya uygulamalarındaki değişikliklerin ve araçların kullanımına yönelik tutum ve davranışları belirlemek amacıyla yapılan çalışmaların güncellenerek devam etmesinin de fayda sağlayacağı düşünülmüştür.

1. 3. Araştırmanın Sınırlılıkları

1. Araştırma grubu 2018-2019 eğitim öğretim yılında farklı liselerde öğrenim gören lise 3. ve 4. sınıf öğrencileri ile sınırlıdır.
2. Araştırma verilerini elde etmek amacıyla Mesleki Olgunluk Ölçeği, İnternet Kullanım Amaçları Ölçeği, Sosyal Medya Tutum Ölçeği ve Medya Okuryazarlığı Ölçeği kullanılmıştır.
3. Katılımcılar sadece Giresun ilinde öğrenim gören öğrencilerden oluşmuştur.
4. Araştırmada sınıf tekrarı yapan öğrenci sayısının az olması bir sınırlılıktır.

1. 4. Araştırmanın Varsayımları

1. Katılımcıların ölçekleri samimiyetle cevaplandıkları varsayılmıştır.

2. Araştırmada kullanılan Mesleki Olgunluk Ölçeği, İnternet Kullanım Amaçları Ölçeği, Sosyal Medya Tutum Ölçeği ve Medya Okuryazarlık Ölçeğinin veri toplamada yeterli olduğu varsayılmıştır.
3. Kişisel Bilgiler Formunda belirtilen site ve uygulamaların sıklıkla kullanılan araçlar olduğu varsayılmıştır.

1. 5. Tanımlar

Meslek: “İnsanlara yararlı mal ya da hizmet üretmek ve karşılığında para kazanmak için yapılan, belli bir eğitimle kazanılan sistemli bilgi ve becerilere dayalı, kuralları toplumca belirlenmiş etkinlikler bütünüdür” (Kuzgun, 2000, s. 3).

Mesleki olgunluk: Bireyin 14-35 yaşları arasına denk gelen gelişim evreleri içerisinde karşısına çıkan mesleki gelişim görevlerini yerine getirerek bir sonraki evreye geçebilecek olgunluğa erişmesidir (Super ve Overstreet, 1960).

Medya: Toplumsal hayatta bireylerin sosyalleşme adına farklı gereksinimlerini karşılamak amacıyla çoğunlukla başvurduğu, bunun yanında eğlenme-eğlendirme, bilgi alma-bilgi verme, haber alma-haberleşme gibi fonksiyonları yerine getiren radyo, televizyon, yazılı basın, internet vb. kitle iletişim araçlarının oluşturduğu kaynağa denir (Kocadaş, 2005).

Sosyal medya: Kullanıcılar tarafından içeriği oluşturulan ve düzenlenen, her yerden erişilebilir iletişim teknikleri kullanılarak insanların birbiri ile etkileşimine olanak sağlayan internet tabanlı uygulamaların olduğu bir platformdur (Kaplan ve Haenlein, 2010).

İnternet: Görüntü, ses, veri dâhil her türlü içeriğe birden fazla kullanıcının ulaşmasını, bu içeriklerin birbirlerine iletilmesini sağlayan bilgisayarlar arasındaki bağlantı ağıdır (Aktaş, 2007).

Medya okuryazarlığı: Kitle iletişim araçları yoluyla elde edilen bilgiyi doğru okuyarak anlamlandırma, eleştirel bir yaklaşımla yorumlama, çok yönlü olarak değerlendirme ve farklı iletişim araçlarını kullanarak kişinin kendi mesajlarını oluşturabilme yeterliliğidir (Şahin, 2014).

2. LİTERATÜR TARAMASI

2. 1. Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi

Bu bölümünde kuramsal çerçeveyi oluşturan mesleki olgunluk, internet kullanım amaçları, sosyal medya tutumları ve medya okuryazarlığı konularına ilişkin literatürde yer alan tanım, açıklama ve bilgilere yer verilmiştir.

2. 1. 1. Mesleki Olgunluk

Literatür taramasının mesleki olgunluk konusu ile ilgili bu bölümünde sırasıyla; meslek, iş ve kariyer kavramlarından, mesleklerin sınıflandırılmasında, meslek seçimini etkileyen faktörlerden, lise döneminde mesleki gelişimden, mesleki olgunluk kavramından ve mesleki olgunluğun boyutlarından bahsedilmiştir.

2. 1. 1. 1. Meslek, İş, Kariyer

İnsanoğlu ilk insandan itibaren yaşamını devam ettirmek için gerekli olan ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik farklı çabalar içerisine girmiştir. Tarihsel süreç içerisinde yaşanan gelişimlere bağlı olarak üretim-tüketim biçim ve ilişkilerinde de bir takım değişiklikler meydana gelmiştir. İlk çağlarda elde edilen ürünler anlık tüketime yönelikken tarım ve yerleşik hayata geçiş ile üretim fazlalığı ve ihtiyaç çeşitliliği meydana gelmiştir. Artan ihtiyaçlar ve bireysel insan uğraşının farklı ihtiyaçlarını aynı anda karşılayacak yeterliliğe sahip olmaması, işlerin bölüştürülmesini ve insanların diğer ihtiyaçlarını karşılamada çevresindekilerin yardımına gereksinim duymasına yol açmıştır. Diğer insanlara faydalı olacak bir şeyler üretmek amacıyla çeşitli alanlarda uğraşlar edinme mesleklerin oluşumunun temel kaynağıdır (Kuzgun, 2000). Alan yazında farklı boyutlarıyla irdelenen meslek kavramını “bireylerin belli bir eğitimin ardından yetkinlik kazandığı, kendine özgü ahlaki kuralları olan, insanlara yararlı hizmet ve mal üretmek için uğraşılan ve sonucunda para kazanılan iş” olarak tanımlamak mümkündür (Kuzgun, 2014; Türk Dil Kurumu [TDK], 2018).

Bireyin meslek edinme gereksiniminin temelinde yer alan diğer bir faktör ise doğuştan getirdiği becerilerini kullanma arzusudur. Birey çalışıkça sahip olduğu becerileri ifade eder ve bunları geliştirir. Var olan bu becerilerin işlevsel hale getirilebileceği en iyi ortam meslek yaşantısıdır (Yeşilyaprak, 2011). Meslek bireye doğuştan getirdiği becerilerini kullanma ve geliştirme fırsatı verir. Yeteneklerini kullanarak sonucunda bir şeyler üreten birey kendini daha iyi hissederek benliğini ve sosyal kimliğini de geliştirir.

Bireyin meslek yaşantısından elde edilen haz ile yaşamının diğer alanlarında başarılı ve uyumlu olması arasında kuvvetli bir ilişki vardır (Gülbahçe, 2007). Meslek bireye becerilerini kullanma fırsatı vermesinin yanında, meydana getirdiği davranış değişiklikleri, oluşturduğu insan çevresi ile kişinin toplum içindeki yerini, ilişkilerini kısacası yaşam tarzını etkileyen önemli bir unsurdur (Yeşilyaprak, 2012)

Bireyler mesleklerini icra ederken çeşitli görev ve aktivitelerde bulunur. Özel bir çalışma alanında, belli bir mesleki bilgi ve beceri gerektirerek benzer etkinlik gruplarında gerçekleştirilen bu görev ve etkinlikler “iş” kavramı olarak nitelendirilir. Meslek ile iş kavramları çoğunlukla birbirlerinin yerine kullanılan kavramlar olsa da meslek, benzer özelliklere sahip işlerin bir araya geldiği daha geniş bir sınıfı tanımlar. Örneğin; öğretmenlik bir meslek iken, bu mesleği yaparken yerine plan oluşturma, nöbet tutma, sınav yapma gibi görev ve aktiviteler iş olarak ifade edilir (Yeşilyaprak, 2011) İş, değişkenliğinin sıklığı, sorumluluğunun işverende olması, eğitiminin görev başında yapılabilmesi yönleriyle meslekten farklılaşır (Karadağ, 2002). Bunun yanı sıra meslek belli bir eğitimin ardından edinilmesine karşın, işin yapılması için çoğunlukla bir eğitim öğretim süreci gerekmez (Telman, 2000).

Meslekle ilişkili bir diğer kavram olan “kariyer” başarma, meslekte ilerleme, statü edinme, kazanç sağlama gibi mesleki rollerin yanı sıra; boş zamanı değerlendirme, toplumun bireyden beklediği davranışları yerine getirme gibi diğer yaşam rollerini de içine alan kapsamlı bir süreci ifade eder (Yeşilyaprak, 2011). Super’a (1980) göre ise kariyer, kişinin yaşamı boyunca sahip olduğu çocuk, öğrenci, vatandaş, işçi, eş, ev hanımı, emekli, sevgili, suçlu gibi tüm rollerin bir birleşiminin sonucudur. Kariyerini planlama sorumluluğu bireyin kendisine aittir. Birey kariyerini planlarken kişisel özelliklerini dikkate alarak kendisi ile ilgili bir değerlendirme yapar ve hedefleri yönünde harekete geçer. Çevresiyle etkileşim halinde olan birey, çevreden gelen kendisi ile ilgili dönütleri de inceler. Bu onun kendisine uygun seçimler yapmasını kolaylaştırır (Kordon, 2006). Birey kariyerini karşısına çıkan alternatifleri değerlendirerek ve bunlardan bazılarını da reddederek kendisi şekillendirir. Kariyer, mesleğin seçilmesi ve meslek yaşantısına başlama ile sonlanmayan, yaşam boyu devam eden etkin bir süreçtir (Kuzgun, 2000). Kariyer gelişimi, mesleki gelişim ve iş gelişimi kavramları eş anlamlı olarak sıklıkla birbirinin yerine kullanılır ve bireyin yaşamı boyunca iş değerlerini geliştirmesi, mesleki kimliği billurlaştırması, yarı zamanlı iş deneyimleri ile fırsatları öğrenmesini ifade eder (Dhillon ve Kaur, 2005).

2. 1. 1. 2. Mesleklerin Gruplandırılması

Bir işin, meslek olarak değerlendirilmesi için; toplum ve insan gereksinimlerini karşılama, başkalarını fayda sağlama, belli bir eğitim sonucunda edinilen bilgi ve beceri

gerektirme, toplumca kabul edilen ahlaki kural ve ilkelere sahip olma, icra edildiği ülkede yasal olarak tanınma, meslek elemanlarını yetiştirirken ve işe alırken belli standartların uygulanması gibi genel özellikleri taşıması gerekir (Kuzgun, 2014). Mesleklerin birbirine benzeyen özellikleri olduğu kadar birbirinden ayrıştığı noktalar da vardır. Mesleklerin benzer ve farklı özelliklerinin ortaya konması, mesleklerde ihtisas alanlarının artması nedeniyle mesleklerin sayısı da giderek artmaktadır. Meslekleri sınıflandırmak amacıyla çeşitli yaklaşım ve sistemler geliştirilmiştir. Yapılan sınıflandırmaların her birinin güçlü ve zayıf yönleri vardır (Kuzgun, 2000).

Korkut-Owen (2008) meslekleri çalışma konularına göre temel düzeyde incelemiş ve meslekleri insan, veri, nesne ve fikir değişkenlerini dikkate alarak dört grupta sınıflandırmıştır. Çalışma konusu insan olan hemşire, öğretmen, psikolojik danışman gibi meslekler, insan davranışını değiştirmeye ilgilidir ve insanlarla iletişim kurarak onları bilgilendirmek, ikna etmek, yönlendirmek ve eğitmek gibi temel becerileri gerektirir. Çalışma konusu veriler olan borsacı, muhasebeci, istatistikçi gibi meslekler daha çok soyut kavramlarla ve sayılarla ilgilidirler. Bu grupta yer alan meslekler verilerin düzenlenmesi, analiz edilmesi, hesaplanması ve kaydedilmesi gibi temel becerileri gerektirir. Veteriner, marangoz, çiftçi, mühendis gibi çalışma konusu nesnelere olan meslekler ise, çeşitli makine ve araçların kullanılması, sürülmesi, bakım ve onarımı gibi becerileri gerektirir. Son grupta, çalışma konusu fikirler olan bilim insanı, düşünür, yazar, politikacı gibi meslekler yer alır. Soyut düşünme, teori ve bilginin kullanılması, düşüncelerin farklı yollarla ifadesi ile ilgilenen bu meslek grubu yaratıcılık, tasarım gibi yetenekler ile analiz, sentez, değerlendirme gibi zihinsel becerilerin kullanılmasını gerektirir.

Bir mesleğe ait görevlerin layıkıyla yerine getirilebilmesi için sahip olunması gereken bilgi, beceri, tavır ve tutumları içeren belli standartlar mevcuttur. Mesleğe ait standartların belirlenmesi; mesleğin gerektirdiği becerileri oluşturan kaliteli bir eğitim programının geliştirilmesi, çalışanların yeterliliğinin ve üretkenliklerinin artması ile birlikte onların istihdamını kolaylaştıran önemli bir çalışmadır (Tuncer ve Taşpınar, 2004). Mesleki Yeterlilik Kurumu [MYK] (2018) Türkiye'de icra edilen mesleklere ilişkin yeterliliklerin ortaya koyulduğu, Avrupa Birliği ve Avrupa Yeterlilik Çerçevesinin yeterlilik seviyelerini de uygun olarak hazırlanan Ulusal Meslek Standartları oluşturmuştur. Standartları belirlenen mesleklerin, kurum ve şirketlerin kendi ekonomik faaliyetlerinin, ürünlerinin veya teknolojilerinin temel alınarak kategorize edildiği 26 sektörden oluşan bir liste hazırlanarak, meslek grupları sınıflandırılmıştır. Tablo 1'de meslek gruplarının sektörel listesi verilmiştir.

Tablo 1. Meslek Gruplarının Sektörel Listesi (MYK, 2018)

Sektör Listesi
Adalet ve Güvenlik
Ağaç İşleri, Kağıt ve Kağıt Ürünleri
Bilişim Teknolojileri
Cam, Çimento, Toprak
Çevre
Eğitim
Elektrik ve Elektronik
Enerji
Finans
Gıda
İnşaat
İş ve Yönetim
Kimya, Petrol, Lastik ve Plastik
Kültür, Sanat ve Tasarım
Maden
Medya, İletişim ve Yayıncılık
Metal
Otomotiv
Sağlık ve Sosyal Hizmetler
Spor ve Rekreasyon
Tarım, Avcılık ve Balıkçılık
Tekstil, Hazır Giyim, Deri
Ticaret (Satış ve Pazarlama)
Toplumsal ve Kişisel Hizmetler
Turizm, Konaklama, Yiyecek-İçecek Hizmetleri
Ulaştırma, Lojistik ve Haberleşme

Mesleklerin gruplandırılmasına ilişkin bir başka çalışma Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği [TOBB] (2012) tarafından yapılmıştır. TOBB, ulusal ticari ve sınai faaliyet verilerinin ülkelerarası karşılaştırmalarda kullanılması amacıyla, Birleşmiş Milletler tarafından hazırlanan ISIC (Tüm Ekonomik Faaliyetlerin Uluslararası Standart Sanayi Sınıflaması) ile Avrupa Birliği' ne üye olan ülkelerde uygulanmak üzere yürürlüğe konulan NACE (Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistikî Sınıflaması) esas alınarak Mesleklerin Gruplandırılması Rehberini hazırlamıştır. Bu rehber NACE'nin ulusal düzeyde hazırlanan bir sürümü olarak kabul edilir. Rehberde temel ekonomik faaliyetler dikkate alınarak, aynı veya benzer mesleki faaliyetlerin bir arada değerlendirilmesi ile bir ürünün üretimi ve ticaretini yapan birimlerin birleştirmesi yoluyla meslek grupları oluşturulmuştur. TOBB tarafından hazırlanan mesleklerin gruplandırılması rehberi Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Mesleklerin Gruplandırılması Rehberi (TOBB, 2018)

Meslek Grupları	Faaliyetler
Tarım, Ormancılık ve Balıkçılık	Bitkisel ve hayvansal üretim ile avcılık ve ilgili hizmet faaliyetleri, Ormancılık ve tomrukçuluk, Balıkçılık ve su ürünleri yetiştiriciliği
Madencilik ve Taş Ocakçılığı	Kömür ve linyit çıkartılması, Ham petrol ve doğal gaz çıkarımı, Metal cevheri madenciliği, Diğer madencilik ve taş ocakçılığı
İmalat	Gıda, Tütün, Tekstil, Giyim eşyaları, Deri, Ağaç ve mantar, Kağıt, Kayıtlı medyanın basılması ve çoğaltılması, Kimyasal, Kok kömürü ve rafine edilmiş petrol, Temel eczacılık, Kauçuk ve plastik, Diğer metalik olmayan mineraller, Ana metal sanayi, Makine ve teçhizat hariç fabrikasyon metaller ile Bilgisayarlar, elektronik ve optik, Mobilya ürünlerinin imalatı Elektrikli teçhizat imalatı, Başka yerde sınıflandırılmış makine ve teçhizat imalatı, Motorlu kara taşıtı, treyler ve yarı treyler imalatı, Gemi ve tekne yapımı, Diğer ulaşım araçlarının imalatı, Diğer imalatlar, Makine ve donanımların kurulumu ve onarımı
Elektrik, Gaz, Buhar ve İklimlendirme Üretimi ve Dağıtımı	Elektrik, gazı buhar ve havalandırma sistemi üretim ve dağıtımı
Su Temini; Kanalizasyon, Atık Yönetimi ve İyileştirme	Suyun toplanması, arıtılması ve dağıtılması, Kanalizasyon, Atığın toplanması, ıslahı ve bertarafı faaliyetleri, iyileştirme faaliyetleri ve diğer atık yönetimi hizmetleri
İnşaat	Bina inşaatı, Bina dışı yapıların inşaatı, Özel inşaat faaliyetleri,
Toptan ve Perakende Ticaret	Toptan ve perakende ticaret ve motorlu taşıtlar ve motosikletlerin onarımı, Toptan ticaret, Perakende ticaret
Ulaştırma ve Depolama	Kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı, Su yolu taşımacılığı, Havayolu taşımacılığı, Taşımacılık için depolama ve destekleyici faaliyetler, Posta ve kurye faaliyetleri
Konaklama ve Yiyecek Hizmeti	Konaklama, Yiyecek ve içecek hizmeti faaliyetleri
Bilgi ve İletişim	Yayıncılık, Sinema filmi, video ve televizyon programları yapıcılığı, ses kaydı ve müzik yayımlama, Programcılık ve yayıncılık faaliyetleri, Telekomünikasyon, Bilgisayar programlama, danışmanlık, Bilgi hizmet faaliyetleri
Finans ve Sigorta Hizmetleri	Sigorta ve emeklilik fonları hariç finansal hizmet, Zorunlu sosyal güvenlik hariç, sigorta, reasürans ve emeklilik fonları, Finansal hizmetler ve sigorta faaliyetleri için yardımcı faaliyetler
Gayrimenkul Faaliyetler	Gayrimenkul Faaliyetler
Mesleki, Bilimsel ve Teknik Faaliyetler	Hukuki ve muhasebe, İdare merkezi, Mimarlık ve mühendislik, Bilimsel araştırma ve geliştirme, Reklamcılık ve Pazar Araştırması, Diğer profesyonel, bilimsel ve teknik faaliyetler, Veterinerlik hizmetleri, Kiralama ve leasing, İstihdam, Seyahat acentesi, tur operatörü ve diğer rezervasyon hizmetleri ile ilgili faaliyetler
İdari ve Destek Hizmet Faaliyetleri	Güvenlik ve Soruşturma, Binalar ve çevre düzenlemesi Büro yönetimi, büro desteği ve diğer şirket destek faaliyetleri
Kamu Yönetimi ve Savunma	Kamu yönetimi ve savunma; zorunlu sosyal güvenlik
Eğitim	Okul öncesi eğitimden yükseköğretime kadar örgün ve yaygın eğitim faaliyetleri, Sporlar ve eğlence eğitimi, Kültürel eğitim, Sürücü kursu faaliyetleri...

Tablo 2'nin devamı

İnsan Sağlığı ve Sosyal Hizmet Faaliyetleri	İnsan sağlığı hizmetleri, Yatılı bakım faaliyetleri, Barınacak yer sağlanmaksızın yürütülen sosyal hizmetler
Kültür, Sanat Eğlence, Dinlence ve Spor	Yaratıcı sanatlar, gösteri sanatları ve eğlence, Kumar ve müşterek bahis, Spor, eğlence ve oyun, Kütüphaneler, arşivler, müzeler ve diğer kültürel faaliyetler
Diğer Hizmet Faaliyetleri	Üye olunan kuruluşların faaliyetleri, Bilgisayarların ve kişisel ve ev eşyalarının onarımı, Diğer hizmet faaliyetleri
Hane halklarının işverenler olarak Faaliyetleri	Ev içi çalışan personelin işverenleri olarak hane halklarının faaliyetleri, Hane halkları tarafından kendi kullarımlarına
Uluslararası örgütler ve Temsilciliklerinin Faaliyetleri	Uluslararası örgütler ve temsilciliklerinin faaliyetleri

Bilim, sanayi ve teknoloji alanlarında meydana gelen hızlı gelişmelere bağlı olarak yürütülen mesleklerin sayısının giderek artmasına ve özelliklerinin karmaşıklaşmasına sebep olmuştur. Mesleki tercih seçeneklerinin genişlemesi, meslek alanlarında yaşanan niteliksel değişimler bireyin mesleki seçim kararını daha güç ve önemli hale getirmiştir (Usluer, 2017). Geçmiş dönem toplumunda aile çocuğu günlük uğraşlar konusunda eğitirken bir yanda da mesleğe hazırlardı. Çocuk anne ve babasının çalışmalarını izleyerek ekonomik faaliyetine katılır ve gelecekte de ailesinin yürüttüğü mesleği devam ettirirdi. Bireyin seçeceği mesleğin sayısı da alternatifleri de kısıtlıydı. Ancak yaşam alanlarında meydana gelen değişimler, mesleklerin çeşitliliği ve bireyin kendi kararını verme sorumluluğunu üstlenmesine yönelik yaklaşımların gelişmesi nedenleriyle meslek seçimi günümüz insanının bir sorunu olmuştur (Kuzgun, 2000).

2. 1. 1. 3. Meslek Seçimi ve Önemi

Birey yaşamının farklı dönemlerinde kendisiyle ilgili konularda seçimler yapma durumuyla karşı karşıya gelir. Yaptığı bu seçimler onun yaşam tarzını şekillendirir. Kendi istek, ihtiyaç ve fırsatlara uygun seçimler yapıldığı takdirde birey kendini iyi ve başarılı hisseder. Bireyin yaşamında yapması gereken önemli seçimlerin başında meslek seçimi gelir (Kuzgun, 1982). Meslek seçimi, kişinin gelecekte yapmayı düşündüğü meslekler içerisinde birine yönelmesi ve bu mesleğe girmek için gayret sarf etmesidir (Usluer, 2017). Bu seçim, bireyin meslek yaşantısının yanında sosyal çevresinin oluşumu, maddi imkânların oluşması, eş seçimi yaşamın diğer alanlarını da etkileyen çok boyutlu bir seçim olması sebebiyle diğerlerine göre farklı bir öneme sahiptir (Sürücü, 2005).

Mesleğe yönelik verilecek kararlar nasıl bir işte çalışmak istendiğinin ötesinde bireyin yaşam standardının da belirleyerek yaşamı bütünüyle etkiler (Çoban, 2005). Seçilen meslek kişinin kazancını, toplumda nasıl bir yer edineceğini, uzak ve yakın çevresindeki kişilerle olan ilişkisini, zamanı kullanma biçimini etkilerken aynı zamanda

kişiyi kendini ifade etme ve gerçekleştirme fırsatı da verir (Korkut-Owen, 2018). İnsanın kendini iyi hissetmesinde ve sağlıklı düşünmesinde yaptığı mesleğin özelliklerinin, kişinin meslekteki başarısının, çalışma ortamına uyumunun etkisi tartışılmaz bir durumdur. Kişinin mesleğini severek o işte başarılı insanlar olması gerçek anlamda mutluluğa giden yolda etkili olduğundan, meslek kararı yaşam boyunca verilen en önemli kararlardan biri olmaktadır (Kılıçcı, 2006). Bireyin kendileri için uygun meslekleri seçmeleri hem daha mutlu bireyler olmalarına hem de üretime katılarak ülke ekonomisine katkı sağlayamamalarına yardımcı olur (Usluer, 2017).

Yaşantısı için önemli olan bu kararı almak kısa bir süre içerisinde gerçekleşen bir eylem değildir. Çocukluktan itibaren çevre ve meslekler hakkında elde edilen izlenimler ile kişinin kendisine yönelik algısının etkileşimi sonucunda ortaya çıkan bir gelişim sürecidir (Yeşilyaprak, 2015). Meslek seçiminde karar aşaması lise yıllarına denk gelen bir dönem olmasına karşılık, bu karar bireyin okul öncesi dönemden başlayarak tüm eğitim yaşantısı boyunca edindiği bilgi ve kazanımlardan etkilenir. Okul öncesi dönemde çevresindeki kişilerin uğraştığı meslekleri tanır ve model aldığı kişilerin meslekleri ile ilgilenir. Çevresinden, ileride ne olacağını sorulmasına karşılık, ilgili olduğu bu mesleklerden birini söyleyerek yanıtlanır. İfade edilen mesleklerde yetenek, meslek özelliği gibi değişkenler dikkate alınmadığı için bu meslekler değişkenlik gösterebilmekte ve gerçekte ilişkisi zayıf olmaktadır. Eğitim yaşantısının ilerleyen dönemlerinde meslek seçiminin diğer kriterlerini dikkate alan birey mesleki hedefleri arasındaki bağlantıyı güçlendirir (Önalın, 2001'den akt., Gülbahçe, 2007, s. 5). Temel eğitimin ilk yıllarıyla birlikte eğitim programları gibi gerek ders içi gerekse öğretmen, arkadaş, okul çevresi gibi ders dışı faktörler yoluyla çocuk mesleklere ilişkin gözlem ve algılarını geliştirir. İş yeri ve kurumların ziyaret edilerek meslek elemanları ile ilişki kurulması, eğitim programı içerisinde yapılan etkinlik ve ödevlendirmeler, medyada yer alan program ve uygulamaların takip edilmesi, çocuğa meslek seçimini netleştirmesi için fırsatlar oluşturur (Baloğlu ve Tan, 2013).

Kişi özgürce aldığı kararlar doğrultusunda uygun mesleğe yönelebilmesi için öncelikle kendisini tanımalıdır. Kendisinin sahip olduğu kişisel, çevresel ve ekonomik özelliklerin neler olduğunu belirlemelidir. Kendisi ile ilgili bilgilerin ortaya konulmasının ardından var olan alternatifler mesleklerin kişinin kendisine sağladığı olanaklar ile bunların gerektirdiği bilgi ve becerilerin bir değerlendirilmesini yapmalıdır. İhtiyaç, değer, ilgi ve beceri gibi kişisel özelliklerin tespit edilmesine yönelik geliştirilen ölçme araçları ile mesleklerin görevleri, çalışma alanları, gerektirdiği eğitim ve beceri düzeyleri gibi özelliklerini inceleyen kurumların da sayısı giderek artmaktadır (Kuzgun, 2000).

Kişinin meslek seçimini netleştirmeden önce mesleğin getireceği yaşam biçimini fark etmelidir. Mesleğin getireceği yaşam biçimini bilmeden yapılacak tercihler mutsuz ve

başarısız bir yaşam sürmelerine neden olabilir. Bu nedenle meslek seçimi konusunda kişi kendine; nasıl bir yaşam istediği, nasıl bir ortamda çalışmaktan daha keyif alacağı, ne kadar kazanç istediği, nelerde başarılı olduğu ve nelere ilgi duyduğu gibi sorular sormalıdır. Bu sorulara verilen yanıtlar bilinçli bir meslek tercihi yapılmasında kişiye yardımcı olacaktır (Baltaş, 2012). Bunun yanı sıra rehberlik hizmetlerinden meslek seçimi konusunda yardım alabilirler (Noeth, Engen ve Noeth, 1984).

Bireyin kendi potansiyelini ortaya koymasına fırsat veren bir mesleği seçmesi hem bireyin kendisine, hem de ülkesine fayda sağlamaktadır. Bu sebeple öğrencilerin tüm yönleriyle gelişimine yardımcı olacak rehberlik ve psikolojik danışma hizmetleri yaklaşımları geliştirilmiş ve uygulanmaya konmaktadır (Yeşilyaprak, 2015). Bu program içerisinde bireyin kişiliğine ve mesleklere ilişkin özelliklerin farkına varması; istek, ihtiyaç, değer, beklenti ve beceri kişilik özelliklerini dikkate alarak mesleki tercihler yapması; mesleki görevleri başarıyla yerine getirmede bireye ve aileye mesleki rehberlik hizmetleri sunulur. Okullarda meslek danışmanlığına yönelik yapılan çalışmalar öğrencilerin mesleki yönelimleri üzerinde etkili olmaktadır (Oliver ve Spoken, 1998; Whiston, Sexton ve Lasoff, 1998).

Meslek seçimi insanın yaşamını belli bir zaman diliminde kısa bir süre içerisinde verdiği bir karar değildir. Bu karar onun gelişim sürecinin tüm aşamalarında aldığı kararların bir bileşiminin sonucudur. Her insan yaşamın ilk yıllarından itibaren temel düzeyde de olsa geleceği hakkında, ileride yapmayı düşündüğü mesleklere ilişkin kararlar alır, plan yapar. Alınan bu kararlar, yapılan planlar bir takım unsurlar dikkate alınmadığından kişiler çoğunlukla tercih ettikleri mesleğe sahip olamamakta ve tesadüfi yollarla mesleklerini seçme durumunda kalmaktadır. Bu nedenle meslek seçimini netleştirmeden önce bu kararı biçimlendiren ve etkileyen faktörlerin değerlendirilmesi gerekir (Tuzcuoğlu, 1994).

2. 1. 1. 4. Meslek Seçimini Etkileyen Faktörler

Meslek seçimi çok sayıda ve farklı türde faktörden etkilenen bir karardır. Meslek seçimini etkileyen faktörlerin tamamını içeren ve herkes tarafından kabul edilen bir sınıflama mevcut olmasa da, birçok faktör benzer ve birbirinden ayrılan yönleriyle incelenmiş, kuram ve araştırmacılar tarafından ortaya konulmuştur. Meslek seçim sürecinde öncelikle bireyin sahip olduğu özellikler ve bu özellikleri nasıl algıladığı önemli bir rol oynar. Ayrıca bireysel özelliklerin dışında bireyin yapmak istediği mesleğe karar vermesinde içinde yaşadığı toplumun sosyoekonomik yapısı, aile, arkadaşlar, sınıf/şube öğretmenleri, rehber öğretmenler ve sözlü/yazılı basın gibi pek çok dış kaynak etkili olmaktadır (Korkut-Owen, 2018; Özyürek ve Atıcı, 2016)

Krumboltz, Mitchell ve Jones'a (1976) göre insanların yaptıkları mesleği seçme süreci veya başka bir mesleğe geçiş yapmaları durumu; onların doğuştan sahip oldukları özel yetenekleri, içinde buldukları sosyal çevredeki fırsat ve imkânları, geçmiş yaşantıdaki deneyimleri ve yapılan işe yönelik becerileri gibi dört faktörden etkilenir. Bireyin kariyer seçimi, tercihler ve kariyerindeki karar değişiklikleri Krumboltz ve diğerlerinin (1976) Sosyal Öğrenme Kuramında belirttikleri bu dört faktörün kendi içerisindeki etkileşimi sonucunda belirginleşir. Kuzgun (2000) meslek seçiminin gelişiminde etkili olan faktörlerin, psikolojik faktörler (yetenekler, ilgiler, değerler, ihtiyaçlar vb.) ile sosyal (cinsiyet, sosyoekonomik düzey vb.) faktörler olduğunu ifade eder. Kulaksızoğlu (2018) ise meslek seçiminin sağlıklı bir şekilde yapılması için sürece etki eden önemli değişkenleri bireysel faktörler, bedensel faktörler, aile faktörü, çevreye ilişkin faktörler ve mesleki faktörler şeklinde açıklamıştır.

Meslek seçimine etkileyen yetenek, ilgi, benlik, yaşam ve mesleki değerleri, aile, okul, ekonomik/politik, şans ve medya faktörlerine ilişkin bilgiler sırasıyla aktarılmıştır.

2. 1. 1. 4. 1. Yetenek

"Yetenek, herhangi bir davranışı, bilgi veya beceriyi öğrenebilmek için doğuştan sahip olunan gizil gücün (kapasitenin) çevre ile etkileşim sonucu geliştirilmiş ve yeni öğrenmeler için hazır hale getirilmiş kısmı" olarak tanımlanır (Kuzgun, 2000, s. 25). Kişinin bir alanda yetenekli olduğunu söylemek için, o alana özgü davranış ve görevleri diğer insanlardan hızlı tamamlaması ve daha başarılı bir performans ortaya koyması gerekir. İnsanların davranışları gözlemlendiğinde, onların farklı alanlarda birbirlerine göre öğrenme ve bir iş yapabilme hızlarının da değiştiği görülür. İnsanoğlunun doğuştan getirdiği ve sonradan geliştirme fırsatlarının olduğu çok sayıda yetenek bulunur. Bir mesleği icra ederken başarıyla gerçekleştirilen bir beceri, aynı becerinin gerektirdiği başka bir meslekte kullanırken o meslekte başarılı olmada tek başına yeterli olmayabilir. Belli iş veya mesleğin gerektirdiği onunla doğrudan ilgili olan birden çok yetenek olabilir (Pişkin, 2011).

Yetenek alanları; bilişsel yetenek, devinimsel yetenek, bedensel yetenek ve duyuşsal yetenektir. Kişinin sahip oldukları yetenekleri ile meslekte başarılı ve mutlu olmaları arasında güçlü bir ilişki vardır. Kişi bir meslekte başarılı olmak istiyorsa o mesleğin gerektirdiği yeteneklere asgari düzeyde de olsa sahip olması gereklidir. Sahip oldukları yeteneklerini kullanamayan veya kullanmasına fırsat verilmeyen bireyler üretken değildir ve yaşamdan keyif almakta zorlanırlar. Bunun aksine yeteneklerini kullanan bireyler ise topluma daha iyi uyum sağlar, daha mutlu ve üretkendirler. Yeteneği kullanma bireyin kendini gerçekleştirme için önemli olan bir durumdur (Kuzgun, 2000; Rogers, 1974).

2. 1. 1. 4. 2. İlgî

Bir işe, bir olaya verilen önem, bir etkinlikle uğraşmaktan hoşlanıp hoşlanmama olarak ifade edilen ilginin çok sayıda çeşidi ve farklı sınıflandırmaları vardır. İlgiler kişinin yaptığı işten memnuniyetini belirlemesi açısından oldukça önemli bir konudur. Kişi bir mesleği icra etmek istiyorsa öncelikle o mesleğe özgü işlerle uğraşmayı seviyor olmalıdır. Örneğin bir genç doktor veya hemşire olmak istiyorsa insanlarla iletişim kurmaktan ve onlara yardımcı olmaktan hoşlanmalıdır. Kişi seçtiği mesleğin gerektirdiği becerilere sahip olsa da mesleğe özgü işlerle uğraşmaktan keyif almayacaktır (Ağakay, 1981; Korkut-Owen, 2018). Korkut-Owen (2018) tarafından geliştirilen ilgi alanları ve ilgili meslek alanlarına ilişkin liste Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3. İlgî Alanları, İlgî Duyulan Konular ve İlgili Bazı Meslekler (Korkut-Owen, 2018)

İlgî Alanları	İlgî Duyulan Konular	İlgili Bazı Meslekler
Temel bilim	Temel bilimlerin konuları	Fizik mühendisi, kimyager, biyolog, doktor
Sosyal bilim	Sosyal konular	Antropolog, psikolog, tarihçi, sosyolog
Canlı varlık	Hayvan ve bitkilerin yaşayışı	Zoolog, botanikçi, ziraat mühendisi, veteriner
Mekanik	Çeşitli alet ve makineler	Bazı mühendislik alanları (makine, inşaat vb.)
İkna	Başkalarını etkilemek	Politikacı, satış elemanı, öğretmen
Ticaret	Alım satım işleri	İş adamı, işletmeci, ekonomist
İş ayrıntıları	Ayrıntılar, düzenli olma	Sekreter, organizatör, program yapımcısı
Edebiyat	Her türlü edebi etkinlik	Yazar, şair, edebiyat eleştirmeni
Güzel sanatlar	Plastik (heykel vb.) ve el sanatları	Ressam, tiyatro sanatçısı, balerin/balet
Müzik	Müzikle ilgili etkinlikler	Müzisyen, besteci, müzik öğretmeni
Sosyal yardım	İnsan sorunları ve yardım etme	Psikolojik danışman, sosyal hizmet uzmanı

İnsanların tercih ettikleri mesleklere ilgi duymalarının yanında o meslekte başarılı bireyler olabilmeleri için yetenek, eğitim yaşantısı gibi diğer özelliklerin de dikkate alınması gerekir. Her birey gelecek de bir mesleği icra ederken kendisini hayal eder, başarılı olacağına inanır. Bu beklentinin gerçekleşmesi için birey zekâ, çevreye uyum, konuşma tarzı, ses tonu vb gibi kişiliğini oluşturan tüm özellikleri ile kendini tanıma, güçlü ve zayıf yönleri ile kendini kabul etmelidir (Öztürk, 2014; Yanbastı, 1990).

2. 1. 1. 4. 3. Benlik

Meslek seçiminde etkili olan diğer bir olgu ise bireyin doğrudan edindiği algıları ile kendine yönelik değerlendirmelerini içeren benlik kavramıdır. Benliğini devam ettirmek insanoğlunun en önemli güdülerinden birisidir. Bireyler yaşam içinde benliklerini güçlendirme ve geliştirme çabası içindedirler (Kağıtçıbaşı, 2010; Rogers, 1977). Birey kim olduğu, neyi amaçladığı, neleri başarabileceği, neleri önemseyip, inanabileceği sorularına yanıtlar verdiğinde, kendini, görüşlerini ve kişiliğini algılayış biçimi olan benliğini tanıma fırsatı bulur (Kaya, 1997). “Benliğimizin yapısı, dünyayı, başkalarını ve kendimizi nasıl görüp, algıladığımız belirler, varoluşumuzun temelini oluşturur ve her tür duygu, düşünce ve davranışımızı etkiler” (Kağıtçıbaşı, 2010, s. 401). Rogers’a (1977) göre benlik farkındalığının her kişi için aynı düzeyde olduğu söylenemez. Benlik farkındalığı iyi, orta veya kötü düzeyde olabilir. Gerçekte yetenekli olan bir kişi yetenekli olmadığına düşünebilir veya bunun tam tersi olarak yeteneksiz bir kişi kendini yetenekli olarak değerlendirebilir.

Gerçekçi bir meslek seçimi yapma çabasında olan birey aynı zamanda kendisi ile ilgili doğru bir değerlendirme yapmak durumundadır. Yaşamın bütün dönemlerinde birey çeşitli rolleri gerçekleştirmeye çalışır ve denemelerde bulunur. Bu denemeler sonucunda çevreden alınan tepkiler izlenir. Bu tepkiler göre birey kendisi ile ilgili değerlendirmeler yapar. Bu denemeler ve değerlendirmeler onun kendini tanıması için fırsat oluşturur. Gelişim dönemleri içerisinde kendisi ile ilgili algıları bütünleştirerek benliğini geliştirir. Bireyin diğer davranışlarında olduğu kadar mesleki görev ve uğraşların gerçekleştirilmesinde ve yaptığı işin sonucunda elde edilecek hazzın oluşumunda benlik kavramının önemi büyüktür (Super, 1963).

Sosyal gelişim süreci içerisinde birey, hangi eylemlerinin nasıl sonuçlar ortaya çıkardığı ve doğal akış içerisinde hangi sonuçların kendi eylemlerinden bağımsız gerçekleştiği yönünde beklentiler oluşturur (Şeker, 2013). Bireyin yaşamının farklı dönemlerinde davranışlarına yön veren, sürecin sonucundaki beklentisinin ve bu beklentilerini gerçekleştirmeye yönelik yetkinliğinin birbiriyle olan etkileşimli sonucu ortaya çıkan belirli kişisel hedefleri vardır (Sharf, 2006’dan akt., Şeker, 2013, s. 5). İnsanlar yaşam içerisinde farklı dönemlerle bazı sorun ve güçlüklerle karşılaşabilirler. Bu sorunlar karşısında neler yapılması gerektiğini bilmelerine karşın çoğunlukla sorunu çözecek olan ve bireye sahip olduğu bilgileri kullanma gücünü veren bir yetkinlik inancına gereksinim duyulur (Çelikkaleli ve Gündüz, 2010). Yetkinliğe olan inancın yüksek olması kişinin sahip olduğu yeteneklere yönelik potansiyeli kullanmasında itici bir güç olur. Güçlü yetkinlik beklentisi motivasyonu artırarak başarıyı giden yolu kolaylaştırırken, düşük yetkinlik

beklentisi bireyin erken vazgeçmesine ve amaçlarına ulaşmakta zorlanmasına sebep olmaktadır (Bandura, 1986).

2. 1. 1. 4. 4. Cinsiyet

Bir toplumda, o toplumun sahip olduğu sosyo-kültürel yapıya ait kadın ve erkeğe atfedilen cinsiyet rolleri bulunur. Aile ve toplum yaşantısı içerisinde bireyin yetiştirilmesi sürecinde toplum tarafından ortaya konan cinsiyete özgü farklı davranış ve yaklaşımlar, bireylerin kişiliğini oluşturma sürecini etkiler. Bir sosyal sistemde kadın ve erkeğin benzer veya ortak değerlerinin olmasıyla birlikte, cinsiyet rollerini gerçekleştirmeye yönelik farklı yaşantılar onların birbirlerinden farklı inanç ve değerler geliştirmelerini beklenir (Yıldırım, 1997).

Cinsiyet meslek seçiminin önemli bir belirleyicisidir. Öğrencilerin cinsiyetlerine göre mesleki yönelimleri de farklılık gösterir (Doğan, 1998). Yetenekleri arasında bir farklılık olmamasına rağmen kadınlar ve erkeklerin kendi yeterliliklerine ilişkin inançlarında farklılık görülmektedir. Kadınların, erkek kültürünün hakim olduğu mesleklerin gerektirdiği becerilere sahip olmadıklarına yönelik inançları sebebiyle, mesleki tercih ve yönelimlerini sınırlandırmaktadır (Bandura, 1988). Bireylerin eğitim yaşantılarının ilk kademelerinde mesleklere ilişkin beklenti ve kararları daha net iken bu durum yaşamın ilerleyen dönemlerinde değişmekte, lise yıllarına gelindiğinde özellikle kadın öğrencilerin mesleki planlamalarında daralma olduğu görülmektedir (Kerr ve Maresh, 1994; Kerr ve Sodano, 2003). Benzer şekilde Bozgeyikli, Doğan ve Işıklar'ın (2010) yaptığı çalışmada, kadın öğrencilerin tercihlerinin daraldığı ve çoğunlukla sağlık ve eğitim alanındaki mesleklere yönlendirildiği belirlenmiştir.

Çurğatay (2010) tarafından yapılan bir çalışmada ise kadın öğrencilerin meslek seçimlerine yetenek, ilgi, geleceğe yönelik hayaller ve idealler gibi kişisel faktörlerin etkisinin erkeklere oranla daha fazla olduğu belirtilirken, erkek öğrencilerin meslek seçiminde mesleğin ekonomik getiri faktörünün etkisinin kadın öğrencilere göre daha fazla olduğu belirtilmiştir. Mesleki yönelimde görülen cinsiyete özgü farklılıklar, meslekte ilerleme kadın ve erkeğin sahip olduğu meslekte ilerleme fırsatlarında da kendini gösterir. Hofstede'ye (1984) göre ticari grupların erkeğe özgü amaçlarının olduğunu, bu nedenle de erkeklerin sahip olduğu kariyer fırsatları ile kadınının farklılık gösterdiğini ifade eder. Bu tür çalışma ortamında çalışanın başarılı olması, erkeğe özgü davranış biçimlerine sahip olması ile ilişkilidir. Bu durumdan farklı olarak, sağlık kuruluşların kadına özgü amaçları sahip olmaları nedeniyle bu kuruluşlarda kadınların meslekte ilerleme fırsatları daha fazladır

2. 1. 1. 4. 5. Yaşam ve Meslek Değerleri

Meslek seçimi süreci, yalnızca kişinin yetenek ve ilgi alanlardan etkilenmez, kişinin sahip olduğu inanç ve değerleri içerir (Ulu, 2007). Toplumda sevilen-sevilmeyen, iyi-kötü, doğru-yanlış gibi temel standartları ifade eden değerler bireyin duygu, düşünce, tutum ve davranışlarının da ölçütünü oluşturur (Büyükdağ, 2012). Toplumların yapılarına göre değişiklik gösteren değerler bireyin toplum tarafından kabul edilmesi için bireyin kendi davranışlarını düzenlemesine de yardımcı olan etkili bir ölçüttür (Atlı, 2012).

