

**T.C.**  
**İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**AİLE DANIŞMANLIĞI VE EĞİTİMİ ANABİLİM DALI**  
**AİLE DANIŞMANLIĞI VE EĞİTİMİ BİLİM DALI**

**LİSE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA**  
**TUTUMLARI İLE AHLAKİ OLGUNLUK DÜZEYLERİ**  
**ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Günay GÜL**

**İstanbul**  
**Mayıs, 2019**

**T.C.**  
**İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**AİLE DANIŞMANLIĞI VE EĞİTİMİ ANABİLİM DALI**  
**AİLE DANIŞMANLIĞI VE EĞİTİMİ BİLİM DALI**

**LİSE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA TUTUMLARI İLE**  
**AHLAKİ OLGUNLUK DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN**  
**İNCELENMESİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Günay GÜL**

**Tez Danışmanı**

**Doç. Dr. Hakan AKÇAY**

**İstanbul**

**Mayıs, 2019**

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Bu çalışma, jürimiz tarafından Aile Danışmanlığı ve Eğitimi Anabilim Dalı, Aile Danışmanlığı ve Eğitimi Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman Doç. Dr. Hakan AKÇAY



Üye Dr. Öğr. Üyesi Besra TAŞ

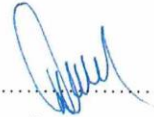


Üye Dr. Öğr. Üyesi Hatice KADIOĞLU ATEŞ



Onay

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

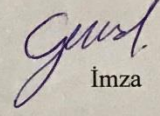


Prof. Dr. Ömer ÇAHA

Enstitü Müdürü

## BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ

Yüksek lisans tezi olarak hazırladığım “Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumları İle Ahlaki Olgunluk Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” adlı çalışmanın öneri aşamasından sonuçlandığı aşamaya kadar geçen süreçte bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle uyduğumu, tez içindeki tüm bilgileri bilimsel ahlak ve gelenek çerçevesinde elde ettiğimi, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığımı, bu çalışmamada doğrudan veya dolaylı olarak yaptığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu beyan ederim.

  
İmza

Günay GÜL

## ÖNSÖZ

Tez konumu belirlememde ve tez yazma sürecinde yapmış olduğu bilgilendirmelerle bana her konuda destek olan ve motivasyon sağlayan, ilgi ve desteğini esirgemeyen yüksek lisans eğitim sürecimde de çok sevdiğim ve değer verdiğim kıymetli hocam Doç. Dr. Hakan Akçay'a desteklerinden dolayı teşekkür ederim.

Yüksek lisans eğitim sürecimde maddi manevi desteğini benden esirgemeyen, üzerimde emeği bulunan çok değerli aileme gönülden teşekkür ederim.

Araştırmanın veri toplama aőamasında çalıőmış olduğum lise müdürleri, idarecileri ve öğretmenlerine ve araőtırmama katılan 670 katılımcı öğrenciye desteklerinden dolayı teőekkürlerimi sunarım.

Günay GÜL

İstanbul - 2019

## ÖZET

### LİSE ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA TUTUMLARI İLE AHLAKİ OLGUNLUK DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Günay GÜL

Yüksek Lisans, Aile Danışmanlığı ve Eğitimi Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Hakan AKÇAY

Mayıs-2019, 89 + XVI Sayfa

Araştırmada İstanbul İli Avrupa Yakasında farklı lise türlerinde öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya tutumları ile ahlaki olgunluk düzeyleri arasındaki ilişkinin araştırılması amaçlanmıştır. İlişkisel tarama modeli kullanılarak yapılan bir araştırmadır. Araştırmanın evrenini, 2017-2018 eğitim-öğretim yılı İstanbul İli Avrupa Yakasında bulunan Milli Eğitim Bakanlığına bağlı olarak faaliyet gösteren farklı lise türlerinde öğrenimine devam eden 9. 10. 11. ve 12. sınıf öğrencileri yer almaktadır.

Örneklemini ise Avrupa yakasında bulunan farklı lise türleri arasından küme örnekleme yolu ile seçilen 5 okulda (Anadolu Lisesi, Anadolu Sağlık Meslek Lisesi, Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Endüstri Meslek Lisesi, Anadolu İmam Hatip Lisesi) yer alan 670 öğrenci oluşturmaktadır.

Bu araştırmada, öğrencilerin demografik bilgilerine ulaşmak amacıyla; Kişisel Bilgi Formu, lise öğrencilerinin sosyal medya tutumlarını belirleyebilmek için Sosyal Medya Tutum Ölçeği (SMTÖ), ahlaki olgunluk düzeylerini belirlemek için Ahlaki Olgunluk Ölçeği (AOÖ) kullanılmıştır. Ölçekler yoluyla elde edilen verilerin tümü SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) 21.0 istatistik paket programı kullanılarak analiz edilmiştir.

Verilerin çözümlenmesinde öncelikle öğrenci grubunun demografik özelliklerini betimleyici frekans (f) ve yüzde (%) dağılımları hesaplanmıştır. Öğrencilerin Sosyal Medya Tutumları ve Ahlaki Olgunluk Düzeyleri toplam ve alt boyut puanları için aritmetik ortalamaları ( $\bar{x}$ ) ve standart sapmaları (ss) hesaplanmıştır. İkili karşılaştırmalarda öğrenci puanlarının değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin t-testi, ikiden fazla grup karşılaştırmalarında ise tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmış ve veriler analiz edilmiştir. Öğrencilerin Ahlaki Olgunluk Düzeyleri ile Sosyal Medya Tutumları ve alt boyutları puanları arasında

ilişkinin olup olmadığını araştırmak üzere Pearson momentler çarpımı korelasyonu katsayıları hesaplanmıştır.

Bu çalışmada lise öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumları cinsiyete göre bakıldığında, erkeklerin kız öğrencilere göre daha fazla sosyal medya kullanımına sahip olduğu bulunmuştur. Elde edilen sonuçların internete daha çok girilen yer değişkenine göre bakıldığında, cep telefonundan bağlananların sayısının daha fazla olduğu bulunmuştur. Lise öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumları ile Ahlaki Olgunluk Düzeyleri arasında düşük düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Medya, Ahlaki Olgunluk, Lise Öğrencileri.



## **ABSTRACT**

### **INVESTIGATE OF HIGH SCHOOL STUDENTS' RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL MEDIA BEHAVIORS AND MORAL MATURITY LEVELS**

Günay GÜL

Master's Degree, Family Counselling and Education Department

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Hakan AKÇAY

May-2019, 89 + XVI Pages

In this study, it's aimed to research relation between students' social media behaviors and moral maturity levels who are studying at different highschool types in Istanbul city at European side. It's a research conducted using relational screening model. This research contains 9th 10th 11th and 12th grade students who are continuing their education at different active highschool types affiliated with Ministry of Education where is located at Istanbul European side 2017-2018 education-teaching year.

This research's example consist of 670 students who are studying at 5 different school types. ( Anatolian High School, Anatolian Health Vocational High School, Vocational and Technical Anatolian High School, Industrial Vocational Highschool, Anatolian Imam Hatip High School )

In this study, to reach students' demographic information; Information Form, to determine high school students' social media behaviors Social Media Behavior Scale (SMTÖ) and to determine moral maturity levels Moral Maturity Scale (AOÖ) were used. All the data that was acquired by scaling analyzed by SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) 21.0 statistical package program.

Firstly, in analysis of data demographic properties of the student group descriptive frequency (f) and percentage (%) distributions were calculated. Arithmetic means (x) and standard deviations (sd) were calculated for total and sub-dimension scores by Students' social media behavior and Moral Maturity Scale. The t-test related with in dual comparisons whether student's scores differed according to variables, and in comparisons of more than 2 groups one-way variance (ANOVA) analysis were applied and datas analysed. Pearson moments of correlation coefficients were



calculated to investigate whether there is a relationship between students' Moral Maturity Levels and Social Media Behaviors and sub-dimension scores.

In this study when considering high school students' Social Media Behaviors by gender, it's been found that male students have more usage of social media than female students. When the obtained results considered by place variable where internet is accessed more, it's has been found that the number of those connected from their cell phones is much more. High School students' Social Media Behaviors and Moral Maturity Levels it's has been detected that there is a low-level relation between them.

**Keywords:** Social Media, Moral Maturity, High School Students.



# İÇİNDEKİLER

<b>TEZ ONAYI .....</b>	<b>i</b>
<b>BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ.....</b>	<b>ii</b>
<b>ÖNSÖZ.....</b>	<b>iii</b>
<b>ÖZET .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>İÇİNDEKİLER .....</b>	<b>viii</b>
<b>TABLO LİSTESİ .....</b>	<b>xi</b>
<b>KISALTMALAR .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BİRİNCİ BÖLÜM.....</b>	<b>1</b>
<b>GİRİŞ .....</b>	<b>1</b>
1. 1.Problem Durumu.....	1
1. 2. Amaç .....	4
1. 2. 1.Alt Problemler.....	4
1. 3. Araştırmanın Önemi .....	6
1. 4. Varsayımlar - Sayıtlar.....	7
1. 5. Sınırlılıklar .....	7
1. 6. Tanımlar.....	7
1. 6. 1. Sosyal medya: .....	8
1. 6. 2. Eğitim.....	8
1. 6. 3. Ahlak.....	8
1. 6. 4. Ahlaki olgunluk .....	8
<b>İKİNCİ BÖLÜM .....</b>	<b>9</b>
<b>İLGİLİ LİTERATÜR.....</b>	<b>9</b>
2. 1. İnternet Kavramı .....	9
2. 2. İnternetin Tarihçesi .....	10
2. 3. İnternetin Ülkemizdeki Gelişimi .....	11

2. 4. Sosyal Medyanın Tanımı .....	13
2. 5. Sosyal Medyanın Tarihçesi.....	15
2. 6. Sosyal Medya Özellikleri.....	16
2. 7. Sosyal Medya Çeşitleri .....	17
2. 7. 1. Facebook.....	18
2. 7. 2. Twitter.....	19
2. 7. 3. Youtube.....	20
2. 7. 4. Instagram .....	21
2. 7. 5. Snapchat.....	22
2. 7. 6. WhatsApp .....	22
2. 8. Sosyal Medyanın Etkileri.....	23
2. 8. 1. Bilgisayar Okuryazarlığı.....	23
2. 9. Ahlak.....	24
2. 9. 1. Ahlaki Gelişim.....	26
2. 9. 2. Ahlaki Gelişim Kuramları .....	27
2. 9. 2. 1. Psikanalitik Kurama Göre Ahlak Gelişimi .....	27
2. 9. 2. 2. Davranışçı Kurama Göre Ahlak Gelişimi.....	27
2. 9. 2. 3. Sosyal Öğrenme Kuramına Göre Ahlak Gelişimi .....	28
2. 9. 2. 4. Bilişsel Gelişim Kuramına Göre Ahlak Gelişimi .....	28
2. 9. 2. 5. Jean Piaget ve Ahlak Gelişimi İle İlgili Görüşleri .....	29
2. 9. 2. 6. Kohlberg'e Göre Ahlak Gelişim Kuramı.....	31
2. 9. 2. 7. Dewey'e Göre Ahlak Gelişim Kuramı .....	34
2. 9. 2. 8. Gilligan'a Göre Ahlak Gelişimi.....	35
2. 10. Ahlak ve Eğitim .....	36
2. 11. Ahlaki Olgunluk .....	37
2. 12. İlgili Araştırmalar .....	38
2. 12. 1. Sosyal Medya İle İlgili Yapılan Araştırmalar.....	38

2. 12. 2. Ahlaki Olgunluk İle İlgili Yapılan Araştırmalar.....	39
<b>ÜÇÜNCÜ BÖLÜM .....</b>	<b>41</b>
<b>YÖNTEM.....</b>	<b>41</b>
3. 1. Araştırmanın Modeli.....	41
3. 2. Evren – Örneklem.....	41
3. 3. Veri Toplama Araçları .....	42
3. 3. 1. Kişisel Bilgi Formu: .....	42
3. 3. 2. Sosyal Medya Tutum Ölçeği: .....	42
3. 3. 3. Ahlaki Olgunluk Ölçeği:.....	43
3. 4. Verilerin Toplanması .....	43
3. 5. Verilerin Çözümlemesi .....	43
<b>DÖRDÜNCÜ BÖLÜM .....</b>	<b>45</b>
<b>BULGULAR.....</b>	<b>45</b>
4. 1. Öğrencilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular.....	45
<b>SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>70</b>
5. 1. Sonuç .....	70
5. 2. Öneriler .....	73
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>76</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>83</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>89</b>

## TABLO LİSTESİ

Tablo 2.3.1. 2011-2018 Yılları Arası Türkiye ve İstanbul'da Hanelerde İnternet Erişimi .....	11
Tablo 2.3.2. 2017-2018 Yılları Arası Türkiye ve İstanbul'da Cinsiyete göre Bireylerin İnternet Kullanım Oranı .....	12
Tablo 2.3.3. 2017-2018 Yılları Arası Bireylerin Yaş Grubuna Ve Cinsiyetine Göre Bilgisayar Ve İnternet Kullanım Oranları.....	12
Tablo 2.3.4. 2018 Yılı İnternet Kullanan Bireylerin İnterneti Kişisel Kullanma Amaçları.....	13
Tablo 3.2.1. Araştırma Örneklemini Oluşturan Okullar ve Öğrenci Sayıları .....	41
Tablo 4.1.1. Yaşa İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri .....	45
Tablo 4.1.2. Cinsiyet Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	45
Tablo 4.1. 3. Sınıf Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri .....	46
Tablo 4.1.4. Okul Türü Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri .....	46
Tablo 4.1.5. Okuldaki Başarı Durumu Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri .	46
Tablo 4.1.6. Anne-Babasının Beraberlik Durumu Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	47
Tablo 4.1.7. Gelir Durumu Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri .....	47
Tablo 4.1.8. Kardeş Sayısı Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	48
Tablo 4.1.9. Sosyal Medya Kullanım Süresi Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	48
Tablo 4.1.10. En Çok Kullandığı Sosyal Medya Sitesi İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	49
Tablo 4.1.11. İnternete Daha Çok Bağlandığı Yer Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri.....	49

Tablo 4.1.12. İnterneti Daha Çok Kullanma Amaçları Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri .....	49
Tablo 4.1.13. Arkadaşlarıyla Olmak Yerine İnternette Olmayı Tercih Etme Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri .....	50
Tablo 4.1.14. Sosyal Medya Tutumları Alt Boyut Puanlarına Ait Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri .....	50
Tablo 4.1.15. Ahlaki Olgunluk Puanlarına Ait Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri.....	51
Tablo 4.2.1. Sosyal Yetkinlik Puanlarının Cinsiyete Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları .....	51
Tablo 4.2.2. Paylaşım İhtiyacı Puanlarının Cinsiyete Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları .....	52
Tablo 4.2.3. Öğretmenlerle İlişki Puanlarının Cinsiyete Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları .....	52
Tablo 4.2.4. Sosyal İzolasyon Puanlarının Cinsiyete Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları.....	52
Tablo 4.2.5. Sosyal Medya Tutumları Toplam Puanlarının Cinsiyete Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi Sonuçları .....	53
Tablo 4.2.6. Ahlaki Olgunluk Toplam Puanlarının Cinsiyete Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin T Testi .....	53
Tablo 4.2.7. Sosyal Yetkinlik Puanlarının Yaşa Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları .....	54
Tablo 4.2.8. Paylaşım İhtiyacı Puanlarının Yaşa Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	54
Tablo 4.2.9. Öğretmenlerle İlişki Puanlarının Yaşa Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	55

Tablo 4.2.10. Sosyal İzolasyon Puanlarının Yaşa Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları .....	55
Tablo 4.2.11. Sosyal Medya Tutumları Toplam Puanlarının Yaşa Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	55
Tablo 4.2.12. Ahlaki Olgunluk Toplam Puanlarının Yaşa Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	56
Tablo 4.2.13. Öğrencilerin Sosyal Medya Puanlarının Okul Türüne Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	56
Tablo 4.2.14. Sosyal Etkinlik Puanlarının Kullandıkları Sosyal Medya Sitelerine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları .....	57
Tablo 4.2.15. Paylaşım İhtiyacı Puanlarının Sosyal Medya Sitelerine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	57
Tablo 4.2.16. Öğretmenlerle İlişki Puanlarının Kullandıkları Sosyal Medya Sitelerine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları .....	58
Tablo 4.2.17. Sosyal İzolasyon Puanlarının Kullandıkları Sosyal Medya Sitelerine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları .....	59
Tablo 4.2.18. Sosyal Medya Tutumları Toplam Puanlarının Kullandıkları Sosyal Medya Siteleri Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları.....	59
Tablo 4.2.19. Ahlaki Olgunluk Toplam Puanlarının Kullandıkları Sosyal Medya Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları .....	60
Tablo 4.2.20. Sosyal Etkinlik Puanlarının İnternete Daha Çok Girilen ere Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları .....	61

Tablo 4.2.21. Paylaşım İhtiyacı Puanlarının İnternete Daha Çok Girilen Yere Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları .....	61
Tablo 4.2.22. Öğretmenlerle İlişki Puanlarının İnternete Daha Çok Girilen Yere Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları .....	62
Tablo 4. 2. 23. Sosyal İzolasyon Puanlarının İnternete Daha Çok Girilen Yere Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları .....	62
Tablo 4.2.24. Sosyal Medya Tutumları Toplam Puanlarının İnternete Daha Çok Girilen Yere Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları .....	63
Tablo 4.2.25. Ahlaki Olgunluk Toplam Puanlarının İnternete Daha Çok Girilen Yere Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları .....	63
Tablo 4.2.26. Sosyal Medya Tutumları Toplam Puanlarının Ebeveynlerin İnternet Kullanımını Denetleme Sıklığına Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları .....	64
Tablo 4.2.27. Ahlaki Olgunluk Toplam Puanlarının Ebeveynlerin İnternet Kullanımını Denetleme Sıklığına Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları .....	64
Tablo 4.2.28. Sosyal Yetkinlik Puanlarının İnterneti Kullanım Amacına Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları .....	65
Tablo 4.2.29. Paylaşım İhtiyacı Puanlarının İnterneti Kullanım Amacına Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları .....	65



Tablo 4.2.30. Öğretmenlerle İlişki Puanlarının İnterneti Kullanım Amacına Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları .....	66
Tablo 4.2.31. Sosyal İzolasyon Puanlarının İnterneti Kullanım Amacına Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları .....	67
Tablo 4.2.32. Sosyal Medya Tutumları Toplam Puanlarının İnterneti Kullanım Amacına Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları .....	67
Tablo 4.2.33. Ahlaki Olgunluk Toplam Puanlarının İnterneti Kullanım Amacına Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları .....	68
Tablo 4.2.34. Ahlaki Olgunlukları ile Sosyal Medya Tutumları ve Alt Boyutları Pearson Korelasyon Sonuçları .....	68

## KISALTMALAR

- AOÖ : Ahlaki Olgunluk Ölçeği
- MEGEP : Mesleki Eğitim Ve Öğretim Sistemini Güçlendirme Projesi
- SMTÖ : Sosyal Medya Tutum Ölçeği
- TUİK : Türkiye İstatistik Kurumu



# BİRİNCİ BÖLÜM

## GİRİŞ

Araştırmanın giriş bölümünde; problem durumu, amaç ve alt problemler, önem, sınırlılıklar, varsayımlar ve tanımlar yer almaktadır.

### 1.1. Problem Durumu

Ergenlik döneminde olan öğrencilerde; bedensel, bilişsel, sosyal ve cinsel gelişim çok hızlı bir şekilde değişim gösterir. Ergenlik dönemindeki gençler, kendilerinde meydana gelen bu değişimi kabullenme ve uyum gösterme konusunda zorluk yaşayabilirler. Bu dönemde gençler; popüler olmak, bir gruba ait olmak, toplumda kabul görmek, saygınlık kazanmak ve kendilerini bağımsız bir birey olarak görmek isterler. Bu ihtiyaçlarının karşılanması ile toplumsal uyum ve başarılı sosyalleşme süreci gerçekleşir. Bu süreçte ergenin aile, arkadaş ve öğretmen ilişkileri önemli faktörlerdir. Bazı ergenler sosyal çevreye adapte olamamakta ve arkadaşlık ilişkileri kurmakta oldukça güçlük çekmektedirler. Özellikle ergenlik dönemi içerisinde yaşanan bu gibi sorunlarla birlikte ergenler bir arayış içerisine girmekte ve devamında gelen bunalımlı süreç sonunda birey ailesiyle, çevresiyle sorunlar yaşamaktadır. Aileden uzaklaşan bağımsızlaşma sürecinde olan birey, sosyal medya ortamına yönelmektedir (Aksak, 2017: 53).