Değer kavramı genellikle ilgi ve ihtiyaç kavramlarının yerine kullanılır. Kavramlar arasında bir benzerlik ve ilişki olsa da bunları birbirinden ayırmak mümkündür. İhtiyaçlar, eksikliği hissedilen bir şeye ulaşmak için bizi harekete geçiren mekanizmalar iken ilgiler, bir işin yapılmasından duyulan hazdır. İlgiler içinde yaşanan toplumun norm ve isteklerinden etkilense de çoğunlukla kişilerin kişisel tercihlerini yansıtır. Değerler ise gerçekleştirmeyi düşündüğümüz amaç ve beklentilere yüklediğimiz anlamlardır (Hartung, 2006). Gerçekleştirilmesi istenen amaçlar ile sahip olunan değerler arasında güçlü bir ilişki bulunur. Kişi amaçlarını belirlerken kendi değerlerini dikkate alır ve bunlara ulaşmak için uygun davranışlar geliştirir. Amaçlarına ulaşma yolunda uygun davranışlar gösterirken bir yandan da değerlerini gerçekleştirmiş olur (Ünal ve Erciş, 2006).

Kişinin sahip olduğu yaşam değerleri ile mesleki değerleri arasında yakın bir ilişki vardır. Yapılan herhangi bir iş sonunda alınan doyum aynı zamanda kişinin mesleki değerlerini de ortaya çıkarır. Yaşamın ilk yıllarından itibaren gelişen yaşam değerleri, mesleki tercihi aşamasına geldiğinde kendini mesleki değer olarak gösterir (İçerli ve Arsu, 2019). Mesleki değerler, meslek seçim sürecinde sahip olunan ilgiler kadar etkilidir ve kişinin çevre ile etkileşimi ve yaşantılar sonucunda oluşur. Meslek seçimi yapacak kişiler için mesleki değerlerin belirlenmesi önemli bir aşamadır (Shoffner, 2006). Mesleki değerlerin belirlenmesine yönelik yapılan bir çalışmada, 35 mesleki değerden bahsedilmiştir (Gerçek ve Pişkin, 2008'den akt., Pişkin, 2011, s. 60-62).

Kişinin mesleki değerleri, anne babalarının mesleki yaşantıları ve sahip oldukları mesleki değerlerinden etkilenir. Anne babanın mesleklere ilişkin bilgilerini çocukla paylaşımları ve kendi mesleki yaşantıları sonucunda oluşturdukları kabullerin çocuğun yanında ifade edilmesi, onun mesleklere yönelik kendi yargılarını oluşturmasını etkiler (Brown, 2006). Ailenin kişi üzerindeki etkisi mesleki değerlerin oluşumu ile sınırlı kalmaz. Aile kişinin benliğini oluşturma, doğuştan getirdiği potansiyelinin farkına varma ve bunu geliştirme, bağımsız bir kişilik geliştirerek ve başarılı insanlar olmalarına da yardımcı olur (Arseven, 1986).

2. 1. 1. 4. 6. Aile

Aile, çocuğun dünyaya gözünü açtığı ilk anla birlikte dahil olduğu, ona yaşamını sürdürebilmesi için gerek duyduğu bakım ve desteği sunan ve üyeleri arasında karşılıklı sevgi, saygı ve dayanışma duygularının olduğu bir topluluktur (Özmen, 2004; Sarı, 2013). Ailenin, içinde bulunduğu toplumun kültürünü yaşatma, ekonomik uğraşlarını devam ettirme, nüfusunu artırma gibi toplumsal görevlerinin yanında çocuğun yetiştirilmesi ve eğitilmesini sağlayarak kendine ve toplumuna yararlı bireyler olmalarına yardımcı olma gibi görevleri de vardır (Kaya, 1997). Çocuğa gereken eğitimi vermek ve topluma uyum sağlamasına yardımcı olmak, çocuğun doğuştan edindiği tüm potansiyelini geliştirebileceği uygun bir ortamı ona sağlamak ailenin görevleri arasındadır (Çağdaş ve Seçer, 2007). Aile çocuğun sosyalleşmesi için gerekli olan davranışlar geliştirmesinde ona rehberlik ederek, toplum içinde kendini güvende hissetmesini ve kararlı bir birey olmasını destekler. Toplumsal yaşamın yanı sıra okul yaşamında da başarılı olabilmesi adına becerilerini uyarır ve onun ilgi ve yetenekleri ile uyumlu arzular geliştirmesine katkı sağlar. Bu yönüyle aile, çocuğun gelişimine önemli etkilerde bulunmuş olur (Yavuzer, 2012).

Bireyler mesleklerini severek yaptıklarında, mesleğin gerektirdiği becerilere sahip olduklarında ve yaptıkları işin önemli olduğuna inandıklarında başarılı ve mutlu olurlar. Çocukların gelecekte iş yaşamlarında başarılı olmaları için eleştirel düşünme, girişimci olma, dijital dünyayı tanıma ve teknolojiyi etkin kullanma gibi gümünüz iş yaşamı becerilerini geliştirmeleri gerekir. Çocukların güçlü ve zayıf yönleriyle kendilerini tanımaları, kendilerinde ve dünyada meydana gelen değişimlerin farkına varmaları, 21. yüzyıl iş yaşamı becerilerini kazanmaları ve mesleki karar sorumluluğunu almalarında onlara yardımcı olma ve destekleme, anne-babaların en önemli sorumluluğudur (Yeşilyaprak, 2018).

Aile çocuğun bilişsel, sosyal, duygusal gelişimini desteklemekle birlikte, yeteneklerini keşfetmelerine yardımcı olarak ve meslek seçim sürecinde onları yönlendirerek mesleki gelişimleri üzerinde önemli bir rol oynarlar (Gupta ve Mehtani, 2017). Çocukların meslek seçimini yaparken en fazla etkilendiği kişiler anne ve babalarıdır (Pişkin, 2002). Anne babanın çocuk yetiştirme yaklaşımı, eğitim yaşantısında ve meslek seçiminde çocuğu desteklemesi, ailenin sahip olduğu sosyoekonomik düzey çocuğun mesleki gelişimi ve mesleki kararlarında önemli bir rol oynamaktadır (Cantor, 1991; Çurğatay, 2010; Kulaksızoğlu, 2004; Öztürk, 2014; Turan, 2018; Turner ve Lapan, 2002). Ailenin çocuğun mesleki karar aşamasında otoriter veya koruyucu tutumu, onun kendini tanımasına ve özgüvenini geliştirmesine engel olur. Bu durum çocuğun mesleki kararsızlık yaşamasına neden olur. Bunun aksine ailenin demokratik yaklaşımları çocuğun kendini daha özgür hissetmesi, kendini ifade edebilmesi ve bu yolla daha bağımsız ve gerçekçi kararlar

almasına yardımcı olur (Jacobsen, 1999; Kulaksızoğlu, 2004). Anne babalar sadece sergiledikleri demokratik, koruyucu, otoriter tutumları ile değil çocuklarının mesleki gelişimine katkı sağlayacak bilgilendirme ve yönlendirmelerle de mesleki kararlarını etkilemektedir (Hamamcı ve Hamurlu, 2005). Aileden algılanan destek arttıkça çocuğun mesleki olgunluğu da arttığı görülmüştür (Akdaş, 2013; Sürücü, 2005). Özellikle annenin eğitim düzeyini yüksek olması ve çalışan bir anne olmasına bağlı olarak çocuğuna sunduğu imkânın fazla olması çocuğun çevreden aldığı desteği daha da artırmaktadır (Elbir, 2000).

Günümüzde anne-babalar çoğunlukla çocuklarının yüksek kazanç sağlayan meslekleri tercih etmelerini ister. Meslekte elde edilen kazancın, kişinin yaşam standardını ve sosyal statüsünü önemli ölçüde belirleyen unsur olması, ailelerin bu beklentisinin temel sebebini oluşturur. Çocuğun yüksek kazanç getiren mesleklere yönelmesini beklemek doğal bir yaklaşım olmakla birlikte meslek seçiminde sadece kazanç faktörünün dikkate alınması çocuğun ilgi ve yeteneklerine uygun olmayan meslek alanlarına yönelmesine sebep olabilir (Yelken, 2008). Anne babalar, çocuklarını tanımamaları, meslekler hakkında yeterince bilgi sahibi olmamaları veya meslek ve iş yaşamına ilişkin hatalı yargılara sahip olmaları nedeniyle çocuklarına uygun olmayan mesleki yönlendirmeler de yapabilirler (Cüceloğlu, 2015; Razon, 1983). Aile tarafından yapılan yanlış yönlendirmelerin bir sebebi de mesleki seçim aşamasında çocuğun tamamen yalnız ve desteksiz bırakılmasıdır. Bazı durumlarda aileler çocuklarına rehberlik yapma sorumluluğundan kaçarak ilgisiz kalabilir veya kararı tamamen çocuklarına bırakarak demokratik davrandıklarına inanabilirler (Kayaş, 2009).

2. 1. 1. 4. 7. Okul

Toplumların var olan kültürlerini geliştirmeleri ve sürdürmeleri, yetiştirdikleri çocukların eğitim ve öğrenimiyle mümkündür. Çocuğun eğitimi ailede başlar ve okul ile birlikte yaşamı boyunca devam eder. Çocuğun sosyalleşme sürecinde ilk temel kurum olan okulun amacı, çocuğa topluma uyum sağlamasını öğretmek, gelecekte mutlu ve başarılı bir birey olmasına katkı sağlamaktır (Yavuzer, 2012). Çocuk yetenek, ilgi ve isteklerine uygun mesleği seçtiği oranda mutlu, başarılı ve ülkesine faydalı bir birey olur. Çocuğun kendine uygun mesleği seçmesinde içinde yaşadığı topluma, ailesine düşen görevler olduğu kadar, ona çağdaş bir eğitim sağlama amacıyla kurulan okullara da belirli görevler düşmektedir. Okul bu görevi belirli bir zaman diliminde gerçekleştirmez. Okul öncesi dönemden başlayarak meslek seçiminin netleştirildiği lise dönemine kadar çocuğa kendini ve meslekleri tanımasına, ilgi ve yeteneklerini geliştirmelerini fırsat sağlar (Razon, 1983). Öğretmenler ve yöneticiler öncelikle kendi mesleği açısından öğrencilerine uygun

bir model olur ve tüm mesleklerin gerekli ve önemli olduğu anlayışını benimsetir. Öğretmen kendi derslerine özgü bilgi ve becerilerin meslek yaşamında da kullanıldığı ilişkisini kavratarak, her öğrencinin başarılı olabileceği bir mesleğin olduğuna vurgu yapar. Ayrıca eğitim yaşantısının her döneminde, öğrencinin kendisini keşfetmesine ve meslekleri tanımasına olanak sağlayan rehberlik çalışmalarını yürütür. Öğretmen ve yöneticilerin bu görevleri yerine getirirken, bilim ve teknolojidaki gelişmeleri yakından takip etmeleri ve aileyle işbirliği yapmaları oldukça önemlidir (Binbaşıoğlu, 1986; Yeşilyaprak, 2015).

2. 1. 1. 4. 8. Ekonomik ve Politik Faktörler

Meslek seçimi yaşam boyunca verilen en kritik kararlardan biridir ve bu karar onun ailesinin sahip olduğu sosyoekonomik düzeyden etkilenir. Ailelerin sosyoekonomik düzeyleri farklılaştıkça çocuklarının meslek yaşantılarına yönelik beklentileri, çocukların mesleki yönelimleri de farklılık göstermektedir (Clutter, 2010; Sandis, 1970). Bölükbaş (1989) düşük gelir düzeyindeki öğrencilerin sosyal bilimlerle ilişkili yükseköğrenim programlarına daha fazla yönelirken, yüksek gelirli öğrenciler tıp ve sağlıkla ilişkili programlara yöneldiğini saptamıştır. İyem ve Erol (2013) öğrencilerin mesleki yönelimlerinde demografik özelliklerinin rolünü belirlemeye yönelik yaptıkları araştırmada, öğrencilerin gelir düzeylerinin yükseldikçe kamu sektöründe çalışma isteklerinin azaldığını ayrıca kendi iş yerlerinde çalışmaya yönelik isteklerinin de arttığını tespit etmişlerdir. Akbayır'ın (2002) öğretmenlik mesleğine yönelmede ailenin rolü üzerine yaptığı çalışmada, ailenin gelir düzeyi yükseldikçe öğrencilerin öğretmenlik mesleğine yöneliminin azaldığını görülmüştür.

Bireylerin yaşadığı ülkenin ekonomik ve politik koşulları da onların mesleki seçimlerini etkilemektedir. Ülkedeki herhangi bir sektörde bir mesleğe duyulan ihtiyaç sayısı az olduğu halde o mesleği icra etmek isteyen bireylerin sayısının fazla olması, bireylerin o işi bulmalarını zorlaştıran bir durumdur. Bunun tam tersi olarak bir mesleğe duyulan ihtiyaç çok fazla olmasına rağmen o mesleği icra etmek isteyenlerin sayısının az olması, bu bireylerin o işi bulmalarını kolaylaştırır. Çalışma yaşamındaki bu arz talep dengesi bireylerin iş bulma olasılığını, kazançlarını ve sosyal statülerini belirlemektedir (Pişkin, 2011). Bireyin eğitilmesi ve istihdam edilmesine yönelik politika ve yasalar o ülkedeki siyasi güç tarafından düzenlenir. Bireylerin eğitim yaşantıları, mesleki tercihleri ve mesleki gelişimlerinde o ülke yönetimi belirleyici rol oynar (Gezer, 2010). Türkiye'de öğrenciler geleceğe yönelik iş bulma kaygısı yaşamakta ve daha kolay iş bulma imkânı olan mesleklere yönelmektedir. Bu durumun işsizlik oranlarının yüksek olmasından kaynaklandığını söylenebilir (Sarıkaya ve Khorshid, 2009).

2. 1. 1. 4. 9. Şans

Meslek seçimi her zaman bireyin kendi özelliklerini dikkate alarak yaptığı özel bir seçim değildir. Bireyin bu kararı bazen, kendi kontrolü dışında ve beklenilmeyen bir anda ortaya çıkan olay ve rastlantılar ile doğal olaylar, savaşlar, kaza/hastalıklar ve son anda gelişen yasal koşullar gibi şans faktöründen de etkilenir (Korkut-Owen, 2018). Bir işte çalışmakta olan bireylerin büyük çoğunluğu, lise döneminde iken gelecekte bu mesleği yapacaklarını hayal etmediklerini ifade etmişlerdir. Çünkü yeni bir iş imkânının oluşacağını, yeni bir işle tanışılacağını önceden tahmin etmek çok olası değildir (Krumboltz, 1998).

2. 1. 1. 4. 10. Medya

Bilim ve teknoloji alanındaki hızlı gelişmelere bağlı olarak kitle iletişim araçlarının yapısı, içeriği ve kullanımı da değişmektedir. Bu değişimler insanların yaşam tarzı ve alışkanlıklarını etkilemesinin yanında çocuk ve ergenlerin mesleki karar ve gelişimleri üzerinde de etkili olmaktadır (Hartung, Porfeli ve Wondracek, 2005). Çoban ve Çok (2011) tarafından ergenlerin mesleki gelişiminde medyanın rolü üzerine yapılan bir araştırmada, gazete ve internet gibi medya araçlarında ergenlerin meslek gelişim ve tercihleri yönelik haber ve bilgilere yer verilmesi durumu incelenmiştir. Bu araçlarda mesleki gelişim, meslek seçimi, mesleklerin avantajları ve dezavantajları konularını içeren haber ve bilgilerin yer aldığı ancak bunların içerisinde meslek seçiminde bireysel özellikler faktörlere ilişkin bilgilerin sınırlı olduğu belirlenmiştir.

Medyada en fazla karşılan meslek gruplarını polisler, avukatlar ve doktorlar oluşturur. Bu durum da insanların çeşitli meslek gruplarına medyada aktarılan resmine göre bir takım önyargılar geliştirmelerinde etkili olmaktadır (Altun, 2009a). Meadus ve Twomey'in (2007) yaptığı bir araştırmada ise medyada hemşirelik mesleğinde kadının rol model olarak sunulmasının, erkeklerin bu mesleğe yönelmelerine engel olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ünlü (2010) ise televizyonun çocukların mesleki kararlarında ve bu kararın pekişmesinde etkisinin olduğunu tespit etmiştir. Polisiye dizi izlemeyi tercih eden alt sosyoekonomik düzeydeki çocuklar polis ve asker olmak isterken, komedi ve aşk içerikli dizi izleyen daha üst sosyoekonomik düzeye sahip çocuklarsa avukat ve doktor olmayı istemektedir. Ayrıca araştırmada televizyonun meslekleri tanıma ve seçmedeki etkisi alt sosyoekonomik düzeydeki çocuklarında daha fazla iken, orta ve üst sosyoekonomik düzeydeki çocukların çoğunlukla televizyondan bağımsız meslek seçimi yaptıkları sonucuna da ulaşılmıştır. Yapılan araştırmaların sonuçları bireylerin meslek seçimleri üzerinde medyanın etkisi olduğunu ortaya koymaktadır.

2. 1. 1. 5. Lise Döneminde Mesleki Gelişim

Çocuğun yetenek ve ilgileri ile kendini keşfetmeye başladığı, kendi öğrenme isteği ile araştırmalar yaparak meslekleri tanımaya çalıştığı, bir eğitim ve yaşantının sonucunda meslek sahibi olunacağı farkındalığının olduğu dönem çoğunlukla ortaokul yıllarına denk gelir. Ortaokulun son evreleri yaklaşırken ergenlik döneminin başlangıcıyla birlikte ergen düşünce ve duygu dünyasını geliştirir ve artan ilgilerini dikkate alarak mesleklere yönelik tutumlarına yön vermeye başlar. Bu dönem okul öncesi ve ilkokul döneminden farklı olarak bireyin mesleki yönelimde kendi algılamaları ile daha gerçekçi değerlendirmeler yaptığı bir dönemdir (Tan, 2013; Yıldız ve Yıldız, 2005).

Bu dönemde yeteneklerine uygun mesleğin ne olduğunu bilmemek, para kazanmak zorunda olduğunu fark etmek, nerede ve nasıl iş arayacağını bilmemek, meslek seçiminde yardıma ihtiyaç duymak genci kaygılandırır (Yörükoğlu, 2012). Ergenlik döneminin getirdiği çeşitli gelişimsel görevlerin de üstesinden gelinmeye çalışıldığı ve karmaşık bir sürecin yaşandığı ortaöğretim çağında öğrenciler, bundan sonraki öğrenim aşamasına hazırlanma, program seçimi yapma veya meslek seçimi yapma gibi görevleri de yerine getirerek mesleki gelişimini devam ettirmek durumundadır. Bu dönemde sorumlulukların farkında olması ve sorumluluğunu yerine getirecek güce sahip olduğuna yönelik inancı onun kariyer gelişimi açısından önemlidir (Şeker, 2013). Bedeninde, zihninde ve duygularında hızlı değişiklikler yaşayan ergen lise döneminde ergenlik döneminin bu ani ve karmaşık değişiklikleriyle mücadele ederken bir yandan da gelecekte eğitim ve meslek yaşantısına ilişkin kararlar vermek ve bunları uygulama görevi ile karşı karşıya gelir. Bu dönemde kendine güvenen ve kimlik arayışını sağlıklı tamamlayan bireyler için kendilerini tanıma ve etkili karar alma süreci daha kolay gerçekleşecektir (Gülbahçe, 2007).

Kariyer gelişimi kuramcıları, kariyer kararı vermenin sürekli bir süreç olduğunu ve farklı gelişimsel görevlerin sırasıyla gerçekleştirilmesi gerektiğini vurgulamaktadır (Zunker, 1986'dan akt., Post-Kammer, 1987, s. 421). Yaklaşık 15-18 yaş arasını kapsayan lise döneminde genç, Ginzberg ve diğerlerinin (1951) Gelişim Kuramı'na göre değer ve geçiş basamağında yer alır. Değer basamağı gencin lise öğreniminin ilk yılları olan 15-16 yaşları ifade eder. Değer basamağında bulunan genç, çalışma saatleri içerisinde yaptığı işten alacağı doyumun dışında mesleğin iş yaşamı dışında kendisi sağladığı kazançları da düşünmeye ve değerlendirmeye çalışır. Maddi kazancın dışında mesleğin sağladığı statü, meslekte ilerleme gibi mesleğin diğer avantaj ve dezavantajlarını değerlendirir. Ortaöğretim sonlarında 17-18 yaşlarında olan genç mesleki karar ve eylemlerinde kendi bilgi ve deneyimlerini ön plana çıkararak çevrenin etkilerinden bağımsızlaşır. İlgi, yetenek, değer gibi kişisel özelliklerini dikkate alarak daha gerçekçi tercihler yapmaya çalışır.

Eğitim yaşantısında bir sonraki aşama olan yükseköğretim için kendine uygun olan programları araştırıp, seçim yapar.

Super (1953) yaşam boyu Mesleki Gelişim Kuramı'na göre ise araştırma basamağında olan lise ğrencilerinin, mesleki hedeflerini belirginleştirme ve bu hedeflerini gerçekleştirmeye yönelik uygulama sürecinde olduklarını ifade eder. Bu dönemde genç öz kavram bilinci geliştirir. Bu bilinç ile ileride yapmayı düşündüğü meslek, mesleki kimlik olarak onun zihninde netleşir.

Lise döneminde genç öncelikle öğrenim göreceği alan/dalı, yükseköğrenime devam etmeyi düşünenler niversite programı, düşünmeyenler ise bir meslek seçimi yapma durumu ile karşı karşıya gelir. Bu süreçte gencin karar almasında ve gelişimine uygun seçimler yapmasında başta ailesi olmak üzere yakın çevresinde bulunun ğretmen, arkadaş ve akrabaları gibi diğer kişilerden alacağı destek hissi etkili olmaktadır (Sürücü, 2005). Meslek seçim sürecinde aile arkadaş, ğretmen gibi sosyal çevresinden yönlendirme ile ilişkili desteğin yetersiz olması onların mesleki görevlerini yerine getirmelerinde ve kendilerine uygun seçimler yapmakta zorlanmalarına yol açmaktadır. Çünkü sosyal destek ilişkisel sorunların üstesinden gelme, uyum sağlama, kendini iyi hissetme gibi kişinin daha iyi bir yaşam sürmesi için gerekli olan en temel ihtiyaçları karşılayan bir yapıdır (Bozgeyikli vd., 2010).

Ortaöğretim kurumlarının amacı öğrencilerin zihinsel, bedensel, sosyal ve kültürel yönden geliştirmek, çağın gerektirdiği bilgi ve becerileri edinmesini sağlamak ve öğrencileri ilgi ve yetenekleri doğrultusunda yükseköğretime, iş ve meslek hayatına hazırlamaktır (MEB, 2013). Bu amaçları gerçekleştirerek, öğrencinin meslek seçimine yardımcı olmak amacıyla ortaöğretim kurumlarında mesleki rehberlik faaliyetleri yürütülür. Ortaöğretimin sonunda öğrencinin kendine uygun bir yükseköğretim programı veya bir meslek seçimi yapabilmesi için hem bireysel özelliklerini hem de mesleğe ilişkin özellikleri inceleyerek bir değerlendirme yapmalıdır. ğrenciden beklenen bu becerileri yerine getirmesi ancak ona planlı, sistemli ve bilimsel verilere dayalı bir mesleki rehberlik hizmeti sağlanmasıyla mümkündür (Ercan, 2001). Okullarda mesleki rehberlik hizmetleri kapsamında yürütülen mesleğe yöneltme faaliyetlerin, öğrencilerin meslek seçimleri üzerinde önemli bir rol oynamaktadır (Turan, 2018). Ortaöğretim zorunlu eğitim sisteminde yönlendirme faaliyetleri ile bir üst öğrenime geçişin yapıldığı son aşamadır. Öğrencilere ortaöğretim yaşantıları boyunca sunulacak rehberlik hizmetleri onların tercihlerini yaparken ilgi ve yetenek gibi kişisel özellikleri de değerlendirmelerine ve daha gerçekçi kararlar almalarına yardımcı olacaktır (Beyhan, 2010). Okullarda yürütülen mesleki rehberlik faaliyetlerine Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı çalışan ve kurumların dışında,

üniversiteler, işkur, ticaret oda ve birlikleri, yerel idare, dernek ve vakıf gibi sivil toplum örgütleri de katılmaktadır (Korkut, 2007).

Mesleki rehberlik hizmetleri sadece meslek seçimini netleştirmede değil, öğrenim görülen liselerin ve alan/dalların seçiminde ve verilen kararların değişiminde de öğrenciye yardımcı olur. Türkiye’de lise öğreniminin ilk yılında tüm lise türlerinde ortak müfredatın uygulanıyor olması öğrencilerin öğrenim gördükleri liseyi değiştirmelerini kolaylaştıran bir durumdur. Bu süreçte sağlıklı bir değişim yapılması için lisenin ilk yılında bu öğrencilere rehberlik hizmetlerinin etkin bir şekilde sunulması çok önemlidir (Kuzgun, 2014).

Mesleki seçimin netleştirildiği bu dönemde yeterli bir yönlendirme hizmeti almayarak kendilerine uygun bir eğitim yaşantısı geçirmeyen lise öğrencileri kendini üniversite eğitime devam etme zorunluluğunda hissetme ve kişisel özellikleri ile örtüşmeyen tercihler yapmaktadırlar. Bu durum daha sonraki süreçte tercih ettikleri programlarda başarısızlık yaşamalarına, farklı programlar arasında geçiş yapmaya yönelmelerine ve mesleğin gerektirdiği becerileri yerine getirmede yetersiz kalmalarına neden olmaktadır (Beyhan, 2010).

Lise öğrencileri kendileri için uygun olan meslekleri seçebilecek şekilde eğitilmediğinde, çevresinden edindiği gerçekçi olmayan bilgilerle yönlendirilerek yanlış üniversite ve lisans programı tercih edebilmektedir. Üniversite tercihi yaşam boyunca verilen en önemli kararlardan biri olmasına rağmen öğrenciler kendilerini neyin mutlu edeceğini ve başarıya ulaştıracağını düşünmeden karar verebilmektedir. Üniversite tercihleri yapılırken en çok üniversite giriş sınavından alınan sonuç, lisans programı ile ilişkili olan mesleğin popülerliği ve iş bulma kolaylığı dikkate alınmaktadır (Beyhan, 2010; Erkut, 2017; Gülmez, 2014).

Öğrencilerin tercih önceliği incelendiğinde yerleşmeyi en fazla istedikleri ve diğer öğrenciler tarafından da en sık tercih edilen programları ilk sıralara yazma eğiliminde oldukları görülmektedir. Yerleşme olasılığının düşük olduğunun bilinmesine rağmen öğrencilerin bu programları üst sıralarda tercih etme davranışlarında kararlıdır (Bacanlı, 2008; Gelibolu, 2014). Lise son sınıf öğrencilerinin kariyer seçimlerinin incelendiği bir araştırmada erkek öğrencilerin kadın öğrencilere oranla daha fazla mühendislik ve fen alanına yönelik kariyer planlaması yaptıkları sonucuna ulaşılmıştır. Erkekler için kariyer seçiminde ücretin daha önemli bir faktör olduğu görülürken, kadın öğrenciler için gerçek ilginin daha önemli olduğu görülmüştür. Ayrıca ebeveynlerin ve öğretmenlerin, öğrencilerin kariyer seçimlerine etkilerinin, mühendislik ve fen alanında kariyer seçimi yapan erkek ve kadın öğrenciler üzerinde bu alanları seçmeyen öğrencilere göre daha fazla olduğu da görülmüştür (Dick ve Rallis, 1991).

Meslek seçimi ve lise çağındaki öğrencilerin mesleki gelişim sürecine ilişkin alan yazın incelendiğinde, bir öğrencinin bu dönemde tüm yönüyle kendine ve mesleklere ilişkin özellikler tanıma, ülkedeki ve dünyadaki gelişmeleri takip etme, bir mesleki tercihi netleştirmesi gibi mesleki görevlerinin olduğu görülür. Lise öğrencileri karşısına çıkan mesleki görevleri yerine getirdiğinde ve uygun bir meslek seçimi yaptığında mesleki olgunluğa eriştiği kabul edilir.

2. 1. 1. 6. Mesleki Olgunluk Kavramı

Mesleki olgunluk kavramı ilk olarak Carter (1940) ve Strong'un (1943) ergen ve yetişkinler ile yaptıkları araştırmalarda kullanılmış olup ardından Ginzberg ve diğerleri (1951) tarafından da bu kavrama yer verilmiş ve "bireyin meslek seçimi görevinin ne derecede yerine getirdiği" şeklinde açıklanmıştır. Başka bir tanıma göre ise meslek olgunluk, bireyin belirli bir yaşam dönemi boyunca kariyer inşa görevleriyle başa çıkma yeteneğini temsil eden çok boyutlu bir yapıdır (Černja, Šverko ve Babarović, 2018). Bireyin gerçekçi meslek seçimi yapabilmesi için gerekli olan bilgi ve becerilerin düzeyini ifade eden mesleki olgunluk aynı zamanda bu seçimin gerekliliğinin farkında olma ve zamanında yapıma boyutlarını da içine alan kapsamlı bir kavramdır (Levinson, Ohler, Caswell ve Kiewra, 1998).

Bireyin yaşam süreci içerisinde farklı dönemlerde karşısına çıkan, başarıyla tamamlanırsa bireyde mutluluğa, tamamlanmazsa huzursuzluğa ve bir sonraki dönemler için de sorunların oluşmasına sebep olabilecek bir takım gelişim görevleri vardır (Havighurst, 1953). Mesleki gelişim sürecinin her aşamasında da bireyin kazanması gereken bir takım davranış, beceri ve tutumlar vardır. Bireyin içinde yaşadığı toplum tarafından belirlenen bu tutum ve davranışlar bireyi yerine getirmesi gereken mesleki görevler olarak tanımlanır. Gelişim süreci içerisinde bir sonraki döneme geçtiğinin söylenebilmesi için belirlenen bu görevlerin başarıyla tamamlanması gerekir. Birey bu görevlerin üstesinden geldiği ve bir sonraki görevlerle karşılaşacak seviyeye geldiğinde mesleki olgunluğa ulaşmış demektir. Mesleki olgunluk bu görevlerin ne derece gerçekleştirildiği ile ilgilidir (Super, 1957; Super ve Overstreet, 1960).

Crites (1961) mesleki olgunluğun ölçülmesine yönelik geliştirdiği modelinde, öğrencilerin mesleki olgunluğa ulaşılabilmesi için belirli görevlerin yerine getirilmesi gerekliliğinden bahseder. Modele göre öğrenciler, öncelikle mesleki kararlarının tutarlılığını ve bu kararın yetenek, ilgi, değer gibi kişilik özellikleri ile sosyal statülerine göre gerçekçi olup olmadıklarını belirlemelidir. Ardından kendi kişisel özellikleri ile mesleğin özelliklerini bilerek kendilerine uygun mesleklerin araştırmasını yapmalı ve bilgi toplamalıdır. Öğrenciler karar verme sürecinde ortaya çıkabilecek uyumsuzlukların

üstesinden gelebilmek adına problem çözme becerilerini de geliştirmeye çalışmalılar. Son olarak öğrenciler sürecin her aşamasında meslek seçimine ilgiyle yaklaşmalı, sürece hakim olmalı ve sonunda kendi iradesiyle tercih yapabilecek duruma gelmeyi amaçlamalıdır.

Mesleki olgunluk kavramı bireyin zekâ, benlik algısı, denetim odağı gibi kişilik özellikleri ile aile ilişkileri gibi çevresel faktörlerin mesleki kararlar üzerindeki etkilerini de içine alan bir geniş bir kavramdır (King, 1989). Bu kavram yardımıyla bireyin mesleki tutum ve davranışları anlaşılmalı, mesleki gelişim görevleri ile bağlantılı mesleki gelişim düzeyinin seviyesi de değerlendirilmeye çalışılır (Oğuz, 2008). Mesleki olgunluk düzeyi cinsiyet, ebeveyn yaklaşımları ve eğitim düzeyleri, sahip olunan maddi kaynaklar, sosyal çevreyi oluşturan arkadaş ve öğretmenler gibi unsurlardan etkilenir (Ulaş ve Yıldırım, 2015).

2. 1. 1. 7. Mesleki Olgunluk Kavramının Boyutları

Super (1957) bireylerin 14-35 yaşları arasına denk gelen dönemi 5 mesleki gelişim evresine ayırmış ve bu mesleki gelişim evrelerinin her birinde bireyin yerine getirmesi gereken mesleki görevler olduğunu ifade etmiştir. Birey içinde bulunduğu gelişim evresindeki mesleki görevleri başarı ile tamamlayıp bir sonraki evreye geçtiğinde mesleki olarak da olgunlaşır. Yani mesleki gelişim evreleri ile mesleki gelişim görevleri birbirleri ile ilişkili kavramlardır. Super ve Overstreet (1960) mesleki olgunluğun boyutlarını belirlemek amacıyla yaptıkları araştırmada, mesleki seçimi süreci ile ilgili birbirine bir dizi değişken oluşturarak ve bu değişkenler arasındaki ilişkiyi sınamaya çalışmışlardır. Araştırma sonucunda aralarında ilişki bulunan değişkenler bir boyut olarak değerlendirilmiş ve mesleki olgunluğun 5 boyutu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ergenlik dönemine ilişkin mesleki olgunluğun boyutlarını; (1) meslek seçimine planlı yöneliş, (2) tercih edilen meslek hakkında bilgi toplama ve planlama yapma, (3) meslek tercihlerinin tutarlılığı, (4) özelliklerin billurlaşması ve (5) meslek tercihlerinde akılcılık şeklinde ifade etmişlerdir.

Bireyin seçme konusu ile ilgilenmesi ve meslek seçimine yönelişte kaynakları kullanması "*meslek seçimine planlı yöneliş boyutu*" na özgü tutum ve davranışlar (Super ve Overstreet, 1960). Bu boyut, her bireyin bir işi olması gerekliliğinden hareketle, bireyin de bu gerekliliğin farkında varması, karar verme sorumluluğunun bilincinde olması ve sistemli bir şekilde konuya yönelmesini içerir (Yeşilyaprak, 2002). Bireyin mesleki gelişim görevlerini yerine getirmek ve karşılaştığı zorlukların üstesinden başarıyla gelmek için kendi ve çevresinde yer alan kaynaklardan yararlanma düzeyini de belirleyen bir boyut olarak da değerlendirilir (Themba, 2010). Ergenlik döneminde mesleki olgunluğun en

temel göstergesi, net bir mesleki seçimin varlığı ve belirli bir mesleğe yöneliştir (Černja vd., 2018).

Birey başarılı bir kariyer için kariyer gelişim sürecinde kendisi ve meslekler hakkında bilgi edinmeli, geleceğe yönelik planlamalar yapmalıdır (Super, 1957). *“Tercih edilen meslekler hakkında bilgi toplama ve planlar yapma boyutu”* seçilen mesleğin gerektirdiği özellikler, çalışma şartları, eğitim yaşantısı, görevler hakkında bilgi toplanmayı ve gelişim süreci içerisinde neyin nasıl başarılacağına ilişkin yapılan planlamayı içerir (Super ve Overstreet, 1960). Kariyerine ilişkin bilgi sahibi olma konusunda gelişmiş bir zihinsel beceriye sahip olan gencin, bilgiyi edinme gücü ile birlikte edindiği bilgilerini kullanarak meslek tercihlerini de belirginleştirme düzeyine eriştiği kabul edilir (Osipow, 1973). Bu süreçte genç mesleki tercihlerini yaparken çevresinden yeterli düzeyde mesleki bilgi desteği alırsa, kendine uygun kararlar alma konusunda da daha hazır ve olgun olacaktır (Savickas, 2001).

Mesleki olgunluğun bir diğer boyutu olan *“mesleki tercihlerin tutarlılığı boyutu”* (a) alanlar dâhilinde, (b) düzeyler dâhilinde, (c) alanlar ve düzeyler dahilinde mesleki tercihlerin tutarlılığı ölçütlerini içerir (Super ve Overstreet, 1960). Bireyin mesleki tercihlerinde değişiklik olmaması ve yapılan tercihlerdeki kararlılığın ifade edilmesi bu boyutu içerir. Belli bir mesleğe özgü eğitim veya eğitim dışı etkinliklerin seçimdeki kararlı tutum da mesleki tercih tutarlılığını yansıtan bir davranıştır (Kuzgun, 2000). Kariyer gelişimi sürecinde sürekli çevresiyle ilişki halinde olan birey kararları ile ilgili değerlendirme yaparken çevresinin kendisi ile ilgili dönütlerini inceler. Çevreden alınan dönütler, bireylerin mesleki tercihlerinde tutarlı tutum ve davranışlar geliştirmesine ve kendine uygun kararlar almasına yardımcı olacaktır (Kordon, 2006).

Super ve Overstreet'e (1960) göre *“özelliklerin billurlaşması”* boyutunun kapsamını ilgilerin derecesi ve olgunluğu etkilemektedir. Bunun yanı sıra çalışma sevgisi, iş değerlerinin kişi ile örtüşmesi önemlidir. Ayrıca iş ödülleri araştırılarak farkına varılması, meslek seçimi ve planlama sorumluluğunun alınması gerekir. Bu özellikler meslek seçiminde bağımsızlığı oluşturur. Ergenin kendisine ve işe ait özelliklerin ve bunları diğerlerinden farklı kılan yanların farkına varması bu boyuta has bir davranıştır. Meslek seçimiyle örtüşen yetenek, ilgi, değer gibi kişilik özelliklerinin netleştirilmesi, mesleki olgunluğun diğer bir ölçütüdür (Yeşilyaprak, 2002).

Super ve Overstreet (1960) mesleki olgunluğa yönelik tanımladığı son boyut ise *“mesleki tercihlerde akılcılık”*tır. Meslek tercihinde akılcı olma; (a) yetenek ve tercihler arasındaki uygunluk, (b) ölçülen ilgilerle tercihler arasındaki uygunluk, (c) tercih düzeyi, ölçülen ilgiler ve meslek düzeyi arasındaki uyuma ve (d) tercihlerin sosyoekonomik açıdan erişilebilirliği ölçütlerini içerir. Bu boyutta gençten, mesleki tercihlerinin

gerçekleştirmesi, kendi kişisel özellikleri ile mesleklerin özelliklerini gerçekçi bir şekilde değerlendirmesi ve bu iki unsurun birbiriyle uyuşacağı bir yol izlemesi beklenir (Yeşilyaprak, 2002). Gencin mesleki tercihlerinde akılcı olma olgunluğuna erişmesi kimi bireyde lise yıllarının sonuna denk gelirken kimi bireylerde ise üniversite eğitiminin sonlarına denk gelen döneme kadar sürebilir (Kuzgun, 2000).

Kuzgun'a (1994) göre birey kendi ilgi ve yeteneklerini uygun mesleği seçmesi durumunda yaptığı işten aldığı haz da artacaktır. Mesleki yaşantısını bireyin yaşamının büyük bir bölümünü kapsayan bir süreç olarak düşündüğümüzde, yapılan işten duyulan haz bireyin yaşantısını bir o kadar olumlu yönde etkileyecektir. Bireyin kendisine uygun mesleği seçmesi kolay bir süreç olmamakla birlikte; akılcı bir birey-meslek eşleştirmesi yapıldığında bu durum onun işini severek yapması ve sonucunda o işte başarılı olmasını etkileyecektir (Sarıkaya ve Khorshid, 2009). Bu eşleştirme kısa bir dönem de değil bir süreç sonunda ortaya çıkar ve birey meslek seçimini yaparken kendisi ve meslek ile ilgili en gerçekçi bilgilere ulaşmaya çabalar (Kordon, 2006). Kişiliğine uygun olmayan koşullarda çalışan bireyler duruma uyum sağlayabilmek adına davranışlarını koşullara uydurma veya gereken uyumu yakalamak için çevreyi yani işi değiştirme yoluna da başvurabilir. Birey çevresi ile uygun etkileşimi yakaladığında üst düzeyde mesleki doyumu gerçekleştirmiş olacaktır (Nelson-Jones, 2012).

Mesleki olgunluğun boyutları üzerinde çalışmalarını yoğunlaştıran diğer bir isim ise Crites'tir. Crites (1965) mesleki olgunluğun meslek seçimini de içine alan mesleğe yönelik iş becerilerinin ve gereklerinin anlaşılması, yeteneğin geliştirilmesi, kariyer sürecini planlamaya yönelik uğraşları da kapsadığını ifade eder. Crites (1961), Super ve Overstreet'in (1960) ortaya koyduğu mesleki olgunluk boyutlarından esinlenerek "Ergenlikte Mesleki Olgunluk Modeli"ni geliştirmiş ve mesleki olgunluğu altı boyutta değerlendirmiştir. Bu modelde yer verilen mesleki olgunluğa ilişkin boyutlar; (1) meslek seçim süreci, (2) meslek seçim yeterliliği, (3) meslek seçiminde tutarlılık, (4) seçimin içeriği, (5) seçimin gerçekliği ve (6) meslek seçimine yönelik tutumlar şeklindedir. Crites (1973) bu altı boyuta ilişkin davranışları ölçmek ve öğrencilerin mesleki olgunluğun düzeyini belirlemek için daha önce üzerinde çalıştığı "Mesleki Gelişim Envanteri"ni, bireylerin mesleki görev ve kararlara yönelik tutum ve yeterliliklerini ortaya koyacak şekilde Mesleki Olgunluk Envanteri'ne dönüştürmüştür (Crites, 1978).

2. 1. 2. İnternet Kullanım Amaçları

Kavramsal çerçevenin bu bölümünde, internetin tanımı ve kısa tarihçesi, internet uygulamaları, internet kullanım amaçları, internetin bireyler üzerindeki etkileri, meslek

seçiminde internetin bir kaynak olarak kullanımı ile internet kullanım amaçları konusunda yapılan araştırmalara ilişkin örneklere yer verilmiştir.

2. 1. 2. 1. İnternet Kavramı ve Tarihçesi

1960'lı yıllardan günümüze birçok aşamadan geçerek ve başta ekonomik, sosyolojik ve felsefi temelli olmak üzere pek çok alanda insanlık tarihini küresel bir dönüşüme uğratan, yaş, cinsiyet, statü, milliyet, din fark etmeksizin herkes tarafından kullanılarak büyük bir yapı haline gelen ve belirli bir sınırı olmayan küresel düzeyde bilişim ağına internet denir. İnternet kelimesi, İngilizce "interconnected network" kelimelerinden meydana getirilmiştir. Günümüzde sağlık, eğitim, bankacılık ve birçok alanda kullanılan ve matbanın icadından neredeyse daha önemli olarak görülen internet, ilk olarak ABD'de kullanılmıştır. 1969 yılında ABD'nin savunma sistemi ARPANET (The Advanced Research Projects Agency Network) projesi kapsamında dört ayrı üniversitedeki ana bilgisayarlar birbirine bağlandı. Böylece sistemler arasında iletişim için mesajlaşma kurallarını belirleyen çeşitli donanımsal ve yazılımsal protokoller kullanarak bilgisayarlar arasında uzak iletişim sağlanmış oldu (Çuhadar, 2018; Fırat, 2018; Kılıçer, 2018; Özarslan, 2018).

Uluslararası ağ olan internetin Türkiye'deki öncüsü TÜVEKA (Türkiye Üniversiteler ve Araştırma Kurumları Ağı)'dır. Bu ağ bazı üniversiteler ve akademik kuruluşlar arasında kurulan geniş alan ağıdır. Daha sonraları bu ağın talep karşısında yetersiz kaldığı ve gündün günden artan ihtiyaçlara cevap veremediği için 1991 yılında TÜBİTAK ve ODTÜ tarafından, yeni internet teknolojilerini kullanan bir ağın kurulmasına yönelik çalışmalar başlatıldı. Kurulan bu ağ ile birlikte ilk deneysel bağlantı 1992 yılında Hollanda'ya yapıldı. Ardından ilk internete bağlantısı ODTÜ'den ABD'ye gerçekleştirildi. Daha sonraki yıllarda diğer üniversiteler de bu ağa katılarak internet bağlantısına dahil oldular. Ayrıca telekomünikasyon alanındaki teknolojik ilerlemeler sayesinde yıldan yıla bağlantı hızında da artışlar gerçekleştirildi (URL-1, 2019).