Sosyal medyada iletişim kelimeler, fotoğraflar, ses dosyaları gibi paylaşımlarla sağlanmaktadır. Ayrıca sosyal medya en yüksek düzeyde paylaşımın gerçekleştiği, bireyin kendi hikayelerini ve tecrübelerini paylaştığı bir platform olarak görülmektedir (Bat ve Vural, 2010: 3351). Her türlü bilgiyi birbirlerine bağlı bilgisayar ağları sayesinde ortama taşıyabilen, hızlı, masrafsız, ucuz, kullanımı kolay, tüm dünyaca kabul edilmekte, kullanılmakta olan, popüler bir iletişim ve eğlence aracıdır. Dünyanın neredeyse bütün bilgilerine ve farklı kültürlerin özelliklerine hızlı ve kolayca ulaşma imkanı sağlamaktadır. Bireylere farklı yerleri görme, ziyaret etme, kültürler hakkında bilgi sahibi olma ve yeni dostluklar oluşturma noktasında kolaylıklar sağlamaktadır. Yine internet ve sosyal medya ortamları büyük miktarda bilgi alışverişi yapmamızı sağlamaktadır. Sosyal medyada oluşturulan platformlar ve forumlar yardımıyla isteyen herkes kendi fikirlerini ve

düşüncelerini yazarak özgürce paylaşabilmekte, milyonlarca insan birbirleriyle kolaylıkla iletişim kurabilmekte ve kişiler ilgi duydukları oyun ortamlarında oynayabilmekte ve eğlenebilmektedir (Aksak, 2017: 22).

Gençler genellikle interneti serbest zamanlarda arkadaşları ile sohbet ederek vakit geçirme, ödev yapma, merak ettikleri konular hakkında araştırmalar yapma gibi çeşitli alanlarda bu özgür ortamı kullanmaktadırlar. Doğru internet kullanımı ergenlerin gelişim sürecini olumlu yönde etkilerken yanlış ve kötüye kullanımı ise ergen yaşamını olumsuz yönde etkileyip çeşitli alanlarda risk oluşturmaktadır. Gençler yaşam içerisinde kendileriyle ortak ilgi alanlarına sahip arkadaşlarıyla bir araya gelme imkanı bulmakta zorlanmaktalar. Bu sebeple kendileriyle aynı ilgi alanlarına sahip, aynı fikir dünyasında yer aldıkları kişilerle sanal sohbet odalarında ve sosyal medya topluluklarında bir araya gelerek paylaşım ve birliktelik ihtiyaçlarını gidermektedirler (Karaca, 2007: 15).

Gençlerin, aile ve arkadaş ortamlarından ihtiyaç duyduğu sosyal desteği alamaması, çevresiyle yaşamış olduğu iletişim problemleri, derslerdeki başarısızlıklar ve bunlara benzeyen problemlerle karşı karşıya kaldıklarında ve doğru değerlendirmeleri yapamadıklarında gençler bu durumu sanal ortamlarda yer alarak çözmeye çalışmaktadırlar. Çözüm bulma yaklaşımlarını kullanamadıklarında, düşüncelerini sanal ortamlarda ifade etmeye çalışmaktadırlar (Zorbaz ve Dost, 2014: 299).

Sosyal medyanın olumsuz faktörleri içerisinde; uzun süreli, kontrolsüz, bilinçsiz ve gerçek amacının dışında kullanımından söz etmek mümkündür. Bu olumsuzluklar bireyin ahlak gelişimini, kişisel becerilerini ve sosyal gelişimini olumsuz yönde etkilemektedir. Bunun sonucunda yüksek kaygı düzeyine sahip, saldırgan davranışlarda bulunan, kendine güven duygusunda yetersizlik yaşayan bireylerden söz etmek mümkündür (Yüksel, 2016: 1033).

Aynı zamanda gençler internet ortamında, sosyal medya platformlarında uzun süre bulunmaları, uyku düzenlerinin olmaması nedeniyle ev ödevlerini aksatmakta ve uyku problemleri yaşamakta, bunların sonucunda okul derslerinde ve okula devam etmekte sıkıntı yaşamaktadırlar. Bununla birlikte çevreyle olan ilişkilerde sorunlar, psikolojik problemler, kaygı-endişe ve iletişim problemleri yaşamaktadırlar (Gök, 2017: 3).

İnternetin en yoğun kullanıldığı alan olan sosyal medya kullanım durumunun, ergenlik dönemindeki bireylerin düşünceleri, duygu durumları, ahlaki gelişimleri ve davranışları üzerinde de önemli bir etkiye sahip olduğu düşünülmektedir.

Her türlü bilgiye kolayca ulaşabildiğimiz sosyal medya ortamları ile birçok paylaşımın yapıldığı teknoloji çağında yaşanan olumsuzlukların en önemlisi, insanların ahlaklarındaki zayıflamadır. Bencil, sorumsuz, kıskanç, kavga, hırsızlık, yaralama, şiddet gibi suçların ve ahlak dışı davranışların gençler arasında artarak yayılmasıdır. Gençler, toplumca sahip olunan ahlaki değer yargılarından uzaklaşarak yaşadıkları güzelliklerin farkına varamayan, zevk ve eğlenceye düşkün bir birey haline gelmektedirler. Ayrıca gençlerin kendilerini kanıtama istekleri bu olumsuzluklara neden olmaktadır (Şengün, 2008: 11).

Gençlerde sosyal medyanın bu denli bağımlılık oluşturmasının başında, aile yapısının ve ilişkilerinin bozuk olması, bu sebeple gençlerin aileleri ile yeterince vakit geçirmemeleri, sosyal ihtiyaçlarını internet üzerinden giderme ve sosyal medyada daha fazla zaman geçirmelerine sebep olmuştur. Kişisel ve toplumsal sorumluluk bilincinde azalma gibi ahlaki değerlerden uzak davranışları daha çok sergiledikleri yapılan araştırmalarla doğrulanmaktadır (Ümmet ve Ekşi, 2003: 95).

Gazali, yapmış olduğu çalışmalarda ahlak ve eğitim arasındaki ilişkinin önemine değinmiştir. Gazali'nin düşüncesine göre insanın en önemli sorumluluğu ahlakını eğiterek güzelleştirmesidir. Bireyin güzel ahlak sahibi olmasının yolu eğitimden geçmektedir ve ahlaki eğitim, toplumca sahip olduğumuz değerlerimizi en doğru şekliyle öğrenip bu değerlerin bireylere öğretilmesiyle mümkündür (Durakoğlu, 2014: 212). Eğitim; toplumsal bir olgu, olay olarak ve bireylerin yaşadıkları toplum içerisindeki değerlerle uyumlu olarak etkileme ve bu değerleri bireylere kazandırma süreci olarak tanımlanmaktadır (Gül, 2004: 226).

Ahlak eğitimi sonuç olarak bireylerin ahlaken olgunlaşmasını amaçlamaktadır. Kavram olarak ahlaki olgunluk, Kohlberg tarafından literatüre kazandırılmıştır. Kohlberg, bireylerin yaşadıkları ahlaki sorunlara karşı bulmuş oldukları çözümleri puanlandırmış ve bu çözüm yollarını derecelendirmiştir. Çocukların herhangi bir duruma karşı uyguladığı akıl yürütmelerinden yola çıkarak, onların ahlaki olgunluğa ne derece yaklaştıklarını anlamaya çalışmıştır. Son aşamada bireyin ortaya koyduğu

ahlaki yargı noktası “olgun yargı” olarak nitelendirilmiş ve bu son yargı noktasına ulaşan bireyler ahlaken olgun bireyler olarak nitelendirilmiştir (Tekin, 2017: 2283).

Sosyal yaşam içerisinde heran karşılaştığımız olaylarda iyi ve kötünün ne olduğu, doğru ve yanlış kavramları ile yapmamız ve yapmamamız gereken davranışların neler olduğu gibi sorular ahlak ile ilgili konulardır. Ahlaki olgunluk düzeyi ile bizler davranışlarımızı belirlemiş oluruz (Arı, 2005: 107).

Bireylerin mutlu, huzurlu, toplumsal ve bireysel sorumluluk bilincine sahip olabilmeleri sadece teknolojik gelişmelerle gerçekleşmesi mümkün değildir. Bireylerin hem birbirleri hem de toplum ile olan ilişkilerini mutlu, huzurlu ve güven içinde sürdürebilmeleri için ahlak ve ahlaki olgunluğa sahip olmaları gerekmektedir. Toplumda ahlak kavramına sahip ne kadar birey varsa, insanlar bir arada o kadar mutlu ve huzurlu yaşarlar (Şengün, 2008: 3).

Bu bağlamda lise öğrencilerinin ahlaki olgunluk düzeylerinin, sosyal medya tutumları üzerindeki ilişkisini incelemesi faydalı sonuçlar doğuracaktır. Ayrıca sosyal medya kullanım durumunun, ergenlik dönemindeki lise öğrencilerinin ahlaki gelişimleri ve davranışları üzerinde de etkili olduğu düşünüldüğünde bu araştırma literatüre önemli katkılar sunabilir.

Bu amaçla araştırmada farklı lise türlerinde eğitim öğretimine devam eden öğrencilerin sosyal medya tutumları ile ahlaki olgunluk düzeyleri arasındaki ilişki var mıdır? Sorusuna cevap aranmıştır.

## **1. 2. Amaç**

Araştırmada İstanbul İli Avrupa Yakasında farklı lise türlerinde öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya tutumları ile ahlaki olgunluk düzeyleri arasındaki ilişkinin araştırılması amaçlanmıştır.

### **1. 2. 1. Alt Problemler**

1- Lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları ve ahlaki olgunluk düzeyleri;

a. Yaş

b. Cinsiyet

- c. Sınıf
- d. Okul türü
- e. Okuldaki başarı durumu
- f. Öğrencilerin anne-babasının beraberlik durumu
- g. Ailenin gelir düzeyi
- h. Kardeş sayısı
- 1. Öğrencilerin sosyal medya kullanma süreleri
  - i. Kullandıkları sosyal medya siteleri
  - j. Öğrencilerin internete bağlanma ortamları
  - k. Ailelerin internet kullanma durumunu denetleme durumu
  - l. Sosyal medya üyeliğinin sosyal çevredeki değişimi
  - m. Arkadaşlarıyla olmak yerine internette olmayı tercih etme durumu
  - n. Öğrencilerin internet kullanım amaçları nasıl dağılım göstermektedir?

2- Lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları;

- a. Yaş
- b. Cinsiyet
- c. Okul türü
- d. Kullandıkları sosyal medya siteleri
- e. Öğrencilerin internete bağlanma ortamları
- f. Ailelerin internet kullanma durumunu denetleme durumu
- g. Öğrencilerin internet kullanım amaçlarına göre anlamlı bir farklılaşma var mıdır?

3- Lise öğrencilerinin ahlaki olgunluk düzeyleri;

a. Yaş

b. Cinsiyet

c. Okul türü

d. Kullandıkları sosyal medya siteleri

e. Öğrencilerin internete bağlanma ortamları

f. Ailelerin internet kullanma durumunu denetleme durumu

g. Öğrencilerin internet kullanım amaçlarına göre anlamlı bir farklılaşma var mıdır?

4- Lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumları ve ahlaki olgunluk düzeyleri arasında ilişki var mıdır?

### **1. 3. Araştırmanın Önemi**

Teknoloji çağının yeni gelişmeleri içerisinde, yeni iletişim şekli olan sosyal medya kavramı karşımıza çıkmaktadır. İnternet, yaşamımızın her alanında, bilgiye erişim hızı ve kolaylığı, sürekli güncellenebilmesi, herkese açık olması bakımından kullanıcılarını gittikçe arttırmaktadır. Sosyal medya zaman, mekan sınırlaması olmadan fotoğraf, video, yazı gibi çeşitli şekillerde paylaşımlar yapılarak kullanıcıları aktif kılmaktadır. Kullanıcılar düşüncelerini yazabilmekte, bu düşünceler üzerinde tartışabilmekte ve yeni fikirler üretebilmektedirler. Bu durum kullanıcılarını cesaretlendirmektedir. Kullanıcıları eğlendirmesi, kişisel yönlendirmelere olanak tanınması gençleri bu alana daha çok çekmektedir (Bat ve Vural, 2010: 3349).

Takibi ve kontrolü zor olan sosyal medya, lise öğrencilerini dolayısıyla toplum davranışlarını, ahlak yönünden de etkilemektedir.

Doğru ya da iyi, yanlış ya da kötü olarak adlandırdığımız ahlaki gelişim ile ilgili olan değer yargılarına ve ahlaki olgunluğa sahip olmayan lise öğrencileri sosyal medyanın olumsuz etkilerinden daha çok zarar görmektedir. Bu olumsuzluklar öğrencilerin hem kendi yaşantılarında hem de okul başarılarında problemlere sebep olmaktadır.



Bu araştırmada, öğrencilerin sosyal medya tutumları ile ahlaki olgunluk düzeyleri sınıf, yaş, cinsiyet, internet kullanma sıklıkları, hangi amaçla kullandıkları araştırılmıştır. Ayrıca araştırmanın öğrencilerin sosyal medya ile ahlaki olgunluk düzeyleri arasındaki ilişkiye bir açıklık getireceği düşünölmektedir. Bu araştırma, özellikle lise öğrencilerini sosyal medya ortamlarının doğru kullanımını hakkında bilgilendirme ve eğitim çalışmalarını düzenleme konusunda, okulları, sınıf ve rehber öğretmenleri bilgilendirme gibi önemli noktalara katkı sağlayacak niteliktedir. Öte yandan araştırma sonuçlarının yapılacak yeni araştırmalar için yeni bir veri sağlayacağı ve literatüre katkıda bulunacağı düşünölmektedir.

#### **1. 4. Varsayımlar - Sayıtlar**

1. Seçilen çalışma grubunun tüm evreni temsil ettiği varsayılmıştır.
2. Araştırmada kullanılan ölçeklerin yeterli bilgiyi elde etmede geçerli ve güvenilir olduğu varsayılmıştır.
3. Araştırma kapsamındaki çalışma grubunda yer alan öğrencilerin, araştırmada kullanılan Kişisel Bilgi Formu, SMTÖ ve AOÖ'de yer alan soruları samimi olarak içtenlikle yanıtladıkları varsayılmıştır.

#### **1. 5. Sınırlılıklar**

1. Bu araştırma, MEB 2017-2018 yılı içerisinde eğitim alan öğrenciler ile sınırlıdır.
2. Bu araştırma, İstanbul İli Avrupa yakasından seçilen liseler ile sınırlıdır.
3. Bu araştırma; SMTÖ, AOÖ ve Kişisel Bilgi Formu ile toplanan verilerle sınırlıdır.
4. Araştırma verilerinin analizinde kullanmış olduğumuz istatistiksel yöntemler ile sınırlıdır.
5. Araştırma problemi, devlet okullarında incelenecek olup, özel okullar araştırma kapsamı dışında tutulmuştur.
6. Araştırma, çalışma grubunda yer alan öğrencilerin yanıtları ile sınırlı kalmaktadır.

#### **1. 6. Tanımlar**

### **1. 6. 1. Sosyal medya:**

Bireylerin kendileri ile ilgili kişisel hikayelerini ve tecrübelerini paylaşabilecekleri, yeni arkadaş ortamı oluşturabilecekleri veya arkadaşları ile yazı, görsel paylaşımlar ve sesli dosyalar ile diğer bireylerle etkileşimli iletişim kurabilecekleri, aynı zamanda fotoğraf ve videolarını paylaşma açacakları, çeşitli etkinlik çalışmalarını oluşturabilecekleri web sitelerine verilen addır (Uluç ve Yarcı, 2017: 89).

### **1. 6. 2. Eğitim**

Kişilerin davranışlarında kendi deneyimleri yolu ile kasıtlı bir şekilde ve istedik yönde değişme meydana getirmek için ilerleyen hareketler dizisi olarak tanımlanmaktadır (Ertürk, 1988: 13).

### **1. 6. 3. Ahlak**

Bireylerin toplum içerisinde insanlar arası ilişkilerde uydukları davranış biçimlerini, “iyi” veya “doğru”, “kötü” veya “yanlış” olarak isimlendirdiğimiz değer yargıları ile davranış kurallarını ifade etmektedir (Aktan, 2009: 39).

### **1. 6. 4. Ahlaki olgunluk**

Bireylerin his, fikir, tavır ve hareketlerinde ahlaka uygunluk bakımından yetkin ve üst bir düzeyde olması durumudur (Çekin, 2013: 1036).

# İKİNCİ BÖLÜM

## İLGİLİ LİTERATÜR

Bu bölümde internet kavramı, internetin tarihçesi, internetin ülkemizdeki gelişimi, sosyal medyanın tanımı, tarihçesi, sosyal medya özellikleri, sosyal medya çeşitleri ve sosyal medyanın etkilerine yer verilmiştir.

### 2. 1. İnternet Kavramı

İnternet, ağların ağı anlamında, iki ya da ikiden fazla bilgisayar ağlarının birbirine bağlantı kurmalarıyla meydana gelen, dünya çapında yaygınlığı olan ve sürekli büyüme eğiliminde olan iletişim sistemlerinden biri olarak tanımlanmaktadır (Çakır, 2005: 75).

Dünya üzerindeki tüm bilgisayarların birbirleriyle olan iletişimine dayalı, ancak bu iletişime belirli teknolojik dil ve kendi kuralları doğrultusunda imkân veren bir sistemdir. İnternet, başka bir ifadeyle “çok yönlü” iletişim aracı olarak da tanımlanabilir (Özgen, 2016: 7).

İnternet; 1960’lı yıllarda Amerika Birleşik Devletlerinde temelleri atılmıştır. Halen günümüzde de hızla devam eden dünyanın bir ucundan diğerine her tarafı sarmış olan bir network ağı olarak tanımlayabiliriz. Televizyon, radyo, telefonlar, gazete vb. tüm kitle iletişim araçları gelişen internete göre yeniden şekillenmeye ve tanımlanmaya başlamıştır. Bunların yanında e-posta, akıllı telefonlar, internet üzerinden video, müzik, film vb. yayınlar, elektronik gazeteler ve kitaplar gibi birçok yeni kavram hayatlarımıza girmiştir ve girmeye devam etmektedir. İnternetin hayatımıza girmesiyle anlık mesajlaşma, anlık iletiler, forumlar, bloglar, sosyal ağlar gibi platformlarla kişiler arasında yeni etkileşim yolları oluşmuş ve hızla yaygınlaşmaya başlamıştır (Kırcaburun, 2017: 11).

İnternet, dünyayı etkileyen, birçok anlamda fayda sağlayan ancak olumsuz etkilerinde olduğu yeni bir teknolojidir (Beard ve Wolf, 2001: 377).

Young, internet terimini tüm çevrimiçi faaliyet türlerini belirtmek için kullanmış ve internetin aşırı kullanımını farklı şekillerde sınıflandırmıştır. Bireylerin kendilerini

daha rahat ifade edebilmek için interneti kullandıklarını belirtmiştir (Young, 1996: 237-244).

## 2. 2. İnternetin Tarihçesi

Tüm dünyayı saran ve hızla gelişen internetin başlangıcı aslında Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ile Sovyet Rusya arasında oluşan çekişmeli ortamdır. Sovyet Rusya 1957’de Sputnik’i fırlatmıştır. Bu aslında ilk yapay dünya uydusudur. Bunun üzerine Amerika Birleşik Devletleri Savunma Bakanlığı, ARPA (Advanced Research Projects Agency) projesini başlatarak bilimi ve teknolojiyi orduya en iyi şekilde uygulamıştır (Arısoy, 2009: 56).

1962 yılında Amerikan Hava Kuvvetleri tüm ülkeyi kapsayacak askeri bilgisayar ağı planlamıştır. Bu bilgisayar ağı ABD’de gerçekleşecek olası bir nükleer saldırı sonrasında bile çalışma kapasitesinde bir değişimin olmayacağı bir bilgisayar ağıdır. ARPA’nın desteklediği bu projeye ARPANET adı verilmiştir. 1969 yılında California’da ilk bilgisayar ağı kurulmuş ve Güney Amerika’nın dört ayrı şehrindeki bilgisayar arasında bilgi transferi gerçekleştirilmiştir. Böylece internetin ilk şekli ortaya çıkmıştır.

1970 yılında BBN, MIT, SDC ve Harvard kuruluşları da bu ağa eklenmiş ve 1971 yılında Amerikan Uzay Ve Havacılık Dairesi (NASA) gibi başka pek çok kuruluş da bu ağ kapsamında yer almıştır. Bu ağ kapsamına girenlerin listesi her geçen gün büyümeye devam etmiştir. Bütün bunların sonucunda 1972 yılında ise elektronik posta ( e-mail) kavramı ortaya çıkmıştır (Çakır, 2005: 75).

Soğuk savaşın etkisini yitirmeye başladığı 1980’ler sonunda çeşitli bilimsel niteliğe sahip çevreler ile ticaretle ilgili kuruluşlar da bu bilgisayar sistemine ilgi duymaya başlamışlardır. Başlangıçta internet yalnızca, mühendisler, uzmanlar ve bilim insanları tarafından kullanılıyordu. Ancak internetin kullanımı kolay bir sisteme sahip değildi. Sadece elektronik posta göndermek amacıyla kullanılan bir sistemdi. 1991 yılında Tim Barnes Lee, “Dünyayı Saran Ağ” anlamına gelen world wide web’i (www) bulmuşlardır. “Hypertext” denen daha görsel bir temele dayanan bu sistem; yapılan araştırmaların, bilgilerin paylaşılmasını kolaylaştırmak amacıyla oluşturulmuş ve halen geçerliliği olan “internet” adını alarak kullanıcı sayısı ve fiziksel yapısı her geçen gün gitgide artarak büyük bir yükseliş göstermiştir. Bu

gelişime ticari kurumların yanında, üniversiteler ve devlet kurumları da katılım göstermiş, internetin yayılması hızlanmış ve diğer ülkelere de ulaşmıştır (Gök, 2017: 8).