Sıklıkla duyduğumuz www, web, web sitesi kelimeleri aslında internet ile eş anlamlı değildir. Web ve internet birbirinden farklı kavramlardır. Bilgisayarın birleşimiyle oluşan yerel ağların bir araya gelerek oluşturdukları küresel ağa internet denir. Web ise internet üzerindeki servislerden biridir (Gümüş, 2018). Kısaca www olarak bilinen wide web yani dünya çapında ağ ilk olarak 1993 yılında Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi' nin yazılım mühendisi olarak çalışan Tim Berners-Lee tarafından oluşturuldu. Tim tarafından, bu merkez çalışanları arasında metin paylaşımı için kullanılan bu protokol yardımıyla, bilgisayarlar tarafından okunabilecek Hipermetin İşaretleme Dili'ni geliştirildi. Daha sonra kullanımı kolaylığı ve işlevsel olduğu için bu protokol ve dil dünya çapında yaygınlaştı. Böylece kişisel web sayfaları ve internet siteleri diğer internet kullanıcıları tarafından

üretildi ve internete sürüldü. Web yayıncılığı ile internet üzerinde bilgi daha kolay ve hızlı bir şekilde paylaşılmaya başlandı. Aslında internetin bu denli yaygınlaşması ve her alanda kullanılabilir olması www icadından sonra mümkün oldu (Altınpulluk ve Kılıç, 2018; Erdoğan ve Bozkurt, 2018; Kılıçer, 2018; Özarslan, 2018).

2. 1. 2. 2. İnternet Uygulamaları

İnternet üzerinde kullanıcıların eş zamanlı ve eş zamansız olarak kullanabileceği birçok internet uygulaması bulunmaktadır. Bunlar arasında eposta, forum, sohbet uygulamaları, blog, web konferans sistemleri, wiki, arama motorları, sosyal ağlar, mobil uygulamalar vb. sayılabilir (Aydın, 2015).

Sosyal ağlar aracılığı ile bireyler kendilerine ait profiller ve web kimliği oluşturabilmektedir. Yazı, fotoğraf, video paylaşabilir ve arkadaşlarının yaptığı paylaşımları takip edebilmektedir. Ayrıca yorum yaparak fikir beyanında da bulunabilmektedir. Sosyal ağların ilk olarak ortaya çıkışı Web teknolojilerinde ki yaşanan gelişim ve değişim beraberinde gerçekleşmiştir. İlk olarak Web 1.0 ile sadece site yaratıcısının etkin, site kullanıcısının ise tek taraflı olarak bilgiyi tüketen olduğu bir dönemden sonra Web'in 2 sürümüne geçiş yapılmıştır. Web 2.0 ile site ziyaretçileri etkileşimli form öğeleri ve teknolojileri ile hem içerik tüketen hem de üreten konumuna geçmiştir. Böylece sosyal ağların ilk aşaması olan forum siteleri ardından sosyal medya platformları meydana çıkmıştır. Sosyal medya denildiğinde ilk akla gelen Facebook, Twitter gibi ortamlar olsa da sosyal ağlar aslında bunlarla sınırlı değildir. Sosyal ağ ortamlarını; e-posta grupları, bloglar, forumlar, anlık mesajlaşma ortamları ve sosyal ağ siteleri olmak üzere birkaç grupta toplamak mümkündür (Kayabaş, 2016; Salar, 2018).

İnternetin doğuşu ile posta gönderme alışkanlığı da değişti. Elektronik posta kısaca e-posta olarak adlandırılan bu teknoloji uygulaması ile birlikte insanlar birbirlerine eş zamansız biçimde internete bağlanan bir cihaz üzerinden yazı, görsel ve dosya gönderebilmektedir. Bu sayede çok hızlı bir şekilde yer ve zamandan bağımsız iletişim kurulabilmektedir. En sık kullanılan eposta hizmet sağlayıcılardan bazıları ise; Gmail, Outlook, Yahoo ve Yandex'dir (Altun, 2005).

İnsanlar bazen alış-veriş listesi oluşturur bazen de yapacağı ödemeleri hesaplar. Tüm bunları yaparken bir kağıda not alabilir. Bunların daha anlaşılır olması için sınıflandırıp tablo haline dönüştürürse işini daha da kolaylaştırır. Veri tabanı da tıpkı bir kağıda not alır gibi bilgisayar ve benzeri cihazlar ile üretilen veriyi saklamamıza olanak tanır. Ayrıca her gün internet üzerinde büyük miktarlarda veri üretilmektedir. Üretilen bu verilerin kaynağı ise; sosyal ağlar, video paylaşım siteleri, devlet kurumları, bankalar, alış-veriş siteleri, kişisel kayıtlar, cep telefonlarıdır. Verilerin tekrar kullanılması, paylaşılması

ve ilişkilendirilip anlamlı bilgiler haline getirilmesi için kayıt altında tutulması gerekmektedir. Bu kayıt işlemi kişisel ve kişisel olmayan veri tabanı ile yapılmaktadır (Karadeniz, 2018).

Bir diğer internet uygulaması arama motorlarıdır. "Arama motoru, internet kullanıcıların, aradıkları bilgiye ulaşmalarını sağlamak için genel ağ üzerindeki ağ sitelerini başlıklarına, açıklamalarına, anahtar kelimelerine ve içeriklerine göre bir dizin olarak sıralayan bir sistemdir." (TDK, 2019). Bu sistem insanlar tarafından en çok kullanılan uygulamalardan biridir. Arama motoru, internette yer alan içeriklere erişim imkânı sunan, web robotu, arama dizini ve web arayüzü bileşenlerinden oluşan bir yapıdır. İnternet üzerinden, ihtiyaç duyduğumuz bilgiye, web sayfalarına, sosyal ağlara, e-posta hizmetlerine, çeşitli görsel içeriklere erişmek amacıyla yaygın olarak başvurduğumuz araçların arasında yer alır. Google, Bing ve Yandex başta olmak üzere birçok arama motoru çok sayıda insan tarafından sıklıkla ziyaret edilir (Fırat ve Keskin, 2017).

Akıllı telefon, saat ve tabletlerin kullanımları yaygınlaştıkça bu cihazlar için geliştirilen yazılımlarda çoğaldı. Günlük yaşamda birçok alanda kullandığımız bu yazılımlara mobil uygulamalar denmektedir. Mobil cihazlar taşınabilir bilgisayar niteliği taşıdığı için gelişmiş işletim sistemleri bulunmaktadır. Her işletim sistemine uygun olarak geliştirilen yazılımlara uygulama marketlerinden çevrimiçi olarak erişilebilmektedir. Eğitim, sağlık, spor, eğlence, finans, iletişim için geliştirilen mobil uygulamalar insan yaşamını her geçen gün daha da kolaylaştırmaktadır (Çalışkan, 2017).

2. 1. 2. 3. İnternetin Kullanım Amaçları

Bilgi almak, gündemi takip etmek ve çeşitli çevrimiçi işlemleri gerçekleştirmek için kullanıcılar interneti kullanmaktadırlar (Yurdakul ve Çolak, 2018). Günümüz bilişim toplumunda internet sadece bilgisayarların değil; cep telefonu, televizyon, buzdolabı, tost makinesi, resim çerçevesi gibi neredeyse tüm teknolojik araçların bağlandığı bir mecradır. İnternet sayesinde günümüzde neredeyse tüm işlemlerimizi oturduğumuz yerden yapmanın keyfini sürüyoruz. Özellikle mobil internet teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte internete daha esnek ve hızlı bir biçimde erişebiliyor ve dijital cihazlarımızı da internete bağlıyoruz. İnternete bağlı bu teknolojik cihazlar gereksinim duyduğu tüm bilgileri internetten indirerek kullanabilmekte ve kullanıcılarının hayatını kolaylaştırmaktadır. Tam tersi olarak da kendisiyle ilgili bilgilere kullanıcıların internet üzerinden ulaşılmasına olanak vermektedir. İşte bu ve buna benzer özellikleri sayesinde artık teknolojik cihazlarımız daha da akıllanmaktadır (Kılıçer, 2018).

Kapucu'nun (2016) 200 öğrenci üzerinde yapmış olduğu çalışmasında katılımcıların interneti kullanım amaçlarının elde ettiği bulgulara göre; %55'inin oyun oynadığı, %83.5'inin iletişim amacıyla kullandığı, %82.5'inin sosyalleşmek için

kullandığı, %49.5'inin araştırma yaptığı, %61.5'inin haber okuduğu, %70.5'inin alışveriş yaptığı, %49.5'inin eğitim amacıyla kullandığı, %62.5'inin müzik dinlediği, %62'sinin film seyrettiği, %51'inin bankacılık işlemleri için kullandığı, %26'sının ise boş vaktini geçirmek için kullandığı görülmektedir.

Filiz, Erol, Dönmez ve Kurt (2014) tarafından üniversite öğrencileri örnekleminde sosyal medya uygulamalarını kullanım amaçları ile problemlerle internet kullanımı arasındaki ilişkiyi inceledikleri araştırmalarının sonuçlarına göre; "Sosyal etkileşim ve iletişim" amacının alt boyutunda en fazla arkadaşlarıyla iletişimlerini devam ettirmek için kullandıkları, "Tanıma ve tanınma" amacının alt boyutunda en çok farklı kültürlerden insanlarla tanışmak için kullandıkları, "Eğitim" amacının alt boyutunda ise en fazla ödev ve projeler hakkında araştırma yapma amacıyla kullandıkları görülmüştür.

Fırat (2018) tarafından internet ağının kullanım amaçlarını şöyle sıralamıştır;

- ✓ Veri tabanlarının paylaşılması
- ✓ Donanım kaynaklarının paylaşılması
- ✓ Bilgi erişimi ve paylaşımı
- ✓ İdari ve yönetsel kullanım
- ✓ Haberleşme
- ✓ E-ticaret yapma
- ✓ Zaman ve kaynak tasarrufu oluşturma
- ✓ Eğlence

Bu kullanım alanlarının yanı sıra kişi, kurum ve şirketlere ulaşmak, çeşitli yazılımları kullanmak, dosya alışverişinde bulunmak ve konum bulmak için kullanılmaktadır (Odabaşı vd., 2007).

İnternet bilgiye erişim ve eğitim için kullanılmaktadır. Bilgi, insanlığın gelişmesinde hiç değişmeyen ham madde olarak önemli bir kavramdır. İnsanlık tarihinin gelişimi incelendiğinde bilginin depolanması, ihtiyaç duyulduğunda erişilebilmesi ve yayılmasında teknolojinin üstlendiği rol yadsınamaz bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır (Erdoğan ve Bozkurt, 2018). Web, yaşanan teknolojik gelişmelere bağlı olarak hızla artan bilgiye erişimi sağladığı zengin ve etkileşimli unsurlar ile kolaylaştıran ve bizlerin buna uygun maliyetlerle ulaşmasını sağlayan internet üzerinde çalışan önemli bir hizmettir (Özarlan, 2018). Bunun en iyi örneklerinden biride kitapların elektronik sürümü olan e-kitaplara internet üzerinden ulaşabilmemizdir. E-kitaplar eğitim materyalleri olarak kullanılmaktadır. Üniversiteler bazı ders kitaplarını dijital hale getirip e-kitap olarak öğrencilerine sunmaktadır. Bu durum bize eğitimde internetin nasıl kullanıldığına dair fikir vermektedir. Ayrıca internetin eğitim için kullanılan diğer uygulamaları ise; uzaktan eğitim, ders içerik videoları, çevrimiçi sınavlar, eğitici oyunlar vb. şeklindedir. İnternetin eğitim amaçlı

kullanımına bir diğer örnek ise, Türkiye’de Milli Eğitim Bakanlığı tarafından oluşturulan “Eğitim Bilişim Ağı (EBA)” dır. EBA her bireyin ücretsiz kullanabildiği ve okullarda internet tabanlı eğitime olanak sağlayan bir eğitim platformudur (Eğitim Bilişim Ağı [EBA], 2019).

Eğitim, teknolojideki sürekli yenilik ve gelişimlerden en çok etkilenen alanlardan biridir ve özellikle internet ve internete dayalı web teknolojileri bilginin küresel olarak dolaşımına ve paylaşımına izin verdiğinden, eğitim de herkes için standart hale dönüşmüştür (Bozkaya, 2015). Özellikle arama motorları, blog ve video paylaşım siteleri aracılığı ile internet kullanıcıları informal olarak istedikleri konular hakkında bilgi sahibi olabilirler ve o konu hakkında yetkinleşebilirler. Bunların yanı sıra eğitim uzmanları tarafından hazırlanmış online kursları da satın alabilirler.

Kullanıcılar bilgiye erişme ve eğitim ihtiyacı karşılamak amacıyla bahsedilen informal yolları kullanabileceği gibi eğitim kurumları tarafından geliştirilen uzaktan eğitim programlarına da katılabilirler. Uzaktan eğitim, öğrencilerin bireysel öğrenmelerine olanak tanıyan, eğitim kurumlarınca oluşturulan öğretim etkinliklerinin internet üzerinden aktarıldığı bir uygulamadır. Başka bir tanıma göre ise uzaktan eğitim, yer ve zaman sınırlaması olmadan öğrenen ile öğretenin belirli bir iletişim aracı kullanarak etkileşime girdikleri eğitim uygulamasıdır (Dinçer, 2016).

İnternet iletişim amaçlı kullanılmaktadır. İnsanlar gündelik yaşamlarında diğer insanlarla iletişim halinde olurlar. Yüz yüze iletişimin yanında teknolojinin sunmuş olduğu imkânları da iletişim amacıyla kullanırlar. Bu imkânlardan biri de internettir. İnsanlar internet aracılığı ile ailesi, mevcut arkadaşlarıyla, eski arkadaşlarıyla veya yeni bir arkadaşlık kurma amaçlı iletişim kurabilmektedir (Çakır ve Topçu, 2005). Öğrencilerin sosyal ağ kullanım amaçlarını belirlemek amacıyla yapılan bir araştırmada; sosyal ağları mevcut arkadaşlarıyla iletişim kurma amaçlı kullananların oranı %88.2, eski arkadaşlarıyla tekrar iletişime geçme amaçlı kullananların oranı % 78.1, yeni insanlar ile tanışmak ve yeni arkadaşlık kurmak amaçlı kullananların oranı ise %25.8 olduğu görülmektedir (Filiz vd., 2013).

İnternet eğlence amaçlı olarak da kullanılmaktadır. İnternette hoş zaman geçirmek ve zihni dinlendirmek için birçok içerik bulunmaktadır. Bunların başında oyun, müzik, video, film gelmektedir. Hemen hemen her platformda karşımıza çıkan bu içerikler dünyanın herhangi bir yerinde bulunan insanlar tarafından üretilip internette paylaşılmaktadır. Ayrıca sanal sergiler ve müzeler, şehir panoramaları diğer eğlence içerikleri arasında yer almaktadır (Odabaşı vd., 2007).

İnternet sosyalleşmek ve işbirliği amaçlı kullanılmaktadır. Web 2.0 ile internet kullanıcılarının daha etkin ve içerik üreten konuma gelmesi ile birçok sosyal ağ kurulmuştur. Bu ağlar sayesinde insanlar, sosyal çevresini genişletme ve farklı kültürlerden insanlarla

iletişim kurma imkânı yaşamakta, projeleri için interneti kullanarak topluluklar oluşturabilmektedirler. Bu topluluklarda insanlar, bir araya gelerek sorunlara çözüm üretmekten, kişisel gelişimi sağlamaya kadar geniş kapsamlı sosyalleşme imkânı bulmaktadır. Benzer şekilde eğitim amaçlı gruplar da oluşturulabilmektedir (Google, 2019; Kickstarter, 2019; Ubuntu, 2019).

İnternetin kullanıldığı bir diğer alan ise e-ticarettir. Fiziksel mağaza, market ve Pazar yerinde yapılan alışverişlerin internet üzerinden yapılmasına e-ticaret denmektedir. Bilgisayar teknolojisi, elektronik iletişim yöntemi ve ilgili araçlar kullanılarak mal alışı ve para verışı şeklinde işleyen bir yapıya sahiptir. Bu uygulama son yıllarda küresel olarak yaygınlaşmış ve insanların tüketim alışkanlıklarında değişime sebep olmuştur (Çalışkan, 2015).

İnternette faydalanılan bir diğer alan da reklamdır. Şirketlerin potansiyel müşterilerine erişmesinin bir yolu da internet ortamında reklam vermesidir. Özellikle web yayıncılarının gelir elde ederek büyümeleri ve daha profesyonel iş yapabilmeleri için reklam gelirlerine ihtiyaçları vardır. İnternet ortamında reklam için günümüzdeki en kolay ve hızlı yollardan biri Google üzerinden reklam vermek ve ya almaktır (Gümüş, 2018). Sosyal medya, bireylere kendilerini ifade etme olanağı sağladığı gibi, firmalara da müşteriye birinci elden ulaşmak açısından çeşitli fırsatlar sunmaktadır. Firmalar sosyal medyayı kullanarak müşterilerle devamlı iletişimde kalmayı; elde ettikleri müşteri görüşlerinden yola çıkarak ürün ve hizmet geliştirmeyi amaçlamaktadır (Kayabaş, 2016).

2. 1. 2. 4. İnternetin Birey Üzerindeki Etkileri

İnternet kullanımının birey üzerindeki etkileri incelendiğinde de bunlar olumlu ve olumsuz etkiler olarak ikiye ayrılmaktadır. Olumlu etkileri arasında; bilgilenme, kültürlenme, yaratıcılık, akademik başarı, sosyalleşme, maddi gelir sayılabilirken olumsuz etkileri arasında zamanını boşa harcama, sanal zorbalık, internet bağımlılığı ve beraberinde asosyalleşme, başarısızlık, yalnızlaşma, uyku bozukluğu, irade kaybı, psikolojik ve fiziksel sağlık sorunları şeklinde sıralanmaktadır. Ayrıca birey üzerindeki bir diğer etkisi olan kişilik edinme ve küreselleşme şeklinde iki yönlü olarak sonuç vermektedir. Bunların yanında internet kullanımının özellikle orta öğretim kurumu öğrencilerinin üzerindeki etkilerini belirleyen değişkenler ise cinsiyet, sınıf, algılanan akademik başarı düzeyi, okul türü, aile eğitim düzeyi, kültür, hangi amaçla internet kullandığı, gelecek beklentisidir (Demir ve Seferoğlu, 2016; Derin, 2013; Gökçearslan ve Günbatar, 2012; Güven ve Sülün, 2012).

2. 1. 2. 4. 1. Bilgilenme, Kültürlenme ve Küreselleşme

Bir iletişim aracı olan internet birçok noktayı birbirine bağlayarak küresel bir ağ oluşturmaktadır. Bu ağı kullanarak kullanıcılar kişisel web sayfalarında, bloglarında, sosyal ağlarında, sözlüklerde bilgi edinme ve bilgi paylaşma amaçlı etkin olmaktadır. Bu alışveriş sayesinde bilgi dünyanın herhangi bir noktasından bir başka noktasına aktarılmaktadır. Ayrıca bu küresel ağ dünya dışında bulunan uzay araçları ile de bağlantılı hale gelerek evrene dair bilgilere ulaşmamıza olanak sağlamaktadır (Sarigül, 2015).

McLuhan'ın ifade ettiği gibi, dünya küresel bir köy haline gelmiştir. Özellikle bilişim teknolojilerindeki gelişim ve internetin yaygınlaşması bu sözü destekler niteliktedir. İnsanlık avcı-toplayıcı, tarım, sanayi toplumu dönemlerinden geçerek bilgi çağı devrimini başlatmıştır. Bu yeni dönemde toplumlar yeni bir yola doğru ilerlemektedir. Bu yolda küresel ağ olan interneti kullanarak sosyolojik, ekonomik ve siyasi olarak yeniden tanımlanma sürecini yaşamaktadır. İnternet ile sınırların ortadan kalkması mümkün olmaktadır. Dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen olaydan ötekilerin hemen haberdar olması ve yeni bir akımın diğer yerlerde karşılık bulması bu duruma örnek gösterilebilir. İnternet bir iletişim aracından çok daha fazlasıdır. Bireylerin yeni bir mekân olarak kullandığı ve gerçek yaşama benzer kuralların işlediği bir mecradır. Sanal topluluklar içerisinde bireyler birbirleriyle fikir alış-verişinde bulunmakta, işbirliği yapmakta, rekabet etmekte ve olmak istediği kimliğe bürünebilmektedir. Bu denli yoğun bir bilgi, kültür alış veriş sonucunda küreselleşme kaçınılmaz olmaktadır. Küreselleşme ile dünyanın ortak sorunları tüm bireyler tarafından aynı anda gündem olmakta ve benzer kaygıları paylaşmaktadır. Bu ortak duygu oluşturma ve yaratıcılıkların paylaşılmasının yanı sıra küreselleşmeyi kendi çıkarları için kullanmak isteyenler de ortaya çıkmaktadır. Ekonomik, siyasal ve sosyal yönden başat unsur olarak internet yönlendirilmeye çalışılmaktadır. Böylece kendileri için uygun bir kişilik ve kültür yapısında insanların yaratılması hedeflenmektedir (Güzel, 2006; Özdamar, 2018).

2. 1. 2. 4. 2. Sosyalleşme ve Yaratıcılık

Akıllı telefon, tablet, saat gibi taşınabilir cihazların internete bağlanabilmesi ve yeni web teknolojilerinin yaygınlaşması ile sosyal ağlar gündelik yaşamın vazgeçilmezi oldu. Bu ağlar ile insanlar sanal dünya üzerinde çevre sahibi olabilir. Mevcut arkadaşları ile iletişimde olup paylaşımında bulunabilir. Ayrıca yeni arkadaşlar ile tanışıp yeni deneyimler edinebilir. Web 2.0 ile etkileşimli internet kullanımı yaygınlaştıkça insanlar kendinden veya doğadan bir şeyleri eş zamanlı, eş zamansız, tek yönlü veya çift yönlü olarak kolaylıkla paylaşabilir oldu. Paylaşımında bulunduğu kişiler yaşadığı çevrede bulunan insanlar, okul

arkadaşları, meslek veya hobi grupları, beğendiği kişilerden oluşmaktadır. İnternet kullanıcılarının daha etkin bir rol alması ve sosyal paylaşım platformlarının çeşitlenmesi ile her geçen gün internette özgün ve yaratıcı içerikler meydana gelmektedir. İnsanlar diğerleri tarafından daha çok beğenilme, gelir elde etme öğretici veya faydalı olması için içerik yaratmaktadır. Bunlar video, fotoğraf, resim paylaşım siteleri olabileceği gibi blog siteleri de olabilir (Gümüş, 2018; Kayabaş, 2016).

2. 1. 2. 4. 3. İnternet Bağımlılığı

İnternet insanlar arasındaki iletişim kanallarını ve bilgi paylaşımını arttırmıştır. Çeşitli amaçlar doğrultusunda hayatı kolaylaştıran büyük bir ağ haline gelmiştir. Bu durum yaşadığımız çağı bilgi, bilişim, teknoloji ve internet çağı olarak adlandırmamıza neden olmuştur (Arısoy, 2009). İnternetin sağlamış olduğu bu kolaylıkların yanı sıra uzun süreli kullanım nedeni ile insanlarda internet bağımlılığı sorunu ortaya çıkmıştır (Bayhan, 2011; Günlü, 2016);

Bireyin sosyal yaşamdan kendisini uzaklaştırıp internet aracılığıyla sanal yaşam içerisinde uzun süre zamanını geçirmesi, internet kullanımına aşırı arzu ve istek duyması ve bu isteğin önüne geçememesi, yokluğunda eksiklik hissetmesi, takıntılı bir şekilde kullanmasına internet bağımlılığı denir. Bu bağımlılığın altında yatan birçok etmen bulunmaktadır (Sezerel ve Gökbulut, 2015).

İnternet bağımlılığı ile ortaya çıkan sorunlu internet kullanımını “Özgül patolojik internet kullanımı” ve “Genel patolojik internet kullanımı” olarak 2 başlık altında sınıflanabilmektedir. ÖPİK, bireylerin yaşamında mevcut bağımlılıklarını internet aracılığı ile elde etmek istemesidir. Bunlara örnek verecek olursak; pornografi, online kumar, borsa ve alışveriş. GPİK ise aşırı eposta kullanımı, sohbet odalarında katılma şeklinde yapılan zaman geçirmeye yönelik kullanımdır (Gönül, 2002).

İnternet bağımlılığının bir çeşidi de sosyal medya bağımlılığıdır. Dünya da özellikle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler de internet kullanımına paralel olarak sosyal medya kullanımında da artış söz konusudur. Bireyin çok sık sosyal medya kullanması ve sürekli haberdar olma isteği bu bağımlılığın habercisidir. Sosyal medya bağımlılık belirtilerini şu şekilde sıralamak mümkündür (Kayabaş, 2016):

- ✓ Sosyal medya hesaplarını çok kısa aralıklarla kontrol etme ihtiyacı,
- ✓ Sosyal medyada yaşanan teknik sorunlara ve olumsuz eleştirilere karşı tahammülsüzlük,
- ✓ Bulunduğu her konumu anlık paylaşma ve yer bildirme ihtiyacı,
- ✓ Diğer kullanıcılar tarafından yayınlanan içeriği ilk beğenen ya da ilk yorum yapan olma yarışı,

- ✓ Günlük yaşamda sürekli kendi Bloğunda yer alan yazılara yönlendirme.

2. 1. 2. 5. Meslek Seçiminde İnternet Kaynakları

Günümüz dünyasında gerek iş yaşamında meydana gelen değişiklikler gerekse değişen hayat şartları ile “iş hayatımız” çok önemli bir hale gelmiştir. Mesleğimiz kişisel yaşamımızı da doğrudan etkilemektedir. Bu nedenle doğru mesleği bulmak insan yaşamının sonraki dönemlerinde maddi ve manevi açıdan oldukça önemli olmaya başlamıştır (Öztürk, 2014).

Birey okul yaşantısının ilk dönemlerinde meslek seçimi yapmaya başlar. Yapmış olduğu bu seçim de önemli olan kaynak hayal gücüdür. Okul yaşantısının bir sonra ki döneminde ise seçimine edinmiş olduğu bilgiler, gözlem ve yönlendirmeler yardımcı olur. Bu bilgilerin ve yönlendirmelerin çıkış noktası geleneksel bir yapı içerisinde okul, aile ve sosyal çevredir. Teknolojinin gelişmesi ve internetin yaşamımız da önemli bir hal almasıyla internet ve bilgi teknolojileri bireyin meslekleri araştırmasında ve değerlendirmesinde önemli bir kaynak olmaya başlamıştır. İnternet mevcut meslekler hakkında detaylı bilgi alacağımız birçok içerik sunar. Kısa sürede birçok bilgiye erişilebilir ve dünyanın herhangi bir yerinde ortaya çıkmış yeni iş fikirlerine ulaşılabilir. Tüm bunları yaparken de verimli internet kullanımı hakkında bilgi ve beceri sahibi olunması gerekir. Birey interneti meslek seçiminde başarılı bir şekilde kullandıkça hedefleri daha belirgin olacak, hayalindeki mesleğin iş imkânlarını daha iyi öğrenebilecek ve kendisine uygun olup olmadığı hakkında fikir sahibi olacaktır. Bu sayede birey kendisini daha mutlu hissedecektir. Ayrıca internetin kullanım alanı genişledikçe yeni meslekler doğmasına neden olmaktadır. Birey doğan bu yeni iş olanakları için gerekli olan bilgi ve becerilerin neler olduğunu yine internet aracılığı ile öğrenip kendisi için bir kariyer fırsatı oluşturabilir (Deniz, 2001).

Meslek seçimi yaparken özellikle ortaöğretim kurumu öğrencileri için meslek seçimini kolaylaştıracak kamu kurumları tarafından oluşturulmuş birçok internet kaynağı bulunmaktadır. Bunlardan bazıları aşağıda incelenmiştir.

Türkiye İş Kurumuna ait “<https://esube.iskur.gov.tr/Meslek/meslek.aspx>” adresinden Türk Meslekler Sözlüğü birimi kullanılarak meslekler ile ilgili detaylı bilgi taraması yapılabilir. Sözlükte bulunan meslek aratma seçenekleri olan; baş harfe, meslek koduna, meslek adına, meslek ana grubuna, meslek grubuna, meslek birim grubuna, gereken minimum eğitim düzeyine göre arama yapılabilir (İŞKUR, 2018).

Milli Eğitim Bakanlığına ait olan Mesleki Bilgi Sistemi'nin (MBS) internet adresi meslekler hakkında öğrenciler, aileler ve eğitimciler için bir kaynak niteliği taşımaktadır (MEB, 2019a).

Ortaöğretim kurumuna başlayacak veya alan seçimine hazırlanan öğrenciler için hazırlanmış olan “alantercihleri.com” internet sitesinde ortaöğretim kurumlarında bulunan mesleki eğitim alanları tanıtılmaktadır. Öğrencilerin eğitimini almayı düşündüğü mesleki alanları tanıma fırsatı bulabileceği ve internet üzerinden erişebileceği bir kaynaktır. Alan tanıtımları videolar ile eğitim danışmanı, bölüm öğrenci ve öğretmenleri tarafından sunum şeklinde yapılmıştır. Etkileşimli form öğeleri ile il ve ilçelerde bulunan ortaöğretim kurumlarında bulunan meslek eğitimi bölümlerine ulaşılmaktadır ve okullar listelenmektedir. Bu okul listelerinde bulunan veriler ile okullar hakkında detaylı bilgi edinilmektedir (MEB, 2019b).

Üniversiteye hazırlanan öğrenciler için hazırlanmış bir diğer internet sitesi “meslektercihleri.com” dur. Bu site incelendiğinde birçok lisans ve ön lisans programı hakkında detaylı bir içerik hazırlandığı ve yeni programlarında incelendiği görülmektedir. Alanında uzman kişiler tarafından hazırlanmış videolar ile programlar hakkında bilgiler sunulmaktadır. Etkileşimli form öğeleri ile detaylı sorgulamalar yapılmaktadır. Seçilen programın hangi üniversitede bulunduğu, kontenjan sayısı, puan türü, kaç puan ve sıralama ile alım yapıldığı öğrenilmektedir. Daha detaylı bilgi almak için bir de iletişim formu mevcuttur (MEB, 2019c).

Yükseköğretim Kurulu (YÖK) tarafından yükseköğrenime devam etmek isteyen kişilerin lisans ve ön lisans programları seçimine yardımcı olmak amacıyla “YökAtlas (Yükseköğretim Program Atlası)” internet adresi oluşturulmuştur. YökAtlas aracılığıyla kullanıcılar 2015 yılı itibariyle Türkiye’deki üniversitelere ve bu üniversitelerdeki lisans ve ön lisans programlara ilişkin bilgilere, programlara yerleşen kişilerin demografik özellik ve sınav sonuç istatistiklerine, programlardan mezun olan kişilerin merkezi uzmanlık sınavlarındaki başarı durumları bilgisine ulaşabilmektedir. Yakın zamanda son yıllara ilişkin merkezi sınavlar, istatistikler ve programlara ait bilgileri güncelleyen site, yayınına devam etmektedir (YÖK, 2018).

2. 1. 3. Sosyal Medya Tutumları

Bu bölümde öncelikle sosyal medyanın tanımları, özellikleri ve kısa tarihçesine değinildi. Ardından bazı sosyal medya ağları hakkında bilgi verildi. Son olarak da sosyal medyanın etkileri ve sosyal medya tutumlarıyla ilgili araştırmalara yer verildi.

2. 1. 3. 1. Sosyal Medya Kavramına Genel Bir Bakış

Son yıllarda hayatımıza giren ve alan yazında yer alması çok eskilere dayanmayan bir kavram olan sosyal medya, grup etkileşiminin ortaya çıktığı, sosyal iletişimin artıp, web

ortamındaki bilgi birikimini ve değişimini kümeleyen işbirlikçi yapıdaki uygulamaların genel adıdır (Barlett, 2006).

Sosyal medya Web 2.0 teknolojisinin kullanılmasıyla birlikte ortaya çıkmış, bu teknolojinin sağladığı eş zamanlı ve çift yönlü bilgi paylaşımı imkanından yararlanmıştır. Buna göre sosyal medya, içeriklerin kullanıcı merkezli olacak şekilde üretilip geliştirildiği internet tabanlı uygulamaların bütünüdür (Kaplan ve Haenlain, 2010). Bat (2012) sosyal medyayı Web 2.0 teknolojisinin sunduğu imkanlar doğrultusunda bireylerin belli amaçlarla içerik paylaşımında buldukları ve bu paylaşımlar neticesinde geri bildirim aldıkları; kullanıcıların müdahalesine açık bulunan sanal ortam uygulamaları olarak tanımlamıştır. Bir internet sitesinin, sosyal medya niteliği kazanması için içeriğin kullanıcılar tarafından oluşturulması, kullanıcılar arasında etkileşim imkânı sunması, yer ve zaman sınırlarının olmaması gibi özellikleri içermesi gerekir (Erkul, 2009). Edwardsen (2012), sosyal medyanın evrensel gücüne vurgu yapmış, sosyal medyayı dünyanın herhangi bir yerinde bulunan kişinin, dünyanın diğer ucundaki kişilerle duygu ve düşüncelerini bir tıklama sonucunda paylaşabileceği bir fırsat olarak görmüştür.

Bireyler sosyal medyayı farklı amaçlarla kullanırlar; bazılarının amacı izleyici konumunda olmakken, bazıları da takip ve takdir edilmeyi amaçlamaktadır. Bunların yanı sıra sosyal medya bireyin iletişim kurup sosyalleşmek, eğlenceli vakit geçirmek ve gerçek hayattan uzaklaşmak gibi amaçlarla da kullanılmaktadır. Bu işlevleri nedeniyle sosyal medyanın devamlılığını geleceğe taşıması beklenmektedir (Hazar, 2011). Sosyal medyanın özellikleri, yönetimi kullanıcının hizmetine sunmak suretiyle kişilerin katkı sağlamalarını kolaylaştırması bakımından paylaşım; içeriklere ulaşılması noktasında bütün engellerin kaldırılması, açık ve kolay bir kullanıma sahip olması bakımından açıklık; hızlı bir geribildirim sistemi ve çift yönlü etkileşim sağlaması bakımından karşılıklı konuşma; ortak ilgi alanlarına ilgi duyan kişilerin çok yönlü etkileşimine olanak sağlayan topluluk; ilgi alanlarına göre farklı siteler için bağlantılar vermesi bakımından bağlantısallık olarak beş başlıkta toplanabilir (Gürsakar, 2009).

Sosyal medya kısa sürede tüm dünyayı etkilemeyi başarmış bir olgudur. Radyonun 38 yıl, televizyonun 13 yıl ve internetin 4 yılda ulaştığı 50 milyon kullanıcıya Facebook çok kısa bir zaman diliminde ulaşarak 9 ay gibi sürede 100 milyon kullanıcıya ulaşabilmiştir (Orsburn, 2012). Sosyal medya uygulamalarının başlangıcı olarak, 1978 yılında W. Christensen ve R. Suess adlı iki arkadaşın bir yazılım aracılığıyla arkadaşlar arasında iletişim kurmaya başlaması kabul edilir (Boran, 2015). Ardından 1988 yılında dosya ve bağlantı paylaşım iletişim sağlamak amacıyla Internet Relay Chat (IRC) kurulmuştur (Hazar, 2011). 1991 yılına gelindiğinde World Wide Web (www) halka açıldı, bu da özel internet servis sağlayıcılarını ve sınırsız içeriğe erişebilen milyonlarca internet kullanıcılarını

ortaya çıkardı (Taprial ve Kanwar, 2012). 1995 yılında açılan “classmates” sitesiyle okul arkadaşlarını bulmak amaçlanmaktaydı (Ucun, 2012). 1997 yılında kişilerin kendi adına bir profil oluşturabildiği, arkadaşlarını listelerine ekleyebildiği, bu listelerde gezebildiği bir site olarak ortaya çıkan sixdegrees.com sosyal medyanın modern anlamda karşımıza çıktığı ilk site olma özelliğini göstermiştir. Yukarıda sayılan özellikler sixdegrees.com ile ortaya çıkmamıştır ancak bu siteyi diğerlerinden ayırıp modern anlamda ilk sosyal ağ sitesi olmasını sağlayan yönü bu özelliklerin hepsini bir arada toplamasıdır (Köseoğlu, 2012).

Sixdegrees.com'dan sonra sırasıyla 1999'da sürekli yenilenebilen bloglarıyla başkalarını takip etme, grup yaratma ve etkileşim kurma imkânı veren LiveJournal, 2001'de iş ve teknoloji topluluğu olarak ortaya çıkan ryze.com, 2002'de bazılarının göre sosyal medyanın ilk örneği olarak kabul edilen ve kendinden önceki diğer sitelerin özelliklerinden farklı olarak kişilerin kendilerine yakın yerlerde bulunanlar hakkında uyarıldığı friendster.com kurulmuştur (Hazar, 2011). Bu dönemden sonra sosyal medya ortamlarına karşı artan ilgi sonucu 2003'te Myspace ve LinkedIn; 2004'te Facebook (tam yayına 2006'da başlamıştır), Flickr, Digg; 2005'te YouTube, Reddit; 2006'da Twitter; 2009'da Pinterest, Foursquare, Whatsapp; 2010'da Instagram; 2011'de Google+ ve Snapchat; 2012'de Vine; 2015'te Periscope ve Scorp kurulmuştur. 2018 ve sonrasında yapay zekânın da etkisiyle sosyal medyanın kullanım amaçlarının ve şekillerinin farklı bir boyut kazanması beklenmektedir (Uygur, 2018).

2. 1. 3. 2. Sosyal Ağlar

Yapısı, içeriği, kullanım amaçları bakımından birbirine benzer ve birbirinden ayrılan özelliklere sahip olan Facebook, Twitter, Instagram, YouTube ve Snapchat gibi sosyal ağlar lise öğrencileri tarafından da sıklıkla kullanılır hale gelmiştir (Kaya, 2018). Şubat 2019'da “We are social” ve “Hootsui” tarafından Türkiye'nin internet ve sosyal medya kullanımına dair istatistikler yayınlanmış olup buna göre sonuçlar şu şekildedir: Nüfusu 82,4 milyon olan Türkiye'de 56,36 milyon internet, 52 milyon sosyal medya kullanıcısı vardır. Buna göre ülke nüfusunun %63'ü aktif sosyal medya kullanıcısıdır. Bu araştırmanın sonuçlarına göre sosyal medya kullanıcılarının %92'si YouTube, %84'ü Instagram, %82'si Facebook ve %58'i Twitter ve %31'i Snapchat kullanmaktadır (Bayrak, 2019).

2. 1. 3. 2. 1. Facebook

O yıllarda Harvard Üniversitesi son sınıf öğrencisi Mark Zuckerberg tarafından 2004'te okul yıllığı etkinliğinden esinlenerek bu üniversiteye özel olarak kurulan Facebook, dünya genelinde kullanılan bir sosyal ağ konumundadır (Irak ve Yazıcıoğlu, 2012).

Kullananların bireysel özelliklerini belirtip koruyabilecekleri bir profil oluşturduğu, paylaşımda bulunup başkalarına ait paylaşımları beğenerek yorum yapabildiği, arkadaşlarını ekleyip çevrimiçi kişilerle sohbet edebildiği bir platform olan Facebook; bu özelliklerinin yanı sıra yeni sosyal ilişkiler kurup var olanı güçlendirmek suretiyle itibar yönetimini sağlaması, kişilerin kimliklerini belirlemesi gibi özellikleriyle başarılı olmuştur (Alper, 2012; Sönmez, 2013).

Yukarıda bahsi geçen kurumların yayınladığı sosyal medya istatistiklerine göre Türkiye’de 43 milyon Facebook kullanıcısı bulunmaktadır ancak bu sayı bir önceki yılın %2,3'lük azalma göstermiştir. Bu azalmada Facebook’la ilgili kişisel verileri 3. kişi ve kurumlarla paylaşmasının etkili olduğu söylenebilir (Gökmen, 2018). Buna rağmen Türkiye Facebook kullanımında dünyada 9’uncu sırada yer almaktadır. Kutlu’nun (2018) haberine göre Facebook’un tüm dünyada 2,23 milyar kullanıcısı bulunurken şirketin yıllık net geliri 16,91 milyar dolardır. Hem ekonomik hem de ulaştığı kullanıcı sayısı bakımından küresel bir güç olan Facebook gençler arasında alışkanlık haline gelen bir uygulama olmuştur (Şener, 2009).

2. 1. 3. 2. 2. Twitter

2006’da “Şu anda neler oluyor?” sorusuna “tweet” adlı 140 karakterle sınırlı mesajlarla cevap verilmesi mantığıyla Jack Dorsey tarafından kurulan bir mikroblog sitesi olan Twitter; Türkiye’de 9 milyon kişi tarafından kullanılmaktadır. Twitter; gündemin son dakika haberlerini hızlı şekilde vermesi, her bir kullanıcının bir haber kaynağı olması bakımından önemli bir haber alma kaynağıdır (Demirel, 2013; Tosun, 2013). Hem haber deposu haline dönmesi hem de politikacılar tarafından da kullanılmaya başlanması Twitter’in gündemle ilişkisini arttırmış, kullanıcıların gündem oluşturabilmesi bakımından yazılı basından daha etkili hale gelmiştir (Güdekli, 2016). Bu özelliği kullanıcı sayısı Facebook’a göre daha az olsa da Twitter’in etkililiğini arttırmıştır. Ülkede günde 7 milyon tweet atılmakta; siyaset, spor ve müzik konuları en çok etkileşim alan paylaşımlar olmaktadır.

2. 1. 3. 2. 3. Instagram

2010’da ABD’de kurulan bir sosyal medya uygulaması olan Instagram, fotoğraf çekme, çekilen fotoğraflara dijital filtre uygulama ve bu fotoğrafı hem uygulama içinde hem de farklı sosyal ağlarda paylaşma imkânı tanıyan bir programdır (Ayan, 2016). Nisan 2012’de Facebook tarafından satın alınan Instagram’ın tüm dünyada 1 milyarın üzerinde kullanıcısı bulunurken şirketin değerinin 100 milyar doların üstünde olduğu tahmin

edilmektedir (Diler, 2018). Türkiye’de 38 milyon kullanıcısı bulunan Instagram’da fotoğraf ve hikâye paylaşılabilen canlı yayın başlatılabilmektedir. Hikâye paylaşılabilmesi özelliğini Instagram Snapchat’ten kopyalamış bu durum Instagram’ın kullanıcı sayısını artırırken Snapchat uygulamasının kullanıcı sayısını ciddi seviyede düşürmüştür (Bıktım, 2018). Son yıllarda lise öğrencileri ile yapılan araştırmalarda en sık kullanılan sosyal ağın Instagram olduğu sonucuna ulaşılmış, bu sonucu farklı gruplar üzerinde yapılan araştırmalar da desteklemektedir (Aydoğmuş, 2017; Çap, 2017).

Instagram kullanımını belirlemeye ve ilişkili olduğu davranışlar ve tutumların tespit edilmesine yönelik araştırmalar mevcuttur. Bunun örneklerinden olan, Sheldon ve Bryant (2016) tarafından yapılan araştırmada Instagram kullanımıyla narsizim arasındaki ilişkiye bakılmış, bu araştırma sonucunda Instagram’ın başkaları hakkında bilgi edinmek, yaratıcılık gibi kullanım amaçları olduğu tespit edilmiş aynı zamanda Instagram kullanımıyla seyahat etmek ve spor etkinliklerine katılmak gibi aktivitelerin pozitif ilişkisi olduğu ortaya konmuştur. Reece ve Danforth (2017) ise Instagram fotoğraflarının depresyon belirtilerinin tespiti için bir yol olduğunu önermiştir. Pitmann ve Reich (2016) bireylerin yalnızlığını gidermelerinde ve onlara imaja dayalı bir sosyal medya kullanımı sunmada Instagram’ın etkili olduğunu belirtmişlerdir.

2. 1. 3. 2. 4. YouTube

YouTube ABD’de 2005 yılında kurulup 2006 yılında Google tarafından satın alınan, kullanıcılarına içerik üretme, video izleme, yükleme ve paylaşma olanağı sağlayan, genelde video klip, müzik videoları, kısa özgün videolar, eğitim videoları gibi içeriklerin yayınlandığı bir video barındırma sitesidir (URL-2, 2019). YouTube 2019 Şubat ayı istatistiklerine göre Türkiye’de en fazla ziyaret edilen sosyal ağ olma özelliği gösterirken dünya genelinde YouTube üzerinden bir günde izlenen video sayısı 5 milyara yakındır. Yine bir başka istatistiğe göre ABD’de 13-17 yaş arası gençlerin %85’i YouTube kullanmaktadır (URL-3, 2019).

Türkiye’de en çok ziyaret edilen video paylaşım sitesi olan YouTube, sadece video paylaşımı üzerine yayın yapmasının yanı sıra onu diğer sosyal medya sitelerinden ayıran önemli özelliklerinden biri de üyelerine kazanç sağlama olanağı vermesidir. “YouTuber” olarak ifade edilen aboneler, yükledikleri videonun belirli bir görüntülenme sayısına ulaşması üzerine, lokasyona ve hedef kitleye bağlı olarak belli aralıkta kazanç elde ederler (URL-3, 2019). Paylaşılan videoların kullanıcılar tarafından görüntülenme sayısı arttıkça paylaşımı yapan kişinin de kazancının bu doğrultu arttığı ve kazancın yüksek izlenme seviyelerine ulaştığında paylaşım sahibine oldukça yüksek düzeyde getirisi olduğu ifade edilmektedir (URL-4, 2019). Bu getiriler özellikle gençlerin ilgisini çekmiş ve gençler

arasında Youtuberların kolay yoldan para kazandığı inancını doğurmuştur. Bu durum YouTube'a olan ilgiyi daha da arttırmıştır ve 2017'ye kadar en çok kullanılan sosyal medya uygulaması Facebook' u geride bırakarak bu yıldan sonra birinci sıraya yerleşmesini sağlamıştır (Çiftçi, 2017). "Ryan ToysReview" adlı kanalıyla yıllık kazancı 22 milyon dolar olan ve kazancı yıldan yıla artan 7 yaşındaki Ryan isimli çocuk, YouTube ve YouTuberlık kavramının popülaritesini koruyacağını ve daha da arttıracığını gösterir niteliktedir (İçözü, 2017).

2. 1. 3. 2. 5. Snapchat

2011'de akıllı telefonlar için geliştirilen, kullanıcıların birbiriyle metin, fotoğraf, ses veya videolarını belirli bir süre için, iki defa görüntülenecek şekilde paylaştığı, bu paylaşımlara çeşitli filtreler uygulayabildiği bir uygulama olan snapchat; içeriğin kendini imha etmesi ve bunun dolayısıyla sağladığı gizlilik gibi özellikleriyle gençlerin Facebook gibi uygulamaları daha az kullandığını ortaya koymuştur (URL-5, 2019; Utz, Muscanell ve Khalid, 2015). Ortaya çıktığı andan itibaren yukarıdaki özellikleriyle büyük popülerliğe kavuşan Snapchat, Instagram tarafından özelliklerden bazılarını kopyalamasıyla birlikte son zamanlar da abone sayısında azalma meydana gelmiştir (Bıktım, 2018). Bu durum Snapchat'in hareket alanını daraltmış ve büyük bir ivmeye yükselişe geçen abone sayısının Instagram'a kaymasına sebep olmuştur (URL-6, 2019).

2. 1. 3. 3. Sosyal Medyanın Etkileri

İnternet teknolojilerinin iletişimi ve haberleşmeyi kolaylaştırması, güncel bilgiye hızla ulaşmayı sağlaması, yeni iş fırsatları doğurması, iletişime görsel ve işitsel öğeleri de katması, eğlence gibi pek çok faydası söz konusudur ancak bilhassa gizlilik ve güvenlikten kaynaklı riskli etkilerinden söz etmek de mümkündür. Özellikle sosyal medyayla daha da belirgin hale gelen bu etkiler yanlış bilgiye ulaşım, siber zorbalık, sanal dolandırıcılık, kimlik hırsızlığı, çocuk istismarı, yasadışı kumar, internet bağımlılığı, sağlık sorunları, şiddet faaliyetleri, madde kullanımı gibi şekillerde kendisini gösterebilmektedir (Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurulu [BTK], 2016).

Tüm bu sorunlar gençler ve ergenlerin interneti problemlili kullanımın birer sonuçlarıdır. Sosyal medya ve internet kullanımının oluşturduğu kendine özgü jargon gençlerin dil becerilerini olumsuz etkilemekte; çevrimiçi ortamlarda denetimden uzak geçirilen süre ergenleri yalnızlaştırarak bağımlı birer birey haline getirmektedir (Akbulut, 2013; Günel, Turhal ve İmal, 2010). Ergenlerdeki sosyal medya kullanımı belirli değerlere göre oluşması gereken toplumsallaşma sürecini de olumsuz etkilemekte, dolayısıyla bu

durum toplumun varlığını sürdürmesi noktasında sorun teşkil etmektedir (Cansever, 2009). Çocuk ve gençlerin sosyal medya ortamlarında uzun süre bulunması onların fiziksel, sosyal, bilişsel ve psikolojik gelişimlerine olumsuz etki ederken güvenliklerini de tehlikeye düşürebilmektedir (Muslu ve Bolşık, 2009).

Sosyal medya zaman ve mekân tanımadan kolay etkileşim imkânı tanıyan fakat bununla birlikte yüz yüze iletişimi kısıtlayabilen bir yapı olma özelliğini gösterir. Sosyal medya aracılığıyla fiziksel görünümünüzden bağımsız olarak oturduğunuz yerden yeni insanlarla tanışabilir, takipçi ve beğeni sayınızı arttırabilirsiniz. Bu kadar kolay ve serbest bir yapı içinde kolayca yeni ilişkiler kurulabilmekte fakat bu ilişkiler bedel ödeme durumu söz konusu olmadığından kısa sürede bitirilebilmektedir (Hazar, 2011). Bu durum bireyin sanal kalabalıklar arasında kaybolmasına yol açmakta onu gerçekte yaşadığı toplumdan uzaklaştırıp yalnızlaştırmaktadır (Alav, 2014).

Sosyal medyada bazı bireyler gerçek kimliklerini gizleyip olmak istedikleri kimliklere bürünerek “anonim” diye adlandırılan hesaplar açmakta, bu hesaplara uygun içerikler paylaşmaktadır, bu tür kişilerin ileride kimlik karmaşası yaşamaları olasıdır (Eraslan, 2016). Diğer taraftan bazı kişilerse sosyal medyayı benlik inşa etme aracı olarak kullanmakta, kendilerini görmek istedikleri yönde göstermektedirler (Kırık ve Yazıcı, 2017). Günümüzde mobil iletişim ve sosyal ağlar vasıtasıyla ile gerçekleştirilen iletişim bireylere yeni imkânlar sağlasa da onları kısıtlamaktadır. Şöyle ki sosyal ağlar bireyi uzak olana yakınlaştırırken yakın olana uzaklaştırmaktadır (Karagülle ve Çaycı, 2014). Tüm bunlarla birlikte internet gençliği okumayan, araştırmayan, sosyal ve kültürel etkinliklere katılmayan, yalancı, şiddet eğilimli kısacası yozlaşmış bir kimlik edinme tehlikesi taşımaktadır (Yıldırım, 2014).

Sosyal medyanın önemli etkilerinden biri de yaşam doyumu üzerinedir; Balcı ve Koçak'ın (2018) yapmış oldukları araştırmada kişilerin sosyal medya kullanım sıklıkları arttıkça yaşam doyumlarının azaldığı tespit edilmiştir, buna göre sosyal medyanın kişilerin yaşam doyumunu olumsuz etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Son yıllarda sigara, alkol, uyuşturucu gibi bağımlılık yapan maddelere sosyal medya bağımlılığı da eklenmiş, internetten uzak tutulan bireylerle sigara, alkol ve uyuşturucu bağımlılarının bu maddeleri bıraktıklarında verdikleri agresiflik, depresiflik gibi psikolojik tepkilerin benzer olduğu gözlenmiştir (Ögel, 2012). Kişinin sosyal medya ortamında sürekli online olma, olay ve durumları takip etme, yorum yapma, etkinlik planlama, eğlenme, huzursuzluktan kaçma isteğinden dolayı sosyal medya ortamlarında geçirilen sürenin kontrol altında tutulamaması, bireyin ailesi ve çevresiyle sorunlar yaşamaları, sosyal medyadan uzak kaldığında huzursuzluk duyması sosyal medya bağımlılığının davranışsal belirtileri olarak sayılabilir (Şenormancı, Konkan ve Sungur, 2010).

Birçok olumsuz etkisine rağmen sosyal medya ve internetin gençlere bilişim teknolojilerini kullanabilmesi, derslerini destekleyici materyallere erişebilmesi, boş zamanlarını değerlendirme anlamında alternatifler üretebilmesi gibi olumlu etkileri de bulunmaktadır (Yıldırım, 2014). Sosyal medyanın eğitim-öğretim süreci üzerinde olumlu etkilerinin olduğunu ortaya koyan araştırmalar da mevcuttur. Toğay, Akdur, Yetişken ve Bilici (2013) tarafından yapılan çalışmada, sosyal medyadaki iletişim sürecinin öğrencilerin öğrenmelerini kolaylaştırarak öğrenme süreci üzerinde olumlu etkilediği olduğu tespit edilmiştir. Başka bir araştırmadaysa sosyal ağların kolay kullanımıyla çeşitli imkânlar sunması eğitim-öğretim süreçlerini aktif, işbirlikçi ve yaratıcı öğrenme ile destekleyip öğrenciyle içerikler ve öğretmen arasındaki etkileşimi arttırdığı, onların araştırma, sorgulama ve problem çözme becerilerini geliştirdiği sonucuna ulaşılmıştır (Öztürk ve Talas, 2015).

Sosyal medyanın bir diğer olumlu etkisi de iletişim kaygısı üzerinedir; üniversite öğrencileri üzerine yapılan araştırmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya üzerinden kurdukları iletişimde kaygı düzeyleri arasında anlamlı farklılıklar bulunmuş, sosyal medyada her konuda bilgi ve fikir paylaşımının arttığı sonucuna ulaşılmıştır (Gencer, 2018).

2. 1. 4. Medya Okuryazarlığı

Kuramsal çerçevenin bu bölümünde medya kullanımının etkileri, medya okuryazarlığının tanımı ve kavramın gelişimi, medya okuryazarlık becerileri, medya okuryazarlığının önemi ile medya okuryazarlığı konusunda yapılan araştırmalara ilişkin örneklere yer verilmiştir.

2. 1. 4. 1. Medya Etkisi

Bilişim, uydu, elektronik teknolojilerinde meydana hızlı değişimler medyanın içeriğini, kullanım amaçlarını ve küresel düzeyde tüketimini de değiştirmiş ve çeşitlendirmiştir (Alemdar, 1999). Çoğunlukla kullanıcıların karşıdan iletilen mesajların görmesi şeklinde tek yönlü gerçekleşen geleneksel medya yerini, kullanıcıların karşıdan gelen mesajlara ulaşmasının yanı sıra, aynı zamanda kendi mesajlarını da üreterek bunu yakın çevre ve dünyayla paylaşmasına da olanak sağlayan yeni medyaya bırakmıştır (Oktay, 2013). Medyayı, özellikle internet, bilgisayar, cep telefonları gibi yeni teknoloji araçlarını kullanmaya ihtiyaç duymamak günümüzde neredeyse imkânsız hale gelmiştir. Bu araçlar günlük yaşam içerisinde kullanımının yanı sıra eğitim, sağlık, ulaşım, haberleşme ve endüstri gibi yaşamın tüm alanlarında çeşitli amaçlarla kullanılmaktadır. Çağdaş toplumda

insanlar, kendi yakın çevresinin ve günlük yaşantısının dışında gerçekleşen olay ve gelişmeleri medyayı takip ederek öğrenir. Bu nedenle insanın dış dünyaya ilişkin algılarını çoğunlukla medyanın kendisine aktardığı biçimiyle oluşturur. Yani medya insanın dünyanın olay ve olgularını gözlemlemesini ve kavramasına doğrudan etki eder. Medya bilgilendirme ve haberdar olmanın yanı sıra vakit geçirme, eğitim, kültürlenme, sosyalleşme, kazanç sağlama gibi bireysel ve toplumsal gereksinimlerin karşılanmasına da sağlar (Alemdar, 1999; Savaş, 2004).

Medya çocukların ve ergenlerin yaşamlarında da başat rolü olan bir unsurdur. Bugünün çocukları ve ergenleri yaşları ilerledikçe, e-posta, anlık mesajlaşma, cep telefonu gibi araçlarla birbirine daha sık bağlanırlar. Televizyon, internet, video oyunları, popüler müzik araçları ve diğer kişilerarası iletişim cihazları da bu listeye eklendiğinde, çocuklar ve ergenler birbiriyle iletişim kurmanın ötesinde, aynı zamanda bu araçların sürekli bir kullanıcısı olma durumundadırlar. Çoğu çocuk ve ergen, zamanının büyük çoğunluğunu medya kullanımını, bu araçların birden fazlasına bağlı olarak çoklu ortamlarda yürütüyor. Bu nedenle, çocukların maruz kaldığı medya sayısı ile medyada harcanan saatten daha hızlı arttığı söylenebilir. Örneğin; bir çocuk 8 yaşında iken günde 2 kitle iletişim aracı kullanıp 3 saat vakit geçirirken, bu çocuk 12 yaşına geldiğinde 6 kitle iletişim aracı kullanıp 5 saat vakit geçirir duruma gelmektedir (Krcmar, 2013). Bilinçli ve yararlı amaçlar için kullanıldığında çocuk ve gençlerin yaşamlarını kolaylaştıran ve gelişimlerini olumlu etkileyen bu araçlar, dikkatsiz ve bilinçsiz kullanıldığı takdirde ise gelişimleri açısından problemlili sonuçların ortaya çıkmasına da sebep olmaktadır (Savaş, 2004).

Medya bir amaca yönelik olarak ve doğru kullanıldığında bireyin gelişimini destekler ve yaşam biçimini etkiler. Okul öncesi dönem çocukları üzerinde yapılan bir araştırmada, bu dönem çocukları için hazırlanan içerikleri izleyen çocukların kelime dağarcığını daha geniş olduğu ve zihinsel gelişimlerinin olumlu yönde etkilendiği görülmüştür (Büyükbaykal, 2007). Medyanın etkileri üzerine yapılan benzer bir araştırmada, sosyal becerilerin gelişimini sağlayan bilgisayar veya konsol oyunların çocuklarda yıkıcı duyguları azaltırken, olumlu duyguların gelişmesine katkı sağlamadığı sonucuna ulaşılmıştır (Saleem, Anderson ve Gentile, 2012). Medya, bireylerin eğlenmesi, dinlenmesi, çevresiyle ve dünyayla iletişim kurması gibi kişisel ihtiyaçlarını karşılamalarına yardımcı olurken aynı zamanda bir takım toplumsal işlevleri de gerçekleştirir. Okullarda farklı bir bilgi kaynağı olarak kullanılarak toplumun eğitilmesi, toplumun çıkarlarının ne düzeyde gerçekleştiği hakkında bilgi vermesi, topluma ait kültürün nesillere aktarılması ve yeni bireyler kazandırılması ve toplumdaki üyelerin birbirlerini tanımaları ve bütünleşmesini sağlaması, medyanın toplumsal işlevleri olarak ifade edilir (Macbride, 2004).

Medyanın insan ve toplum yaşamına getirdiği katkılarının yanı sıra çocuk ve gençlerin bedensel, zihinsel, duygusal ve sosyal gelişimleri açısından olumsuz etkilere bulunmaktadır. Uzun süre bilgisayar kullanımının çocuklar ve gençlerin obezite, görme sorunları, beden postüründe ve iskelet sisteminde bozulmalar gibi bedensel problem ve rahatsızlıklar yaşamlarına sebep olduğu söylenmektedir (Muslu ve Bolışık, 2009; Shields ve Behrman, 2000). Dünyanın düşmanca bir yer olarak değerlendirilmesi, prososyal (olumlu kişiler arası ilişkiler) davranışlarda azalma, olumsuz beden algısı geliştirme gibi sorunlar, artan medya kullanımının çocuk ve gençlerin psikososyal gelişimleri üzerindeki etkileri olarak sayılmaktadır (Bushman, 2016; Limtrakul, Louthrenoo, Narkpongphun, Boonchooduang ve Chonchaiya, 2018; Moy, 2015; Watt, 2012). Medyanın olumsuz etkilerin gözlemlendiği diğer bir alan ise zihinsel gelişimdir. Araştırmalar sık televizyon izleyen çocukların dikkatini odaklamada ve sürdürmede zorlandığını göstermektedir (DeGaetano, 2016).

Medyanın çocuk ve ergenler üzerindeki olumsuz etkilerin oluşmasının tek sebebi, medyanın çeşitliliğinin ve kullanım sıklığının artması değildir. Öğrencilerin medyayı kullanırken; yetişkin denetiminden uzak ve güvensiz erişim, kişisel bilgilerin gizliliğini sağlayamama, medyadaki mesajların gerçekliğini ve akılcılığını sorgulamama, eleştirel düşünmeme, anne babaya danışmama ve problemleri kullanım gibi tutum ve davranışlar da medyanın çocuk ve gençleri olumsuz etkilemesine sebep olan faktörlerdir. Bu duruma anne babaların çocuklarının bilgisayar, internet ve sosyal medya kullanımlarını kontrol edecek ve denetleyecek yeterliliğe sahip olmaması, çocukları ile etkili zaman geçirmemeleri, internet kullanımının ödül olarak sunulması gibi hatalı yaklaşımlar ve özellikle anne baba ve çocukların medya okuryazarlığı konusundaki eğitimsizliği medyanın kullanımına bağlı ortaya çıkacak sorunlara karşı çocukları daha savunmasız hale getirmektedir (İnan, 2013).

Çocuk ve ergenler medya kullanımı ve medya okuryazarlığı becerilerinde, ebeveynleri ile aynı veya onlardan daha üst düzeyde oldukları alanlar olmasının yanı sıra ebeveynlerine göre daha düşük düzeyde oldukları beceri alanlar da vardır. Örneğin; internette bir şeye erişmek ve bulmak konusunda medya okuryazarlığının diğer yönleriyle karşılaştırıldığında ebeveynlerine göre çok daha iyidirler. Ancak bilinçli veya tesadüfen karşılaşılan bir içeriğin değerlendirmesi veya herhangi bir konuda bir içerik oluşturma becerilerinde ise aynı güce sahip oldukları söylenemez. Dolayısıyla çocuk ve gençler, buldukları bilgilerin esasını yargılamada, internetin kendilerine getirdiği risklerin bir kısmından kaçınmada ve çevrimiçi olarak içeriğe veya katılımcıya aktif olarak katkıda bulunma konusunda yeteri kadar yetkin değillerdir (Livingstone, 2004)

2. 1. 4. 2. Medya Okuryazarlığı Kavramı ve Gelişimi

Son zamanlarda dijital teknolojide meydana gelen değişimlere bağlı olarak bilgi okuryazarlığı, görsel okuryazarlık, dijital okuryazarlık ve medya okuryazarlığı gibi medya mesajlarına yönelik eleştirel yaklaşıma odaklanan okuryazarlık türleri gelişmiştir. Bu okuryazarlık türleri birbirleriyle benzerlik ve farklılık gösteren belirli niteliklere sahiptir (Koltay, 2011). Görsel okuryazarlık, bir insanın görme ve diğer duyuşsal deneyimlerinin birleşimi sonucunda geliştirdiği bir grup görme yeterliliğini ifade eder. Görsel okuryazarlık insanın çevresinde karşılaştığı doğal ya da insan yapımı görünen eylemleri, nesnelere, sembolleri, doğal ve yapay olarak ayırt etmesini ve yorumlamasını ifade eder (Avgerinou, 2009). Dijital okuryazarlık, insanların dijital kaynakları tespit etme ve bunlara erişme, analiz etme, sentezleme; yeni bilgiler ve medya mesajları oluşturmak için dijital araçları uygun şekilde kullanma farkındalığı yeteneğidir (Martin, 2006'dan akt., Bawden, 2008). Benzer bir diğer kavram olan bilgi okuryazarlığı, bilginin keşfedilmesi, nasıl üretildiğinin, değerlendirildiğinin ve nasıl kullanılacağına kavranması ile yeni bir bilgiyi oluşturmayı öğrenme yeterliklerini içeren bileşik bir yetenektir (Association of College and Research Libraries [ACRL], 2016). Hobbs (2006) ise bilgi okuryazarlığını okulda, iş yerinde, sağlık alanında, vatandaşlıkta ve kişisel karar almanın tüm aşamalarında kişinin ihtiyaç duyduğu mevcut bilgilere ulaşması ve bunların arasında dikkatli bir seçim yaparak bilgiyi kullanması olarak tanımlar.

21. yüzyılda gelişen ve çağımızın en önemli becerilerinden biri olarak kabul edilen bir diğer okuryazarlık türü medya okuryazarlığıdır (Kurudayıoğlu ve Tüzel, 2010). Medya okuryazarlığı televizyon, sinema, reklam, internet, video gibi kitle iletişim araçlarındaki yazılı ve yazısız olarak oluşturulan mesajlara ulaşma, bunları yorumlama, değerlendirme ve kendi mesajlarını oluşturma becerisi olarak tanımlanır (İnceoğlu, 2016). Medya okuryazarlığı kavramının ötesine geçilerek internet okuryazarlığı veya enformasyon okuryazarlığı kavramlarının da tartışılmaya devam ettiği günümüzde, bu kavram sadece medya ile ilgili olmaktan çıkarak bilgi çağının temel yaşam becerisi olarak da tanımlanmaktadır. Medya okuryazarlığı konusunda en kabul gören tanım ise "kişinin basılı, işitsel, görsel, çoklu medya gibi araçlarla gelen mesajları eleştirel olarak çözümlemesi ve bu araçlarda kendi mesajlarını yaratmayı öğrenmesi" dir (Hobbs, 2004). Bu tanımda medya okuryazarlığının iki boyutlu bir kavram olduğuna işaret edilir. Birincisi, medya okuryazarlığının, medyadan gelen mesajların kullanıcılar tarafından eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirilmesini içerdiğidir (Treske, 2016). Medyanın insanları sunduğu dünya gerçeğinin kendisi değil, medya tarafından temsil edilmiş biçimidir. Bu nedenle medyada yer alan mesajların doğru algılanması medya okuryazarlığının temelini oluşturur. Medyadan iletilen mesajların kullanıcılar tarafından çözümlenebilmesi için mesajların

niteliğinin de farkında olunmalıdır (Algan, 2016; İnceoğlu, 2016). Bu nedenle medya mesajları ve medya okuryazarlığının analizinde şu hususlar dikkate alınmalıdır:

1. Medya mesajları itina ile seçilmiş, gözden geçirilmiş ve kurgulanmış yapılardır.
2. Medyanın bize dünyayı sunuş biçimiyle medya kullanıcılarının algılayışı arasında sıkı bir ilişki vardır.
3. Medya mesajları ekonomik, sosyal, siyasal, tarihsel ve estetik ilişkiler içinde üretilir.
4. Medya mesajları insanların sosyal gerçekliği kavramalarını sağlar (Aufderheide, 1997).

Medya okuryazarlığı hayal ile gerçeğin ayırt edilmesi, medyanın toplumların ekonomik, politik, sosyal ve kültürel yapısındaki rolünü anlama ve medyadaki mesajların bir gün sonlanabileceğini gerçeğini kavrama becerilerini içeren bir kavram olması sebebiyle eleştirel bir düşünce biçimi olarak da değerlendirilir (İnceoğlu, 2016). Medya mesajlarının algılanması ve değerlendirilmesinde eleştirel yaklaşımın önemine yönelik yapılan vurgu, *eleştirel medya okuryazarlığı* kavramının gelişmesini sağlamıştır. Eleştirel medya okuryazarlığı terimi, bireylerin yazılı ve yazılı olmayan metinlerin nasıl bir parçası olduğunu anlamalarına erişim sağlamakla ilgilidir. Medya okuryazarlığın bu boyutu kişinin, günlük yaşam ve dünya hakkındaki bilgilerini ve içinde bulunduğu çeşitli sosyal, ekonomik ve politik çevreyi kavramasına yardımcı olur (Christian-Smith, 1997'den akt., Alverman, Moon ve Hagood, 1999, s. 123; Luke, 1997). Medya okuryazarlığının ikinci boyutu ise kişinin medyada kendi mesajlarını üretecek şekilde yeni medyayı tanıması ve bunu kullanma bilgisi ve becerisine sahip olmasını işaret eder. Eleştirel bakış açısı geliştirme ve kendi mesajlarını üretme gibi bu iki yönüyle medya okuryazarlığı, kişinin medyanın doğru okunması ve medya kullanımında kendisini eğitme sürecini de beraberinde getirir (Treske, 2016).

Medya okuryazarlığı ve eğitimine ilişkin ilk önemli çalışmalar İngiltere ve Kanada ülkelerinde gerçekleşmiştir. 1920'li yıllarda İngiltere'de kitle iletişim araçlarının kullanımı konusunda bireylerin eğitilmesi gerektiğine yönelik geliştirilen fikirler bu konudaki araştırmaların başlangıcı niteliğinde olmuştur. 1940 ve 1950'li yıllarda Kanadalı araştırmacılar çalışmalarını medyanın insanlar üzerindeki olumsuz etkilerine yoğunlaştırmıştır. 1950 ile 1960 yılları arasında televizyonun popülerliğinin artmasıyla birlikte konu UNESCO'nun da gündemine girmiş ve bu örgütün öncülüğünde özellikle ebeveyn ve öğretmenlerin dikkatini çekmek adına ekran eğitimi, medya eğitimi, medya çalışmaları konulu konferanslar düzenlenmiştir. Medya eğitimi 1960 yılına gelindiğinde ise

İngiltere ve Kanada’da medyanın olumsuz etkilerinin vurgulanması düşüncesinden vazgeçilerek bireylerin medyayı doğru kullanma konusunda eğitilmesinin daha önemli olduğu görüşü üzerinde durulmuştur. Kanada’da 1960’larda medya okuryazarlığı hareketi “ekran eğitimi kapsamında başlamıştır. Yine bu yıllarda medya eğitimi İngiltere’ nin eğitim sistemine girmiş ve ulusal müfredatında yer almaya başlamıştır. 1970’li yıllarından itibaren de İskandinav ülkelerinde medya okuryazarlığı dersi okul müfredatına girmiştir. 1970’lerden itibaren Amerika’da medya araştırmalarının merkezi üreticilerden izleyicilere kaymıştır. Bu yaklaşım, medya iletilerinin izleyicileri etkileyerek onları kontrol altına aldığı görüşüne karşı çıkarak aktif izleyici anlayışını gündeme getirmiştir. Medya okuryazarlığı İngiltere, Kanada ve İskandinav ülkelerinin uzun zamandır gündemini meşgul eden bir kavram olsa da, konunun uluslararası düzeyde tartışılması ve diğer ülkelerinde gündemine girmesi 2000 yılında Lizbon’da düzenlenen Avrupa Birliği zirvesinde gerçekleşmiştir. Bu tarihten itibaren medya okuryazarlığına ilişkin geniş kapsamlı yapılan toplantılar ve yürütülen bir dizi projenin de etkisiyle konunun gelişimi diğer ülkelerde de hız kazanmıştır. Sadece Avrupa ülkelerinde değil, özellikle son yıllarda medya okuryazarlığı ve eğitimi çalışmaları Hong Kong, Tayvan, Çin Halk Cumhuriyeti ve Japonya gibi Asya ülkelerinde de ivme kazanmaya devam etmektedir (Avşar, 2014; İnceoğlu, 2016; Lee, 2010; Pekman, 2016; Taşkıran, 2017).

Türkiye’de de medya okuryazarlığı konusunda ulusal düzeyde farkındalık oluşturmak ve toplumu bilgilendirmek amacıyla çeşitli çalışmalar yürütülmektedir. Bu konuda yapılan ilk ve önemli çalışmalardan birisi, medyanın etkileri konusunda toplumsal bir farkındalık oluşturmak amacıyla yapılan 2000 yılında Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) tarafından başlatılan “Akıllı İşaretler” uygulamasıdır. Bu uygulamanın amacı, ekranda yer alacak programın içeriği ile ilgili anne babaları bilgilendirerek, çocukların yaşına ve gelişimine uygun olmayan program içeriklerinden korunmaları konusunda yönlendirici olmalarını sağlamaktır. Bunun yanı sıra bireylerin medya etkisinde korunması konusunda kendi denetimlerini oluşturmalarını sağlayarak sorumluluğun paylaşılması amaçlanmıştır (Altun, 2008). Medyanın çocuklar üzerindeki olumsuz etkilerini ortaya koyan araştırmaların sayısının giderek artması, çocuk gelişimi alanındaki uzmanların medyanın etkilerine yönelik görüş birliğinde olmaları, okullarda artan şiddet olaylarına ilişkin raporlar, medya okuryazarlığı konusunda daha kapsamlı resmi tedbirlerin alınması ve programlı çalışmaların çıkış noktasını oluşturmuştur. 2004 yılından bu yana özellikle RTÜK ve Milli Eğitim Bakanlığı tarafından yürütülen, bir dizi proje, bilgilendirme toplantıları, paneller, şiir-kompozisyon yarışmaları gibi çalışmalar gerçekleştirilmektedir. Ayrıca Temel Eğitim Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanan Medya Okuryazarlığı dersi ilköğretim 6, 7 ve 8. sınıflarda seçmeli ders olarak okutulmaya başlanmış ve günümüzde

7. ve 8. sınıflarda okutulmaya devam etmektedir (MEB, 2018; MEB ve RTÜK, 2006; RTÜK, 2018).

Semiz (2013) medya okuryazarlığı dersinin öğrencilerin medya okuryazarlık becerilerini geliştirmede etkili olduğunu ortaya koymuştur. Medya okuryazarlığı dersinin etkililiği ortada olsa da öğretim programı hazırlanması ve programın uygulanmasına yönelik bir takım eksikliklerden de söz edilmektedir. Dersin seçmeli olarak okutulmasının niteliği düşürmesi, öğretim programı medya okuryazarlığı eğitimine ilişkin yapılan çalışmaların yeterince incelenmeden hazırlanması, programın dersin genel kapsamını içermemesi ve öğretim programını uygulayan öğretmenlerin konu ile ilgili yeterliliklerinin düşük olması bu eksikliklerinden bazılarıdır. Sonuç olarak, medya okuryazarlığı eğitimi konusunda daha kapsamlı ve nitelikli çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır (Altun, 2009b).

2. 1. 4. 3. Medya Okuryazarlığı Becerileri

Çocuklar yaratıcı ve meraklı varlıklar oldukları için sürekli başka uğraşlar edinmek isterler. Çocukların araştırmak, keşfetmek istedikleri bir dünya vardır. Medya da keşfedilmek istenen dünyanın sadece küçük bir kısmını oluşturur (DeGeatano, 2016). DeGeatano'a (2016) göre medya okuryazarlık dört temel beceriden oluşur:

- ✓ Her türlü medyayı amaca ve yaşa uygun olarak kullanabilme,
- ✓ Medya mesajlarını eleştirme ve bu mesajların amacını, birey üzerindeki duygusal ve entelektüel etkilerini anlayabilme,
- ✓ Medya mesajları hakkındaki gerçekleri, düşünce ve temellendirilmiş görüşleri aktarabilme,
- ✓ Kamera açıları, ışıklandırma, montaj, dublaj gibi medya yapım tekniklerini ve bunların izleyici etkilemek nasıl kullandığının fark edebilme.

Medya okuryazarlığı becerilerinin tanımlanmasının yanı sıra, günümüzün bilgi ve iletişim teknolojilerini etkin ve güvenli bir şekilde kullanmak için ihtiyaç duyulan bu beceri ve yeteneklerin toplum üyelerine kazandırılmasını kolaylaştırmanın önemi günden güne artmaktadır. Öncelikle çocuk ve gençler olmak üzere toplumdaki bütün bireylerin işgücü, piyasası, eğitim, ev yaşamı, eğlence, iletişim gibi farklı ortam veya sektörlerde kullanmak üzere, medya okuryazarlığı bağlamında orta düzeyde teknik beceriler (içerik yazma, elektronik bir program veya uygulamayı kullanma vb.) ile yüksek düzeydeki becerileri (çevrimiçi demokratik bir tartışmaya katılmak, toplum kültürüne yaratıcı bir şekilde katkıda bulunmak, ülke politikasını eleştirel olarak değerlendirmek vb.) geliştirmeye ihtiyacı vardır (Livingstone, 2004). Her an erişilebilir bir internet ile kişisel bir bilgisayara sahip olmak, televizyon ve internet gibi araçlarını sıklıkla kullanmak ve sürekli takip edilen bir gazetenin olması medya okuryazarlık becerilerini olumlu etkileyen faktörlerdir (Karataş, 2008).

2. 1. 4. 4. Medya Okuryazarlığının Gerekliliği ve Önemi

Öğrencilerin medya okuryazarlığı becerilerini geliştirmeleri, sadece iletişim araçlarının kullanımdan kaynaklı sorunların azaltılması veya ortadan kalkması için gerekli değildir. Bunun yanında medya okuryazarlığı becerisi artık günümüzde öğrencilerin kişisel gelişimleri ve başarılı bir kariyere sahip olması için gerekli temel becerilerden biri haline gelmiştir. 21. yüzyılda bilginin bol olduğu, bilimde ve teknolojide hızlı değişimlerin yaşandığı, teknoloji ve medya tarafından yönlendirilen bir ortamda yaşıyoruz. Dijital çağda yaşanan değişimlere uyum sağlayarak başarılı bir kariyere sahip olmak isteyen bireylerden, iletişim, iş birliği, problem çözme, eleştirel düşünme alanlarında yetkin olmaları; bilgi okuryazarlığı, bilişim ve iletişim teknolojileri okuryazarlığı ve medya okuryazarlığı becerilerini edinmeleri beklenir (Erkut, 2017).

Günümüzde bireyler için bu yeterlilikler yaşam ve kariyer açısından birer gereklilik haline gelmişse, çocuk ve gençlerin okul içinde ve dışında bunları geliştirecek şekilde yetiştirilmelidir. Ancak sadece çocuk ve gençlerin değil onlarla yakın ilişkiler kuran ve bu becerilerin gelişiminde önemli rolleri olan anne babaların ve öğretmenlerin de medya okuryazarlıklarının yeterli düzeyde olduğu söylenemez (İnan, 2013). Çocuklar, medyanın insanlar üzerindeki etkilerinin farkında olduklarına, medyanın getirdiği riskleri ve bunlarla nasıl başedeceklerini bildiklerine inanmalarına rağmen medya kullanımı konusunda yeterli bilince sahip değillerdir (Köktener, 2019; Livingstone, Hadden, Görzig ve Ólafsson, 2011). Türkiye’de ve dünyada medya okuryazarlığı konusunda eğitim almamalarına ve konu ile ilgili bilgi düzeylerinin yetersiz olmasına rağmen öğretmenlerden, bu konuda öğrencileri eğitmeleri istenmektedir (Görmez, 2015; İnan ve Temur, 2012; Scull ve Kupersmidt, 2011). Öğretmen adayları medya okuryazarlığı konusunda bilgili olduklarını düşünseler de medya mesajlarına tepki verme, çevresindeki kişileri medya mesajları konusunda bilgilendirme gibi medya okuryazarlığı tutum ve davranışlara sahip olmadıkları da gözlenmiştir (İnan ve Temur, 2012). Benzer şekilde anne babalar da medya okuryazarlığı konusunda yeterli eğitime sahip olmadıkları için çocuğun yönlendirilmesi ve bu becerinin geliştirilmesinde onlara yardımcı olmada eksik kalmaktadırlar (Kalan, 2010).

Günümüz çocuk ve gençleri teknoloji ile iç içe olmalarına rağmen, onların bilişim teknolojileriyle ilişkileri çoğunlukla Facebook, Snapchat, Instagram, Twitter, Youtube gibi sosyal medya uygulamaları ile Whatsapp’ın kullanımı ile sınırlıdır. Bununla birlikte merak edilen veya ihtiyaç duyulan bir konuda Google arama motorunda yüzeysel bir arama yapma, onlar tarafından bir araştırma olarak düşünülüyor. Halbuki bilgi çağındaki bu yeni kuşağın amacı, teknolojiyi daha etkin kullanarak doğru kaynağa ulaşmak ve bilgi kirliliğinin içerisinden doğru bilgiyi ayıklayarak bunu kullanmak olmalıdır (Erkut, 2017).

Bireyler kitle iletişim araçları, popüler kültür ve dijital medya ile çevrili bir dünyada yaşamak durumundalarsa bu yaşantının gerektirdiği bir dizi medya okuryazarlığı becerilerine de sahip olmalıdırlar. Geçmişten bugüne; haber ve reklamları analiz etme, müziğin sosyal işlevini sorgulama, propaganda, görüş ve bilgiyi birbirinden ayırt etme, cinsiyet, ırk ve sınıfın eğlence ve bilgi medyasında nasıl temsil edildiğini irdeleme, medyaya sahip olma gücünü ve medya ekonomisini ve anlama, medya mesajlarında cinsellik ve şiddetin gösterilme biçimini fark etme gibi becerilerin gerekliliği giderek artmakta ve günümüzün yaşam becerileri haline dönüşmektedir. Dijital medyanın da yükselişi ve değişen bilgi teknolojileri birlikte bunlara dikkate alınması gereken yeni medya okuryazarlık becerileri de eklenmektedir. Bireylerin kendi medya okuryazarlıklarını geliştirmelerinin gerekliliğinin yanında ayrıca toplum tarafından, çocuklar ve gençlerin tüm dijital medya ve teknolojileri kullanarak kendilerini ifade etme, düşüncelerini savunma ve kendilerini eğitmelerine fırsat verilerek, aktif birer medya yazarı olmalarına da yardımcı olunmalıdır (Hobbs ve Jensen, 2009).

Medya okuryazarlığı eğitimi ile medya eğitimi kavramları çoğu zaman birbirlerinin yerine kullanılsa da bu iki kavram temel olarak birbirinden farklıdır. Medya eğitimi iletişim araçlarının tanıtılması ve nasıl kullanıldığının öğretilmesi iken medya okuryazarlığı eğitimi, medya mesajlarına eleştirel yaklaşma, medyada içerik oluşturma ve oluşturulan içeriklerin doğru kullanılması becerilerinin geliştirilmesini ifade eder (İnan, 2013). Çocukların medya okuryazarlığı konusunda eğitilmeleri ile, medyada yer alan her türlü içeriğin doğruluğunu sorgulayabilmeleri, ihtiyaç duydukları konularda güvenilir bilgiye erişebilmeleri, gelişimleri açısından tehlikeli obezite, problemlerli internet kullanımı gibi sorunlar ile şiddet eğilimli ve pornografik içeriklere maruz kalmaya karşı korunabilmeleri amaçlanmaktadır. Medya okuryazarlığı konusunda eğitilmiş olan çocuklardan medya kullanımına yönelik hak ve yükümlülüklerini bilmeleri, siber zorbalıkla karşılaştığında neler yapması gerektiğini, medyada kendi iletilerini oluştururken kendilerinin ve diğer kullanıcıların kişisel güvenliğini sağlamaları, yerel ve evrensel değerleri gözetmeleri, medya içeriklerini denetleyen birer yurttaş olmaları beklenir (RTÜK, 2018). Bunun yanında medya okuryazarlığı tüm yurttaşların eleştirel düşünme ve sorun çözme becerisini geliştirerek bilgiyi bilinçli bir şekilde üretmelerini ve tüketmelerini sağlayacaktır. Bu nedenle medya okuryazarlığı eğitimi ifade özgürlüğü, bilgi edinme hakkı ve demokrasi açısından da önemli bir konudur (Treske, 2016). Çocukların medya kullanımı üzerine yapılan araştırma sonuçları da medya okuryazarlığı eğitiminin gerekliliğini ortaya koymaktadır (Çelen, Çelik ve Seferoğlu, 2011; Doğan, 2006; Irving, Dupen ve Berel, 1998; Kalan, 2010).

2. 2. Literatür Taramasının Sonucu

Bu bölümde araştırma kapsamında mesleki olgunluk, internet kullanım amaçları, sosyal medya tutumları ve medya okuryazarlığı konularına ilişkin yapılan literatür taramasının sonucu her konu başlığı için ayrı olarak verilmiştir.

Mesleki olgunluğun meslek seçimi ile doğrudan ilgili bir kavram olması sebebiyle bu konu başlığı altında öncelikle meslek ve ilişkili kavramlar ile meslek seçimi sürecinden bahsedilmiştir ardından lise döneminde mesleki gelişim incelenmiş ve mesleki olgunluk kavramı ile bu başlık tamamlanmıştır. Meslek ve ilişki kavramların farklı tanımlamaları olsa da mesleği, bireylerin öncelikle geçimlerini sağlamak ikincil olarak da diğer bireylere hizmet sağlamak amacıyla yaptıkları bir etkinlik; iş bir mesleği icra ederken yapılan uğraşlar; kariyeri ise meslek ve işi de içine alan yaşam boyu devam eden bir gelişim süreci olarak açıklamak mümkündür.

Tarih boyunca bazı meslekler çağa yenik düşerek ortadan kaybolmuş, bazı meslekler ise kalıcılığı korumuş ve günümüzde yeni yeni gelişen meslekler ortaya çıkmıştır. Kuramcılar ve meslek kuruluşları tarafından temel ilgi alanları, gerektirdiği beceriler, ilişki olduğu sektörler gibi ayırt edici özelliklerine göre mesleklerin çeşitli sınıflandırmaları yapılmış ve meslek grupları oluşturulmuştur. Lise dönemindeki bireyin en temel mesleki görevinin bu meslek grupları arasından arasından kendine uygun olduğuna inandığı bir mesleği seçmesi beklenir. Literatürde, lise dönemindeki bireylerin kendileri ve meslekler hakkında bilgi edinerek mesleki tercihlerini netleştirmeleri, mesleki olgunluk kavramı ile açıklanmıştır. Bu dönemde birey mesleki tercihini netleştirecek mesleki görevlerin üstesinden geldikçe mesleki olgunluğunun da arttığı ifade edilmiştir. Bu nedenle mesleki olgunluğun mesleki gelişim ve meslek seçimi ile doğrudan ilişkili bir kavram olduğu çıkarımında bulunulmuştur. Neticede mesleki gelişim ve meslek seçimi üzerinde etkili olan bu faktörlerin benzer şekilde mesleki olgunlukla da ilişkili olabileceği düşünülmüş literatür taraması mesleki seçimi üzerinde yoğunlaştırılmıştır.

Meslek seçiminde pek çok faktörden etkilenen, ani bir karar olmaktan öte belli bir birikim sonucunda varılan bir süreçtir. Bu araştırmanın kavramsal çerçevesinde, literatürde meslek seçimi üzerinde etkili olduğu ortaya konan faktörler derlenmiş ve bu faktörler; yetenek, ilgi, benlik, cinsiyet, yaşam ve meslek değerleri, aile, okul, ekonomik ve politik faktörler, şans ve medya olarak açıklanmıştır. Bu faktörlerden medyanın, meslek seçimi üzerindeki etkisine yönelik araştırmaların sayısının oldukça az olduğu ve yakın tarihlerde güncel bir araştırmanın olmadığı görülmüştür. Ayrıca bu araştırmaların neredeyse tamamında, meslek seçimine etkisi incelenen medya araçlarının televizyonla sınırlı kaldığı ve internet gibi diğer medya araçlarının etkisinden bahsedilmediği de görülmektedir.

Halbuki internet, hayatın her alanında kullanımı giderek yaygınlaşan, insanların eğlenmek, vakit geçirmek, iletişim kurmak, sosyalleşmek, bilgi edinmek, araştırma yapmak, ihtiyaçlarını karşılamak gibi çeşitli amaçlarla başvurdukları bir medya aracı haline gelmiştir. Bireyler ve devletler tarafından kullanılmaması neredeyse imkânsız hale gelen internetin ve buna bağlı sosyal medya gibi uygulamaların hayatımızdaki yeri günden güne artmaktadır. Bu olgu araştırmacıların da ilgisini çekmiş, internet ve sosyal medyanın bireyler üzerindeki etkilerine yönelik çalışmalar yapılmıştır. Konu ile ilgili araştırma sonuçları, internet ve sosyal medya kullanımının, bireylerin duyguları, düşünceleri, tutumları, yaşam alışkanlıkları ve ruh sağlığı durumları üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Ancak bireyler üzerindeki farklı alanlara ilişkin etkileri çeşitli araştırmalarda incelenmesine rağmen literatürde internet ve sosyal medyanın lise öğrencilerinin meslek seçimi ve mesleki olgunlukları üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik başka bir araştırmaya veya görüşe rastlanmamıştır. İnternet ve sosyal medyanın bu etkisinin bireylerin mesleki gelişimleri ve mesleki seçimlerini üzerinde de kendisine gösterebileceği düşüncesiyle bu araştırmada mesleki olgunluk ile internet ve sosyal medya kullanımları arasındaki ilişki incelenmiştir.

İnternet ve sosyal medya kullanımı lise öğrencilerinin mesleki olgunluklarını etkileyen bir unsurlarsa bu etkide lise öğrencilerinin bu medya araçlarındaki mesajları algılama, değerlendirme ve yorumlama becerilerinin de payı olacağı düşünülmüştür. Bu becerileri ifade eden en doğru kavram medya okuryazarlığıdır. Eğer öğrencilerin mesleki olgunlukları ile internet kullanım amaçları ve sosyal medya tutumları arasında bir ilişki varsa bu onların medya okuryazarlıkları ile de doğrudan ilişkili olabileceğine inanılmıştır. Literatürde lise öğrencilerin mesleki olgunlukları ile medya okuryazarlıkları arasındaki ilişkiyi inceleyen başka araştırmaya rastlanmamakla birlikte lise öğrencilerinin medya okuryazarlıklarını belirlemeye yönelik araştırmalar da yok denecek azdır. Çalışmalarda araştırma gruplarının çoğunlukla ortaokul öğrencileri, ebevenler ve öğretmenlerden oluştuğu görülmüştür. Ayrıca araştırmaların ortaokul kademesinde seçmeli ders olarak okutulan medya okuryazarlığı dersinin etkililiği üzerine yoğunlaştığı fark edilmiştir. İlgili literatür bize öğrencilerin medya okuryazarlıklarının geliştirilmesi gerektiğini, ebeveynlerin medyanın olumsuz etkilerinden çocuklarını korumakta yetersiz kaldığını ve öğretmenlerin medya okuryazarlığı eğitimi verecek bilgi ve becerilerle yetiştirilmediğini göstermektedir.