### 2. 3. İnternetin Ülkemizdeki Gelişimi

İnternetin ülkemizdeki gelişimine baktığımızda, 1990'lı yılların başına dayandığı görülmektedir. Türkiye, internete ilk olarak 1993 yılının Nisan ayında bağlanmıştır. Ortadoğu Teknik Üniversitesi'nde (ODTÜ) gerçekleştirilen ilk bağlantı ile tüm ülke çok uzun bir süre bağlantıyı kullanmıştır. Türkiye'de internet öncelikle bilimsel niteliğe sahip olan ortamlarda yaygınlık kazanmıştır. Daha sonra sırası ile Ege Üniversitesi (1994), Bilkent Üniversitesi (1995), Boğaziçi Üniversitesi (1995) ve İstanbul Teknik Üniversitesi (İTÜ) (1996) bağlantılar gerçekleştirdiği görülmüştür. 1996 Ağustos ayında Turnet çalışmaya geçmiş, 1997'de, bilimsel niteliğe sahip kuruluşların internet bağlantısını sağlayan ULAKNET çalışmaya başlayarak, üniversitelerin birbirleriyle bağlantısı sağlanmış ve bu ağ aracılığı ile bilgi hizmetleri verilmiştir (Cevher, 2016: 28).

**Tablo 2. 3. 1. 2011-2018 Yılları Arası Türkiye ve İstanbul'da Hanelerde İnternet Erişiminin Yüzdeleri (%)**

	Yıl							
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Türkiye</b>	42,9	47,2	49,1	60,2	69,5	76,3	80,7	83,8
<b>İstanbul</b>	56,9	60,5	63,3	75,5	81,3	89,1	90,8	90,1

TÜİK, Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2011-2018

TÜİK verilerinde görüldüğü gibi tüm dünya ülkelerinde olduğu gibi ülkemizde de ilerleme görülmüştür. Yapılan araştırmada 2018 yılında % 83,8 oranında internet erişimi gerçekleşmiştir.

1999 yılı, ticari ağ yapısında büyük değişikliklerin meydana geldiği bir dönem olmuştur. TURNET'in yerine TTnet adı altında yeni bir oluşum ortaya çıkmıştır. 2000'lerde, ticari kullanıcılar TTnet omurgası üzerinden internet erişimini almışlar, bilimsel niteliğe sahip kuruluşlar ise Ulaknet üzerinden erişimin gerçekleştirmişlerdir. Bu oluşumlar arasında yüksek hızlı bağlantı da mevcut bulunmaktadır (Arısoy, 2009: 57). İnternet ile yeni öğrenme biçimleri ortaya

çıkılmaktadır. Bireyler; bağımsız, öz yönelimli öğrenme becerilerini internet aracılığı ile geliştirmektedirler. Değişik kaynaklardan sunulan bilgi kaynağı ile zengin bir öğrenme ortamı oluşmaktadır. Böylece çok yönlü öğrenmeleri gerçekleştirmek mümkün hale gelir (Akınoğlu, 2002: 11).

Öğrencilerin akademik başarılarına, psikolojik açıdan iyi hissetmelerine, sosyal yönden uyumlu ve olumlu iletişim becerileriyle birlikte tüm gelişim alanlarına etki eden öğretmenler; günümüz bilgi çağının gerekleri ile uyumlu bir eğitim sisteminin oluşturulmasında etkin rol almaktadır. Bilgi çağının gereklerinden olan internet ile zengin öğrenme ortamının sağlanmasıyla nitelikli öğrencilerin yetiştirilmesi mümkün olabilecektir (Çiçek, 2016: 17). İnternetin aşırı kullanımının ise, bireylerde yaşam doyumunun düşük oluşuna, heyecan arayışının ve riskli internet davranışlarının ortaya çıkmasına zemin hazırladığı düşünülmektedir (İnaltekin, 2017: 35).

**Tablo 2. 3. 2. 2017-2018 Yılları Arası Türkiye ve İstanbul'da Cinsiyete göre Bireylerin İnternet Kullanım Oranının Yüzdeler Değerleri (%)**

Ülke, Şehir	Toplam		Erkek		Kadın	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018
<b>Türkiye</b>	66,8	72,9	75,1	80,4	58,7	65,5
<b>İstanbul</b>	78,6	84,0	84,6	88,6	72,3	79,2

TÜİK, Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2017-2018

TÜİK verilerinde görüldüğü gibi, erkeklerin internet kullanım oranları kadınlardan daha fazladır.

**Tablo 2. 3. 3. 2017-2018 Yılları Arası Yaş Ve Cinsiyete Göre Bilgisayar Ve İnternet Kullanım Oranları**

	Yıl	Yaş grubu		
		16 – 24		
		Toplam	Erkek	Kadın
<b>Bilgisayar</b>	2017	68,0	76,1	59,7
	2018	68,2	75,1	61,0
<b>İnternet</b>	2017	87,2	91,5	82,9
	2018	90,7	94,7	86,5

TÜİK, Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2017-2018

TÜİK verilerinde 16-24 yaş aralığındaki erkek bireylerin daha çok internet kullandıkları görülmektedir.

**Tablo 2. 3. 4. 2018 Yılı İnternet Kullanan Bireylerin İnterneti Kişisel Kullanma Amaçlarının Yüzdeler Değerleri (%)**

Amaçlar	Toplam	Erkek	Kadın
E-Posta iletme –alma	44,8	51,1	37,1
Sosyal medya üzerinde profil oluşturmak, mesaj göndermek, fotoğraf vb. paylaşımlarda bulunma	84,1	86,9	80,7
Mal ve hizmetler hakkında bilgi arama	67,8	71,5	63,3
Müzik dinlemek (Web radyosu dahil)	61,4	62,2	60,5
İnternet üzerinden TV izleme	40,0	40,8	39,1
Ücretli video izleme	4,4	5,1	3,6
Paylaşım sitelerinden video izleme	78,1	80,0	75,9
Oyun oynama ya da indirme	35,3	40,3	29,3
Sağlıkla ilgili bilgi arama	68,8	65,0	73,5
Web sitesi üzerinden bir doktordan randevu alma	34,7	34,7	34,8
Mal veya hizmet satışı	21,3	24,9	17,0
İnternet bankacılığı	39,5	49,8	27,0

TÜİK, Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2018

TÜİK verilerinde kadın ve erkeklerde en yüksek oran; sosyal medya üzerinde profil oluşturmak, mesaj göndermek, fotoğraf vb. paylaşımlarda bulunma amacı (%86,9 ile 80,7) olarak görülmektedir.

#### **2. 4. Sosyal Medyanın Tanımı**

Bilim ve iletişim teknolojisi her geçen gün hızla gelişmiş, gelişmeye de devam etmektedir. Böylelikle internet, günden güne günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Sosyal medyada kullanıcılar, çeşitli profiller oluşturarak her kültürden birçok insanla iletişime geçerek, günlük yaşamda kullandıkları jest ve mimikleri, duygu ve hislerini sanal ortamdaki çeşitli simgelerle ifade etmekte ve bu iletişim şekliyle, kullanıcılar günlük yaşam dışında da sosyal medya kullanarak kendilerine sosyal bir çevre oluşturmaktadırlar. İnternette sosyal iletişim kurulan bu ortamlar “sosyal ağ” olarak tanımlanmaktadır. Sosyal Medya web siteleri genel olarak, kullanıcıların kendi oluşturdukları profillerini başka kullanıcılarla paylaşımda bulunabilecekleri sanal ortam olarak tanımlanmaktadır (Düşünceli, 2016: 11).

Sosyal medya, kullanıcılarına kendi bağlantı listelerini oluşturmalarına, birbirleri arasında iletişim kurmalarına, kendi profillerini oluşturmalarına, bilgilerini

paylaşmalarına olanak sağlayan web tabanlı bir platformdur (Uluç ve Yarcı, 2017: 89).

Sosyal medya; farklı görüş, düşünce, deneyim ve her konudaki bilginin, sosyal medya sitelerince paylaşımına imkan sağlayan bir uygulama alanıdır diyebiliriz. Sosyal medyanın özgün olmasını sağlayan en önemli şey; sosyal medya içeriğinin kişinin kendisinin oluşturabilmesi, yorum yapabilmesi ve kendi bilgi aktarımında bulunabilmesidir. Sosyal medya için, çeşitli paylaşımların yapıldığı ve birçok çeşitli fırsatların sunulduğu en yeni fikirlerden biri olduğunu söylemek mümkündür (Solmaz, 2013: 25).

Günümüzde birçok kültürden ve her yaş grubundan oluşan bireylerin isteklerine yanıt veren sosyal medyanın kullanım sıklığı artarak bir alışkanlık haline gelmiştir. Yeni iletişim ortamlarının oluşması ile her kesimden ve her yaş grubundan bireyin iletişim teknolojilerine olan ilgideki artış, sosyal medyanın gücünü her geçen gün daha da artmasına neden olmakta ve sosyalleşme kavramının da değişmesine neden olmaktadır. Sosyal medyanın, sürekli güncellenebiliyor olma özelliği, birden çok kişi ile kullanılması ve paylaşımında bulunma imkanı tanıyor olması vb. sosyal medyayı açısından ideal bir oluşum yapmaktadır. İnsanlar sosyal medyada; yaşadıklarını, günlük düşüncelerini, deneyimlerini yazmakta ve bunlar üzerine tartışabilmektedirler (Bat ve Vural, 2010: 3349).

Ayrıca katılımcılar yeni fikirlerini ortaya koyabilmekte, katılımcıyı cesaretlendirmektedir. Bunların yanında katılımcılar iş arayabilmekte-bulabilmekte, sıkılmadan kendi ilgi alanları doğrultusunda hobiler edinebilmekte, kendilerini geliştirebilmektedirler. Politik değerlerini, ilgili oldukları favori şovları izleyebilmekte ve paylaşabilmektedir. Bu durum gün geçtikçe hızla artarak dikkatleri bu alana çekmektedir. Böylelikle yenilenen sanal dünyaya yeni bir kavramsal çerçeve çizilmeye başlanmıştır (Solmaz, 2013: 25).

Bireyler gerçek yaşamdaki sosyal ilişkilerini web 2.0 teknolojilerini kullanılmaya başlayarak sanal ortamlara başka bir ifadeyle sosyal medyaya aktarmaya başlamışlardır. Sosyal medya mesafelerden bağımsız olarak, hiç tanımadığımız kişilerle anlık iletişim kurmamızı sağlayan önemli bir güç haline gelmiştir (Günaydın, 2017: 14).



Sosyal medya zaman ve mekân sınırlamasının olmadığı, çeşitli paylaşımların yapıldığı, yorum yapma imkanı sağlayan insanî iletişim şekillerinden biri olarak tanımlanmaktadır. Bireyler hayatta yaşadıkları olayları ve tecrübelerini paylaşabildikleri bir ortama sahiptir. Sosyal medya en genel anlamıyla, bireylerin internet ortamı içerisinde yaptıkları paylaşımlar ve diyaloglardır (Bat ve Vural, 2010: 3349).

## **2. 5. Sosyal Medyanın Tarihçesi**

Sosyal medyanın tarihi 1978 yılına dayanmaktadır. W. Christensen ve R. Suess adlı teknoloji tutkunları, BBS adlı bir yazılım vasıtasıyla arkadaşlar arasında iletişim sağlamayı başarmışlardır. Daha sonraları ise MIRC ve ICQ adında arkadaşlık siteleri oluşturulmuştur (Aksak, 2017: 22).

Sosyal ağ sitelerinin tarihine bakıldığında çok eski olmadığı görülmektedir. İlk sosyal ağ sitesi 1997 yılında kullanıma açılmıştır. Bu SixDegrees.com sitesidir. Bu site kullanıcılarına profillerini oluşturmalarına başka kişilerle bağlantı kurmalarına, arkadaş listesi oluşturmalarına, birbirleriyle mesajlaşmalarına imkan veren bir sosyal ağ sitesi şeklinde açılmıştır ve popüler hale gelmiştir. Ancak 2001 yılında kapanmıştır. Bugün LinkedIn, Facebook, Friendster gibi sitelere temel oluşturmuştur, Friendster 2002 yılında kullanıma açılmıştır, çok kısa bir süre içinde 3 milyon kullanıcıya ulaşmıştır. Kullanıcılara çevrimiçi içerik paylaşmalarına imkan vererek, bağlantılarını sürdürmelerine yardımcı olmakta, yeni etkinlik, hobiler ve müzik gruplarını tanımalarına imkan vererek, kullanıcılara profillerinde ve kendi ağlarında fotoğraf, video ve mesaj paylaşmalarını sağlamaktadır. Bu platform profil güncellemeleriyle, kişileri yakın yerlerde oturanlar, okuyanlar olarak uyarmaktadır (Yaşar, 2015: 4).

2003 yılından itibaren sosyal medya sitelerine çok fazla ilgi gösterilmiş, bu ilgi neticesinde birbirine benzer birçok sosyal medya sitesi kurulmuştur. Bunlardan bazıları; Yahoo!360, Youtube, Twitter'dır. Twitter ve Facebook en çok bilinen ve kullanıcı sayısı en çok olan sosyal ağ sitesi olmuştur (Solmaz, 2013: 25).

Twitter; 2006 yılında hizmete girmiştir. Kullanıcılarına 140 karakter kullanarak mesajlar göndermesine imkan vermektedir Bu mesaja tweet adı verilmektedir.

Twitter kullanımı hızlı bir şekilde yaygınlık kazanmıştır (Bayraktutan ve Ark., 2014: 68).

Facebook 2004 yılında kurulmuştur ve günümüzün en popüler sosyal ağ sitelerinden biridir. Kurucusu olan Mark Zuckerberg, Harvard Üniversitesi bilgisayar bilimleri öğrencisidir. Bu yazılım, öncelikle sadece Harvard Üniversitesi öğrencilerinin kullanması için oluşturulmuştu. Daha sonraları ABD'deki tüm üniversitelerin kullanımına açılmıştır. Sosyal ağlar içerisinde en çok kullanılan Facebook, daha çok gençler tarafından kullanılmaktadır (Albayrak ve İşman, 2014: 130).

2006 yılında ise tüm kullanıcılara Facebook açılmıştır. Kullanıcılar e-posta adreslerini kullanarak siteyi kullanma imkanı bulmuşlardır Facebook kullanımı sosyal etkileşim üzerinde oldukça etkilidir. Bireylerin kişilerarası yakınlık ihtiyaçlarının birçoğunu karşılamaktadır. Ancak bireyleri gerçek, yüz yüze iletişimden uzak tutmaktadır (Yaşar, 2015: 6).

Kişisel profil sayfasından oluşan Facebook'ta kullanıcıların bilgileri ve kurduğu arkadaşlıkların listesi bulunmaktadır. Facebook kullanıcıları sosyal gruplara katılmakta, bu ağı kullanan diğer insanlara mesaj atabilmekte, kişisel internet sitelerini ekleyebilmekte; fotoğraf, video, durum ve mesajlar paylaşabilmektedirler. Facebook'ta arkadaşlık için kişi öncelikle herhangi bir kullanıcıyı davet etmeli ve karşı taraftaki kişinin de bu daveti onaylaması gerekmektedir. Kullanıcılar bu sayede eklediği kişinin profilinde yer alan paylaşımları görebilmekte, mesajlaşabilmekte, iletişim kurabilmektedir (Düşünceli, 2016: 15).

Kısaca günümüz modern sosyal medya; popüler hale gelmiş platformlarında kullanıcı sayısında önemli bir artış yaşamış, yeni sosyal medya siteleri kurulmuş, çok sayıda üye bu sitelere katılmıştır. Kısa sürede popüler hale gelerek hızlı bir ilerleme yaşanmıştır.

## **2. 6. Sosyal Medya Özellikleri**

Sosyal medya, çok hızlı bir şekilde birçok kullanıcıya sahip olmuş ve her geçen gün büyümeye devam etmiştir. Bunun sebeplerinden biri de kullanıcıya özgü özelleşebilme özelliğinin olmasıdır. Popülerliğin bir diğer nedeni ise, her yaştan

bireye zaman sınırlaması olmadan hizmet verebiliyor olması ve bireylerin istedikleri zaman birbirleriyle bağlantı kurabiliyor olmasıdır (Atalay, 2014: 24).

Sosyal medyayı bazı ana başlıklar altında değerlendirerek özelliklerinden bahsedecek olursak; ilk olarak **katılımcılar** ana başlığını ele aldığımızda şu açıklamaları yapmak mümkündür. Sosyal medya kullanıcılarını cesaretlendirmekte ve katılımcılardan geri bildirim almaktadır. **Açıklık**; sosyal medya platformu, her yaştan kullanıcıya açık bulunmaktadır ve bu platformlar, yorum yapma ve bilgi paylaşımında bulunma yani kendine özgü özelleşebilme gibi konularda kullanıcıları cesaretlendirmektedir. Bilgiye ulaşım, içeriğe erişim engeli ve zaman sınırlaması çok fazla bulunmamaktadır (Aksak, 2017: 23). **Konuşma** özelliği ise; sosyal medya geleneksel medyadan farklı olarak, iki yönlü konuşmaya imkan vermektedir. Geleneksel medyada içerik aktarımı söz konusuysen, sosyal medya da iki yönlü konuşma vardır. **Toplum** özelliği ile çok çabuk ve etkili bir şekilde ilgili toplulukları şekillendirip oluşturabilme özelliğine sahiptir. Topluluklarda bu hızlı ve etkili oluşum sayesinde kendi ilgileri doğrultusunda fotoğraf, video, yazı gibi paylaşımları yapabilmektedirler. **Bağlantılılık** özelliği ile diğer sitelerle, çeşitli araştırmalarla ve bireylerin ilgi duydukları herhangi bir konuda link vererek bağlantı kurulmasına olanak sağlamaktadır. **Kalıcılık** özelliğine bakıldığında, sosyal medya platformlarında yer alan paylaşımlar, fotoğraflar, videolar, yazılar, bilgiler uzun süre platformda kalmakta ya da birey yeniden düzenlemeyle değişiklik yapabilmektedir. Ayrıca sosyal medya araçları herkes tarafından sıfır maliyetle kullanılabilmekte, herkes üretim ve paylaşımında bulunabilmektedir (Bat, 2010: 3352).

Bu özelliklerin yanında sosyal medya, ucuz ve kolay olma, zaman ve mekan sınırlamasının olmaması gibi özelliklere sahiptir. Bu özellikler bireylerin sosyal etkileşimlerini güçlendirebileceği gibi yüz yüze etkileşimin azalmasına bağlı olarak, sosyal etkileşimi zayıflatan bir yönünden bahsetmekte mümkündür (Düşünceli, 2016, s. 14). Sosyal medyanın diğer bir önemli özelliği ise, herkese açık olan ve kişiye özgü bilgiler içeren benzeri olmayan sayfalardan oluşan arkadaşlık profillerinin yer aldığı siteler olmasıdır (Atalay, 2014: 25).

## 2. 7. Sosyal Medya Çeşitleri

Aşağıda popüler olan bazı sosyal medya uygulamaları tanımlanarak açıklama yapılmıştır.

### **2. 7. 1. Facebook**

En çok kullanılan sosyal ağ siteleri arasında yer alan Facebook, Mark Zuckerberg tarafından 2004 yılında kurulmuştur. İlk olarak sadece Harvard öğrencilerine açılmış, sadece Harvard Üniversitesi mailine sahip olan kullanıcılar siteye kaydolmuşlardır. Daha sonra ise kullanıcı sayısı genişletilerek ABD'deki tüm üniversite öğrencilerine açılmıştır. 2006 yılında ise e-posta adreslerini kullanarak tüm kullanıcılar Facebook sitesini kullanmaya başlamışlardır. Facebook'ta kullanıcılar profil oluşturmak için ad-soyad, cinsiyet, doğum tarihi ve e-posta bilgilerini girerek siteye kaydolmakta, kişisel bilgilerini, fotoğraflarını paylaşabilmekte, farklı arkadaş gruplarına katılabilmektedir (Yaşar, 2015: 4).

Facebook; fotoğraflar, video, ses dosyaları ve bloglar gibi çeşitli türde kişisel bilgi profilleri oluşturarak arkadaşlarınızı, meslektaşlarınızı bu profillere erişmeye davet etmek, e-posta göndermek ve kullanıcılar arasında anlık mesajlaşma ile bilgiler paylaşarak kullanıcılar arasında bağlantı kurmasını sağlar (Aifan, 2010: 59).

Kullanıcıların Facebook'u yüksek oranda tercih etmelerinin bazı sebepleri vardır. Bunların başında çoklu ortamlarda zengin çeşitlilik sunması, kolay bir şekilde paylaşım yapma imkânı sağlaması, geniş topluluklarla iletişim kurabilmesi, çevrimiçi ve çevrimdışı mobil cihazlarda destek sağlayan sohbet imkânı sağlaması ve görselliğin olması sayılabilir (Albayrak ve İşman, 2014: 130).