3. YÖNTEM

Bu bölümünde araştırmanın modeli, araştırma grubunda yer alan lise öğrencilerin demografik özellikleri, veri toplamada kullanılan ölçme araçları, veri toplama süreci ve verilerin analizi hakkında bilgilere yer verilmiştir.

3. 1. Araştırma Modeli

Bu araştırma, lise 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin mesleki olgunluklarının; internet kullanım amaçları, sosyal medya tutumları ve medya okuryazarlığı düzeyleri arasındaki ilişkinin ortaya konması ile öğrencilerin, mesleki tercihleri, internet kullanım düzeyleri, sosyal medya ve diğer internet uygulamalarını kullanma durumlarının belirlenmesi amaçlarıyla gerçekleştirilmesi yönüyle ilişkisel tarama modelindedir. İlişkisel araştırma, herhangi bir müdahale olmaksızın iki veya daha fazla değişkeninin birlikte değişimini ve aralarındaki ilişkiyi belirlenmeyi hedefleyen araştırmalardır. Bağımlı değişkenleri etkileyen bağımsız değişkenlerin neden-sonuç ilişkisi içerisinde ortaya konması nedensel karşılaştırma araştırmalarının konusu olsa da, ilişkisel araştırmaların da kesin bir yargıya varılamaması ile birlikte değişkenler arasındaki neden-sonuç ilişkisi hakkında araştırmanın uzak hedefine yönelik bir fikir oluşturabileceği söylenir (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2012).

3. 2. Araştırma Grubu

Araştırmanın örneklemini, 2018-2019 eğitim öğretim yılında Giresun ilinde farklı liselerde öğrenim gören toplam 885 lise üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencisinden oluşmaktadır. Lise öğreniminin son yılları, öğrencilerin alan/dal tercihlerini deneyimleme fırsatlarının olduğu; devam etmek istedikleri üniversite programlarını veya gelecekteki yapmayı düşündükleri meslekleri netleştirmelerinin gerektiği bir dönemdir. Bu nedenle araştırmanın evrenini oluşturan grup lise üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencileri olarak belirlenmiştir. Araştırma 5 farklı lise türünde (Anadolu Lisesi, Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Fen Lisesi, Sosyal Bilimler Lisesi, Anadolu İmam Hatip Lisesi) üçüncü ve dördüncü sınıfta öğrenim gören 458 (%51.8) kadın, 427 (48.2) erkek olmak üzere toplam 885 öğrenci ile yürütülmüştür. Sınıf düzeylerine 447 (%50.5) öğrenci üçüncü sınıfta, 438 (%49.5) öğrenci dördüncü sınıfta öğrenim görmektedir. Araştırma grubu oluşturulurken, zaman ve işgücü açısından kolaylık sağlayan uygun örnekleme yöntemi kullanılmıştır (Büyüköztürk vd., 2012). Araştırma kapsamında veri elde etmek amacıyla kullanılan form ve ölçekler, gönüllü olan 992 öğrenciye uygulanmıştır ancak eksik ve hatalı doldurulduğu

belirlenen 107 öğrenciye ait form ve ölçekler değerlendirilmeye alınmamıştır. Araştırma grubunu oluşturan toplam 885 öğrencinin demografik özelliklerine ilişkin istatistik Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4. Araştırma Grubunun Demografik Özelliklerine İlişkin İstatistik

Özellik	Değişken	Frekans	Yüzde
Sınıf	3	447	50.5
	4	438	49.5
Cinsiyet	Kadın	458	51.8
	Erkek	427	48.2
Lise türleri	Anadolu Lisesi	279	31.5
	Mesleki ve Teknik A. Lisesi	210	23.7
	Fen Lisesi	173	19.5
	Sosyal Bilimler Lisesi	67	7.6
	A. İmam Hatip Lisesi	156	17.6
Kurum türü	Devlet okulu	754	85.2
	Özel okul	131	14.8
Öğrenim alanları	Fen Bilimleri	333	37.6
	Türkçe-Matematik	277	31.3
	Sosyal Bilimler	118	13.3
	Sağlık Hizmetleri	157	17.7
Sınıf geçme başarı durumu	Doğrudan geçen	113	12.8
	1- 3 zayıfla geçen	127	14.4
	4 ve üzeri zayıfla geçen	23	2.6
	Takdir-teşekkür ile geçen	618	69.8
	Sınıf tekrarı yapan	4	.5

3. 3. Verilerin Toplanması

Bu bölümde, araştırma kapsamında veri elde etmek amacıyla kullanılan ölçeklerin neler olduğu belirtilmiş ve bu ölçekler hakkında bilgilere yer verilmiştir. Ayrıca veri toplama sürecinde yapılan iş ve uygulamalara ilişkin açıklamalar aktarılmıştır.

3. 3. 1. Veri Toplama Araçları

Bu kısımda, araştırma kapsamında veri elde etmek amacıyla kullanılan Kişisel Bilgi Formu, Mesleki Olgunluk Ölçeği (MOÖ), İnternet Kullanım Amaçları Ölçeği (İKAÖ), Sosyal

Medya Tutum Ölçeği (SMTÖ) ve Medya Okuryazarlık Ölçeği (MOYÖ) hakkındaki bilgilere yer verilmiştir.

3. 3. 1. 1. Kişisel Bilgi Formu

Araştırmacı tarafından hazırlanan bu form, katılımcıların; sınıf düzeyi, cinsiyeti, öğrenim gördükleri lise, anne-baba eğitim durumları, ders başarıları, internet kullanım düzeyleri, sosyal medya ve diğer internet uygulamalarını kullanım durumları ve mesleki tercihlerini betimlemeye yönelik 19 maddeden oluşmaktadır. Formda yer alan ifade ve maddelerin hazırlanması aşamasında ilgili literatür dikkate alındığı gibi uzman görüşü de alınmıştır.

3. 3. 1. 2. Mesleki Olgunluk Ölçeği

Lise öğrencilerinin mesleki olgunluk düzeylerini belirlemek amacıyla hazırlanan MOÖ, “Bir Mesleki Tercihini Billurlaştırma” mesleki görevine ilişkin 8 mesleki tutum ve davranış ifade eden 40 maddeden oluşmaktadır. Ölçekte 8 alt boyut bulunmaktadır. Ölçek 5’li Likert tipindedir (Kuzgun ve Bacanlı, 2017).

Ölçekte yer alan 19 madde, öğrencilerden beklenen mesleki tutum ve davranışlarla ilgili olarak istendik yönde; 21 madde ise öğrencilerden beklenmeyen mesleki tutum ve davranışlarla ilgili olarak istenmedik yönde oluşturulmuştur. Ölçekteki maddelere verilen cevapların sayısal değerinin toplamı, o öğrencinin bireysel ham puanını oluşturur. Puanlamada 143 ve 155 puan aralığı kritik değer olarak kabul edilir. Bireysel ham puanı; “143” e ulaşmayan öğrencilerin mesleki olgunluk düzeyinin düşük olduğu, “143” ten “155” e kadar olan öğrencilerin mesleki olgunluk düzeylerini geliştirmeye ihtiyaçlarının olduğu, “155” e ulaşan öğrencilerin ise mesleki olgunluk düzeylerinin yüksek olduğu söylenebilir (Kuzgun ve Bacanlı, 2017).

Ölçeğin Cronbach alpha katsayısı .89 bulunmuştur. MOÖ’nin güvenilirliğini yansıtan bu katsayının, mesleki tutum ve davranışları ölçmeye çalışan bir araç için yeterli olduğu söylenebilir (Kuzgun ve Bacanlı, 2017). Ölçeğin 37. maddesinde yer alan ÖSS (Öğrenci Seçme Sınavı) ifadesi, yükseköğretime geçişte yapılan sınavın isminin değişmesi sebebiyle uzman görüşü alınarak “üniversite sınavı” ifadesi ile değiştirilmiştir.

3. 3. 1. 3. İnternet Kullanım Amaçları Ölçeği

Ergenlerin internet kullanım özellikleri, internet kullanım amaçları ve internet kullanım amaçlarına ilişkin görüşlerinin tespit edilmesi amacıyla Akar (2017) tarafından geliştirilen ölçek; Kişisel bilgiler, İnternet kullanım özellikleri, İnternet kullanım amaçları olmak üzere üç

bölümde toplam 48 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin birinci ve ikinci bölümü, araştırmacının lise öğrencilerinden veri elde etmek amacıyla kendisi tarafından hazırlanan kişisel bilgiler formunda yer alan maddelerle örtüşen maddelerden oluştuğu için, araştırmada bu ölçme aracının İnternet kullanım amaçları bölümünün yer aldığı 29 maddeden oluşan ölçek kullanılmıştır. Ölçekte Eğitim (8 madde), Eğlence (8 madde), Psikolojik İhtiyaçlar (5 madde), Sosyalleşme (4 madde), Bilgilenme (4 madde) olmak üzere beş alt boyut yer alır. Katılımcılardan, ölçeğin alt boyutlarında ifade edilen internet kullanım amaçlarına katılım düzeylerini, “hiç katılmıyorum”dan “tamamıyla katılıyorum”a doğru 5’li Likert tipi derecelendirme yöntemi ile oluşturan seçenekler şeklinde belirtmeleri istenmiştir.

Ölçekten alınan yüksek puanlar o madde/boyuttaki internet kullanım amacının yüksek olduğu anlamına gelir. Ölçeğin alt boyutlarının Cronbach-Alfa güvenilirlik katsayıları $\alpha=.70$ ile $\alpha=.89$ arasında değişmektedir. Ölçeğin tümünün Cronbach-Alfa güvenilirlik katsayısı ise $\alpha=.86$ (Akar, 2017). Saptanan güvenilirlik değerleri, ölçeğin lise öğrencilerinin internet kullanım amaçlarını belirlemede yeterli bir ölçme aracı olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk vd., 2012).

3. 3. 1. 4. Sosyal Medya Tutum Ölçeği

Ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medyaya yönelik tutumlarını belirlemek amacıyla Otrar ve Arğın (2015) tarafından geliştirilen bu ölçekte, 6 olumsuz, 7 olumlu olmak üzere toplam 23 madde bulunmaktadır. Ölçekteki maddeler 5’li likert tipi kullanılarak derecelendirilmiştir. SMTÖ, kendini ifade etme, fark edilme, saygınlık kazanma isteğini ifade eden “*sosyal yetkinlik alt boyutu*”; sosyal medyada sitelerinde paylaşım yapılması, paylaşımlardan haberdar olma ve yapılan paylaşımların değerlendirilmesini ifade eden “*paylaşım ihtiyacı alt boyutu*”; sosyal medyada öğretmenlerle iletişim kurulması ve bundan duyulan memnuniyeti ifade eden “*öğretmenlerle ilişki alt boyutu*” ve sosyal medya sitelerinin kişiyi yakın çevreyle olan iletişimden soyutlaması ve derslere verilen önemi azaltmasını ifade eden “*sosyal izolasyon alt boyutu*” olmak üzere 4 alt boyuttan oluşur (Otrar ve Arğın, 2015).

Ölçeğin yapı geçerliğini belirlemek amacıyla yapılan işlem ve analizler sonucunda toplam varyansın %56.650’sini açıklayan 4 alt boyutlu ve 23 maddeden oluşan ölçme aracı ortaya konmuştur. Güvenirlik için varimax rotasyon sonucu belirlenen 4 alt boyut ve ölçeğin tümü için Cronbach alpha katsayısı .85 olarak hesaplanmıştır. Ayrıca Pearson analizi ile hesaplanan madde-toplam ve madde-kalan korelasyonları anlamlı ($p<.001$); t testi kullanılarak uygulanan (alt-üst %27) analizler sonucunda ölçekteki maddelerin ayırt edici özellikte olduğu anlaşılmıştır. Elde edilen bulgular, ölçeğin geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğunu göstermektedir (Otrar ve Arğın, 2015).

3. 3. 1. 5. Medya Okuryazarlığı Ölçeği

Lise öğrencilerinin medya okuryazarlığı düzeylerini belirlemek amacıyla Karaman ve Karataş (2009) tarafından, farklı bölümlerde öğrenim gören öğretmen adaylarına uygulanarak geliştirilen Medya Okuryazarlığı Ölçeği (MOYÖ) kullanılmıştır. Ölçek bilgi sahibi olma, analiz edebilme ve tepki oluşturabilme ve yargılayabilme ve örtük mesajı görebilme olmak üzere üç alt boyuttan oluşmaktadır. 5'li Likert tipi derecelendirme yöntemi kullanılarak hazırlanan maddeleri, katılımcıların “hiçbir zaman” ve “her zaman” arasında değişen seçeneklere göre cevaplandırmaları istenmiştir. Ölçeğin tamamı için güvenilirlik katsayısı .84, alt boyutlarda ise bilgi sahibi olma .72, analiz edebilme ve tepki oluşturabilme için .72, yargılayabilme ve örtük mesajları görebilme için .68 olarak saptanmıştır (Karaman ve Karataş, 2009).

MOYÖ, örneklem grubunu lise öğrencilerinin oluşturduğu, Kahyaoğlu ve Kenanoğlu (2014) tarafından yapılan araştırmada ölçme aracı olarak kullanılmıştır. Ölçeğin lise öğrencileri üzerinde uygulandığı bu araştırmada Cronbach alfa güvenilirlik katsayıları, bilgi sahibi olma alt boyutunda .91, analiz edebilme ve tepki oluşturabilme alt boyutu ile yargılayabilme ve örtük mesajları görebilme alt boyutunda .85 olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin tamamı için ise Cronbach alfa katsayısı .93 olarak hesaplanmıştır. Elde edilen bu veriler lise öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyini belirlemede, araştırmada kullanılan MOYÖ'nün güvenilir bir ölçme aracı olduğunu göstermektedir.

3. 3. 2. Veri Toplama Süreci

Veri toplama sürecine, araştırmada veri elde etmek amacıyla kullanılan ölçeklerin kullanım izinlerinin alınmasıyla başlanmıştır. Ölçekleri geliştiren ve uyarlayan yazarlarla e-posta ile iletişim kurularak, ölçeklerin kullanım izinleri alınmıştır. Araştırmacı tarafından hazırlanan form ile ölçekler şekilsel olarak düzenlenerek ölçme araçları basıma hazır hale getirilmiştir. Ardından sırasıyla çalışma yapılabilmesi için Trabzon Üniversite Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu onayı ile Giresun ilinde bulunan liselerdeki öğrencilerden veri elde etmek için Giresun İl Milli Eğitim Müdürlüğü ARGE Biriminden resmi izin alınmıştır. Gerekli izinlerin alınmasıyla birlikte veri toplama uygulamalarına başlanmıştır. Ölçme araçları psikolojik danışmanı olan okullarda bu kişilerce; psikolojik danışmanı olmayan okullarda araştırmacı tarafından uygulanmıştır. Uygulama öncesi katılımcılara araştırmanın amacı ve ölçme araçlarının doldurulmasına ilişkin bilgiler verilmiştir. Uygulamalar sınıf ortamında gerçekleştirilmiş olup, ortalama 35 dakika sürmüştür.

3. 4. Verilerin Analizi

Araştırmadan elde edilen veriler IBM SPSS Statistic 25.0 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Amaçların denenmesi için uygulanacak analiz tekniklerinin belirlenmesi amacıyla normallik testi kullanılarak verilerin normal dağılıp dağılmadığı belirlenmiştir. Yapılan normallik testi sonucunda araştırmada elde edilen verilerin normal dağılım gösterdiği kabul edilmiştir. Bu nedenle, öğrencilerin mesleki olgunluk düzeylerinin, internet kullanım amaçlarının, sosyal medya tutumlarının ve medya okuryazarlığı düzeylerinin belirlemesi amacıyla betimsel istatistik analizi; mesleki olgunluğun demografik değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığının belirlenmesi amacıyla bağımsız örneklem t-Testi, tek yönlü varyans analizi (One-Way ANOVA) ve Tukey HSD testi; mesleki olgunluğun internet kullanım amaçları, sosyal medya tutumları ve medya okuryazarlığı değişkenleri ile ilişkisinin incelenmesi amacıyla da Pearson momentler korelasyon çarpımı ve Çoklu regresyon teknikleri uygulanmıştır.

4. BULGULAR

Bu bölümünde araştırmanın belirlenen amaçlarının denenmesine ilişkin yapılan analizlerin bulgularına yer verilmiştir.

4. 1. Verilerin Normallik Testi Sonuçları

Araştırmada veri elde etmek amacıyla kullanılan ölçme araçlarına, lise öğrencileri tarafından verilen yanıtların normal dağılım gösterip göstermediğinin belirlenmesi amacıyla normallik testi uygulanmıştır. Normallik testine ilişkin değerler Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5. Normallik Testi Sonuçları

Ölçek	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk			Çarpıklık	Basıklık
	İstatistik	sd	p	İstatistik	sd	p		
Mesleki Olgunluk	.039	885	.003	.991	885	.000	-.010	-.543
İnternet Kullanım Amaçları	.053	885	.000	.987	885	.000	-.411	.873
Sosyal Medya Tutum	.033	885	.027	.997	885	.106	-.123	.081
Medya Okuryazarlığı	.058	885	.000	.977	885	.000	-.624	.788

Tablo 5 incelendiğinde, normallik testi sonuçlarına göre tüm ölçeklere ait anlamlılık (p) değerlerinin .05'ten küçük olduğu görülmektedir. Yani araştırmada kullanılan ölçekler normal dağılım göstermemektedir. Zaten sosyal bilimlere ait ölçme araçları ile elde edilen verilerde normal dağılım testleri ile dağılımın %5 anlamlılık düzeyinde normal dağıldığının tespit edilmesi oldukça az rastlanan bir durumdur. Kuramcılar, sosyal bilimlere ait ölçme araçları ile elde edilen verilerde çarpıklık katsayısının ± 1.5 aralığında olması durumunda dağılımın normal olarak kabul edilmesinin uygun bir yaklaşım olduğunu açıklamaktadır (Tabachnick, Fidell and Ullman, 2007). Çarpıklık ve basıklık katsayıları incelendiğinde tüm ölçeklere ait değerlerin ± 1.5 aralığında olduğu görülmüş ve neticede amaçların denenmesi için parametrik test ve tekniklerden yararlanılmıştır.

4. 2. Betimsel İstatistik

Bu bölümde lise öğrencilerinin mesleki olgunluk düzeyi, internet kullanım amaçları, sosyal medya tutumları, medya okuryazarlığı düzeyi, internet kullanım özellikleri ve meslek seçiminde internetten faydalanma sıklıklarına ilişkin betimsel istatistiklere yer verilmiştir.

4. 2. 1. Mesleki Olgunluk Düzeyi, İnternet Kullanım Amaçları, Sosyal Medya Tutumu ve Medya Okuryazarlık Düzeyi

Lise öğrencilerinin mesleki olgunluk, internet kullanım amaçları, sosyal medya tutumu ve medya okuryazarlık ölçeklerine verdikleri yanıtların aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerine ilişkin bilgiler Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6. Ölçeklere ve Alt Boyutlara İlişkin Betimsel İstatistik

Ölçek	N	\bar{X}	S
Mesleki Olgunluk	885	3.6011	.50572
İnternet Kullanım Amaçları	885	3.5606	.53935
<i>Eğitim</i>	885	3.8105	.78863
<i>Eğlence</i>	885	2.9030	.79948
<i>Psikolojik ihtiyaçlar</i>	885	3.3071	.96261
<i>Sosyalleşme</i>	885	3.9718	.85496
<i>Bilgilenme</i>	885	3.7873	.88868
Sosyal Medya Tutumu	885	3.1718	.53353
<i>Sosyal yetkinlik</i>	885	2.5433	.91840
<i>Paylaşım ihtiyacı</i>	885	3.4994	.83320
<i>Öğretmenlerle ilişki</i>	885	2.4301	1.11530
<i>Sosyal izolasyon</i>	885	3.7341	.93962
Medya Okuryazarlığı	885	3.6473	.68698
<i>Bilgi sahibi olma</i>	885	3.9763	.71200
<i>Analiz edebilme ve tepki oluşturabilme</i>	885	3.3058	.81522
<i>Yargılayabilme ve örtük mesajları görebilme</i>	885	3.5836	.85910

Tablo 6 incelendiğinde lise öğrencilerinin mesleki olgunluk ölçeği puanlarının aritmetik ortalamasının 3.6011 (S=.50572) olduğu görülmektedir. Aritmetik ortalama puanın ölçek madde sayısı ile çarpılarak elde edilen ham puan ortalamasının ise 144.04 olduğu anlaşılmaktadır. Bu puan kritik değer olarak kabul edilen 143 ile 155 puanları arasında yer alır. Bu bulgu değerlendirildiğinde lise öğrencilerinin mesleki olgunluk düzeylerinin kritik düzeyde olduğu ve geliştirilmesi gerektiği söylenebilir.

Lise öğrencilerinin internet kullanım amaçları ölçeği puanlarına bakıldığında aritmetik ortalamasının 3.5606 (S=.53935) olduğu görülürken, ölçeğin alt boyutlarının aritmetik puan ortalamalarının ise en yüksekten en düşüğe doğru sırasıyla; "Sosyalleşme" alt boyutunda 3.9718 (S=.85496), "Eğitim" alt boyutunda 3.8105 (S=.78863), "Bilgilenme"

alt boyutu 3.7873 (S=.88868), “Psikolojik İhtiyaçlar” alt boyutunda 3.3071 (S=.96261) ve “Eğlence” alt boyutunda 2.9030 (S=.79948) şeklinde olduğu görülmektedir. Sonuçlar lise öğrencilerinin interneti en çok sosyalleşme en az ise eğlence amaçlı kullandıklarını ortaya koymaktadır.

Lise öğrencilerinin sosyal medya tutum ölçeği puanlarının aritmetik ortalamasının 3.1718 (S=.53935) olduğu tespit edilmiştir. Ölçeğin alt boyutlarının aritmetik puan ortalamaları ise en yüksekten en düşüğe doğru sırasıyla; “Paylaşım İhtiyacı” alt boyutunda 3.4994 (S=.83320), “Sosyal İzolasyon” alt boyutunda 3.7341 (S=.93962), “Sosyal Yetkinlik” alt boyutunda 2.5433 (S=.91840) ve “Öğretmenlerle İlişki” alt boyutunda 2.4301 (S=1.11530) şeklindedir. Bu bulguya göre, lise öğrencilerinin sahip olduğu en yüksek sosyal medya tutumu sosyal izolasyon iken, en düşük sosyal medya tutumunun ise öğretmenlerle ilişki olduğu söylenebilir.

Son olarak lise öğrencilerinin medya okuryazarlığı ölçeği puanları incelendiğinde aritmetik ortalamasının 3.6473 (S=.68698) olduğu görülürken, ölçeğin alt boyutlarının aritmetik puan ortalamalarının ise en yüksekten en düşüğe doğru sırasıyla; “Bilgi Sahibi Olma” alt boyutunda 3.9763 (S=.71200), “Yargılayabilme ve Örtük Mesajları Görebilme” alt boyutunda 3.5836 (S=.85910), “Analiz Edebilme ve Tepki Oluşturabilme” alt boyutunda 3.3058 (S=.81522) şeklinde olduğu görülmektedir. Bu bulguya göre lise öğrencilerinin medya okuryazarlıklarının analiz edebilme ve örtük mesajları görebilme becerileri için orta düzeyde olmasının yanı sıra, genel olarak ortalamasının üzerinde ve iyi düzeyde olduğu söylenebilir.

4. 2. 2. İnternet Kullanım Özellikleri

Tablo 7’de lise öğrencilerinin interneti kaç yıldır kullandıkları, günde kaç saat ortalama ile bağlandıkları ve internete nereden erişim sağladıklarına ilişkin betimsel istatistikler gösterilmiştir.

Tablo 7. İnternet Kullanım Özelliklerine İlişkin Betimsel İstatistik

İnternet Kullanım Özellikleri	N	%	
Kaç yıldır kullandığı	2 yıl ve daha az	62	7.0
	3-4 yıl	242	27.3
	5-6 yıl	249	28.1
	7 yıl ve daha fazla	311	35.1
	Kullanmayan	21	2.4
Günde kaç saat kullandığı	2 saate kadar	357	40.3
	3-4 saat	347	39.2
	5-6 saat	123	13.9
	7 saat ve daha fazla	37	4.2
	Kullanmayan	21	2.4

Tablo 7'nin devamı

İnternete nereden eriştikleri	Ev	291	32.9
	Okul	12	1.4
	İnternet cafe	3	.30
	Cep Telefonu	567	64.1
	Diğer	12	1.4

Tablo 7 incelendiğinde lise öğrencilerinin %7.0'sinin (n=62) 2 yıl ve daha az, %27.3'ünün (n=242) 3-4 yıl, %28.1'inin (n=249) 5-6 yıl, %35.1'inin (n=311) de 7 yıl ve daha uzun süre ile interneti kullandığı görülmektedir. Öğrencilerin %2.4'ü (n=21) ise interneti hiçbir zaman kullanmadığını belirtmiştir. Günlük ortalama internet kullanım süreleri incelendiğinde lise öğrencilerinin %40.3'ünün (n=357) 2 saate kadar, %39.2'sinin (n=347) 3-4 saat, %13.9'unun (n=123) 5-6 saat, %4.2'sinin (n=37) de 7 saatten daha uzun süre günlük ortalama internet kullanımına sahip olduğu görülmektedir. Öğrencilerin %2.4'ü (n=37) ise gün içerisinde interneti hiç kullanmadığını belirtmiştir. Lise öğrencilerin interneti erişim sağladıkları birimler sırasıyla cep telefonu (n=567, %64.1), ev (n=291, %32.9), okul (n=12, %1.4) ve internet cafe (n=3, %.30) şeklindedir. Öğrencilerin %1.4'ü (n=12) ise farklı birimlerden internete erişim sağladığını belirtmiştir. Bu bulgular lise öğrencilerinin interneti çoğunlukla 7 yıl ve daha uzun zamandan beri, günde ortalama 4 saate kadar ve cep telefonlarından bağlanarak kullandıklarını ortaya koymaktadır.

4. 2. 3. Sosyal Medya Site ve Uygulamalarının Kullanımı

Lise öğrencilerinin en fazla tercih ettiği sosyal medya uygulaması ve sitesine ilişkin betimsel istatistikler Tablo 8'deki gibidir.

Tablo 8. Sosyal Medya Site ve Uygulamalarının Kullanımına İlişkin Betimsel İstatistik

Site/Uygulama	N	%
Facebook	17	1.9
Twitter	35	4.0
Instagram	542	61.2
Snapchat	16	1.8
Youtube	169	19.1
Diğer	71	8.0
Hiçbiri	35	4.0

Tablo 8'e bakıldığında lise öğrencilerinin en sık kullandığı sosyal medya site ve uygulamalar sırasıyla; Instagram (n=542, %61.2), Youtube (n=169, %19.1), Twitter (n=35,

%4.0), Facebook (n=17, %1.9) ve Snapchat (n=16, %1.8) şeklindedir. Ayrıca öğrencilerin %8.0'inin (n=71) diğer sosyal medya uygulamalarını kullandığı; %4.0'ünün (n=35) ise hiçbir sosyal medya uygulaması veya sitesini kullanmadığı görülmektedir. Sonuçlar Instagram'ın lise öğrencileri tarafından en sık kullanılan sosyal medya uygulaması olduğunu ortaya koymaktadır.

4. 2. 4. Meslek Seçiminde İnternette Yararlanma Sıklığı

Lise öğrencilerinin meslek seçiminde interneti bir kaynak olarak ne sıklıkla kullandıklarına ilişkin betimsel istatistik Tablo 9'da gösterilmiştir.

Tablo 9. Meslek Seçiminde İnternette Yararlanma Sıklığına İlişkin Betimsel İstatistik

Sıklık	N	%
Hiçbir zaman	26	2.9
Nadiren	165	18.6
Ara sıra	455	51.4
Sık sık	207	23.4
Her zaman	32	3.6

Tablo 9 incelendiğinde lise öğrencilerinin %2.9'unun (n=26) hiçbir zaman web site ve uygulamalardan faydalanmadığı görülürken; %18.6'sının (n=165) "nadiren", %51.4'ünün (n=455) "ara sıra", %23.4'ünün (n=207) "sık sık" ve %3.6'sının (n=32) ise "her zaman" faydalandığı görülmektedir. Sonuçlar lise öğrencilerinin meslek seçim sürecinde interneti yardımcı bir kaynak olarak kullanma eğiliminde olduklarını ortaya koymaktadır.

4. 2. 5. Meslek Seçiminde Yararlanılan Web Site ve Uygulamalar

Lise öğrencilerinin meslek seçiminde yararlanabilecekleri web site ve uygulamaların, öğrenciler tarafından kullanımına ilişkin betimsel istatistik Tablo 10'daki gibidir.

Tablo 10. Meslek Seçiminde Yararlanılan Web Sitesi ve Uygulamalara İlişkin Betimsel İstatistik

Web site/Program	N	%
Ulusal Mesleki Bilgi Sistemi	26	2.9
Yükseköğretim Program Atlası	131	14.8
Meslektercihleri.com	122	13.7
Alantercihleri.com	88	9.9
Universitego.com	12	1.3

Tablo 10'un devamı

EBA	21	2.3
Metodbox.com	16	1.8
Diğer	70	7.9
Hiçbiri	455	51.4

Tablo 10'a bakıldığında lise öğrencilerinin meslek seçim sürecinde yararlandıkları web site ve uygulamaların sırasıyla yükseköğretim programı atlası (n=131, %14.8), meslektercihleri.com (n=122, %13.7), alantercihleri.com (n=88, %9.9), ulusal mesleki bilgi sistemi (n=26, %2.9), EBA (f=21, %2.3), metodbox (n=16, %1.8) ve universitego.com (n=12, %1.3) şeklinde olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca öğrencilerin %7.9'unun (n=70) diğer web site ve uygulamaları kullandığı, %51.4'ünün (n=455) ise meslek seçim sürecinde herhangi bir web site ve uygulamadan yararlanmadığı görülmektedir. Sonuçlar lise öğrencilerinin meslek seçim sürecinde en fazla yararlandığı web site ve uygulamaların yokatlas.gov ve meslektercihleri.com olduğunu göstermektedir. Buna ek olarak, öğrencilerin önemli bir bölümünün meslek seçim sürecinde belirli bir web site ve uygulamadan faydalanmadığı da tespit edilmiştir.

4. 2. 6. Mesleki Tercihler

Tablo 11'de lise öğrencilerin gelecekte yapmayı düşündükleri mesleklere ilişkin betimsel istatistik gösterilmiştir.

Tablo 11. Mesleki Tercihlere İlişkin Betimsel İstatistik

Meslek Grupları	N	%
Mühendislik/Mimarlık	102	11.5
Ulaştırma, Lojistik ve Haberleşme	20	2.3
Bilimsel Araştırma ve Geliştirme	15	1.7
Sağlık ve Sosyal Hizmetler	280	31.6
Hukuk	74	8.4
Yiyecek, İçecek ve Konaklama	11	1.2
Savunma ve Güvenlik	105	11.9
Kültür, Sanat ve Spor	12	1.4
Eğitim	111	12.5
Toplumsal ve Kişisel Hizmetler	7	.8
Ticaret, Satış ve Pazarlama	11	1.2
İdare, İş ve Yönetim	16	1.8
Medya, İletişim ve Yayıncılık	5	.6
Finans ve Sigortacılık	2	.2

Tablo 11'in devamı

Hazır Giyim, Tekstil	1	.1
Bilişim Teknolojileri	34	3.8
Veterinerlik	3	.3
Karar vermeyen	76	8.6

Tablo 11 incelendiğinde lise öğrencilerinin gelecekte yapmayı düşündükleri meslek gruplarının sırasıyla, sağlık ve sosyal hizmetler (n=280, %31.6), eğitim (n=111, %12.5), savunma ve güvenlik (n=105, %11.9), mühendislik/mimarlık (n=102, %11.5), hukuk (n=74, %8.4), bilişim teknolojileri (n=34, %3.8), ulaşım, lojistik ve haberleşme (n=20, %2.3), idare, iş ve yönetim (n=16, %1.8), bilimsel araştırma ve geliştirme (n=15, %1.7), kültür, sanat ve spor (n=12, %1.4), ticaret, satış ve pazarlama (n=11, %1.2), yiyecek, içecek ve konaklama (n=11, %1.2), toplumsal ve kişisel hizmetler (n=7, %0.80), medya, iletişim ve yayıncılık (n=5, %0.60), veterinerlik (n=3, %0.30), finans ve sigortalık (n=2, %0.20), hazır giyim ve tekstil (n=1, %0.10) olduğu görülmektedir. Ayrıca öğrencilerin %8.6'sının (n=76) ise gelecekte yapmayı düşündükleri meslek grubuna henüz karar vermedikleri anlaşılmaktadır. Bu bulgular lise öğrencilerinin çoğunlukla sağlık ve sosyal hizmetler, eğitim, savunma/güvenlik ve mühendislik/mimarlık meslek gruplarını tercih ettiğini; medya, iletişim ve yayıncılık veterinerlik, finans ve sigortalık, hazır giyim ve tekstil meslek gruplarına ise yönelimin çok düşük düzeyde olduğunu ortaya koymaktadır.

4. 2. 7. Mesleki Tercihe Etki Eden Faktörler

Tablo 12'de lise öğrencilerinin meslek tercihinin etki eden faktörlere ilişkin betimsel istatistiğe yer verilmiştir.

Tablo 12. Mesleki Tercihe Etki Eden Faktörlere İlişkin Betimsel İstatistik

Faktör	N	%
Aile	303	34.2
Arkadaş	22	2.5
Öğretmen	80	9.0
İletişim Araçları	82	9.3
Ekonomik	14	1.6
Kişisel Özellik	344	38.9
Diğer	40	4.5

Tablo 12 incelendiğinde, lise öğrencilerinin meslek tercihi üzerinde en yüksek paya sahip olan faktörlerin, kişisel özellik (n=344, %38.9), aile (n=303, %34.2), iletişim araçları

(n=82, %9.3), öğretmen (n=80, %9.0), arkadaş (n=22 %2.5), ekonomik (n=14 %1.6) faktörler olduğu görülmektedir. Öğrencilerin %4.5'i (n=40) ise meslek tercihinde diğer faktörlerin etkili olduğunu belirtmiştir. Bu bulgu lise öğrencilerinin meslek tercihlerini büyük ölçüde kişisel özelliklerine ve ailelerinin yönlendirmesine bağlı olarak belirlediklerini göstermektedir.

4. 3. Mesleki Olgunluğun Bazı Değişkenlere Göre Farklılaşma Durumu

Bu bölümde mesleki olgunluğun bazı demografik değişkenlere, internet kullanım özelliklerine ve meslek seçiminde internetten yararlanma sıklığına göre farklılaşma durumuna ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

4. 3. 1. Mesleki Olgunluğun Cinsiyete Göre Farklılaşma Durumu

Lise öğrencilerinin mesleki olgunluk ölçeği puanları arasında cinsiyete göre farklılık olup olmadığının belirlenmesi amacıyla bağımsız örneklem t-Testi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucu Tablo 13'te gösterilmiştir.

Tablo 13. Mesleki Olgunluk Ölçeği Puanlarının Cinsiyete Göre t-Testi Sonuçları

Değişken	Faktör	N	\bar{X}	S	sd	t	p
Cinsiyet	Kadın	458	3.67	.51	883	4.14	.000
	Erkek	427	3.53	.49			

$p < .05$

Tablo 13 incelendiğinde kadın öğrencilerin mesleki olgunluk ölçeği puanlarının aritmetik ortalamasının 3.67, erkek öğrencilerin aritmetik ortalamasının ise 3.53 olduğu görülmektedir. Mesleki olgunluk ölçeği puanlarının cinsiyete göre anlamlı şekilde farklılaştığı görülmektedir [$t(883)=4.14, p < .05$]. Bu bulguya göre kadın öğrencilerin mesleki olgunluklarının ($\bar{X}=3.67$), erkek öğrencilere göre ($\bar{X}=3.53$) daha yüksek olduğu söylenebilir.

4. 3. 2. Mesleki Olgunluğun Sınıf Düzeyine Göre Farklılaşma Durumu

Tablo 14'te lise öğrencilerinin mesleki olgunluk ölçeği puanları arasında sınıf düzeyine göre farklılık olup olmadığının belirlenmesi amacıyla uygulanan bağımsız örneklem t-Testi sonucuna yer verilmiştir.

Tablo 14. Mesleki Olgunluk Ölçeği Puanlarının Sınıf Düzeyine Göre t-Testi Sonuçları

Değişken	Faktör	N	\bar{X}	S	sd	t	p
Sınıf Düzeyi	3.sınıf	447	3.62	.50	883	1.64	.100
	4.sınıf	438	3.57	.50			

$p < .05$

Tablo 14'e bakıldığında lise öğrencilerinin mesleki olgunluk ölçeği puanlarının sınıf düzeyine göre anlamlı şekilde farklılaşmadığı görülmektedir [$t(883)=1.64$, $p < .05$]. Bu bulgu lise 3. sınıfta öğrenim gören öğrencilerin mesleki olgunlukları ($\bar{X}=3.62$) ile lise 4. sınıfta öğrenim gören öğrencilerin mesleki olgunlukları ($\bar{X}=3.57$) arasında fark olmadığını göstermektedir.

4. 3. 3. Mesleki Olgunluğun Kurum Türüne Göre Farklılaşma Durumu

Lise öğrencilerinin mesleki olgunluk ölçeği puanları arasında öğrenim görülen kurumun türüne göre farklılık olup olmadığının belirlenmesi amacıyla bağımsız örneklem t-Testi uygulanmıştır. Tablo 15'te yapılan analiz sonucu aktarılmıştır.

Tablo 15. Mesleki Olgunluk Ölçeği Puanlarının Kurum Türüne Göre t-Testi Sonuçları

Değişken	Faktör	N	\bar{X}	S	sd	t	p
Kurum Türü	Devlet Okulu	754	3.59	.50	883	-1.41	.100
	Özel Okul	131	3.66	.55			

$p < .05$

Tablo 15 incelendiğinde, lise öğrencilerinin mesleki olgunluk ölçeği puanları arasında, öğrenim görülen kurumun türüne anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir [$t(883)=1.41$, $p < .05$]. Bu bulguya göre devlet okulunda öğrenim gören lise öğrencilerinin mesleki olgunlukları ($\bar{X}=3.59$) ile özel okulda öğrenim gören lise öğrencilerinin mesleki olgunlukları ($\bar{X}=3.66$) arasında fark olmadığı söylenebilir.

4. 3. 4. Mesleki Olgunluğun Öğrenim Görülen Lise Türüne Göre Farklılaşma Durumu

Tablo 16'da lise öğrencilerinin mesleki olgunluk ölçeği puanları arasında öğrenim görülen lisenin türüne göre farklılık olup olmadığının incelendiği tek yönlü varyans analizinin (One-Way ANOVA) sonuçları verilmiştir.

Tablo 16. Mesleki Olgunluk Ölçeği Puanlarının Öğrenim Görülen Lisenin Türüne Göre ANOVA Sonuçları

Değişken	Faktör	N	\bar{X}	S		
Öğrenim Görülen Lise Türü	1. Anadolu Lisesi	279	3.6913	.50808		
	2. MTAL	210	3.4575	.48263		
	3. Fen Lisesi	173	3.6659	.53685		
	4. Sosyal Bilimler Lisesi	67	3.5541	.43857		
	5. A.İmam Hatip Lisesi	156	3.5814	.50572		
Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlı Fark
Gruplararası	7.537	4	1.884	7.587	.000	2<1,3
Gruplarıçi	218.546	880	.248			
Toplam	226.082	884				

Tablo 16'ya bakıldığında mesleki olgunluk ölçeği aritmetik ortalama ve standart sapma puanlarının öğrenim görülen lise türüne göre sırasıyla, "Anadolu Lisesi" öğrencilerinde $\bar{X}=3.6913$ ve $S=.50808$, "Mesleki Teknik Anadolu Lisesi" öğrencilerinde $\bar{X}=3.4575$ ve $S=.48263$, "Fen Lisesi" öğrencilerinde $\bar{X}=3.6659$ ve $S=.53685$, "Anadolu İmam Hatip Lisesi" öğrencilerinde $\bar{X}=3.5814$ ve $S=.50572$, "Sosyal Bilimler Lisesi" öğrencilerinde ise $\bar{X}=3.5541$ ve $S=.43857$ şeklinde olduğu görülmektedir.

Lise öğrencilerinin mesleki olgunluk ölçeği puanlarının, öğrenim görülen lisenin türüne göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır [$F_{(4,880)}=7.587$, $p<.05$]. Farkın hangi gruplar arasında olduğunun belirlenmesi amacıyla yapılan Tukey HSD testi sonucunda, Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi öğrencilerinin mesleki olgunluk ölçeği puanlarının ($\bar{X}=3.4575$, $S=.48263$), Anadolu Lisesi ($\bar{X}=3.6659$, $S=.53685$) ve Fen Lisesi ($\bar{X}=3.6659$, $S=.53685$) öğrencilerinin mesleki olgunluk ölçeği puanlarına göre anlamlı şekilde farklılaştığı anlaşılmaktadır. Bu bulgu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi öğrencilerinin mesleki olgunluklarının Anadolu Lisesi ve Fen Lisesi öğrencilerinin mesleki olgunluklarından daha düşük olduğunu göstermektedir.

4. 3. 5. Mesleki Olgunluğun Öğrenim Görülen Alana Göre Farklılaşma Durumu

Öğrencilerin mesleki olgunluk ölçeği puanları arasında öğrenim görülen alana göre farklılık olup olmadığının belirlenmesi amacıyla tek yönlü varyans analizi (One-Way ANOVA) uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucu Tablo 17'de gösterilmiştir.

Tablo 17. Mesleki Olgunluk Ölçeği Puanlarının Öğrenim Görülen Alana Göre ANOVA Sonuçları

Değişken	Faktör	N	\bar{X}	S		
Öğrenim Görülen Alan	1. Fen Bilimleri	333	3.6279	.51884		
	2. Türkçe-Matematik	277	3.6461	.50254		
	3. Sosyal Bilimler	118	3.5532	.48777		
	4. Sağlık Hizmetleri	157	3.5010	.48479		
Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlı Fark
Gruplararası	2.645	3	.882	3.476	.016	4<1,2
Gruplarıçi	218.546	881	.254			
Toplam	226.082	884				

Tablo 17'ye bakıldığında, mesleki olgunluk ölçeği aritmetik ortalama ve standart sapma puanlarının öğrenim görülen alana göre sırasıyla, "Fen Bilimleri" alanı öğrencilerinde $\bar{X}=3.6279$ ve $S=.51884$, "Türkçe-Matematik" alanı öğrencilerinde $\bar{X}=3.6461$ ve $S=.50254$, "Sosyal Bilimler" alanı öğrencilerinde $\bar{X}=3.5532$ ve $S=.48777$, "Sağlık Hizmetleri" alanı öğrencilerinde ise $\bar{X}=3.5541$ ve $S=.43857$ şeklinde olduğu anlaşılmaktadır.

Lise öğrencilerinin mesleki olgunluk ölçeği puanları, öğrenim görülen alana göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır [$F_{(3,881)}= 3.476, p<.05$]. Farkın hangi gruplar arasında olduğunun belirlemesi amacıyla yapılan Tukey HSD testi sonucunda, sağlık hizmetleri alanı öğrencilerinin mesleki olgunluk ölçeği puanlarının ($\bar{X}=3.5010, S=.48479$), Türkçe-matematik ($\bar{X}=3.6461, S=.50254$) ve Fen Bilimleri ($\bar{X}=3.6279, S=.51844$) alanı öğrencilerinin mesleki olgunluk ölçeği puanlarına göre anlamlı bir şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir. Bu bulguya göre sağlık hizmetleri alanı öğrencilerinin mesleki olgunluklarının Türkçe-matematik ve fen bilimleri alanı öğrencilerinin mesleki olgunluklarından daha düşük olduğu söylenebilir.

4. 3. 6. Mesleki Olgunluğun İnternet Kullanım Geçmişine Göre Farklılaşma Durumu

Tablo 18'de lise öğrencilerinin mesleki olgunluk ölçeği puanları arasında öğrenim görülen alana göre farklılık olup olmadığının belirlenmesi amacıyla uygulanan tek yönlü varyans analizi (One-Way ANOVA) sonucu gösterilmiştir.