Facebook kullanıcılar tarafından kullanımı kültürler arasında farklılık göstermektedir. Örneğin, Fransa'da öğrenciler arkadaşları ile irtibat halinde olmak için kullanılmaktalar, eğlence içeren uygulamaları ve gruplara üyelikleri tercih etmemektedirler. Japon gençler Facebook'u "güvenli" bulmadıkları için tercih etmemektedirler (Şener, 2009: 33).

Facebook ile dünyanın dört bir yanından farklı bilgilere sahip olan bireyler, farklı konulardaki fikirlerini belirtirken, hem geçmiş yaşantılarını hem de yakın çevresiyle ilişkilendirmeye girip farklı bakış açılarının yer aldığı yeni fikirlerden yararlanmış olmaktadır (Siyambaş, 2015: 16).

Facebook kullanan gençler, genellikle antisosyal, içe dönük olma eğilimi gibi psikolojik bozukluklarının belirtilerini göstermektedirler. Günlük sosyal medyanın aşırı kullanımının tüm çocuklar, ergenler ve gençlerin sağlığını olumsuz etki ederek depresyon, kaygı ve diğer psikolojik bozukluklara neden olmaktadır (Moseley, 2012: 14).

Facebook'ta kullanıcılar; yaşadıkları yer, kişisel ilgi alanları, ek iletişim bilgileri, eğitim ve mesleki hayatları ile ilgili bilgilerde eklemeler yaparak bilgilerini güncelleyebilmektedirler. Duvarlarında video, fotoğraf vb. gönderileri paylaşabilmekte, kullanıcılar birbirlerine direkt mesaj göndererek çevrimiçi sohbet edebilmektedirler. Kullanıcılar oluşturdukları bu profil ile yeni arkadaş ekleyebilir, arkadaşlıktan çıkarabilir, arkadaşlarının duvarlarında gönderiler yayınlayabilir, paylaşımlarına yorum yapabilir, beğenebilir ve birbirlerinin profillerini görüntüleyerek arkadaşları ile olan ortak ilgi alanlarını, hobilerini, müzik zevklerini, ilişki durumları ile ilgili çeşitli konularda bilgi sahibi olabilmektedirler. Facebook kullanımının sosyal etkileşim üzerinde birçok etkileri vardır. Facebook bireylerin kişilerarası yakınlık ihtiyaçlarından birçoğunu karşıladığı görülmektedir. Ancak bireyleri gerçek yüz yüze etkileşimden uzaklaştırmaktadır (Yaşar, 2015: 5).

## **2. 7. 2. Twitter**

Williams ve Dorsey tarafından geliştirilen Twitter 2006 yılında kurulmuş sosyal ağ sitesidir. Her geçen gün daha popüler hale gelmektedir. Twitter başlangıçta 140 karakterden oluşmuştur, bugün yeni güncellemesiyle birlikte bu özelliğini 280 karaktere çıkarmıştır. Twitter, başkalarının mesajlarının okunabildiği bir mikro-blog servisi özelliği olması ile İnternet dünyasının SMS'i olarak anılmaya başlamıştır (Ayan, 2013: 13).

Kullanıcılar Twitter'a akıllı telefonlar üzerinde çalışan harici uygulamalar sayesinde çok daha kolay bir şekilde erişebilmektedir. Bu durum Twitter'ın kendi tanımlamasını oluşturmasında da önemli bir etken oluşturmuştur. Kullanıcılarına 140 karaktere kadar metinler yazmalarına imkân sunmaktadır. Bu kısa mesajlara tweet denmektedir. Mesajlarda resim ve videolar, linkler (bağlantılar) eklenebilmekte, takipçilerle paylaşım yapılabilmektedir. Kullanıcılar, takip ettikleri Twitter hesabından ilgileri doğrultusunda hoşuna giden tweetleri kendi sayfalarında tekrar

yayınlayabilmektedirler. Kullanıcı sayfasında yer alan mesaj sıralaması, en yeniden eskiye doğru yer almaktadır ve oluşturulan mesajlar takipçiler tarafından anında okunabilmektedir. Takipçi kendisi için önem arz eden konular hakkında daha fazla bilgiye ulaşılabilme imkanına sahiptir. Ayrıca Twitter kullanıcıları hesaplarını kişiselleştirilebilmekte veya kurumsallaştırılabilmektedir (Köktürk, 2013: 11).

### **2. 7. 3. Youtube**

YouTube 2005 yılı Şubat ayında Chad Hurley ve Steve Chen isimli iki genç tarafından kurulmuştur. 9 Ekim 2006 tarihinde Google tarafından YouTube sitesi satın alınmıştır. Çalışma prensipleri Google tarafından düzenlenmiş, daha uygun bir site haline getirilmiş olan Youtube, daha çok kişiye ulaşmış ve tanınmış oldu. Kullanıcı etkileşimi sağlaması ve kullanıcı merkezli olması nedeniyle sosyal ağ kapsamındadır ve milyonlarca video yükleme imkanıyla video paylaşım sitelerinin en büyüğü ve ilki olmaktadır. İngilizce adıyla “broadcast yourself” yani “kendini yayımla” sloganıyla ortaya çıkmıştır. Youtube bugün dünyada en çok tıklanma özelliğine sahip, kişilerin veya kurumların yaşantılarından kesit ve aktiviteleri yayımlamak için kurulmuş bir içerik topluluğu paylaşım sitesi olarak bilinmektedir (Atalay, 2014: 34).

Video paylaşım platformu olan Youtube canlı yayın uygulamalarındandır. Youtube’ a video yükleyebilmek veya canlı yayın yapabilmek için internet tarayıcısından Youtube sitesine girip, Google hesabınızla oturum açmanız gerekmektedir. Yayın sırasında herhangi bir süre sınırlaması yoktur ve kullanıcılara yorum yapma imkanı sağlamaktadır (Yılmaz, 2017: 131).

Ayrıca Youtube; değişik hizmetler sunarak popüler olmayı başarmış bir sosyal ağ sitesidir. Başka siteler için paylaşılması zor olan büyük boyuttaki videoların Youtube’ a yüklemek çok daha kolaydır. Günümüzde gerek akıllı telefonlardan, gerek web ortamından, gerek web siteleri ya da e-mail yoluyla Youtube’ a video ya da klip yükleme işlemi yapmak çok kolay hale gelmiştir (Aksak, 2017: 36).

Kısaca teknolojinin gelişmesi ile birlikte internet kullanıcıları fotoğraf ve videolarını bilgisayarlarda saklamaya ve internette paylaşımında bulunmaya başlamışlardır. Ayrıca başkalarına ait fotoğraf ve videoları da beğenme ve etiketleme imkanı elde

etmişlerdir. Youtube en yaygın olarak kullanılan içerik paylaşım sitesidir (Öztürk, 2015: 8).

#### 2. 7. 4. Instagram

IOS için 5 Ekim 2010 tarihinde Mike Krieger ve Kevin Systrom tarafından ücretsiz bir uygulama olarak kurulmuştur. 2 yıl sonra android işletim sistemine sahip telefonlar için de kullanılabilir hale getirilmiştir. Uygulama başlangıçta içerisinde 11 fotoğraf filtresi bulundurmaktaydı. Bugün 40 fotoğraf filtresiyle, çekilen fotoğrafları daha farklı ve kullanıcının beğenisine göre daha güzel bir duruma getirmektedir. Ayrıca kullanıcılar paylaştıkları fotoğrafları diğer platformlarda da (Twitter, Facebook vb.) anında, kolay ve çabuk bir şekilde paylaşma imkanı bulmaktadır. Bu yönüyle uygulama kısa sürede popüler hale gelmiştir. Yapılan paylaşımlara yorumlar yapılabilmektedir. Kısa zamanda geniş kitleler tarafından kullanılmış ve diğer kullanıcılara önerilmiştir (Kırcaburun, 2017: 16).

Sosyal medya insanların sosyalleşme, bilgilenme, iletişim kurma, vakit geçirme gibi isteklerine en hızlı bir şekilde cevap veren, sosyal içerikli web siteleri arasında yer almaktadır ( Sarıyer ve Zümrüt, 2017: 4).

Instagram'daki bu hızlı yükseliş ve artan popülerite dünyanın en büyük sosyal ağ platformu Facebook'un sahibi Mark Zuckerberg'in dikkatini çekmiştir. Sonraki süreçte Android işletim sistemine sahip telefonlar için de kullanıma sunulan Instagram, çok önemli bir gelişmeyle 1 milyar dolara Facebook'a satılmıştır. Diğer uygulamalarda farklı birçok özelliğe odaklanmak gerekmektedir Instagram uygulamasında ise sadece tek bir ana özellik vardır. Bu da oldukça basit olan fotoğraf paylaşma ve paylaşılan fotoğrafları görme özelliğidir. Ayrıca bu uygulama başkalarının profillerini takip etme, başkaları tarafından takip edilme, takipçileri çıkarma, fotoğraf, video yükleme, başkaları tarafından yüklenen fotoğraf ve videoları beğenme, onlar hakkında yorum yapabilme imkanları sağlamaktadır. Instagram'da yer alan birkaç önemli özelliği sıralayacak olursak; **Fotoğraf Paylaşımı**, uygulamada yer alan filtreleri kullanarak takipçiler ile istenilen fotoğrafın anında paylaşılması. **Direkt Mesaj**, uygulamada yer alan kişi listesindeki kişilerle, özel olarak mesaj gönderilmesi. **Canlı Yayın**, 1 saatlik bir süre ile sınırlanan canlı yayın açabilme ve takipçilerle anlık etkileşime geçebilme özelliği. **Hikayeler (Stories)**, 24 saatlik bir

süre sınırlaması vardır. Bu süre içinde fotoğrafların ve videoların paylaşılması. Paylaşılan hikayelerde yer bildirim, emoji ya da yazının eklenebilir özellikte olması. **Etiket (#)**, bireyler (#) etiketleriyle ilgi alanlarına yönelik paylaşımları görebilmektedir. Yapılan paylaşımlara aynı etiket eklenerek (en fazla 30 # ekleme) takipte olmayan Instagram kullanıcılarına da paylaşımlarınızı görme imkanı veren bir özellik yer almaktadır (Kırcaburun, 2017: 16-18).