Tablo 18. Mesleki Olgunluk Ölçeği Puanlarının İnternet Kullanım Geçmişine Göre ANOVA Sonuçları

Değişken	Faktör	N	\bar{X}	S		
İnternet Kullanım Geçmişi	1. Kullanmayan	21	3.6150	.40194		
	2. 2 yıl ve daha az	62	3.5938	.46730		
	3. 3-4 yıldır	242	3.6048	.48743		
	4. 5-6 yıldır	249	3.5919	.51625		
	5. 7 yıl ve daha fazla	311	3.6067	.52407		
Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlı Fark
Gruplararası	0.40	4	.010	.039	.997	-
Gruplarıçi	226.042	880	.257			
Toplam	226.082	884				

Tablo 18 incelendiğinde, mesleki olgunluk ölçeği aritmetik ortalama ve standart sapma puanlarının internet kullanım geçmişine göre sırasıyla; “kullanmayan” öğrencilerde $\bar{X}=3.6150$ ve $S=.40194$, “2 yıl ve daha az” süre ile kullananlarda $\bar{X}=3.5938$ ve $S=.46730$, “3-4 yıldır” kullananlarda $\bar{X}=3.6048$ ve $S=.48743$, “5-6 yıldır” kullananlarda $\bar{X}=3.5919$ ve $S=.51625$, “7 yıl ve daha fazla” süredir kullananlarda ise $\bar{X}=3.6067$ ve $S=.52407$ şeklinde olduğu görülmektedir.

Lise öğrencilerinin mesleki olgunluk ölçeği puanları arasında, interneti kullanım geçmişine göre anlamlı bir farklılık yoktur [$F_{(4,880)}=.039$, $p<.05$]. Bu bulguya göre lise öğrencilerinin mesleki olgunluklarının interneti kaç yıldır kullanıyor olduklarına göre farklılaşmadığı söylenebilir.

4. 3. 7. Mesleki Olgunluğun Günlük Ortalama İnternet Kullanım Süresine Göre Farklılaşma Durumu

Lise öğrencilerinin mesleki olgunluk ölçeği puanları arasında günlük ortalama internet kullanım süresine göre farklılık olup olmadığının belirlenmesi amacıyla tek yönlü varyans analizi (One-Way ANOVA) uygulanmıştır. Tablo 19’da uygulanan analiz sonucu gösterilmiştir.

Tablo 19. Mesleki Olgunluk Ölçeği Puanlarının Günlük Ortalama İnternet Kullanım Süresine Göre ANOVA Sonuçları

Değişken	Faktör	N	\bar{X}	S
Günlük Ortalama İnternet Kullanım Süresi	1. Kullanmayan	21	3.7467	.48037
	2. 2 saate kadar	357	3.6664	.51882
	3. 3-4 saat	347	3.5760	.49979
	4. 5-6 saat	123	3.4872	.44994
	5. 7 saat ve daha fazla	37	3.4980	.53708

Tablo 19'un devamı

Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlı Fark
Gruplararası	4.209	4	1.052	4.174	.002	2>4
Grupları	221.873	880	.252			
Toplam	226.082	884				

Tablo 19 incelendiğinde, mesleki olgunluk ölçeği aritmetik ortalama ve standart sapma puanlarının günlük ortalama internet kullanım süresine göre sırasıyla; “kullanmayan” öğrencilerde $\bar{X}=3.7467$ ve $S=.48037$, “2 saate kadar” kullananlarda $\bar{X}=3.6664$ ve $S=.51882$, “3-4 saat” süre ile kullananlarda $\bar{X}=3.5760$ ve $S=.49979$, “5-6 saat” kullananlarda $\bar{X}=3.4872$ ve $S=.44994$ “7 saat ve daha fazla” süre ile kullananlarda ise $\bar{X}=3.4980$ ve $S=.53708$ şeklinde olduğu görülmektedir.

Lise öğrencilerinin mesleki olgunluk ölçeği puanları, günlük ortalama internet kullanım süresine göre anlamlı şekilde farklılaşmaktadır [$F_{(4,880)}= 4.174$, $p<.05$]. Farkın hangi gruplar arasında olduğunun belirlenmesi amacıyla yapılan Tukey HSD testi sonucuna göre günlük ortalama 2 saate kadar internet kullanan öğrencilerin mesleki olgunluk ölçeği puanlarının ($\bar{X}=3.6664$, $S=.51882$), 5-6 saat süreyle kullanan öğrencilerin mesleki olgunluk ölçeği puanlarına ($\bar{X}=3.4872$, $S=.44994$) göre anlamlı şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir. Bu bulguya göre günlük ortalama 2 saate kadar internet kullanan lise öğrencilerinin mesleki olgunluklarının, 5-6 saat süreyle kullanan lise öğrencilerinin mesleki olgunluklarından daha yüksek olduğu söylenebilir.

4. 3. 8. Mesleki Olgunluğun Sınıf Geçme Başarı Durumuna Göre Farklılaşma Durumu

Tablo 20’de lise öğrencilerinin mesleki olgunluk ölçeği puanları arasında sınıf geçme başarı durumuna göre farklılık olup olmadığının belirlenmesi amacıyla uygulanan tek yönlü varyans analizi (One-Way ANOVA) sonucuna yer verilmiştir.

Tablo 20. Mesleki Olgunluk Ölçeği Puanlarının Sınıf Geçme Başarı Durumuna Göre ANOVA Sonuçları

Değişken	Faktör	N	\bar{X}	S
Sınıf Geçme Başarı Durumu	1. Takdir-teşekkürle geçen	618	3.6447	.51911
	2. Doğrudan geçen	113	3.5029	.42557
	3. 1-3 zayıfla geçen	127	3.5106	.49320
	4. 4 ve üzeri zayıfla geçen	23	3.4304	.44325
	5. Sınıf tekrarı yapan	4	3.4938	.42494

Tablo 20'nin devamı

Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlı Fark
Gruplararası	4.209	4	1.052	4.174	.002	1>2,3
Gruplarıçi	221.873	880	.252			
Toplam	226.082	884				

Tablo 20'ye bakıldığında, mesleki olgunluk ölçeği aritmetik ortalama ve standart sapma puanlarının sınıf geçme başarı durumlarına göre sırasıyla; “takdir veya teşekkürle geçen” öğrencilerde $\bar{X}=3.6447$ ve $S=.51911$, “doğrudan geçen” öğrencilerde $\bar{X}=3.5029$ ve $S=.42557$, “1-3 zayıfla geçen” öğrencilerde $\bar{X}=3.5106$ ve $S=.49320$, “4 ve üzeri zayıfla geçen” öğrencilerde ise $\bar{X}=3.4304$ ve $S=.44325$ “sınıf tekrarı yapan” öğrencilerde ise $\bar{X}=3.4938$ ve $S=.42494$ şeklinde olduğu anlaşılmaktadır.

Lise öğrencilerinin mesleki olgunluk ölçeği puanlarının, sınıf geçme başarı durumuna göre anlamlı şekilde farklılaştığı görülmektedir [$F_{(4,880)}= 4.174$, $p<.05$]. Farkın hangi gruplar arasında olduğunun belirlenmesi amacıyla yapılan Tukey HSD testi sonucunda, sınıfı takdir veya teşekkür belgesi ile geçen öğrencilerin mesleki olgunluk ölçeği puanlarının ($\bar{X}=3.6447$, $S=.51911$), doğrudan ($\bar{X}=3.5029$, $S=.42557$) ve 1-3 zayıfla geçen ($\bar{X}=3.5106$, $S=.49320$) öğrencilerin mesleki olgunluk ölçeği puanlarına göre anlamlı bir şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir. Sınıf tekrarı yapan öğrenciler ile diğer gruplar arasında anlamlı farkın olmayışı, bu gruptaki öğrencilerin sayısının ($n=4$) anlamlı bir karşılaştırma yapılacak düzeyde olmaması ile açıklanabilir. Bu bulguya göre sınıflarını takdir veya teşekkür belgesi ile geçen lise öğrencilerinin mesleki olgunluklarının, sınıflarını doğrudan ve 1-3 zayıfla geçen öğrencilerin mesleki olgunluklarından daha yüksek olduğu söylenebilir.

4. 3. 9. Mesleki Olgunluğun Meslek Seçiminde İnternette Yararlanma Sıklığına Göre Farklılaşma Durumu

Öğrencilerin mesleki olgunluk ölçeği puanları arasında meslek seçiminde internette yararlanma sıklığına göre farklılık olup olmadığının belirlenmesi amacıyla tek yönlü varyans analizi (One-Way ANOVA) uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucu Tablo 21'de gösterilmiştir.

Tablo 21. Mesleki Olgunluk Ölçeği Puanlarının Meslek Seçiminde İnternette Yararlanma Sıklığına Göre ANOVA Sonuçları

Değişken	Faktör	N	\bar{X}	S		
Meslek seçiminde internetten yararlanma	1. Hiçbir zaman	26	3.5231	.46914		
	2. Nadiren	165	3.3775	.49307		
	3. Ara sıra	455	3.5974	.46722		
	4. Sık sık	207	3.7732	.52300		
	5. Her zaman	32	3.7570	.56594		
Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlı Fark
Gruplararası	15.324	4	3.831	15.996	.000	2<3<4
Gruplarıçi	210.758	880	.248			2<5
Toplam	226.082	884				

Tablo 21 incelendiğinde, mesleki olgunluk ölçeği aritmetik ortalama ve standart sapma puanlarının meslek seçiminde internetten yararlanma sıklığına göre sırasıyla; “hiçbir zaman” yararlanmayanlarda $\bar{X}=3.5231$ ve $S=.46914$, “nadiren” yararlananlarda $\bar{X}=3.3775$ ve $S=.49307$, “ara sıra” yararlananlarda $\bar{X}=3.5974$ ve $S=.46722$, “sık sık” yararlananlarda $\bar{X}=3.7732$ ve $S=.52300$, “her zaman” yararlananlarda ise $\bar{X}=3.7570$ ve $S=.56594$ şeklinde olduğu görülmektedir.

Lise öğrencilerinin mesleki olgunluk ölçeği puanları arasında, meslek seçiminde internetten yararlanma sıklığı açısından anlamlı bir farka rastlanmamıştır [$F_{(4,880)}= 15.996$, $p< .05$]. Farkın hangi gruplar arasında olduğunun belirlemesi amacıyla yapılan Tukey HSD testi sonucunda meslek seçiminde internetten nadiren yararlanan öğrencilerin mesleki olgunluk ölçeği puanlarının ($\bar{X}=3.3775$), ara sıra ($\bar{X}=3.5974$) sık sık ($\bar{X}=3.7732$) ve her zaman ($\bar{X}=3.7570$) yararlanan öğrencilerden daha düşük olduğuna ulaşılmıştır. Ayrıca meslek seçiminde internetten sık sık yararlanan öğrencilerin mesleki olgunluk ölçeği puanlarının ($\bar{X}=3.7732$) ara sıra ($\bar{X}=3.5974$) ve nadiren ($\bar{X}=3.3775$) yararlanan öğrencilerin mesleki olgunluk ölçeği puanlarından daha yüksek olduğu da tespit edilmiştir. Bu bulgular değerlendirildiğinde lise öğrencilerinin meslek seçiminde internetten yararlanma sıklığı arttıkça mesleki olgunluklarının da arttığı söylenebilir.

4. 4. Mesleki Olgunluk ile İnternet Kullanım Amaçları, Sosyal Medya Tutumları ve Medya Okuryazarlığı Arasındaki İlişki

Mesleki olgunluk ile internet kullanım amaçları, sosyal medya tutumları ve medya okuryazarlığı arasında ilişkinin belirlenmesi amacıyla Pearson momentler korelasyon çarpımı analizi sonuçlarına Tablo 22’de yer verilmiştir.

Tablo 22. Mesleki Olgunluk, İnternet Kullanım Amaçları, Sosyal Medya Tutumları ve Medya Okuryazarlığı Arasındaki İlişki Matrisi

Değişken	1	2	3	4
1. Mesleki olgunluk	-	.104*	.039	.297*
2. İnternet kullanım amaçları		-	.424*	.224*
3. Sosyal medya tutumları			-	.96*
4. Medya okuryazarlığı				-

* $p < .01$.

Tablo 22'ye bakıldığında, mesleki olgunluk ile internet kullanım amaçları ($r=.104$) ve medya okuryazarlığı ($r=.227$) arasında pozitif yönde düşük düzeyde bir ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Mesleki olgunluk ile sosyal medya tutumları arasında ($r=.039$) ise anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır. Diğer değişkenler arasındaki ilişkilere bakıldığında; internet kullanım amaçlarının ile sosyal medya tutumları arasında ($r=.424$) pozitif yönde orta düzeyde ilişki, medya okuryazarlığı arasında ($r=.224$) ise pozitif yönde düşük düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca sosyal medya tutumları ile medya okuryazarlığı arasında da ($r=.96$) pozitif yönde düşük düzeyde bir ilişki olduğu görülmektedir.

4. 5. Mesleki Olgunluğun Yordaması

Bu bölümde internet kullanım amaçları, sosyal medya tutumları ve medya okuryazarlığı değişkenlerinin mesleki olgunluğu yordamasına ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

4. 5. 1. İnternet Kullanım Amaçlarının Mesleki Olgunluğu Yordaması

Tablo 23'te internet kullanım amaçlarının eğitim, eğlence, psikolojik ihtiyaçlar, sosyalleşme, bilgilenme alt boyutlarının mesleki olgunluğunun birer yordayıcısı olup olmadığının belirlenmesi amacıyla uygulanan Çoklu regresyon analizi sonuçları gösterilmiştir.

Tablo 23. İnternet Kullanım Amaçları Mesleki Olgunluğu Yordamasına İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Değişken	B	sHB	β	t	p	İkili r	Kısmi R
Sabit (Mesleki olgunluk)	3.049	.106	-	28.840	.000*	-	-
Eğitim	.135	.022	.211	6.152	.000*	.278	.203
Eğlence	.002	.024	.003	.066	.947	.018	.002
Psikolojik ihtiyaçlar	-.125	.021	-.238	-6.005	.000*	-.167	-.199

Tablo 23'ün devamı

Sosyalleşme	.016	.024	.027	.671	.503	.001	.023
Bilgilenme	.101	.023	.178	4.405	.000*	.202	.147

*R=.367, R²=.134, Adj.R²=.129, F=27.292, model (p)=.000, *p<.01.*

Sonuçlar incelendiğinde yordayıcı değişkenlerle bağımlı değişken arasındaki ikili ve kısmi korelasyonlar incelendiğinde, mesleki olgunluk ile internet kullanım amaçlarının eğitim ($r=.278$) ve bilgilenme ($r=.202$) alt boyutları arasında pozitif yönde düşük düzeyde bir ilişkinin, psikolojik ihtiyaçlar alt boyutu arasında ($r=-.167$) ise negatif yönde düşük düzeyde bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Diğer değişkenler kontrol edildiğinde bu korelasyonların (kısmi) mesleki olgunluk ile eğitim alt boyutu arasında $r=.203$, bilgilenme alt boyutu arasında $r=.147$ ve psikolojik ihtiyaçlar alt boyutu arasında ise $r=-.199$ şeklinde olduğu anlaşılmaktadır. Mesleki olgunluk ile eğlence ($r=.018$, $R=.002$) ve sosyalleşme ($r=.001$, $R=.023$) alt boyutları arasında ise anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır.

İnternet kullanım amaçlarının eğitim, eğlence, psikolojik ihtiyaçlar, sosyalleşme, bilgilenme alt boyutlarının birlikte, öğrencilerin mesleki olgunluk puanları ile düşük düzeyde anlamlı bir ilişkisinin olduğu görülmektedir, $R=.367$, $R^2=.134$, $p<.01$. Adı geçen beş değişken birlikte, mesleki olgunluğun toplam varyansının yaklaşık %13'ünü açıklamaktadır.

Standardize edilmiş regresyon katsayısına (β) göre, yordayıcı alt boyutların mesleki olgunluk üzerindeki görece önem sırası; psikolojik ihtiyaçlar ($\beta=-.238$), eğitim ($\beta=.211$), bilgilenme ($\beta=.178$), sosyalleşme ($\beta=.027$), eğlence ($\beta=.003$) alt boyutları şeklindedir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları bakıldığında ise eğitim ($t=6.152$, $p=.000$), psikolojik ihtiyaçlar ($t=-6.005$, $p=.000$) ve bilgilenme ($t=4.405$, $p=.000$) alt boyutlarının mesleki olgunluğun anlamlı birer yordayıcısı olduğu anlaşılırken, eğlence ($t=.066$, $p=.947$) ve sosyalleşme ($t=.671$, $p=.503$) alt boyutlarının mesleki olgunluk üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı söylenebilir.

4. 5. 2. Sosyal Medya Tutumlarının Mesleki Olgunluğu Yordaması

Sosyal medya tutumlarının sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı, öğretmenlerle ilişki, sosyal izolasyon alt boyutlarının mesleki olgunluğunun birer yordayıcısı olup olmadığının belirlenmesi amacıyla Çoklu regresyon analizi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonucu Tablo 24'te gösterilmiştir.

Tablo 24. Sosyal Medya Tutumlarının Mesleki Olgunluğu Yordamasına İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Değişken	B	sHB	β	t	p	İkili r	Kısmi R
Sabit (Mesleki olgunluk)	3.224	.110	-	29.330	.000*	-	-
Sosyal yetkinlik	-.125	.024	-.227	-5.225	.000*	-.151	-.173
Paylaşım ihtiyacı	.078	.025	.128	3.160	.002*	.018	.106
Öğretmenlerle ilişki	.059	.016	.131	3.714	.000*	.059	.124
Sosyal izolasyon	.075	.019	.139	4.002	.000*	.178	.134

$R=.263$, $R^2=.069$, $Adj.R^2=.065$, $F=16.368$, $model(p)=.000$, $*p<.01$.

Tablo 24'e bakıldığında yordayıcı değişkenlerle bağımlı değişken arasındaki ikili ve kısmi korelasyonlar incelendiğinde, mesleki olgunluk ile sosyal medya tutumlarının paylaşım ihtiyacı ($r=.018$), öğretmenlerle ilişki ($r=.059$), sosyal izolasyon ($r=.178$) alt boyutları arasında pozitif yönde düşük düzeyde bir ilişkinin, sosyal yetkinlik alt boyutu arasında ($r=-.151$) ise negatif yönde düşük bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Diğer değişkenler kontrol edildiğinde bu korelasyonların (kısmi) mesleki olgunluk ile paylaşım ihtiyacı arasında $r=.106$, öğretmenlerle ilişki alt boyutu arasında $r=.124$, sosyal izolasyon alt boyutu arasında $r=.134$ ve sosyal yetkinlik alt boyutu arasında ise $r=-.173$ şeklinde olduğu anlaşılmaktadır.

Sosyal medya tutumlarının sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı, öğretmenlerle ilişki, sosyal izolasyon alt boyutlarının birlikte, öğrencilerin mesleki olgunluk puanları ile düşük düzeyde anlamlı bir ilişkisinin olduğu görülmektedir, $R=.263$, $R^2=.069$, $p<.01$. Adı geçen dört değişken birlikte, mesleki olgunluğun toplam varyansının %7'sini açıklamaktadır.

Standardize edilmiş regresyon katsayısına (β) göre, yordayıcı alt boyutların mesleki olgunluk üzerindeki görece önemi sırasıyla; sosyal yetkinlik ($\beta=-.227$), sosyal izolasyon ($\beta=.139$), öğretmenlerle ilişki ($\beta=.131$), paylaşım ihtiyacı ($\beta=.128$) alt boyutları şeklindedir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçlarına bakıldığında ise sosyal yetkinlik ($t=-5.225$, $p=.000$), sosyal izolasyon ($t=4.002$, $p=.000$), öğretmenlerle ilişki ($t=3.714$, $p=.000$), paylaşım ihtiyacı ($t=3.160$, $p=.002$) dört alt boyutunun da mesleki olgunluğun anlamlı birer yordayıcısı olduğu söylenebilir.

4. 5. 3. Medya Okuryazarlığın Mesleki Olgunluğu Yordaması

Tablo 25'te medya okuryazarlığının bilgi sahibi olma, analiz edebilme ve tepki oluşturabilme, yargılayabilme ve örtük mesajları görebilme alt boyutlarının mesleki olgunluğunun birer yordayıcısı olup olmadığının belirlenmesi amacıyla uygulanan Çoklu regresyon analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 25. Medya Okuryazarlığının Mesleki Olgunluğu Yordamasına İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Değişken	B	sHB	β	t	p	İkili r	Kısmi R
Sabit (Mesleki olgunluk)	2.717	.092	-	29.451	.000*	-	-
Bilgi sahibi olma	.192	.034	.271	5.580	.000*	.303	.185
Analiz edebilme ve tepki oluşturabilme	.083	.027	.134	3.098	.002*	.260	.104
Yargılayabilme ve örtük mesajları görebilme	-.043	.028	-.074	-1.544	.123	.201	-.052

$R=.319$, $R^2=.102$, $Adj.R^2=.099$, $F=33.364$, $model(p)=.000$, $*p<.01$.

Tablo 25 incelendiğinde yordayıcı değişkenlerle bağımlı değişken arasındaki ikili ve kısmi korelasyonlar incelendiğinde, mesleki olgunluk ile medya okuryazarlığın bilgi sahibi olma arasında ($r=.303$) pozitif yönde orta düzeyde bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Mesleki olgunluk ile analiz edebilme ve tepki oluşturabilme alt boyutu arasında da pozitif yönde düşük düzeyde bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Diğer değişkenler kontrol edildiğinde bu korelasyonların (kısmi) mesleki olgunluk ile bilgi sahibi olma alt boyutu arasında $r=.185$, analiz edebilme ve tepki oluşturabilme alt boyutu arasında $r=.104$ şeklinde olduğu anlaşılmaktadır. Mesleki olgunluk ile yargılayabilme ve örtük mesajları görebilme alt boyutu arasında ($r=.201$, $R=-.052$) ise anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır.

Medya okuryazarlığının bilgi sahibi olma, analiz edebilme ve tepki oluşturabilme, yargılayabilme ve örtük mesajları görebilme alt boyutlarının birlikte, öğrencilerin mesleki olgunluk puanları ile düşük düzeyde anlamlı bir ilişkisinin olduğu görülmektedir, $R=.319$, $R^2=.102$, $p<.01$. Adı geçen üç değişken birlikte, mesleki olgunluğun toplam varyansının yaklaşık %10'unu açıklamaktadır.

Standardize edilmiş regresyon katsayısına (β) göre, yordayıcı alt boyutların mesleki olgunluk üzerindeki görece önem sırası; bilgi sahibi olma ($\beta=.271$), analiz edebilme ve tepki oluşturabilme ($\beta=.134$), yargılayabilme ve örtük mesajları görebilme ($\beta=-.074$), alt boyutları şeklindedir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları bakıldığında ise bilgi sahibi olma ($t=5.580$, $p=.000$), analiz edebilme ve tepki oluşturabilme ($t=3.098$, $p=.002$) alt boyutlarının mesleki olgunluğun anlamlı birer yordayıcısı olduğu anlaşılırken, yargılayabilme ve örtük mesajları görebilme ($t=-1.544$, $p=.123$) alt boyutunun mesleki olgunluk üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı söylenebilir.

5. TARTIŞMA

Araştırmadan elde edilen bulgular incelendiğinde lise öğrencilerinin mesleki olgunluklarının kritik düzeyde ve geliştirilmesinin gerekli olduğu görülmektedir. Literatür incelendiğinde mesleki olgunluk düzeyi ile ilgili sonuçların araştırmalara göre farklılaştığı anlaşılmıştır. Bu bulguya paralel şekilde lise öğrencilerinin mesleki olgunluk düzeyine ulaştığını ancak geliştirilmesi gereken düzeyde olduğunu ortaya koyan araştırmaların olduğu görülmüştür (Çoban, 2005; Hamamcı ve Çoban, 2016; Orhan ve Ültanır, 2014; Saya, Kazak ve Doğan, 2009). Bunun yanı sıra literatürde, lise öğrencilerinin mesleki olgunluklarının düşük düzeyde olduğunu gösteren araştırmalar da mevcuttur (Kayaş, 2009; Özgan, 2006) ancak öğrencilerin mesleki olgunluk düzeyinin yüksek olduğu tespit edilen bir araştırmaya rastlanmamıştır. İşsizlik her ülke için önemli bir sorun olmakla birlikte özellikle az gelişmiş veya Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için daha da önemlidir. Piyasanın ihtiyaç duyduğu iş gücünün eğitimi ve yetiştirilmesinde yetersiz kalınması, teknoloji ve iş yaşamındaki değişikliklere bağlı olarak nitelikli iş gücü talebinin yoğunlaşması, yatırımlarda meydana gelen azalma, işsizlik sorunun daha fazla hissedilmesine yol açan nedenlerdir (Karagülle, 2007). Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK] (2019) işsizlik istatistiklerine ilişkin bulgular incelendiğinde işsizlik oranlarının her geçen yıl arttığı da görülmektedir. Patton ve Creed (2002) yaptıkları araştırma sonucunda lise öğrencilerinin iş garantisine sahip olma fırsatı ile mesleki olgunlukları arasında anlamlı bir ilişkinin olduğunu tespit etmişlerdir. Çevredeki iş bulma fırsatları ve işgücü piyasasının genişliğinin, mesleki olgunluğun artmasını sağlayan bir faktör olduğu görülmektedir. Lise öğrencilerinin mesleki olgunluklarının düşük veya bu araştırma sonucunun gösterdiği gibi kritik düzeyde olmasında işsizliğin önemli bir etken olduğu düşünülmektedir.

Araştırmada mesleki olgunluğun cinsiyete göre farklılaştığı; kadın öğrencilerin mesleki olgunluklarının erkek öğrencilere göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Literatür incelendiğinde mesleki olgunluğun cinsiyete göre farklılık gösterdiğini ortaya koyan çalışmaların bazılarında farklılığın çoğunlukla kadınların lehine olduğu (Altuntaş, Atlı ve Kış, 2016; Çakar ve Kulaksızoğlu, 1997; Çoban, 2005; Özgan, 2006; Polat, 2015; Saya vd., 2009; Ulaş ve Yıldırım, 2015; Ürün, 2010) görülürken az sayıda araştırmada ise erkeklerin lehine olduğunu (Kayaş, 2009; Powell ve Luzzo, 1998) görülmüştür. Kadın öğrencilerin mesleklere ilişkin bilgi sahibi olma boyutunda erkeklerden daha yüksek düzeyde mesleki olgunluğa sahip oldukları; interneti erkek öğrencilere oranla daha çok eğitsel, eğlence ve genel amaçlı kullandıkları ortaya konmuştur (Alpaslan, 2014; Platton ve Creed (2002). Ayrıca Luzzo'nun (1995) yaptığı araştırmada kadın öğrencilerin erkek

öğrencilere göre mesleki olgunluğun olgun tutumlar, karar verme becerileri ve mesleki eşleşme alt boyutlarının üçünde de erkeklerden daha yüksek düzeyde olduğu sonucuna ulaşmıştır. Mesleki olgunluğun cinsiyete göre farklılaşmadığını gösteren araştırma olsa da (Ürün, 2010), literatür değerlendirdiğinde genel olarak kadın öğrencilerin mesleki olgunluklarının erkek öğrencilere göre daha yüksek olduğunu söylenebilir. Bu sonuçta kadın öğrencilerin, erken yaşlardan itibaren ailesi ve içinde bulunduğu toplum tarafından, bir meslek sahibi olmalarının ve ekonomik özgürlüklerini kazanmalarının çok önemli olduğu yaklaşımıyla yetiştirilmelerinin bir etkisinin olabileceği düşünülmektedir. Ayrıca interneti, erkeklere göre bilgi edinme ve araştırma amaçlı olarak daha sık kullanıyor olmaları da mesleki olgunluklarının daha yüksek olmasına katkı sağlıyor olabilir.

Araştırma sonucunda, lise öğrencilerinin mesleki olgunluklarının öğrenim görülen lisenin türüne göre farklılaştığı tespit edilmiştir. Farkın hangi gruplar arasında olduğu incelendiğinde meslek lisesi öğrencilerinin mesleki olgunluklarının Anadolu Lisesi, Sosyal Bilimler Lisesi ve Fen Lisesi öğrencilerine göre daha düşük olduğu görülmektedir. Literatür incelendiğinde lise öğrencilerinin mesleki olgunluklarının öğrenim görülen lisenin türüne göre farklılaştığı sonucuna ulaşan benzer araştırmaların olduğu görülmüştür (Gülbağçe, 2007; Ürün, 2010). Mesleki ve teknik Anadolu liseleri öğrencilerin lise 2. sınıfta ilgi duydukları mesleğe ilişkin öğrenim alanlarına ayrıldığı ve öğrencilere seçtikleri alanlarda mesleki becerileri kazandırarak onları meslek hayatına hazırlayan ortaöğretim kurumlarıdır. Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesinin amaçları ve öğrencilerin özellikle belirli bir alanda mesleki eğitim alıyor olmaları sebebiyle, bu tür liselerde öğrenim gören öğrencilerin mesleki tercihlerini netleştirmiş olmaları ve yüksek düzeyde mesleki olgunluğa sahip olmaları beklenir. Flouri ve Buchanan da (2002) öğrencilerin işle ilgili becerileri arttıkça mesleki olgunluklarının da arttığını bildirmiştir. Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi öğrencilerinin mesleki olgunluklarının diğer lise türlerinde öğrenim gören öğrencilere göre daha yüksek olduğunu ortaya koyan araştırmalar (Kayaş, 2009; Ürün, 2010) olsa da, bu beklentinin aksine Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi öğrencilerinin mesleki olgunluklarının diğer lise türlerinde öğrenim gören öğrencilerden düşük olduğu veya mesleki olgunluğa ulaşmadıklarını gösteren araştırmalara da rastlanmaktadır (Orhan ve Ültanır, 2014; Satan, 2014). Ayrıca mesleki olgunluğun lise türüne göre farklılaşmadığını tespit eden araştırmalar da bulunmaktadır (Gupta ve Mehtani, 2017; Ulaş ve Yıldırım, 2015). Özgan (2006) öğrenim gördükleri liseyi istemeyerek seçen öğrencilerin mesleki olgunluklarının düşük olduğunu bildirmiştir. Mesleki ve Teknik Anadolu Liseleri, ortaokuldan mezun olarak lise tercihi yapan öğrencilerin öncelikli olarak tercih etmediği, özellikle ortaokulu düşük akademik başarı ile bitiren, liselere giriş sınavında düşük bir performans gösteren öğrencilerin yerleştiği lise türü olarak bilinmektedir. Bu durumdan hareketle Mesleki ve

Teknik Anadolu Lisesi öğrencilerinin mesleki olgunluklarının diğer liselerde öğrenim gören öğrencilerden düşük olmasının sebebi olarak, akademik başarılarının düşük olması ve bu okulları istemeyerek tercih etmeleri gösterilebilir.

Araştırmanın bir diğer sonucu ise lise öğrencilerinin mesleki olgunlukları arasında meslek seçiminde internetten yararlanma sıklığı açısından farklılık olduğudur. Meslek seçiminde internetten nadiren yararlanan öğrencilerin mesleki olgunluklarının ara sıra, sık sık ve her zaman yararlanan öğrencilerden daha düşük olduğu görülmüştür. Meslek seçiminde internetten yararlanma sıklığı arttıkça mesleki olgunluğun da arttığı söylenebilir. Harman (2017) yaptığı çalışmada mesleki olgunluğu düşük veya mesleki olgunluğa ulaşmayan bireylerin mesleklere ilişkin tutarsız ve eksik bilgilerinin daha fazla olduğu sonucuna ulaşmıştır. Günümüzde internet, bireylerin ihtiyaç duydukları ve merak ettikleri konularda bilgi edinmek amacıyla sıklıkla başvurulan bir veri kaynağıdır. Meslek seçimi sürecinde olan öğrencilerin üniversite programları, meslekler, çalışma alanları, iş imkânları vb. konular hakkında bilgi edinmek veya var olan bilgilerinin doğruluğunu araştırmak amacıyla internetten yararlanmalarının, onların mesleki kararlarını kolaylaştırıcı ve meslek seçim sürecinde bilgilendirici bir rol oynayacağı söylenebilir. Bu sebeple mesleki olgunluğu düşük öğrencilerin meslek seçiminde interneti doğru kullanma konusunda yönlendirilmesi gerekmektedir.

Lise öğrencileri interneti meslek seçimlerine yardımcı bir kaynak olarak kullandıklarını belirttikten de, yararlanan internet siteleri incelendiğinde öğrencilerin önemli bir bölümünün belirli bir internet sitesi veya programını kullanmadığı da görülmüştür. Öğrenciler meslek seçiminde internetten yararlanma eğiliminde olmalarına rağmen yararlandıkları belirgin bir sitenin olmaması sonucu, öğrencilerin arama motorlarını kullanarak rastlantısal ve sistemli olmayan bir araştırma yaptıkları, hangi sitelerden yararlanacakları konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıkları ile açıklanabilir. Ayrıca öğrenciler tarafından en sık yararlanan site ve uygulamaların yükseköğretim programı atlası (yokatlas.gov) ve meslektercihleri.com olduğu bulunmuştur. Rehberlik ve psikolojik danışmanlık faaliyetleri ve bu faaliyetlerin işlevsel olması öğrencilerin mesleki olgunlukları üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir (Bacanlı, 1995; Çakar ve Kulaksızoğlu, 1997; Zeren, 1999). Ancak rehberlik ve yönlendirme dersi programında lise öğrencilerin hem kendilerini hem de üniversite programları ve meslekleri tanımaları amacıyla oluşturulan site ve programların neler olduğu konusunda bilgilendirici ve öğrenciler tarafından kullanılmasına yönelik bir kazanıma yer verilmemiş, internetten yararlanmaya ilişkin yüzeysel bir bilgilendirme yapılmıştır (MEB, 2011). Halbuki öğrenciler kendilerine ve mesleklere ilişkin tutarlı ve yeterli bilgileri sahip oldukça mesleki olgunlukları da artacaktır (Harman, 2017). Ayrıca Oliver ve Spoken, (1998), Whiston ve diğerleri (1998) gibi

araştırmacılar okullarda meslek danışmanlığına yönelik yapılan çalışmaların öğrencilerin mesleki yönelimleri üzerinde etkili olduğu bildirmiş, Çoban (2005) ise yaptığı araştırmada meslek seçiminde psikolojik danışmanlardan yardım alan öğrencilerin mesleki olgunluklarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu sonuçlar değerlendirildiğinde; öğrenciler için oluşturulan program ve sitelerin tanıtılması ve öğrencilerin bu kaynaklardan bilgi edinmeye yönlendirilmesi konusundaki mesleki rehberlik faaliyetlerinin yetersizliğinin, öğrencilerin internetten yararlanma konusunda planlı olmayan ve çoğunlukla rastlantısal araştırmalar yapmalarının bir nedeni olduğu düşünülmektedir.

Lise öğrencilerinin mesleki olgunluklarının sınıf düzeyi değişkenine göre farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Yani lise 3. sınıfta okuyan öğrenciler ile lise 4. sınıfta okuyan öğrencilerin mesleki olgunlukları arasında fark yoktur. Ürün (2010), Orhan ve Ültanır (2014), Ulaş ve Yıldırım (2015) gibi araştırmacılar tarafından yapılan çalışmalarda da benzer sonuca ulaşılmıştır. Sınıf düzeyi değiştikçe öğrencilerin yaşının da değişeceğinden hareketle, lise öğrencilerinin yaşına göre mesleki olgunlukları arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır (Çoban, 2005; Saya vd., 2009). Bu sonuçlar sınıf düzeyi veya yaş faktörlerinin mesleki olgunluk üzerinde etkili olmadığı şeklinde yorumlanabilir.

Lise öğrencilerinin çoğunlukla sağlık ve sosyal hizmetler, eğitim, savunma/güvenlik ve mühendislik/mimarlık meslek gruplarını tercih ettiği; medya, iletişim ve yayıncılık, veterinerlik, finans ve sigortalık, hazır giyim ve tekstil meslek gruplarına yönelimin çok düşük düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Bilim ve teknoloji alanındaki gelişmelere bağlı olarak çoğu meslek günümüzde geçerliliğini yitirmiş veya insan gücüne olan ihtiyacın azalmasıyla birlikte o mesleğe ait iş olanaklarında daralma meydana gelmiştir (Erkut, 2017). Bu nedenle araştırmada lise öğrencilerinin gelişen ve değişen iş dünyasının farkında olarak mesleki tercihlerini bilişim teknolojileri ve ilişkili alanlarda yoğunlaştırması beklenmektedir. Ancak öğrencilerin mesleki tercihlerine ilişkin sonuçlar incelendiğinde mesleki tercihini bilişim teknolojileri olarak belirleyen öğrencilerin sayısının oldukça az olduğu görülmektedir. Bu sonuç lise öğrencilerinin gelecekte yapmayı düşündükleri mesleğe karar verirken o mesleğin sektördeki yeri, iş bulma imkânları, mesleğin gelişimi gibi özellikleri dikkate almadıklarını, günümüzün ve geleceğin mesleklerine yönelik gerçekçi bilgileri sahip olmadıklarını göstermektedir. Ayrıca bu araştırmada öğrencilerin meslek tercihlerini büyük ölçüde kişisel özelliklerine ve ailelerinin yönlendirmesine bağlı olarak belirledikleri sonucuna da ulaşılmıştır. Lise öğrencilerinin neredeyse yarısı meslek tercihlerinde aile, arkadaş ve öğretmen gibi kendisine yakın olan kişilerin etkili olduğunu belirtmiştir. Flouri ve Buchanan (2002) çevre tarafından bireyin mesleki kararlarına yönelik

desteğin bir kariyer baskısından uzak olması gerektiğini aktarmıştır. Çevreden algılanan kariyer baskısı arttıkça kariyer olgunluğunu da azalmaktadır. Sürücü (2005), Ulaş ve Yıldırım (2015) gibi araştırmacıların yaptıkları çalışma neticesinde lise öğrencilerinin aile, arkadaş ve öğretmenlerinden algıladıkları sosyal destek arttıkça mesleki olgunluğun da arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Çakar ve Kulaksızoğlu (1997) tarafından yapılan araştırmada da anne babası demokratik tutum sergileyen öğrencilerin mesleki olgunluklarının, anne babası otoriter tutum sergileyen öğrencilere göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Benzer şekilde Gupta ve Mehtani'nin (2017) yaptığı çalışmanın sonucunda demokratik ebeveyn algısına sahip öğrencilerin mesleki olgunluklarının otoriter, ihmalkâr ve serbest/hoşgörülü ebeveyn algısına sahip üç öğrenci grubunda da yüksek olduğu görülmüştür. Bu sonuçlar değerlendirildiğinde, lise öğrencilerinin mesleki tercihleri üzerinde ailenin önemli bir rolü olduğu, özellikle aileleri tarafından desteklenen ve kararlarına saygı duyulan öğrencilerin mesleki tercihlerini netleştirme ve diğer mesleki görevlerin üstesinden daha kolay gelebildiği söylenebilir.

Lise öğrencilerinin mesleki olgunluklarının öğrenim görülen alana göre farklılaştığı görülmüştür. Çoban (2005), Çakar ve Kulaksızoğlu (1997) gibi araştırmacılar tarafından yapılan çalışmalarda da benzer sonuca rastlanmıştır. Farkın hangi gruplar arasında olduğu incelendiğinde ise sağlık hizmetleri alanı öğrencilerinin mesleki olgunluklarının fen bilimleri ve Türkçe-matematik alanlarında öğrenim gören öğrencilerin mesleki olgunluklarından düşük olduğu anlaşılmıştır. Mesleki olgunluğun öğrenim görülen alana göre farklılaşma durumunun incelendiği başka bir araştırmaya rastlanmamıştır. Türkiye'de, sağlık hizmetleri alanı mezunlarının iş bulma olanaklarının fazla olduğu düşüncesiyle lise tercihi bulunan öğrenciler özellikle aileleri tarafından bu alana yönlendirilmektedir. Sağlık hizmetleri alanı öğrencilerinin mesleki olgunluklarının diğer grupta yer alan öğrencilerden düşük olması, lise tercihinin çoğunlukla kendi istekleri dışında yapılıyor olmasından ve bu tercihten memnuniyetin düşük olmasından kaynaklanabilir.

Lise öğrencilerinin mesleki olgunluklarının öğrenim görülen kurumun özel lise veya devlet lisesi olması durumuna göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgunun aksine Sharma ve Ahuja (2016) özel okulda öğrenim gören öğrencilerin mesleki olgunluklarının devlet okulunda öğrenim gören öğrencilere göre daha yüksek olduğunu bildirmişlerdir. Devlet lisesi ve özel lisede öğrenim gören öğrenciler arasında ailelerin gelir düzeyleri, çevrenin kendilerine sunduğu imkân ve fırsatlar gibi çoğunlukla ekonomik düzey temelli farklılıklar bulunur. Zeren (1999), Özgan (2006), Flouri ve Buchanan (2002) gibi araştırmacılar tarafından yapılan çalışmalarda öğrencilerin arasındaki bu ekonomik farklılıkların, onların mesleki olgunlukları üzerinde bir etkisi olmadığını anlaşılırken, Çakar

ve Kulaksızođlu (1997) tarafından yapılan arařtırmada ise ailenin gelir dűzeyi arttıka mesleki olgunluđun arttıđı tespit edilmiřtir. Gűlbahka (2007) tarafından yapılan arařtırmada da alt sosyoekonomik ailelerden gelen ođrencilerin mesleki olgunlukları űst sosyoekonomik aileden gelen ođrencilerinkinden dűřűk olduđu bulunmuřtur. Ayrıca benzer amaakların denendiđi arařtırmalarda řehirde ođrenim gűren ođrencilerin kırsalda ođrenim gűren ođrencilerden daha yűksek dűzeyde mesleki olgunluđa sahip olduđu ortaya konmuřtur (Anderson ve Brown, 1997; Dhillon ve Kaur, 2005). Sharma ve Ahuja (2005)'e gűre űzel lise ile devlet lisesindeki ođrencilerin mesleki olgunlukları arasındaki farklılıkta ođrencilerin cinsiyet algısı, aile yapısı, kardeř sayısı ve sosyal sınıf faktűrleri etkili olmaktadır. Dhillon ve Kaur (2005) ođrencilerin kendilerini ifade etmelerine yardımcı olacak etkinlikleri katılma fırsatının merkez okullarda daha fazla olduđunu ifade eder. Literatűr incelendiđinde bu arařtırmadan elde edilen sonuaktan farklı olarak; mesleki olgunluđun ođrenim gűrűlen okulun űzel lise ve devleti lisesi olması veya ođrencilerin sosyo ekonomik dűzeyleri deđiřkenlerine gűre farklılık gűsterdiđini tespit eden arařtırmalarda, farklılıđın çođunlukla sosyoekonomik yapısı daha olumlu olan bir aile ve ođrenim yařantısına sahip ođrenciler lehine olduđu gűrűlmektedir. Bu arařtırma grubunda yer alan űzel lise ođrencileri ile devlet lisesi ođrencilerinin ođrencilerin sosyoekonomik dűzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmayabilir. Ođrencilerin mesleki olgunlukları arasında farkın olmaması bu durumla aaklanabilir.

Lise ođrencilerinin mesleki olgunluklarının sınıf geakme bařarı durumu gűre farklılařtıđı, sınıfını takdir-teřekkűr belgesi ile geaken ođrencilerin mesleki olgunluklarının sınıflarını dođrudan geaken ve 1-3 zayıfla geaken ođrencilerden yűksek olduđu tespit edilmiřtir. Akademik bařarı ile mesleki olgunluđun iliřkili olduđu, akademik bařarısı yűksek olan ođrencilerin mesleki olgunluklarının da yűksek olduđu anlařılmıřtır. Bu sonuak, Legum ve Hoare'nin (2004) bir kariyer műdahale programı sonrasında lise ođrencilerinin akademik bařarılarının arttıđını ortaya koydukları arařtırma sonucu ile paralellik gűstermektedir. Akademik bařarısı yűksek olan ođrencilerin mesleki olgunluklarının daha yűksek olmasında, bu ođrencilerin ilgi ve yeteneklerinin daha ak farkında olmaları, sorumluluk bilinaklerinin yűksek olması ve geleceđe yűnelik plan ve kararlarını ertelememeleri etkili olabilir.

Lise ođrencilerinin mesleki olgunlukları ile sosyal medya tutumları arasında bir iliřki bulunmazken, sosyal medya tutumlarının alt boyutlarının meslek olgunlukla anlamlı bir iliřkisinin olduđu ve dűrt alt boyutun da mesleki olgunluđun birer yordayıcıları olduđu tespit edilmiřtir. Savickas, Briddick ve Watkins (2002) tarafından yapılan arařtırmada kiřilerarası iliřkilerde dıřadűnűk olan ve sosyal uyum gűsteren bireylerin kariyer planlama ve arařtırma yapmaya yűnelik daha olgun tutuma sahip olduklarını tespit etmiřlerdir. Sosyal

medyanın bireylerin yakın çevresi ve dünya ile iletişim kurarak sosyalleştiği bir platform olarak düşünüldüğünde, sosyal medyanın öğrenciler tarafından sosyalleşme amacı ile kullanılmasına yönelik tutumları ile mesleki olgunluğun ilişkili olduğu sonucunun paralellik gösterdiği yorumu yapılabilir.

Araştırmada lise öğrencilerinin interneti en çok sosyalleşme en az ise eğlence amaçlı; çoğunlukla 7 yıl ve daha uzun süreden bu yana, ortalama günde 4 saate kadar kullandığı; ayrıca öğrencilerin büyük bir bölümünün internete cep telefonlarından bağlandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bayhan (2011) tarafından lise öğrencilerinin internet kullanım alışkanlıklarının belirlenmesi amacıyla yapılan araştırmada buna yakın sonuçlarla karşılaşılmış; öğrencilerin interneti en fazla sosyal medya uygulamalarını kullanmak ve ödev/araştırma yapmak amacıyla ve günde ortalama 2 saat süreyle kullandıkları görülmüştür. Günlü (2016) ergenlerde günlük ortalama internet kullanım yaklaşık 3 buçuk saat olduğunu ve internetin en fazla eğlenmek-vakit geçirmek amacıyla kullanıldığını bildirmiştir. Kılıç (2016) da lise öğrencilerinin internete bağlanmak için en sık kullandıkları aracın cep telefonu gibi mobil araçlar olduğunu bildirmiştir. Kapucı (2016), Selvi (2009) ve Akar (2017) gibi araştırmacılar öğrencilerin interneti en fazla iletişim kurmak ve sosyalleşmek; en az ise eğitim, bilgi edinme ve eğlence amacıyla kullandıklarını tespit etmişlerdir. Benzer şekilde Nachmias ve diğerlerinin (2000) yaptığı araştırmada da öğrencilerin interneti en fazla iletişim amaçlı kullandıkları, bilgi arama amacının ise ikinci sırada yer aldığı görülmüştür. Papastergiou ve Solomonidio (2005) ise farklı olarak lise öğrencilerinin en sevdiği internet etkinliklerinin kişisel amaçlı bilgi edinme ve eğlence olduğunu tespit etmiştir. İnternet kullanım özelliklerine ilişkin sonuçlar değerlendirildiğinde, lise öğrencilerinin interneti günde yaklaşık 2 saat süreyle cep telefonlarından bağlanarak kullandıkları ayrıca internet kullanımının en önemli amacının sosyalleşmek olduğu anlaşılmaktadır.

Araştırmada lise öğrencilerinin mesleki olgunluklarının internet kullanım geçmişine göre farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Yani öğrencilerin kaç yıldır interneti kullanıyor olduklarının mesleki olgunlukları üzerinde bir etkisinin olmadığı söylenebilir. Araştırmanın bu sonucu ile ilgili literatürde benzer veya aksi yönde bir araştırma sonucuna rastlanmadığı için bu sonuç tartışılmamıştır. Bu sonuç, lise öğrencilerinin interneti kaç yıldır kullanıyor olmalarından öte, interneti ne amaçlı kullandıkları ve internetten mesleki gelişimlerine katkı sağlayacak düzeyde kullanıp kullanmadıklarının daha önemli olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Günlük ortalama 2 saate kadar internet kullanan öğrencilerin mesleki olgunluklarının, 5-6 saat süreyle kullanan öğrencilerin mesleki olgunluklarından daha yüksek olduğu söylenebilir. Günlü'nün (2016) yaptığı araştırmada interneti eğlenmek-vakit

geçirmek amaçlı kullanan ergenlerin problemleri internet kullanımlarının bilgi edinmek amaçlı kullanan ergenlerden daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Günlük ortalama internet kullanım süresi ile mesleki olgunluk arasındaki ilişki başka bir çalışmada incelenirse de internet kullanım sıklığının çeşitli değişkenlerle ilişkisinin incelendiği araştırmalar mevcuttur. Örneğin, Kaya (2018) sosyal medya bağımlılığı arttıkça internet kullanım sıklığının arttığını bildirmiştir. Zhao (2006) yaptığı araştırmada interneti sosyalleşme amacıyla kullanmayanların daha fazla sosyal bağa sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır. Diğer ilgili araştırma sonuçları; interneti boş vakit geçirmek için kullananların kaygı düzeylerinin (Kapuci, 2016); interneti daha sık kullananların depresyon düzeylerinin (Buzcu, 2017) ve yeme bozukluğu eğilimlerinin (Yılmaz, 2017) daha yüksek olduğunu göstermiştir.

Yine bu araştırmada lise öğrencilerinin mesleki olgunlukları ile internet kullanım amaçlarının “eğitim”, “bilgilenme” ve “psikolojik ihtiyaçlar” alt boyutları arasında ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İnterneti eğitim ve bilgilenme amacıyla kullandıkça mesleki olgunluk artarken; interneti psikolojik ihtiyaçları karşılamaya yönelik kullandıkça ise mesleki olgunluğun azaldığı söylenebilir. Bununla birlikte eğitim, psikolojik ihtiyaçlar ve bilgilenme alt boyutlarının mesleki olgunluk üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu anlaşılmıştır. Mesleki olgunluk ile internet kullanım amaçları arasındaki ilişkiyi inceleyen başka bir araştırmaya rastlanmasa da internet kullanım alışkanlıkları ve amaçlarına ilişkin bu araştırma sonucu ile, ilgili diğer araştırma sonuçları değerlendirildiğinde; interneti belirgin bir amacın dışında, boş vakit geçirmek için uzun süreli olarak kullanmanın, kişiyi internete daha fazla bağımlı hale getirdiği ve zararlı etkilere yol açtığı; interneti bilgi edinme ve araştırma gibi benzer şekilde belirgin bir amaca yönelik sınırlı bir şekilde kullanmanın ise kişi üzerinde olumlu etkileri olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Lise öğrencilerinin sosyal medyaya yönelik tutumlarının yüksek ve olumlu düzeyde olduğu ve en yüksek tutum sosyal izolasyon iken, en düşük tutumun ise “öğretmenlerle ilişki” olduğu anlaşılmıştır. Kılıç (2016) ve Bor (2018) da bu sonuca paralel şekilde lise öğrencilerinin sosyal medyaya yönelik tutumlarının yüksek ve olumlu düzeyde olduğunu tespit etmişlerdir. Yine Kılıç (2016) en yüksek sosyal medya tutumunun paylaşım ihtiyacı, en düşük tutumunun ise öğretmenlerle ilişki olduğunu bildirmiştir. Atalay (2014) ise yaptığı araştırmada ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medya tutumlarını kısmen olumlu düzeyde olduğunu bulmuştur. Araştırmamızın başka bir sonucuna göre ise öğrenciler tarafından en sık kullanılan sosyal ağ Instagram’dır. En sık kullanılan sosyal ağın Instagram olduğu bulgusundan farklı olarak Kılıç (2016), Çap (2017), Çayırılı (2017) ve Kaya (2018), lise öğrencileri tarafından en fazla tercih edilen sosyal ağın Facebook olduğunu, Instagram’ın bu ağdan sonra geldiğini bildirmişlerdir. Önceki araştırmalarda

farklı olarak bu araştırmada, lise öğrencileri tarafından en sık kullanılan sosyal medya uygulamasının Instagram olduğunun ortaya konması, zaman içerisinde bu uygulamaların kendi yapı ve içeriğinde meydana gelen değişimlere de bağlı olarak gençlerin kullanım tercihlerinin değişmesi ile açıklanabilir.

Lise öğrencilerinin mesleki olgunlukları ile sosyal medya tutumlarının dört alt boyutu arasında ilişki olduğu tespit edilmiştir. Sosyal medyaya yönelik “sosyal izolasyon”, “paylaşım ihtiyacı” ve “öğretmenlerle ilişki” tutumları arttıkça mesleki olgunluk da artarken; “sosyal yetkinlik” tutumu arttıkça ise mesleki olgunluğun azaldığı söylenebilir. Ayrıca sosyal medya tutumlarının dört alt boyutunun da mesleki olgunluğun birer yordayıcısı olduğu anlaşılmıştır. Literatürde doğrudan mesleki olgunluk ile sosyal medya tutumları arasındaki ilişkinin incelendiği bir araştırmaya rastlanmasa da konu ile ilgili diğer çalışma ve ilgili görüşlerden yola çıkarak bu sonuç tartışılmaya çalışılmıştır. Bu araştırmanın konusu ile benzerlik gösterdiği düşünülen Wohn ve diğerleri (2013) tarafından yapılan araştırmada, ilk kuşak (ailesinde üniversite mezunu olmayan) lise öğrencilerinin ilk kuşak lise öğrencilerinin sosyal medyayı sorulara yanıt verebilecek ve bilgi desteği sağlayabilecek geniş bir insan ağı olarak algılamaları ile üniversitede başarılı olabileceklerine yönelik beklentileri arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucu ulaşılmıştır. Yani öğrencilerin sosyal medyayı bilgi edinmek amacıyla algılama ve kullanma eğilimlerinin arttıkça kariyerlerine ilişkin olumlu algılarının da geliştiği söylenebilir. Sosyal medya bireylerin birbiri ile iletişim kurduğu, kendilerine ve dünyaya ilişkin bilgi, duygu, düşünce ve görseller paylaştığı ve diğer insanlar tarafından yapılan paylaşımları takip ettiği bir platformdur. Bu platform kullanıcılara, yaptıkları paylaşımların diğer insanlar tarafından anında görüntülenmesi ve arkadaşları tarafından paylaşımların yorumlanması imkânı sağlamaktadır. Bu yönüyle sosyal medya, bireye yaşantısına yönelik çevreden geri dönütler almasına ve bu sayede de kendisini tanımasına yardımcı olmaktadır. Ayrıca sosyal medya bireyler tarafından, bilgi edinme, çevrede ve dünyada olup bitenlerden haberdar olma amacıyla da kullanılmaktadır. Sonuç olarak; sosyal medyanın mesleki olgunluğun bir yordayıcısı olmasında, sosyal medyanın bireyin çevreden aldığı dönütler ile kendisini tanımasına ve çevresini keşfetmesine aracılık etmesinin bir rolü olduğu düşünülmektedir.

Lise öğrencilerin medya okuryazarlıklarının, analiz edebilme ve örtük mesajları görebilme alt boyutunda orta düzeyde olması ile birlikte, genel olarak ortalamanın üzerinde ve iyi düzeyde olduğu ortaya konmuştur. Lise öğrencilerinin medya okuryazarlıklarının belirlenmesine yönelik yapılan çalışmaların sayısı oldukça az olması sebebiyle bu sonucun tartışılmasında diğer bireylerle ilgili sonuçlara da yer verilmiştir. Yılmaz (2012) tarafından yapılan araştırma lise öğrencilerinin ihtiyaç duydukları bilgiye

internet üzerinden erişme konusunda kendilerini yeterli gördükleri ve internet ortamındaki bilgiye karşı olumlu tutuma sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Görmez'in (2015) yaptığı araştırma sonuçları ise ortaokul öğrencilerinin internet kullanımları açısından yeterli bilince sahip olmadığını göstermiştir. Livingstone ve diğerleri (2011) tarafından yapılan kapsamlı bir araştırmanın Türkiye'ye ilişkin sonuçlarında anne babaların, çocuklarını internetin riskleri hakkında bilgilendirecek ve onları bu risklerden koruyacak düzeyde yeterli birikim ve beceriye sahip olmadığı görülmektedir. Benzer şekilde Kalan (2010) da yaptığı araştırma ebeveynlerin medya okuryazarlığı konusunda yeterli bilince sahip olmadığını sonucuna ulaşılmıştır. RTÜK (2012) medya okuryazarlığı dersi veren öğretmenlerin medya okuryazarlığın eğitimine ilişkin yeterli düzeyde birikime sahip olmadığını bildirmiştir. Altun (2009b) Türkiye'deki medya okuryazarlık eğitimi konusunda daha kapsamlı ve nitelikli çalışmalara ihtiyaç duyulduğunu ifade etmiştir. Medya okuryazarlığına ilişkin araştırmaların sonuçları çoğunlukla, ailelerin çocuklarını medya etkilerine karşı korumada yetersiz kaldığı, öğretmenlerin medya okuryazarlığı eğitimini verecek düzeyde yeterliliğe henüz sahip olmadıkları ve medya okuryazarlığı eğitim programının geliştirilmesi gerektiği yönündedir. Ancak bu araştırmada ilgili araştırmaların sonuçlarından farklı olarak, lise öğrencilerinin buldukları kademedeki medya okuryazarlığı eğitimi almamalarına rağmen, medya okuryazarlıklarının genel olarak yüksek ve olumlu düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Öğrenciler içinde buldukları gelişim döneminin etkisiyle, kendi medya okuryazarlık becerilerine ilişkin yorumlarda yanlı ve olumlu bir tutum sergilemiş olabilirler. Bu farklılığın yorumlamadan kaynaklandığı düşünülmektedir.

Lise öğrencilerinin mesleki olgunlukları ile medya okuryazarlığın "bilgi sahibi olma", "analiz edebilme ve tepki oluşturabilme" alt boyutları arasında ilişki olduğu bulunmuştur. Lise öğrencilerinin medyanın etkisine yönelik farkındalıkları ve medya mesajlarını çözümlene becerileri geliştikçe mesleki olgunluklarının da geliştiği söylenebilir. Ayrıca bilgi sahibi olma, analiz edebilme ve tepki oluşturabilme alt boyutlarının mesleki olgunluğun anlamlı birer yordayıcısı olduğu sonucuna da ulaşılmıştır. Literatürde mesleki olgunluk ile medya okuryazarlığı arasındaki ilişkinin incelendiği bir çalışmaya rastlanmadığı için bu sonuç ile ilgili tartışmaya yer verilmemiştir. Araştırma sonucu değerlendirildiğinde lise öğrencilerinin, medyadaki mesajların içerdiği anlamı ve kullanıcılarda uyandırdığı etkilere yönelik farkındalıkları arttıkça ve bu mesajları zihinsel süzgeçten geçirerek doğru yorumladıkça mesleki tercihlerini daha kolay netleştirdikleri söylenebilir.

6. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Bu bölümde araştırmadan elde edilen sonuçlara yer verilmiştir. Bununla birlikte araştırma bulguları ve ilgili literatür değerlendirilerek çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

6. 1. Sonuçlar

Araştırma kapsamında varılan sonuçlar şu şekildedir:

1. Lise 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin mesleki olgunluk düzeylerinin kritik düzeyde olduğu ve geliştirilmesi gerektiği tespit edilmiştir.
2. Lise 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin mesleki olgunluklarının cinsiyet, öğrenim görülen lise türü, öğrenim görülen alan, sınıf geçme başarı durumu, günlük ortalama internet kullanım süresi ve meslek seçiminde internetten yararlanma sıklığına göre anlamlı şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir. Lise öğrencilerinin mesleki olgunlukları arasında sınıf düzeyi, öğrenim görülen lisenin özel lise veya devlet lisesi olma durumu ve internet kullanım geçmişi değişkenlerine göre ise anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır.
3. Lise 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin interneti en çok sosyalleşme en az ise eğlence amaçlı; çoğunlukla interneti 7 yıl ve daha uzun süreden bu yana, günde ortalama 4 saate kadar ve cep telefonlarından bağlanarak kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır.
4. Lise 3. ve 4. sınıf öğrencileri interneti meslek seçimlerine yardımcı bir kaynak olarak sıklıkla kullanıyor olmalarına karşın, önemli bir bölümünün yararlandığı belirli bir internet sitesi veya programın olmadığı da görülmüştür. Buna ek olarak öğrenciler tarafından en sık kullanılan site ve uygulamaların yükseköğretim programı atlası (yokatlas.gov) ve meslektercihleri.com olduğu bulunmuştur.
5. Lise 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kullanımına yönelik sahip olduğu en yüksek tutum sosyal izolasyon iken, en düşük tutumunun ise öğretmenlerle ilişki olduğu anlaşılmıştır. Öğrenciler tarafından en sık kullanılan sosyal ağ Instagram'dır.
6. Lise 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin medya okuryazarlıklarının, analiz edebilme ve örtük mesajları görebilme alt boyutunda orta düzeyde olması ile birlikte, genel olarak ortalamanın üzerinde ve iyi düzeyde olduğu ortaya konmuştur.
7. Lise 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin çoğunlukla sağlık ve sosyal hizmetler, eğitim, savunma/güvenlik ve mühendislik/mimarlık meslek gruplarını tercih ettiği;

medya, iletişim ve yayıncılık veterinerlik, finans ve sigortalık, hazır giyim ve tekstil meslek gruplarına yönelimin çok düşük düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin meslek tercihlerini büyük ölçüde kişisel özelliklerine ve ailelerinin yönlendirmesine bağlı olarak belirledikleri de anlaşılmıştır.

8. Lise 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin mesleki olgunlukları ile internet kullanım amaçlarının eğitim, bilgilenme ve psikolojik ihtiyaçlar alt boyutları arasında ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İnterneti eğitim ve bilgilenme amacıyla kullandıkça mesleki olgunluk artarken; interneti psikolojik ihtiyaçları karşılamaya yönelik kullandıkça ise mesleki olgunluğun azaldığı söylenebilir. Ayrıca eğitim, psikolojik ihtiyaçlar ve bilgilenme alt boyutlarının mesleki olgunluk üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu anlaşılmıştır.
9. Lise 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin mesleki olgunlukları ile sosyal medya tutumlarının dört alt boyutu arasında ilişki olduğu tespit edilmiştir. Sosyal medyaya yönelik sosyal izolasyon, paylaşım ihtiyacı ve öğretmenlerle ilişki tutumları arttıkça mesleki olgunluk artarken; sosyal yetkinlik tutum arttıkça mesleki olgunluğun ise azaldığı söylenebilir. Ayrıca sosyal medya tutumlarının dört alt boyutun da mesleki olgunluğun birer yordayıcısı olduğu anlaşılmıştır.
10. Lise 3. ve 4. sınıf öğrencilerinin mesleki olgunlukları ile medya okuryazarlığın bilgi sahibi olma, analiz edebilme ve tepki oluşturabilme alt boyutları arasında ilişki olduğu bulunmuştur. Lise öğrencilerinin medyanın etkisine yönelik farkındalıkları ve medya mesajlarını çözümleme becerileri geliştikçe mesleki olgunluklarının da geliştiği söylenebilir. Ayrıca bilgi sahibi olma, analiz edebilme ve tepki oluşturabilme alt boyutlarının mesleki olgunluğun anlamlı birer yordayıcısı olduğu sonucuna da ulaşılmıştır.

6. 2. Öneriler

Bu bölümde araştırma sonuçlarından hareketle konu ile ilgililere ve alanda çalışma yapacak araştırmacıları yönelik önerilere yer verilmiştir.

6. 2. 1. Araştırma Sonuçlarına Dayalı Öneriler

1. Öğrencilere kendilerini, meslekleri tanıma fırsatı sağlanmalı, bilim ve teknolojideki gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkan ve geleceğin meslekleri olarak da gösterilen bilişim teknolojileri meslek grupları hakkında öğrenciler bilgilendirilmelidir.

2. Öğrenciler çağın bir gereği olarak teknolojiyi ve özellikle interneti doğru ve güvenli kullanma becerilerine sahip olacak şekilde yetiştirilmelidir.
3. Mesleki olgunluğun gelişmesi ve interneti eğitsel ve bilgi edinme amaçlı kullanmada ailenin demokratik tutuma sahip olmasının etkili olduğundan bahsedilmişti. Bu sonuçtan hareketle öğrencilerin interneti meslek seçim sürecinde bir kaynak olarak kullanarak mesleki olgunluklarının artırılması amacıyla aileleri, çocuğa yaklaşım konusunda bilgilendirecek, demokratik tutum becerilerini geliştirecek aile eğitimi çalışmaları yapılmalıdır.
4. Meslek seçiminde internetten yararlanma mesleki olgunluğu artırmaktadır. Öğrenciler interneti eğitsel, bilgi edinme ve araştırma amaçlarıyla kullanmaya yönlendirilmeli; çeşitli kurum ve kuruluşlarca alan, dal, üniversite programı ve meslek seçiminde yararlanılması için öğrencilerin kullanımına sunulan web sitelerinin öğrencilere tanıtımı ve bu sitelerden öğrencilerin etkin bir şekilde yararlanmasına yönelik sistemli bir bilgilendirme çalışması yapılmalıdır.
5. Öğrenciler medya okuryazarlık becerilerini geliştirecek etkinliklere yönlendirilmelidir. Öğrencilere kitap okuma ve dergi takip etme alışkanlıkları erken yaştan kazandırılmalı, öğrencilere her an internete erişme ve bilgiye ulaşma fırsatı sağlanmalıdır.

6. 2. 2. İleride Yapılabilecek Araştırmalara Yönelik Öneriler

1. Öğrencilerin interneti ne amaçla kullandığı, en fazla hangi siteleri ziyaret ettiği, internete nereden bağlandıkları gibi kullanım alışkanlıklarının zamanla değiştiği görülmektedir. Buna benzer kullanım alışkanlıklarında meydana gelen değişimlerin belirlenmesine yönelik yapılan araştırmaların güncellenerek devam etmesi gerekmektedir.
2. Meslek seçim süreci lise yıllarından çok daha önceki dönemlerde başlayan bir süreçtir. Bireyin yaşamının her döneminde kendisinde gerçekleştirmesi beklenen mesleki görevler vardır. Bu araştırma grubu lise 3. ve 4. sınıf öğrencileri oluşturmuştur. Farklı yaş düzeylerindeki veya öğrenim kademelerindeki öğrencilerin de mesleki olgunluklarının tespit edilmesine yönelik araştırmalar yapılabilir.
3. Meslek seçimi çok sayıda değişkenden etkilenir. Bu araştırmada mesleki olgunluk ile internet ve sosyal medya kullanımları arasındaki ilişki incelendi. Bundan sonraki araştırmalarda, meslek seçimi ve mesleki olgunluk ile ilişkili olabileceği düşünülen kitap ve gazete okuma, dergi takip etme, inanç gibi değişkenler de incelenebilir.

4. Araştırmada mesleki olgunluğun bazı demografik özelliklere, günlük ortalama internet kullanım süresine ve meslek seçiminde internetten yararlanma sıklığına göre farklılaştığı tespit edilmiştir. Mesleki olgunluk ile ilgili yapılacak çalışmalarda bu farklılıkların nedenleri araştırılabilir.
5. Lise öğrencilerinin medya okuryazarlıklarının belirlenmesine yönelik araştırmaların oldukça yetersiz olduğu görülmüştür. Öğrencilere medya okuryazarlığını geliştirmeye yönelik eğitimler verilmelidir.
6. Öğrencilerin sosyal medya okuryazarlığı veya internet okuryazarlığı becerilerini ölçmeye yönelik ölçekler geliştirilebilir.



7. KAYNAKLAR

- Ağakay, M. A. (1981). *Türkçe sözlük* (6. baskı). Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Akar, F. (2017). Purposes and characteristics of internet use of adolescents. *Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi*, 7(2), 257-286.
- Akbayır, K. (2002). *Öğretmenlik mesleğine yönelmede ailenin ve branş seçiminde cinsiyetin rolü*. http://144.122.59.41/ufbmek-5/b_kitabi/PDF/OgretmenYetistirme/Bildiri/t271d.pdf adresinden 24 Aralık 2018 tarihinde edinilmiştir.
- Akbulut, Y. (2013). Çocuk ve ergenlerde bilgisayar ve internet kullanımının gelişimsel sonuçları. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3(2), 53-68.
- Akdaş, G. (2013). *Sağlık meslek lisesi öğrencilerinin mesleki olgunluk düzeylerinin ve algıladıkları aile desteğinin incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Atatürk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Aksak, M. (2017). *Farklı lise türlerine devam eden lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları ile yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Aktaş, C. (2007). İnternetin gazeteciliğe getirdiği yenilikler. *Selçuk İletişim*, 5(1), 30-41.
- Alper, A. (2012). *Sosyal ağlar* (1. baskı). Ankara: Pelikan Yayıncılık.
- Alav, O. (2014). Sosyal medyanın birey ve toplumsal yapıya etkileri. *Elektronik Sosyal Bilgiler Eğitimi Dergisi*, 1(1), 1-22.
- Alemdar, K. (1999). *Medya gücü ve demokratik kurumlar*. İstanbul: Afa Yayınları.
- Algan, C. (2016). Medya okuryazarlığı alanında teorik ve pratik yaklaşımlar. M. C. Şimşek ve N. Türkoğlu (Ed.), *Medya okuryazarlığı* içinde (1. baskı, s. 65-74). İstanbul: Pales Yayınları.
- Alpaslan, M. (2014). *İnternet aile stillerine göre 9. sınıf öğrencilerinin internete yönelik tutum, öz-yeterlik ve internet kullanım amaçlarının incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Sakarya Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Altınpulluk, H. ve Kılıç, H. (2018). Web yayıncılığında dosya yönetimi. İ. Usta ve H. S. Kıray (Ed.), *Web yayıncılığı* içinde (s.127-146). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Altun, A. (2005). *Eğitimde internet uygulamaları*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Altun, A. (2008). Türkiye'de medya okuryazarlığı. *İlköğretmen Eğitimci Dergisi*, 3(16), 30-34.
- Altun, A. (2009a). Medyadaki kalıp yargıların (stereotiplerin) üstesinden gelmek için medya okuryazarlığı. *Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi*, 10(111), 20-34.

- Altun, A. (2009b). Eğitim bilim açısından seçmeli medya okuryazarlığı dersi programına eleştirel bir yaklaşım. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(3), 97-109.
- Altuntaş, S., Atlı, A., Kış, A. (2016). Öğrencilerin mesleki olgunluk düzeylerinin cinsiyetlerine göre meta analizi. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(31), 88-106.
- Alvermann, D. E., Moon, J. S. and Hagwood, M. C. (1999). *Popular culture in the classroom: Teaching and researching critical media literacy*. London: Routledge.
- Anderson, S. and Brown, C. (1997). Self-efficacy as a determinant of career maturity in urban and rural high school seniors. *Journal of Career Assessment*, 5(3), 305-315.
- Arısoy, Ö. (2009). İnternet bağımlılığı ve tedavisi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 1(1), 55-67.
- Arseven, A. (1986). Çocukta benlik gelişimine ailenin etkisi ve çocuğun okuldaki başarısı. *Eğitim ve Bilim*, 10(60), 11-17.
- Association of College and Research Libraries [ACRL]. (2016). *Framework for information literacy for high education*. Retrieved March 30, 2019, from <http://www.ala.org/acrl/standards/ilframework>.
- Atalay, R. (2014). *Lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları ile algıladıkları sosyal destek düzeyleri arasındaki ilişki: Bahçelievler ilçesi örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Atlı, A. (2012). *Lise öğrencilerinin mesleki değerlerinin incelenmesi* (Yayımlanmamış doktora tezi). İnönü Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Malatya.
- Aufderheide, P. (1997). Media literacy: From a report of the national leadership conference on media literacy. In R. Kubey (Ed.), *Media literacy in the information age: Current perspectives* (pp. 79-86). New Brunswick, NJ: Transaction.
- Avgerinou, M. D. (2009). Re-viewing visual literacy in the "bain d'images" era. *TechTrends*, 53(2), 28-34.
- Avşar, Z. (2014). Medya okuryazarlığı. *İletişim ve Diplomasi Dergisi*, 1(2), 24-27.
- Ayan, B. (2016). *Sosyal ağlar tarihi*. İstanbul: Abaküs Kitap.
- Aydın, C. H. (2015). Eşzamansız iletişim araçları. G. Eby ve M. R. Okur (Ed.), *Temel bilgi teknolojileri 2* içinde (s. 104-125). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Aydoğmuş, E. N. A. (2017). *Ergenlerde sosyal güvende hissetme ve memnuniyet ile problemlili internet kullanımı arasındaki ilişkide sosyal medya tutumlarının aracılık rolü* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bacanlı, F. (1995). *Mesleki grup rehberliğinin lise öğrencilerinin mesleki olgunluk düzeylerine etkisi* (Yayımlanmamış doktora tezi). Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Bacanlı, F. (2008). Kariyer karar verme süreci. R. Özyürek (Ed.), *Kariyer yolculuğu* içinde (s. 119-140). Ankara: Avrupa Birliği Eğitim ve Gençlik Programları Merkezi Başkanlığı.
- Bailey, A. A., Bonifield, C. M. and Arias, A. (2018). Social media use by young Latin American consumers: An exploration. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 43, 10-19.
- Balcı, Ş. ve Koçak, M. C. (2018). Sosyal medya kullanımı ile yaşam doyumu arasındaki ilişki: Üniversite öğrencileri üzerinde bir araştırma. *International Journal of Academic Social of Science Studies*, 71, 339-354.
- Baloğlu, M. ve Tan, H. (2013). *Psikolojik danışma ve rehberlik: Teori ve uygulama* (3. baskı). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Baltaş, A. (2012). *Stres altında ezilmeden öğrenmede ve sınavlarda üstün başarı* (29. baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Bandura, A. (1986). The explanatory and predictive scope of self-efficacy theory. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 4(3), 359-373.
- Bandura, A. (1988). Organisational applications of social cognitive theory. *Australian Journal of Management*, 13(2), 275-302.
- Bartlett-Bragg, A. (2006). *Reflections on pedagogy: Reframing practice to foster informal learning with social software*. Retrieved March 6, 2019, from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.472.2265&rep=rep1&type=df>.
- Bat, M. (2012). *Dijital platformda sosyal medyanın stratejik kurumsal iletişime etkisi* (Yayımlanmamış doktora tezi). Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Bawden, D. (2008). Origins and concepts of digital literacy. In C. Lankshear & M. Knobel (Eds.), *Digital literacies: Concepts, Policies and Practices* (1st ed., pp. 17-30). New York: Peter Lang Publishing.
- Bayhan, V. (2011). Lise öğrencilerinde internet kullanma alışkanlığı ve internet bağımlılığı (Malatya uygulaması). M Akgül, E. Derman, A. Özgit, U. Çağlayan, M. Ertürkler ve M. Karakaplan (Ed.), *13. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri* içinde (s. 917-924). Malatya: İnönü Üniversitesi.
- Bayrak, H. (2019, Şubat). 2019 Türkiye internet kullanım ve sosyal medya istatistikleri. *Pazarlama Haber Bülteni*. <https://dijilopedi.com/2019-turkiye-internet-kullanim-ve-sosyal-medya-istatistikleri/> adresinden 10 Şubat 2019 tarihinde edinilmiştir.
- Beyhan, A (2010). *Ortaöğretim öğrencilerinin alan tercihlerinin incelenmesi*. Ankara: MEB Eğitimi Araştırma ve Geliştirme Dairesi Başkanlığı Yayınları.
- Bıktım, E. (2018, Ağustos). Instagram-Snapchat rekabeti kızışıyor. *Teknoloji Haber Bülteni*. <https://www.cnnurk.com/teknoloji/instagram-snapchat-rekabeti-kizisiyor> adresinden 11 Şubat 2019 tarihinde edinilmiştir.

- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu [BTK]. (2016). *İnternetin riskleri ve zararları*. <http://internet.btk.gov.tr/internetin-riskleri-ve-zararlari-detay-61.html> adresinden 14 Şubat 2019 tarihinde edinilmiştir.
- Binbaşıoğlu, C. (1986). *Rehberlik* (5. baskı). Ankara: Binbaşıoğlu Yayınevi.
- Bor, H. A. (2018). *Ergenlerde sosyal medyaya yönelik tutum, sosyal medya kullanımında gelişmeleri kaçırma korkusu ve sosyal kaygı arasındaki ilişkiler* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Boran, P. (2015). *Sosyal medya tarihçesi*. <http://www.usmed.org.tr/blog/page/3/> adresinden 7 Şubat 2019 tarihinde edinilmiştir.
- Bozgeyikli, H., Doğan, H. ve Işıklar, A. (2010). Üstün yetenekli öğrencilerin mesleki olgunluk düzeyleri ile algıladıkları sosyal destek düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(28), 133-149.
- Bozkaya, M. Y. (2015). Teknoloji ve Yaşamboyu Öğrenme. G. Eby, M. R. Okur (Ed.), *Temel Bilgi Teknolojileri 2* içinde (s. 126-145). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Bölükbaş, H. (1989). *Yükseköğretimde program seçimini etkileyen faktörler* (Yayımlanmamış bilim uzmanlığı tezi). Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Samsun.
- Brown, D. (2006). *Career information, career counseling and career development: The Merrill counseling* (9th ed.). Boston: Allyn and Bacon.
- Bushman, B. J. (2016). Violent media and hostile appraisals: A meta-analytic review. *Aggressive Behavior*, 42(6), 605-613.
- Buzcu, E. (2017). *Bireylerin internet kullanımının kaygı ve internet kullanım alanları ile ilişkileri açısından incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Büyükbaykal, G. (2007). Televizyonun çocuklar üzerindeki etkileri. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 16(28), 31-44.
- Büyükdâğ, Y. (2012). *Üniversite sınavına hazırlanan öğrencilerin değer tercihleriyle mesleki yönelimleri arasındaki ilişki: Bakırköy ilçesi örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Büyükoztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (12. baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Cansever, B. A. (2009). Ergenlerin toplumsallaşmasında internetin etkilerine ilişkin öğretmen görüşleri. *Ege Eğitim Dergisi*, 10(1), 1-23.
- Cantor, M. H. (1991). Family and community: Changing roles in an again society. *The Gerontologist*, 31(3), 337-346.
- Carter, H. D. (1940). The development of vocational attitudes. *Journal of Consulting Psychology*, 4(5), 185-191.

- Černja, I., Šverko, I. and Babarović, T. (2018). Career maturity indicators in adolescence: Convergence of different measures. In V. C. Scali, J. Roisser & L. Nota (Eds.), *New perspectives on career counseling and guidance in Europe* (pp. 53-69). Padova: Springer International Publishing.
- Clutter, C. (2010). *The effects of parental influence on their children's career choices*. (Unpublished master's thesis). Kansas State University, Manhattan.
- Crites, J. O. (1961). A model for the measurement of vocational maturity. *Journal of Counseling Psychology*, 8(3), 255-259.
- Crites, J. O. (1965). Measurement of vocational maturity in adolescence: I. attitude test of the vocational development inventory. *Psychological Monographs: General and Applied*, 79(2), 1-34.
- Crites, J. O. (1973). Career maturity inventory. *NCME Measurement in Education*, 4(2), 1-8.
- Crites, J. O. (1978). *Theory and research handbook: Career maturity inventory* (2nd ed.). Monterey, CA: CTB/McGraw-Hill.
- Cüceloğlu, D. (2015). *Başarıya götüren aile* (25 baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Çağdaş, A. ve Seçer, Ş. S. (2007). *Mutlu ve sağlıklı yarınlar için anne baba eğitimi* (3. baskı). Ankara: Kök Yayıncılık.
- Çakar, M. ve Kulaksızoğlu, A. (1997). Lise son sınıf öğrencilerinin mesleki olgunluk düzeyleri ile denetim odağı düzeylerinin karşılaştırılması. *Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 9(9), 113-131.
- Çakır, H. ve Topçu, H. (2005). Bir iletişim dili olarak internet. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 1(19), 71-96.
- Çalışkan, H. (2015). Bilişim güvenliği. G. Eby, M. R. Okur (Ed.), *Temel bilgi teknolojileri 2* içinde (s. 38-60). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Çalışkan, H. (2017). Taşınabilir teknolojiler. T. V. Yüzer ve M. R. Okur (Ed.) *Temel bilgi teknolojileri 1* içinde (s. 127-140). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Çap, E. (2017). *Lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları ile kişilik özellikleri arasındaki ilişki* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Çayırılı, E. (2017). *Sosyal medya kullanım özelliklerinin kişilik yapılanmaları, yaşam doyumu ve depresyon açısından incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Işık Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çelen, F. K., Çelik, A. ve Seferoğlu, S. S. (2011). Çocukların internet kullanımları ve onları bekleyen çevrim-içi riskler. M. Akgül, E. Derman, A. Özgüt, U. Çağlayan, M. Ertürkler ve M. Karakaplan (Ed.), 13. *Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri* içinde (s. 645-652). Malatya: İnönü Üniversitesi.
- Çelikkaleli, Ö. ve Gündüz, B. (2010). Ergenlerde problem çözme becerileri ve yetkinlik inançları. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(2), 361-377.

- Çiftçi, Ç. (2017, Mayıs). Artık en çok kullanılan sosyal mecra YouTube. *Yeni Medya Haber Bülteni*. <https://pazarlamaitisimi.com/artik-en-cok-kullanilan-sosyal-mecra-youtube/> adresinden 8 Şubat 2019 tarihinde edinilmiştir.
- Çoban, A. E. (2005). Lise son sınıf öğrencilerinin mesleki olgunluk düzeylerinin yordayıcı bazı değişkenlere göre incelenmesi. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(10), 39-54.
- Çoban, A. F. ve Çok, F. (2011). Ergenlerin kariyer gelişiminde medyanın rolü. *Çağdaş Eğitim Dergisi*, 36(389), 4-12.
- Çuhadar, C. (2018). Web teknolojisinin geleceği. Y. L. Şahin (Ed.), *Web tabanlı kodlama içinde* (s.209-218). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Çurğatay, V. (2010). *Üniversite sınavına girecek öğrencilerin meslek seçimini etkileyen sosyo-kültürel faktörler* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- DeGaetano, G. (2016). *100 family media literacy activities*. <https://thepci.org/100m> adresinden 26 Kasım 2018 tarihinde edinilmiştir.
- Demir, Ö. ve Seferoğlu, S. (2016). Bilgi okuryazarlığı, internet bağımlılığı, sanal aylıklık ve çeşitli diğer değişkenlerin sanal zorbalık ile ilişkisinin incelenmesi. *Online Journal of Technology Addiction and Cyberbullying*, 3(1), 1-26.
- Demirel, S. (2013). *Sosyal medya ve müşteri ilişkileri yönetimi Facebook uygulaması* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Deniz, S. (2001). Bireyin meslek seçimini etkileyen kaynaklar: Yeni teknolojilerden internet. *Muğla Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 1(6), 2-4.
- Derin, S. (2013). *Lise öğrencilerinde internet bağımlılığı ve öznel iyi oluş* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Dhillon, U. and Kaur, R. (2005). Career maturity of school children. *Journal of the Indian Academy of Applied Psychology*, 31(1-2), 71-76.
- Dick, T. P. and Rallis, S. F. (1991). Factors and influences on high school students' career choices. *Journal for Research in Mathematics Education*, 22(4), 281-292.
- Diler, R. (2018, Kasım). Mutlaka bilinmesi gereken 28 Instagram istatistiği. *Dijital Pazarlama Haber Bülteni*. <https://webional.com/mutlaka-bilinmesi-gereken-28-instagram-istatistigi/> adresinden 14 Şubat 2019 tarihinde edinilmiştir.
- Dinçer, S. (2016). *Bilgisayar Destekli Eğitim Ve Uzaktan Eğitime Genel Bir Bakış*. https://www.researchgate.net/profile/Serkan_Dincer/publication/298192658_Bilgisayar_destekli_egitim_ve_uzaktan_egitime_genel_bir_bakis/links/56e6a14308ae65dd4cc1b3e9/Bilgisayar-destekli-egitim-ve-uzaktan-egitime-genel-bir-bakis.pdf adresinden 15 Şubat 2019 tarihinde edinilmiştir.
- Doğan, A. S. (1998). *Lise son sınıf öğrencilerinin mesleki yönelimlerini etkileyen bazı faktörler* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Doğan, N. K. (2006). Televizyon programlarındaki şiddet öğelerinin çocuklar üzerindeki etkisi ve ebeveynlerin tutumlarının belirlenmesine yönelik bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 15(26), 1-16.
- Edwardsen, G.E. (2012). *Use of social media as a support network in families with a child diagnosed with trisomy 13, 18, or 21* (Unpublished master's thesis). North Carolina State University, North Carolina.
- Eğitim Bilişim Ağı [EBA]. (2019). *Hakkımızda*. <http://www.eba.gov.tr/hakkimizda> adresinden 17 Şubat 2019 tarihinde edinilmiştir.
- Elbir, N. (2000). *Lise 1. sınıf öğrencilerinin sosyal destek düzeylerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Eraslan, L. (2016). *Sosyal medyayı anlamak*. Ankara: Nobel Yaşam Yayınları.
- Ercan, L. (2001). Ergenlik döneminde rehberlik ve psikolojik danışma hizmetleri. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 9(2), 47-58.
- Erdoğan, E. ve Bozkurt A. (2018). Dijital yayıncılık ve dijital yayıncılık araçları. İ. Usta ve H. S. Kıray (Ed.), *Web yayıncılığı* içinde (s. 97-115). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Erkul, E. R. (2009). Sosyal medya araçlarının (Web 2.0) kamu hizmetleri ve uygulamalarında kullanılabilirliği. *Türkiye Bilişim Derneği Dergisi*, 116(1), 96-101.
- Erkut, E. (2017). *Üniversite seçerken*. İstanbul: Optimist Yayın Dağıtım.
- Fırat, M. (2018). Webin çalışma prensibi ve mimarisi. İ. Usta ve H. S. Kıray (Ed.), *Web yayıncılığı* içinde (s. 43-54). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Fırat, M. ve Keskin, N. Ö. (2017). İnternet teknolojileri. T. V. Yüzer ve M. R. Okur (Ed.), *Temel bilgi teknolojileri 1* içinde (s. 99-118). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Filiz, O., Erol, O., Dönmez, F. İ. ve Kurt, A. A. (2014). BÖTE bölümü öğrencilerinin sosyal ağ siteleri kullanım amaçları ile internet bağımlılıkları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Journal of Instructional Technologies and Teacher Education*, 3(2), 17-28.
- Flouri, E. and Buchanan, A. (2002). The role of work related skills and career role models in adolescent career maturity. *The Career Development Quarterly*, 51(1), 36-43.
- Gelibolu, S. (2014). *Üniversite ve yükseköğretim programı tercihinde dikkate alınan faktörlerin incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Gencer, C., Altuğ, M. ve Ersöz, F. (2011). Ortaöğretim öğrencilerinin hayatında bilgisayarın yeri. *Bilişim Teknolojileri Dergisi*, 4(1), 19-27.
- Gencer, Z. T. (2018). Sosyal medya kullanımının iletişim kaygısı bağlamında değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 11(2), 21-34.

- Gezer, M. (2010). *Kariyer planlamasında meslek seçiminin önemi: Sakarya'da meslek lisesi son sınıf öğrencileri üzerine bir araştırma* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Ginzberg, E., Ginsburg, S. W., Axelrad, S. and Herma, J. L. (1951). Occupational choice: An approach to a general theory. W. L. Hitccock & N. Kemp Mabry (Eds.), *Reading guidance* (pp. 74-153). New York: Colombia University Press.
- Google. (2019). *About classroom*. Retrieved February 8, 2019, from <https://support.google.com/edu/classroom/answer/6020279?hl=tr>.
- Gökçearsan, Ş. ve Günbatır, M. S. (2012). Ortaöğrenim öğrencilerinde internet bağımlılığı. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 2(2), 10-24.
- Gökmen, M. Y. (2018, Aralık). Facebook, Spotify ve Netflix' e kullanıcıların özel mesajlarına erişim izni verdi. *Teknoloji Haber Bülteni*. <https://www.dijitalx.com/2018/12/25/facebook-spotify-ve-netflix-kullanici-larin-ozel-mesaj-larina-erisim-izni-verdi/> adresinden 11 Şubat 2019 tarihinde edinilmiştir.
- Gönül, A. S. (2002). Patolojik internet kullanımı. *Yeni Symposium*, 40(3), 105-110.
- Görmez, E. (2015). *Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri* (Yayımlanmamış doktora tezi). Atatürk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Gupta, M. and Mehtani, M. D. (2017). Exploring the role of parenting style to boost child's career maturity. *International Journal of Research in Economics and Social Sciences*, 7(11), 418-438.
- Güdekli, A. (2016). Gündem belirleme kuramı bağlamında yazılı basın ile Twitter gündeminin karşılaştırmalı analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(35), 151-163.
- Gülbağçe, A. (2007). *Mesleki olgunluk düzeyleri farklı olan öğrencilerin sosyal karşılaştırma ve benlik imgelerinin incelenmesi* (Yayımlanmamış doktora tezi). Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Gülmez, I. (2014). Avrupa Birliği ülkelerinde mesleki yönlendirmelerin incelenmesi. *Eğitim ve İnsani Bilimler Dergisi: Teori ve Uygulama*, 5(9), 93-129.
- Gümüş, S. (2018). Web yayıncılığının temel kavramları. İ. Usta ve H. S. Kıray (Ed.), *Web yayıncılığı* içinde (s. 3-31). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Günel, A., Turhal, Ç. Ü. ve İmal, N. (2010, Şubat). *İlköğretim öğrencileri arasında internet kullanımının incelenmesine yönelik anket çalışması*. 3. Ağ ve Bilgi Güvenliği Sempozyumu'nda sunulan bildiri, Elektrik Mühendisleri Odası Ankara Şubesi, Ankara.
- Günlü, A. (2016). *Ergenlerde internet ve problemlili internet kullanım davranışının incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Anadolu Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Gürsakal, N. (2009). *Sosyal ağ analizi*. Bursa: Dora Yayıncılık.

- Güven, G. ve Sülün, Y. (2012). Bilgisayar destekli öğretimin 8. sınıf fen ve teknoloji dersindeki akademik başarıya ve öğrencilerin derse karşı tutumlarına etkisi. *Türk Fen Eğitimi Dergisi*, 9(1), 68-79.
- Güzel, M. (2006). Küreselleşme, internet ve gençlik kültürü. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Küresel İletişim Dergisi*, 1(1), 1-16.
- Hamamcı, Z. ve Çoban, A. S. (2016). Mesleki olgunluk ve mesleki kararsızlığın akılcı olmayan inançlarla ilişkisi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3(27), 31-42.
- Hamamcı, Z. ve Hamurlu, M. K. (2005). Anne babaların meslek gelişimine yardımcı olmaya yönelik tutumları ve bilgi düzeylerinin çocuklarının mesleki kararsızlıkları ile ilişkisi. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(10), 55-69.
- Harman, E. (2017). *Lise öğrencilerinin denetim odaklarına göre mesleki olgunluklarının kariyer karar verme güçlüklerini yordama gücü* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Hartung, P. J. (2006). Values. In J. H. Greenhouse & A. Callanan (Eds.), *Encyclopedia of career development* (pp. 843-846). London: Sage Publications.
- Hartung, P. J., Porfeli, E. J. and Vondracek, F. W. (2005). Child vocational development: A review and reconsideration. *Journal of Vocational Behavior*, 66(3), 385-419.
- Havighurst, R. J. (1953). *Human development and education*. New York: Longman.
- Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı-bir alan çalışması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 151-175.
- Hobbs, R. (2004). Medya okuryazarlığı hareketinde yedi büyük tartışma (M. T. Bağlı, Çev.). *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 37(1), 122-141.
- Hobbs, R. (2006). Multiple visions of multimedia literacy: Emerging areas of synthesis. In M. C. McKenna, L. D. Labbo, R. D. Kieffer & D. Reinking (Eds.), *International Handbook of Literacy and Technology 2* (pp. 15-28). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Hobbs, R. and Jensen, A. (2009). The past, present, and future of media literacy education. *Journal of Media Literacy Education*, 1(1), 1-11.
- Hofstede, G. (1984). *Culture's consequences: International differences in work-related values* (5th ed.). London: Sage Publications.
- Irak, D. ve Yazıcıoğlu, O. (2012). *Türkiye ve sosyal medya*. İstanbul: Okuyan Us.
- Irving, L. M., DuPen, J. and Berel, S. (1998). A media literacy program for high school females. *Eating Disorders*, 6(2), 119-131.
- İçerli, L. ve Arsu Ş. U. (2019). Beş faktör kişilik özelliklerinin kariyer değerleri üzerindeki etkisi: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi*, 4(8), 21-45.

- İçözü, T. (2017, Aralık). Youtube'da oyuncak tanıtan altı yaşındaki Ryan ayda yaklaşık bir milyon dolar kazanıyor. *Dijital Haber Bülteni*. <https://webrazzi.com/2017/12/11/youtubeda-oyuncak-tanitan-6-yasindaki-ryan-11-milyon-dolar-kazandi/> adresinden 18 Şubat 2019 tarihinde edinilmiştir.
- İnan, T. (2013). *Medya okuryazarlığı sürecinde medya, çocuk ve ebeveyn ilişkisi: Ortaokul öğrencilerinin ve ebeveynlerinin televizyon ve internet kullanımına ilişkin tutum ve davranışlarının incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Dumlupınar Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Kütahya.
- İnan, T. ve Temur, T. (2012). Examining media literacy levels of prospective teachers. *International Electronic Journal of Elementary Education*, 4(2), 269-285.
- İnceoğlu, Y. (2016). Medyayı doğru okumak. M. C. Şimşek ve N. Türkoğlu (Ed.), *Medya okuryazarlığı* içinde (1. baskı, s. 19-24). İstanbul: Pales Yayınları.
- İyem, C. ve Erol, E. (2013). Mesleki yönelimlerde bireylerin kişilik ve demografik özelliklerinin rolü: Sakarya Üniversitesi İşletme Bölümü örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(1), 137-146.
- Jacobsen, M. H. (1999). *Hand-me down dreams: How families influence our career paths and how we can reclaim them*. New York: Crown Publishers.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2010). *Günümüzde insan ve insanlar: Sosyal psikolojiye giriş* (12. baskı). İstanbul: Evrim.
- Kahyaoğlu, M. ve Kenanoğlu, R. (2014). Ortaöğretim öğrencilerinin medya okuryazarlığı ile çevre konularıyla ilgili kitap okumaya yönelik tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Turkish Studies-International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 9(2), 833-843.
- Kalan, Ö. G. (2010). Medya okuryazarlığı ve okul öncesi çocuk: Ebeveynlerin medya okuryazarlığı bilinci üzerine bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 19(39), 59-73.
- Kaplan, A. M. and Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kapucı, Ö. (2016). *Üniversite öğrencilerinin depresyon ve anksiyete düzeylerinin internet kullanım amaçları ve akademik başarısı açısından incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Karadağ, A. (2002). Meslek olarak hemşirelik. *Atatürk Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 5(2), 1-8.
- Karadeniz, A. (2018). Web yayıncılığında veri tabanı yönetimi. İ. Usta ve H. S. Kiray (Ed.), *Web yayıncılığı* içinde (s. 157-170). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Karagülle, B. (2007). *Türkiye'de işsizliğe bir çözüm önerisi olarak Türkiye İş Kurumunun iş danışmanlığı hizmetleri*. Ankara: İŞKUR Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Karagülle, E. A. ve Çaycı, B. (2014). Ağ toplumunda sosyalleşme ve yabancılaşma. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 4(1), 1-9.

- Karaman, K. ve Karataş, A. (2009). Öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri. *İlköğretim Online*, 8(3), 798-808.
- Karasar, Ş. (2004). Eğitimde yeni iletişim teknolojileri internet ve sanal yüksek eğitim. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 3(4), 117-125.
- Karataş, A. (2008). *Öğretmen adaylarının medya okuryazarlık düzeyleri* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.
- Kaya, M. (1997). Ailede anne-baba tutumlarının çocuğun kişilik ve benlik gelişimindeki rolü. *On Dokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 9(9), 192-204.
- Kaya, G. (2018). *Sosyal medya bağımlılığı ile internet kullanım amaçları arasındaki ilişki üzerine bir araştırma* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mersin.
- Kayabaş, İ. (2016). Mobil teknolojiler. T. V. Yüzer, M. E. Mutlu (Ed.), *Yeni iletişim teknolojileri içinde* (s. 100-133). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Kayaş, S. (2009). *Meslek liselerinin bilişim teknolojileri alanındaki öğrencilerin dal seçimlerine, öğrencilerin mesleki olgunluk düzeyleri ve öğrenci ailelerinin tutumlarının etkisinin incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kelleci, M., Güler, N., Sezer, H. ve Gölbası, Z. (2009). Lise Öğrencilerinde internet kullanma süresinin cinsiyet ve psikiyatrik belirtiler ile ilişkisi. *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 8(3), 223-230.
- Kerr, B. A. and Maresh, S. E. (1994). *Career counseling for gifted women*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Kerr, B. and Sodano, S. (2003). Career assessment with intellectually gifted students. *Journal of Career Assessment*, 11(2), 168-186.
- Kılıç, Ö. (2016). *Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Cumhuriyet Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sivas.
- Kılıççı, Y. (2006). *Okulda ruh sağlığı* (5. baskı). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Kılıçer, K. (2018). Web teknolojisinin doğuşu ve gelişimi. Y. L. Şahin (Ed.), *Web tabanlı kodlama içinde* (s. 3-19). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Kırık, A. ve Yazıcı, N. (2017). Instagram örneği üzerinden sosyal medyada hikâye anlatıcılığı. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(2), 82-99.
- Kickstarter. (2019). *About*. Retrieved February 8, 2019, from <https://www.kickstarter.com/about?ref=global-footer>.
- King, S. (1989). Sex differences in a causal model of career maturity. *Journal of Counseling and Development*, 68(2), 208-215.
- Kocadaş, B. (2005). Kültür ve medya. *Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(34), 1-13.

- Koltay, T. (2011). The media and the literacies: Media literacy, information literacy, digital literacy. *Media, Culture and Society*, 33(2), 211-221.
- Kordon, E. (2006). *Yetkinliklere dayalı kariyer planlama ve endüstri mühendisliği öğrencileri için bir uygulama* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Pamukkale Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Denizli.
- Korkut, F. (2007). Psikolojik danışmanların mesleki rehberlik ve psikolojik danışmanlık ile ilgili düşünceleri ve uygulamaları. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 32(32), 187-197.
- Korkut-Owen, F. (2008). Meslek seçimi ve meslek seçimini etkileyen faktörler. R. Özyürek (Ed.), *Kariyer yolculuğu* içinde (s. 11-16). Ankara: Avrupa Birliği Eğitim ve Gençlik Programları Merkezi Başkanlığı.
- Korkut-Owen, F. (2018). *Meslek seçimi, önemi ve meslek seçimini etkileyen etmenler*. <https://korkutfidan.weebly.com/gpc-301.html> adresinden 3 Aralık 2018 tarihinde edinilmiştir.
- Köktener, A. (2019). İletişim fakültesi öğrencilerinin medya okuryazarlık algıları ve medya okuryazarlığı eğitimine yaklaşımları. *Erciyes İletişim Dergisi*, 6(1), 227-242.
- Köseoğlu, Ö. (2012). Sosyal ağ sitesi kullanıcılarının motivasyonları: Facebook üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 7(2), 58-81.
- Krcmar, M. (2013). *Media use by children*. <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecm053> adresinden 28 Kasım 2018 tarihinde edinilmiştir.
- Krumboltz, J. D. (1998). Debate: Counsellor actions needed for the new career perspective. *British Journal of Guidance and Counselling*, 26(4), 559-565.
- Krumboltz, J. D., Mitchell, A. M. and Jones, G. B. (1976). A social learning theory of career selection. *The Counseling Psychologist*, 6(1), 71-81.
- Kulaksızoğlu, A. (2004). *Mesleğe ve okula yöneltme amaçlı bir grup rehberlik programı*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Kulaksızoğlu, A. (2018). *Ergenlik psikolojisi* (15. baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Kurudayıoğlu, M. ve Tüzel, S. (2010). 21. yüzyıl okuryazarlık türleri, değişen metin algısı ve Türkçe eğitimi. *Türklük Bilimi Araştırmaları*, 16(28), 283-298.
- Kutlu, Ö. (2018, Temmuz). Facebook' un aylık kullanıcı sayısı 2,23 milyara ulaştı. *Dünya Gündemi Haber Bülteni*. <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/facebookun-aylik-kullanici-sayisi-2-23-milyara-ulasti/1214036> adresinden 11 Şubat 2019 tarihinde edinilmiştir.
- Kuzgun, Y. (1982). *Mesleki rehberliğin bireylerin yetenek ve ilgilerine uygun meslekleri tanımlarına etkileri*. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları.
- Kuzgun, Y. (1994). Çağdaş insanın en önemli kararı meslek seçimi. *Bilim ve Teknik*, 28(325), 50-54.

- Kuzgun, Y. (2000). *Meslek danışmanlığı kuramlar ve uygulamalar*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kuzgun, Y. (2014). *Meslek gelişimi ve danışmanlığı* (4. baskı). Nobel Yayınları: Ankara.
- Kuzgun Y. ve Bacanlı, F. (2017). *Mesleki olgunluk ölçeği el kitabı* (5 baskı). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Lee, A. Y. L. (2010). Media education: Definitions, approaches and development around the globe. *New Horizons in Education*, 58(3), 1-13.
- Legum, H. L. and Hoare, C. H. (2004). Impact of a career intervention on at-risk middle school students' career maturity levels, academic achievement, and self-esteem. *Professional School Counseling*, 8(2), 148-155.
- Levinson, E. M., D. L. Ohler, S. Caswell and K. Kiewra. (1998). Six Approaches to the Assessment of Career Maturity. *Journal of Counseling and Development*, 76(4), 475-481.
- Limtrakul, N., Louthrenoo, O., Narkpongphun, A., Boonchooduang, N. and Chonchaiya, W. (2018). Media use and psychosocial adjustment in children and adolescents. *Journal of Pediatrics and Child Health*, 54(3), 296-301.
- Livingstone, S. (2004). What is media literacy? *Intermedia*, 32(3), 18-20.
- Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A. and Ólafsson, K. (2011). *Technical Report and User Guide: The 2010 EU Kids Online Survey*. LSE, London: EU Kids Online.
- Luzzo, D. A. (1995). Gender differences in college students' career maturity and perceived barriers in career development. *Journal of Counseling and Development*, 73(3), 319-322.
- MacBride, S. (2004). *Many voices, one world: Towards a new, more just, and more efficient world information and communication order*. Oxford: Rowman and Littlefield.
- Madell, D. and Muncer, S. (2004). Gender differences in the use of the Internet by English secondary school children. *Social Psychology of Education*, 7(2), 229-251.
- Meadus, R. J. and Twomey, J. C. (2007). Men in nursing: Making the right choice. *The Canadian Nurse*, 103(2), 6-13.
- Mesleki Yeterlilik Kurumu [MYK]. (2018). *Ulusal meslek standartları: Sektör listesi*. <https://www.myk.gov.tr/index.php/en/ulusal-meslek-standard/182> adresinden 19 Aralık 2018 tarihinde edinilmiştir.
- Milli Eğitim Bakanlığı [MEB]. (2011). *Ortaöğretim rehberlik ve yönlendirme dersi programı*. Ankara: Özel Eğitim ve Rehberlik Hizmetler Genel Müdürlüğü.
- Milli Eğitim Bakanlığı [MEB]. (2013). *Ortaöğretim kurumları yönetmeliği*. <http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=7.5.18812&MevzuatIlski=0&so urceXmlSearch=orta%F6%F0retim> adresinden 20 Şubat 2019 tarihinde edinilmiştir.

- Milli Eğitim Bakanlığı [MEB]. (2018). *Medya okuryazarlığı dersi öğretim programı*. Ankara: Temel Eğitim Genel Müdürlüğü.
- Milli Eğitim Bakanlığı [MEB]. (2019a). *Mesleki bilgi sistemi*. <http://mbs.meb.gov.tr/> adresinden 10 Şubat 2019 tarihinde edinilmiştir.
- Milli Eğitim Bakanlığı [MEB]. (2019b). *Alan tercihleri*. <https://www.alantercihleri.com/> adresinden 10 Şubat 2019 tarihinde edinilmiştir.
- Milli Eğitim Bakanlığı [MEB]. (2019c). *Meslek tercihleri*. <https://www.meslektercihleri.com/> adresinden 10 Şubat 2019 tarihinde edinilmiştir.
- Milli Eğitim Bakanlığı [MEB] ve Radyo ve Televizyon Üst Kurulu [RTÜK]. (2006). *İlköğretim medya okuryazarlığı dersi öğretim programı ve kılavuzu*. Ankara: Talim ve Terbiye Kurulu Yayınları.
- Moy, G. (2015). *Media, family, and peer influence on children's body image* (Unpublished master's thesis). The State University of New Jersey, New Jersey.
- Muslu, G. K. ve Bolışık, B. (2009). Çocuk ve gençlerde internet kullanımı. *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 8(5), 445-450.
- Nachmias, R., Mioduser, D. and Shemla, A. (2000). Internet usage by students in an Israeli high school. *Journal of Educational Computing Research*, 22(1), 55-73.
- Nelson-Jones, R. (2012). *Danışma psikolojisi kuramları* (F. Akkoyun, Çev.). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Noeth, R. J., Engen, H. B. and Noeth, P. E. (1984). Making career decisions: A self report of factors that help high school students. *Vocational Guidance Quarterly*, 32(4), 240-248.
- Odabaşı, F. H., Kabakçı, I. ve Çoklar, N. A. (2007). *İnternet çocuk ve aile*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Oğuz, Ö. (2008). *Lise öğrencilerinin mesleki olgunluk düzeylerinin bazı değişkenlere göre incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Oktay, H. T. (2013). *Demokrasi kültürünü geliştirme aracı olarak medya okuryazarlığı: Türkiye uygulaması* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Oliver, L. W. and Spokane, A. R. (1988). Career-intervention outcome: What contributes to client gain? *Journal of Counseling Psychology*, 35(4), 447.
- Orhan, A. A. ve Ültanır, E. (2014). Lise öğrencilerinin mesleki olgunluk düzeyleri ile karar verme stratejileri. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(5), 43-55.
- Orsburn, E. V. (2012). *The Social Media Business Equation: Using online connections to grow your bottom line*. USA: Course Technology PTR.
- Osipow, S.H. (1973). *Theories of career development* (2nd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

- Otrar, M. ve Argın, F. (2015). Öğrencilerin sosyal medyaya yönelik tutumlarını belirlemeye yönelik bir ölçek geliştirme çalışması. *Eğitim Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 391-403.
- Ögel, K. (2012), *İnternet bağımlılığı: İnternetin psikolojisini anlamak ve bağımlılıkla başa çıkmak*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Özarıslan, Y. (2018). Web teknolojilerinin temelleri ve yeterlikleri. M. Yazıcı (Ed.), *Web okuryazarlığı* içinde (s. 29-40). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Özay, S. (2018). *Ergenlerin sosyal medyaya ilişkin tutumları ile narsisizm arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Akdeniz Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Antalya.
- Özdamar, N. (2018). Web yayıncılığında yenilikler. İ. Usta ve H. S. Kiray (Ed.), *Web Yayıncılığı* içinde (s. 219-229). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Özgan, A. (2006). *Meslek lisesi öğrencilerinin mesleki karar verme olgunluğu ile bazı kişilik özelliklerinin incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Özmen, S. K. (2004). Aile içinde öfke ve saldırganlığın yansımaları. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 37(2), 27-39.
- Öztürk, M. (2014). Kişilik tipine uygun meslek seçimi yapılabilmesi için geliştirilmiş web tabanlı uzman sistem uygulaması. *Mesleki Bilimler Dergisi*, 3(1), 1-11.
- Öztürk, M. F. and Talas, M. (2015). Sosyal medya ve eğitim etkileşimi. *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 7(1), 101-120.
- Özyürek, R. ve Atıcı, M. K. (2016). Üniversite öğrencilerinin meslek seçimi kararlarında kendilerine yardım eden kaynakların belirlenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 2(17), 33-42.
- Pang, H. (2018). Exploring the beneficial effects of social networking site use on Chinese students' perceptions of social capital and psychological well-being in Germany. *International Journal of Intercultural Relations*, (50)67, 1-11.
- Papastergiou, M. and Solomonidou, C. (2005). Gender issues in Internet access and favourite Internet activities among Greek high school pupils inside and outside school. *Computers and Education*, 44(4), 377-393.
- Patton, W. and Creed, P. A. (2002). The relationship between career maturity and work commitment in a sample of Australian high school students. *Journal of Career Development*, 29(2), 69-85.
- Pekman, C. (2016). Avrupa Birliği'nde medya okuryazarlığı. M. C. Şimşek ve N. Türkoğlu (Ed.), *Medya okuryazarlığı* içinde (1. baskı, s. 37-45). İstanbul: Pales Yayınları.
- Pişkin, M. (2002). Çocuğun kariyer planlamasında ailenin rolü. İ. Çayboylu (Ed.), *2001 Yılı Aile Raporu* içinde (s. 245-272). Ankara: T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Yayınları.

- Pişkin, M. (2011). Kariyer gelişim sürecini etkileyen faktörler. B. Yeşilyaprak (Ed.), *Mesleki rehberlik ve kariyer danışmanlığı kuramdan uygulamaya* içinde (1. baskı, s. 172-213). Ankara: Pegem Akademi.
- Pittman, M. and Reich, B. (2016). Social media and loneliness: Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words. *Computers in Human Behavior*, 32(62), 155-167.
- Polat, F. B. (2015). *Kariyer tercihini etkileyen faktörlerin mesleki olgunluk düzeyi üzerindeki etkisi: Lise öğrencileri üzerinde bir araştırma* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Post-Kammer, P. (1987). Intrinsic and extrinsic work values and career maturity of 9th and 11th grade boys and girls. *Journal of Counseling and Development*, 65(8), 420-423.
- Powell, D. F. and Luzzo, D. A. (1998). Evaluating factors associated with the career maturity of high school students. *The Career Development Quarterly*, 47(2), 145-158.
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu [RTÜK]. (2012). *Medya okuryazarlığı dersi araştırması*. Ankara: Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı.
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu [RTÜK]. (2018). *Türkiye’de medya okuryazarlığı*. https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/menu_goster.php?Guid=E56CE0346CEB4AE-A12C-B618EBEA461B&MenuId=2 adresinden 2 Mart 2019 tarihinde edinilmiştir.
- Razon, N. (1983). Meslek seçiminde aileye, okula, bireye ve topluma düşen görevler. *Eğitim ve Bilim*, 8(44). 35-44.
- Reece, A. G. and Danforth, C. M. (2017). Instagram photos reveal predictive markers of depression. *EPJ Data Science*, 6(15), 1-12.
- Rogers, C. R. (1974). A theory of therapy and personality change: As developed in the client-centered framework. In R. J. Morris (Ed.), *Perspectives in abnormal behavior: Pergamon general psychology series* (pp. 341-350). New York: Pergamon Press Inc.
- Rogers, C. R. (1977). *On personel power: Inner strength and its revolutionay impact*. New York: Delacorte.
- Salar, H. C. (2018). Form tasarımı ve veri iletimi. Y. L. Şahin (Ed.), *Web tabanlı kodlama* içinde (s. 107-128). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Saleem, M., Anderson, C. A. and Gentile, D. A. (2012). Effects of prosocial, neutral, and violent video games on college students’ affect. *Aggressive Behavior*, 38(4), 263–271.
- Sandis, E. F. (1970). The transmission of mothers’ educational ambitions related to spesific socialization tecniques. *Journal of Marriage and Family*, 32(32), 204-211.
- Sarı, Ö. (2013). Aile kurumu ve ailenin tanımı. M. Aydın (Ed.), *Sistematik aile sosyolojisi* içinde (s. 17-35). Konya: Çizgi Kitabevi.

- Sarıgül, T. (2015). *Uzayın çok uzak noktalarındaki uzay araçlarıyla nasıl iletişim kuruluyor*. <http://bilimgenc.tubitak.gov.tr/makale/uzayin-cok-uzak-noktalarindaki-uzay-araclariyla-nasil-iletisim-kuruluyor> adresinden 16 Şubat 2019 tarihinde edinilmiştir.
- Sarıkaya, T. ve Khorshid, L. (2009). Üniversite öğrencilerinin meslek seçimini etkileyen etmenlerin incelenmesi: Üniversite öğrencilerinin meslek seçimi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7(2), 393-423.
- Satan, A. (2014). Endüstri meslek lisesi son sınıf öğrencilerinin mesleki olgunluk ile karar stratejileri arasındaki ilişkinin analizi. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 40(40), 141-154.
- Savaş, G. (2004). Kitle iletişim araçlarına eleştirel bir yaklaşım. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 1(1), 1-5.
- Savickas, M. L. (2001). A developmental perspective on vocational behaviour: Career patterns, salience, and themes. *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, 1(2) 49-57.
- Savickas, M. L., Briddick, W. C. and Watkins Jr, C. E. (2002). The relation of career maturity to personality type and social adjustment. *Journal of Career Assessment*, 10(1), 24-49.
- Saya, P., Kazak, M. ve Doğan, T. (2009). *Mesleki olgunluk düzeyinin cinsiyet, yaş ve aileden algılanan sosyal destek düzeyine göre incelenmesi*. <http://www.eab.org.tr/eab/2009/pdf/288.pdf> adresinden 9 Mart 2019 tarihinde edinilmiştir.
- Scull, T. M. and Kupersmidt, J. B. (2011). An evaluation of a media literacy program training workshop for late elementary school teachers. *Journal of Media Literacy Education*, 2(3), 199-208.
- Seferoğlu, S. (2006). *Öğretim teknolojileri ve materyal tasarımı* (3. baskı). Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Selvi, H. (2009). *Ortaöğretim öğrencilerinin internet kullanım düzeyi: Adapazarı Örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Sakarya Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Semiz, L. (2013). *Ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığı yeterlilikleri ve medya okuryazarlığı dersini yürüten öğretmenlerin karşılaştıkları sorunlar* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Rize.
- Sezerel, H. ve Gökbulut, Ö. Ö. (2015). İnternet bağımlılığı ve süreçsel drama: Bir bağımlılığın önlenabilir gelişimi. *Yaratıcı Drama Dergisi*, 10(1), 103-116.
- Sharma, P. and Ahuja, A. (2016). A study on career maturity of Indian adolescents with respect to their educational settings. *International Journal of Home Science*, 3(1), 242-245.
- Sheldon, P. and Bryant K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*, 32(58), 89-97.

- Shields, M. K. and Behrman, R. E. (2000). Children and computer technology: Analysis and recommendations. *The Future of Children*, 10(2), 4-30.
- Shoffner, M. F. (2006). Career counseling, theoretical perspectives. In D. Capuzzi & M. D. Stauffer (Eds.), *Career counseling foundations, perspectives and applications* (2nd ed., pp. 40-68). Boston: Pearson.
- Sönmez, B. (2013). *Sosyal medya ve ortaöğretim öğretmenlerinin facebook kullanım alışkanlıkları* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Strong Jr, E. K. (1943). *Vocational interests of men and women*. California: Stanford University.
- Super, D. E. (1953). A theory of vocational development. *American Psychologist*, 8(5), 185-190.
- Super, D. E. (1957). *The psychology of careers: An introduction to vocational development*. New York: Harper and Row.
- Super, D. E. and Overstreet, P. L. (1960). *The vocational maturity of ninth grade boys*. New York: Teachers College, Columbia University.
- Super, D. E. (1963). Vocational development in adolescence and early adulthood: Tasks and behaviors. In D. E. Super, R. Starishevsky, N. Matlin & J. P. Jordaan (Eds.), *Career development: Self concept theory* (pp. 79-95). New York: Teachers College, Columbia University.
- Super, D. E. (1980). A life-span, life-space approach to career development. *Journal of Vocational Behavior*, 16(3), 282-298.
- Sürücü, M. (2005). *Lise öğrencilerinin mesleki olgunluk ve algıladıkları sosyal destek düzeylerinin incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Şahin, A. (2014). *Öğretmenler, öğretmen adayları ve medya ile bağı olan herkes için eleştirel medya okuryazarlığı*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Şahinler, G. (2018). *On ikinci sınıf lise öğrencilerinin mesleki olgunluk ve umut düzeyi ile sınav kaygısı arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Karadeniz Teknik Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Trabzon.
- Şeker, G. (2013). *Lise öğrencilerinde meslek kararı verme yetkinliği ve kariyer denetim odağının incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Şener, G. (2009). *Türkiye’de Facebook kullanımı araştırması*. M. Akgül, U. Çağlayan, E. Derman ve A. Özgüt (Ed.), *INET 14. Türkiye’de İnternet Konferansı Bildirileri* içinde (s. 45-53). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Şenormancı, Ö., Konkan, R. ve Sungur, M. Z. (2010). İnternet bağımlılığı ve bilişsel davranışçı terapisi. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 11(11), 261-268.

- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S. and Ullman, J. B. (2007). *Using multivariate statistic* (5th ed.). Boston, MA: Pearson.
- Tan, H. (2013). *Psikolojik danışma ve rehberlik teori ve uygulama* (4. baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Taprial, V. ve Kanwar, P. (2012). *Understanding Social Media*. Retrieved February 7, 2019, from https://www.akdistancelearning.net/resources_files/understanding-social-media.pdf.
- Tarhan, T. (2018). *Ergenlerde depresyon düzeylerinin internet kullanım amaçları ve akademik başarı açısından incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Taşkıran, N. Ö. (2017). *Medya okuryazarlığına giriş* (1. baskı). Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Telman, C. (2000). *Başarıya giden yolda meslek seçimi*. İstanbul: Epsilon Yayınları.
- Themba, M. A. (2010). *Career maturity career stages in the South African Military* (Unpublished master's thesis). The University of South Africa, Pretoria.
- Toğay, A., Akdur, T. E., Yetişken, İ. C. ve Bilici, A. (2013). Eğitim süreçlerinde sosyal ağların kullanımı: Bir MYO deneyimi. M. Akgül, U. Çağlayan, E. Derman, A. Özgüt, M. Topakçı, R. Uyar, ...U. Ercan (Ed.), *15. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri* içinde (944-949). Antalya: Akdeniz Üniversitesi.
- Tosun, G. (2013). *Sosyal medyanın yazılı basında gündem oluşturmadaki rolü: Örnek çalışma Twitter* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Treske, G. (2016). Medya okuryazarlığı: Neden gerekli. M. C. Şimşek ve N. Türkoğlu (Ed.), *Medya okuryazarlığı* içinde (1.baskı, s. 25-36). İstanbul: Pales Yayınları.
- Tuncer, M. ve Taşpınar, M. (2004). Meslek standartları ve çeşitli mesleki sınıflama sistemleri. *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları*, 2(3), 1-10.
- Turan, Ü. (2018). *Okulun ve ailenin meslek seçimindeki rolü* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Akdeniz Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Antalya.
- Turner, S and Lapan, R. T. (2002). Career self-efficacy and perceptions of parent support in adolescent career development. *The Career Development Quarterly*, 51(1), 44-55.
- Tuzcuoğlu, S. (1994). Meslek seçimi ve önemi. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6(6), 265-280.
- Türk Dil Kurumu [TDK]. (2018). *Meslek*. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5c6078ca05bc99.71559619 adresinden 10 Aralık 2018 tarihinde edinilmiştir.
- Türk Dil Kurumu [TDK]. (2019). *Arama motoru*. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5ca7904daf6b9.32992413 adresinden 16 Şubat 2019 tarihinde edinilmiştir.

- Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK]. (2019). *İşgücü istatistikleri*. <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=102&locale=tr> adresinden 23 Mart 2019 tarihinde edinilmiştir.
- Türkiye İş Kurumu [İŞKUR], (2018). *Türk meslekler sözlüğü*. <https://esube.iskur.gov.tr/Meslek/meslek.aspx> adresinden 12 Aralık 2018 tarihinde edinilmiştir.
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği [TOBB]. (2012). *Mesleklerin gruplandırılması rehberinin dayandığı esaslar*. https://www.tobb.org.tr/HukukMusavirligi/SiteAssets/Sayfalar/Yonetmelikler/TOBB_mesleklerin_gruplandirilmasi_rehberinin_dayandigi_esaslar.docx adresinden 27 Aralık 2018 tarihinde edinilmiştir.
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği [TOBB]. (2018). *Mesleklerin gruplandırılması rehberi*. http://www.erbaatso.org.tr/Dokumanlar/mesleklerin_gruplandirilmasi.pdf adresinden 12 Aralık 2018 tarihinde edinilmiştir.
- Ubuntu. (2019). *Owerweiw*. Retrieved February 8, 2019, from <https://www.ubuntu.com/community>.
- Ucun, K. (2012). *Meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal ağlardan Facebook'u genel ve mesleki eğitimde kullanım amaçları* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Sakarya Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Ulaş, Ö. ve Yıldırım, İ. (2015). Lise öğrencilerinde mesleki olgunluğun yordayıcıları. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30(2), 151-165.
- Ulu, E. (2007). *Lise öğrencilerinin kariyer inançlarının bazı değişkenlere göre incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- URL-1, <http://www.internetarsivi.metu.edu.tr/tarihce.php> İnternet Tarihi. 18 Şubat 2019.
- URL-2, <https://tr.wikipedia.org/wiki/YouTube> Youtube. 11 Şubat 2019.
- URL-3, <https://www.renderforest.com/tr/blog/how-much-do-youtubers-make> Youtuberlar ne kadar kazanıyor? 10 Şubat 2019.
- URL-4, <https://www.ntv.com.tr/galeri/yasam/turkiyenin-youtube-fenomenlerinin-aylik-kazanclari,8nqhz4keZ0KGGHedQ1fz1Q> Türkiye'nin Youtube fenomenlerinin aylık kazançları. 10 Şubat 2019.
- URL-5, <https://tr.wikipedia.org/wiki/Snapchat> Snapchat. 8 Şubat 2019.
- URL-6, <http://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/instagramin-kurucusundan-sasirtan-itiraf-snapchattan-kopyaladik-41147224> Instagram'ın kurucusundan şaşkırtan itiraf: Snapchat'tan kopyaladık. 8 Şubat 2019.
- Usluer, E. (2017). Meslek inceleme kılavuzu. Y. Kuzgun ve F. Bacanlı (Ed.), *Rehberlik ve Psikolojik danışmada kullanılan ölçme araçları dizisi* içinde (5. baskı, s. 4-5). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

- Utz, S., Muscanell, N. and Khalid, C. (2015). Snapchat elicits more jealousy than Facebook: A comparison of Snapchat and Facebook use. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 18(3), 141-146.
- Uygur, S. (2018). *Sosyal medyanın tarihi*. <https://serkanuygur.com.tr/2018/04/13/sosyal-medyanin-tarihi-social-media-history/> adresinden 11 Şubat 2019 tarihinde edinilmiştir.
- Ünal, S. ve Erciş, A. (2006). Pazarın satın alma tarzlarına ve kişisel değerlere göre bölümlendirilmesi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(1), 359-383.
- Ünlü, İ. (2010). Televizyonun ilköğretim 7. sınıf öğrencilerinin meslek seçimiyle ilgili algılarına etkisi. *Erzincan Eğitim Fakültesi Dergisi*, (12)2, 55-74.
- Ürün, A. E. (2010). *Lise öğrencilerinin kendine saygı düzeyleri ile mesleki olgunlukları arasındaki ilişki* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Watt, D. (2012). The urgency of visual media literacy in our post-9/11 world: Reading images of Muslim women in the print news media. *Journal of Media Literacy Education*, 4(1), 32-43.
- Whiston, S. C., Sexton, T. L. and Lasoff, D. L. (1998). Career-intervention outcome: A replication and extension of Oliver and Spokane (1988). *Journal of Counseling Psychology*, 45(2), 150-165.
- Wohn, D. Y., Ellison, N. B., Khan, M. L., Fewins-Bliss, R. and Gray, R. (2013). The role of social media in shaping first-generation high school students' college aspirations: A social capital lens. *Computers and Education*, 63, 424-436.
- Woods, H. C. and Scott, H. (2016). Sleepy teens: Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem. *Journal of Adolescence*, 51, 41-49.
- Yanbastı, G. (1990). *Kişilik Kuramları* (1. baskı). İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.
- Yavuzer, H. (2012). *Doğum öncesinden ergenlik sonunu: Çocuk psikolojisi* (35. baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Yelken, K. (2008). *Ortaöğretim son sınıf öğrencilerinin üniversite tercihlerini ve meslek seçimini etkileyen faktörler: Sakarya il merkezi örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi) Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Yeşilyaprak, B. (2002). *Eğitimde rehberlik hizmetleri*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Yeşilyaprak, B. (2011). Mesleki rehberlik ve kariyer danışmanlığına giriş. B. Yeşilyaprak (Ed.), *Mesleki rehberlik ve kariyer danışmanlığı kuramdan uygulamaya* içinde (1. baskı, s. 2-38). Ankara: Pegem Akademi.
- Yeşilyaprak, B. (2012). Mesleki rehberlik ve kariyer danışmanlığında paradigma değişimi ve Türkiye açısından sonuçlar: Geçmişten geleceğe yönelik bir değerlendirme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 12(1), 97-118.

- Yeşilyaprak, B. (2015). *İlk ve ortaöğretimde gelişimsel rehberlik* (1. baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Yeşilyaprak, B. (2018). Ailenin meslek seçimindeki önemi. *Türkiye İş Kurumu Meslek Seçimine Destek Dergisi*, 5(5), 8-9.
- Yıldırım, A. (1997). Gender role influences on Turkish adolescents' self-identify. *Adolescence*, 32(125), 217-232.
- Yıldırım, A. (2014). İnternetin görünen yüzü. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16(1), 51-59.
- Yıldız, T. T. ve Yıldız, Ö. (2005, Aralık). *Mesleki yönlendirmede web desteği*. 10. Türkiye'de İnternet Konferansı'nda sunulan bildiri, Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.
- Yılmaz, B. (2017). *Bir grup lise öğrencisinin internet kullanımlarının beden algıları ve yeme tutumları ile ilişkisi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Işık Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yılmaz, M. (2012). *Ortaöğretimde eğitim amaçlı internet kullanımı: Tekirdağ ili örneği* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Yörükoğlu, A. (2012). *Gençlik çağı ruh sağlığı ve ruhsal sorunları* (14. baskı). İstanbul: Özgür Yayınları.
- Yurdakul I. K. ve Çolak, C. (2018). Web için görsel tasarıma giriş. T. V. Yüzer (Ed.), *Görsel Web Tasarımı* içinde (s. 3-15). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Yükseköğretim Kurulu [YÖK]. (2018). *Yükseköğretim programı atlası (YökAtlas)*. <https://yokatlas.yok.gov.tr/> adresinden 19 Aralık 2018 tarihinde edinilmiştir.
- Zeren, Ş. G. (1999). *Yabancı dil ağırlıklı lise, özel lise ve Anadolu lisesi son sınıf öğrencilerinin mesleki olgunluk düzeyleri* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Zhao, S. (2006). Do Internet users have more social ties? A call for differentiated analyses of Internet use. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(3), 844-862.



8. EKLER

Ek 1. Kişisel Bilgi Formu**Örnek Maddeler**

1. Sınıf Düzeyi

11 12

...

6. Lise Türü

Anadolu Lisesi Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi Fen Lisesi Sosyal Bilimler Lisesi Anadolu İmam Hatip Lisesi

...

13. Günde ortalama kaç saatinizi internette geçiriyorsunuz?

2 saate kadar 3-4 saat 5-6 saat 7 ve üzeri Kullanmıyorum

...

15. Alan, yükseköğretim programı ve meslekler hakkında bilgi edinmek amacıyla interneti ne sıklıkla kullanırsınız?

Hiçbir zaman Nadiren Ara sıra Sık sık Her zaman

...

Ek 2. Mesleki Olgunluk Ölçeği

ÖRNEK MADDELER		Bana hiç uygun değil	Bana pek uygun değil	Bana biraz uygun	Bana uygun	Bana çok uygun
1.	Meslekleri daha iyi tanımak için, bu konuda yazılmış kaynak kitaplar olup olmadığını araştırırım.					
14.	Mesleki tercihlerimde sık sık değişiklik yapıyorum.					
23.	Meslekleri tanıtan kaynak kitapları okurum.					
36.	Tercih ettiğim meslekleri tanıtıcı toplantılara katılırım.					

Ek 3. İnternet Kullanım Amaçları Ölçeği

ÖRNEK MADDELER		Tamamen katılıyorum	Büyük ölçüde katılıyorum	Biraz katılıyorum	Çok az katılıyorum	Hiç katılmıyorum
1.	Ödev yapmak					
7.	Yeni ders konusuna hazırlanmak					
18.	Rahatlamak					
24.	Arkadaşlarımla konuşmak.					



Ek 4. Sosyal Medya Tutum Ölçeği

ÖRNEK MADDELER		Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
1.	Sosyal medya siteleri sayesinde arkadaşlarımla beni fark etmesini isterim.					
10.	Öğretmenlerimin yazdıklarını takip etmesi hoşuma gidiyor.					
15.	Sosyal medya sitelerinde zaman geçirmekten mutlu oluyorum.					
22.	Sosyal medya siteleri yüzünden derslerime yeterli özeni gösteremiyorum.					

Ek 5. Medya Okuryazarlığı Ölçeği

ÖRNEK MADDELER		Hiçbir zaman	Nadiren	Ara sıra	Sıklıkla	Her zaman
1.	Kitle iletişim araçlarının aktardığı örtük (geri planda kalan) mesajların farkına varırım.					
6.	Kitle iletişim araçlarındaki yayınların olumlu ve olumsuz yanlarını belirlerim.					
13.	Kitle iletişim araçlarındaki mesajlara olumlu ve olumsuz tepki veririm.					
16.	Kitle iletişim araçlarında yapılan gizli reklâmı fark ederim.					

Ek 6. Etik Kurul Belgesi

T.C.
TRABZON ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
GENEL SEKRETERLİK

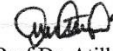
Sayı / Ref. : 81614018- 61
Konu / Subj. : Etik Kurul Belgesi

28.11.2018

Sayın, Mahmut SEZER

“Lise 3. Ve 4. Sınıf Öğrencilerinin Mesleki Olgunlarının İnternet Kullanım Amaçları, Sosyal Medya Tutumları ve Medya Okuryazarlığı Değişkenleri Açısından İncelenmesi” adlı yüksek lisans tezi çalışmanız için gerekli olan Etik Kurul incelemesi Üniversitemiz Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu tarafından yapılmış olup, çalışmanıza onay verilmiştir.

Bilgilerinizi rica ederim.



Prof.Dr. Atilla ÇİMER

Rektör a.

Rektör Yardımcısı

Ek 7. Araştırma İzni



T.C.
GİRESUN VALİLİĞİ
İl Millî Eğitim Müdürlüğü

Sayı : 29409993-605.01-E.425555
Konu : araştırma İzni
(Mahmut SEZER)

07.01.2019

VALİLİK MAKAMINA

- İlgi : a) MEB Yenilik ve Eğitim Teknolojileri Genel Müdürlüğünün 2017/25 nolu Genelgesi.
b) Trabzon Üniversitesinin 20.12.2018 tarih ve 25306662 DYS kayıtlı yazısı.

Trabzon Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü yüksek lisans öğrencisi Mahmut SEZER, "Lise 3. ve 4. Sınıf Öğrencilerinin Mesleki Olgunluklarının İnternet Kullanım Amaçları, Sosyal Medya Tutumları ve Medya Okuryazarlığı Değişkenleri Açısından İncelenmesi" konulu araştırma yapmak istemektedir. Çalışma; Giresun il genelindeki tüm lise 3. ve 4. Sınıf öğrencileriyle gerçekleştirilecektir. İlgili (b) yazı ile eklerinin (a) Genelge kapsamında incelenmesi sonucu oluşturulan "Araştırma Değerlendirme Komisyonu Raporu" ekte sunulmuştur.

Söz konusu çalışmanın yukarıda sözü edilen öğrencilerle 04.01.2019 – 01.04.2019 tarihleri arasında, Müdürlüğümüzce mühürlenmiş ve ekte sunulan veri toplama araçlarını kullanarak; tüm çalışmaların okul yönetiminin sorumluluğunda/gözetiminde yürütülmesi, yapılacak çalışmaların eğitim öğretim faaliyetlerini aksatmadan, okul yönetiminin planlayacağı çalışma takvimine göre yapılması, çalışmalara katılımın gönüllülük esasına dayalı olarak sağlanması, uygulama ile toplanacak verilerin sadece bu araştırma dâhilinde kullanılması ve araştırma sonucunun Müdürlüğümüz AR-GE Birimine basılı veya elektronik doküman olarak teslim edilmesi koşulları ile gerçekleştirilmesinde herhangi bir sakıncanın olmadığı Müdürlüğümüzce uygun değerlendirilmektedir.

Makamlarınızca da uygun görüldüğü takdirde, olurlarınıza arz ederim.

Ergin AYBAR
Müdür a.
Müdür Yardımcısı

OLUR
07.01.2019

Ertuğrul TOSUNOĞLU
Vali a.
İl Millî Eğitim Müdürü

Güvenli Elektronik İmza
Aslı ile Aynıdır
08.01.2019

Soner OCAK
V.H.K.i.

Adres: Hükümet Konağı A Blok Zemin Üstü Kat 1 GİRESUN
Elektronik Ağ: giresun.meb.gov.tr
e-posta: istatistik28@meb.gov.tr

Bilgi için: Soner OCAK / V.H.K.I.
Tel: 0 (454) 215 75 25
Faks: 0 (454) 215 75 22

Bu evrak güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır. <https://evraksorgu.meb.gov.tr> adresinden 7f9b-8b5e-3a90-abd1-4f2c kodu ile teyit edilebilir.

9. ÖZ GEÇMİŞ VE İLETİŞİM BİLGİLERİ

Giresun ilinin Espiye ilçesinde 19.08.1991 tarihinde dünyaya geldi. İlköğretim öğrenimini Görele Hasan Ali Yücel Ortaokulunda, lise öğrenimini ise yine bu ilçede bulunan Halil Gürel Anadolu Lisesinde tamamladı. 2009 yılında girdiği üniversite sınavı sonucunda Atatürk Üniversitesi Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık programında öğrenim görmeye hak kazandı. Üniversite öğrenimi tamamladıktan sonra öğrenim gördüğü okul olan Hasan Ali Yücel Ortaokuluna atandı. Görele ilçesinde bulunan Nihat Gürel Fen Lisesinde rehber öğretmenlik görevini yürütmektedir. Evli ve bir kız çocuğu babasıdır.

İLETİŞİM BİLGİLERİ

Adres : Mahmut SEZER, Bozcaali Mah. Şht. Yzb. Temel KUĞUOĞLU Cad. Yonca Sitesi A Blok Kat:10, Daire No: 30 Görele/GİRESUN

E-Posta : szr_28@hotmail.com

Tel : 0506 113 90 11