### **2. 7. 5. Snapchat**

Kullanıcıların birbirleriyle fotoğraf paylaşımı ile mesajlaşmalarını sağlayan Snapchat Eylül 2011 tarihinde kurulmuş sosyal bir platformdur. İlk olarak Stanford Üniversitesi'nde Evan Spiegel tarafından kurulmuştur. Uygulama üzerinden gönderilen fotoğraflar ve videolara "snaps" adı verilmiştir. Uygulama doğrudan kameraya açılmaktadır. Bu özelliği nedeniyle Snapchat uygulaması kendini "Küçük anları sevdiğimizle paylaşmanın en hızlı yolu" olarak tanımlamaktadır. İlk olarak, belirli bir süre görüldükten sonra kendi kendini otomatik olarak silen fotoğraf paylaşım uygulaması olarak ortaya çıkmıştır. Uygulama sonraki yıllarda yeni özellikler ekleyerek kendini sürekli geliştirmeye devam etmektedir. Snapler yani gönderiler, gönderenin belirlediği bir süre kadar ancak görünebilme özelliğine sahiptir. Gönderilen snapların, 1 saniye ile 10 saniye arasındaki zaman sınırlamasını kullanıcılar istediği gibi ayarlayabilme imkanına sahiptir. Gönderilen fotoğraf veya videoların max. 10 sn sonra otomatik olarak siliniyor olması, Snapchat iletişim özelliği yönünden hem geçici, hem de sınırlı zamanda gösterilen içerikler ile oluşturulmuştur. Bu özelliği yönüyle Snapchat'in en çok gençler arasında kullanılmakta olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca bu uygulama gençlere kendi iletişim kültürlerini oluşturma imkanı sunmaktadır da denilebilir (Çapraz, 2017: 48).

### **2. 7. 6. WhatsApp**

Android işletim sistemine sahip ve diğer akıllı telefonlarda kullanılabilen mesajlaşma, video ya da ses kaydı gönderme, fotoğraf yollama, grup oluşturma ve gruba istenilen arkadaşları ekleme, çıkarma gibi özellikleri barındıran sosyal ağ uygulamalarından biridir. Mesaj yazabilmek için 3G ya da WiFi bağlantısı kullanılmaktadır. Telefon listenizde bulunan arkadaşları kullanan bu uygulama sayesinde, anlık sohbet yapılabilmektedir (Seviniş, 2017: 39).



Whatsapp ile anında mesajlaşma gerçekleştirilmektedir. Bu uygulama, iki ya da daha fazla kullanıcı sayısının olduğu, elektronik araçların kullanılmasıyla yazı veya ses tabanlı mesajların alınıp gönderildiği akıllı telefonlardaki mesajlaşma uygulaması olarak tanımlanmaktadır. İletişim özelliklerini sıralayacak olursak; internet ücreti haricinde başka gizli bir ücret alınmamakta, ayrıca uluslararası mesajlaşma ücreti de bulunmamaktadır. Messenger, SMS'e para vermeden çoklu medya (video, görüntü ve sesli notlar) mesaj alışverişini sağlayan mobil mesajlaşma uygulamalarından biridir. Bireylerin telefon listesindeki kişiler otomatik olarak görüntülenir. Çoklu medya iletişimi sağlar, grup sohbeti seçeneği sağlar, oturum açma kapatmaya gerek kalamadan uygulamaya ulaşmak mümkündür (Yazıcı, 2015: 1110). İnternetin açık olmadığı zamanlarda mesajlar depolanarak internet açıldığı anda gelen bildirimle mesajlar fark edilir (Atalay, 2014: 43).

## **2. 8. Sosyal Medyanın Etkileri**

Sosyal medyanın, gençlerin günlük yaşam düzeni içinde çokça yer aldığı ve gençlerimizin sosyal ve ahlaki gelişimini etkilediği bilinmektedir. Buradaki etkilenme boyutu ve şekli araştırmacılar, eğitimciler ve de ailelerin merak ettiği en önemli noktalardan biri olmuştur. Günümüzde internette vakit geçirmenin en önemli nedeninin sosyal etkileşim olduğu görülmektedir. Bireyler interneti; elektronik posta, tartışma, forum sayfaları ve sohbet odalarını kullanarak kendi aralarında bilgi alışverişinde bulunur, birbirlerini desteklerler ve muhabbet ederler. Sanal ortamlarda gerçekleşen bu sosyal ilişki gerçek sosyal baskının olmadığı fiziksel olmayan bir doğaya sahiptir. Yeni insanlarla karşılaşma olasılığının en rahat olduğu, kısa süreli olan ilişkilere sahiptir. Bireylerin hiç tanımadığı yabancılarla internet ortamında etkileşim halinde olması, kişiyi nasıl etkileyeceği bilinmeyen bir ortamdır. Sosyal medya, gerçek kimliğin saklanması, sanal bir kimlik oluşturulması, çeşitli yalanlarla karşılaşılması ve sözel istismar yapılabilecek bir ortam olması açısından zararlı etkilere sahiptir. 24 saat ulaşılabilirliğin olması, coğrafi sınırların olmaması, sanal ortamdaki kaygının az olması, eleştirinin olmaması ve ortam rahatlığı internetle olan bağımlılık yapma olasılığını arttıran zararlı etkenler olarak söylemek mümkündür (Tüzün, 2002: 48).

### **2. 8. 1. Bilgisayar Okuryazarlığı**

Toplum içinde çeşitli iş alanlarında hayat boyu öğrenmeyi gerçekleştiren, sürekli kendisini ve bilgisini yenileyen, üreten, yeni ortamlara uyum sağlayabilen, yenilikleri takip eden, bilinçli bir şekilde bilgiye erişebilen, ihtiyaç doğrultusunda bilgiyi doğru bir şekilde kullanabilen nitelikte bireylere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu nitelikler doğrultusundaki bireyleri yetiştirebilmek için eğitim süreci içerisinde öğretmenlerin en önemli yardımcısı bilgisayarlar ve internet olmaktadır. Artık eğitimde de bilgisayarı, teknolojiyi kullanmak önemli hale gelmiştir. Ancak eğitim öğretim etkinliklerinin daha etkin ve daha verimli gerçekleştirilebilmesi için öğrencilere bilgisayar okur yazarlığının kazandırılması gerekmektedir. Öğretmenler, öğrenci merkezli eğitim sürecinde öğrencilere öğrenmelerinde rehber olmaktadır. Hızla gelişen ve ilerleyen teknoloji çağında öğretmenler ve öğrenciler bu teknolojiyi, bilgisayarı, interneti doğru bir şekilde kullanabilmelidirler. Bilgisayar okuryazarlığı bu noktada önemli hale gelmektedir (Geçer ve Dağ, 2010: 20-44).

Bu noktada bilgisayar okuryazarlığı kavramlarının ne olduğunu açıklayabilmeliyiz. Bilgisayar okuryazarlığı kavramı; bilgisayarı genel anlamda kullanmanın dışında, bilgisayarın yapısı ile birlikte bilgisayarı toplum içinde günlük yaşamı kolaylaştırmak için kullanabilmek, gerekmektedir. Ayrıca bilgisayarı bilgi üretiminde, paylaşımında, bilgilerin öğrenilmesi ve etkin kullanılmasında bilgisayar okur yazarlığı gerekli olan bir kavramdır. Bilgisayarın eğitim ortamlarında etkin ve verimli kullanılması öğrenme-öğretme sürecini daha da zenginleştirecektir. Ancak eğitim öğretim etkinliklerinde bilgisayarın daha etkin ve verimli bir şekilde kullanılması için öğrencilere bilgisayar okur yazarlığının kazandırılması gerekmektedir (Akkoyunlu, 1996: 127-134).

## **2. 9. Ahlak**

Köken olarak, Arapça “hulk” kelimesinin çoğulu, Yunanca “ethos”, Latince “mos” kelimelerine dayanan Ahlak; Arapça’da tabiat, huy gibi manalara gelmektedir (Nalbant, 2017: 10).

Ahlâk terim olarak bakıldığında, bir toplum içinde insanlar tarafından benimsenmiş olan, insanların uyması gereken davranış şekilleri ve kültürel davranış kuralları şeklinde tanımlamak mümkündür. Ayrıca nefsi kötü hareketlerden arındıran, insanı iyi olana yönlendiren bir özelliğe de sahiptir (Uysal, 2010: 7).

Ahlak, deneyimlerimizle ortaya çıkan, keşfedilebilen ve davranışlarda kendini gösteren bir alan olarak tanımlanmaktadır (Türer, 2016: 18).

Günlük hayatta da yaygın olarak kullanılan ahlak kelimesi, bireylerin kişilik özelliklerini (huy) ifade etmede kullanılmaktadır. Bireylerde huy'un iyi olması durumu da, ahlaki olmayı, huy'un kötü olması durumu ise ahlaken zayıf olmayı ifade etmektedir (Eren, 2007: 297 ).

Hulk, insanın ruhundaki huy dediğimiz özel bir hal demektir. Ahlak özellikleri güzel ve çirkin huylar diye ikiye ayrılır (Bilmen, 2017: 77).

“Ahlak-ı hamide” ile “ahlak-ı hasene” iyi ahlak; “ahlak-ı zemime” ile “ahlak-ı seyyie” ise Arapçada kötü ahlak anlamında kullanılan farklı kelimelerdendir (Aktan, 2009: 39).

Güzel ahlakı ifade etmede ise Gazâli, “hüsnü'l huluk”, kötü ahlak için ise “sûü'l-huluk” terimlerini kullanmıştır. Gazali, bireydeki var olan güdülerin ve arzuların, değerler yolu ile neyi yapıp neyi yapmayacağını belirleyip dengelendiği zaman kişide güzel ahlakın ortaya çıktığını ifade eder. Ancak bu temel güdüler ve arzular kontrolsüz bırakıldıklarında ise insanda kötü ahlak ortaya çıkar. Güzel ahlak, yaşamın her yönünde etkili olduğundan ve kişinin güzel ahlaklı olabilmesi için eğitimin önemli olduğundan bahseder. Gazali güzel ahlaktan bahsederken, Hz. Muhammed (sav)'in zor şartlar altında olduğu zamanlarda dahi, ahlaki değerlerin en üst düzeydeki temsilcisi olduğunu ifade etmektedir ( Durakoğlu, 2014: 212).

Ahlak toplum içinde belirli kişi, grup veya topluluk için belirli bir yer ve belirli bir zaman diliminde geçerliliği olan değer yargılarımızın, örf ve adetlerin, normların ve toplumca kabul görmüş olunan kurallardan oluşan bir sistemdir (Yüksel, 2012: 46). Bu anlamda değerler, ahlak kuralları; bireyin yaşamına yön veren, tutum ve davranışlarını belirleyen kurallar bütünü olarak düşünüldüğünde, bireyin hayatını her yönüyle kuşatmaktadır (Bolat, 2016: 34).

Gander ve Gardiner, ahlakı farklı şekillerde ele almaktadır. Ahlakın bilişsel yönü, ahlakın davranışsal ve duygusal yönünden bahseder. Bireyler bilişsel anlamda yaşanan herhangi bir durum ya da olay karşısında yapılıp yapılmaması gereken davranışlar ne ise o konuda düşünüp fikir yürütürler. Bu akıl yürütmeler sonucunda

kavramlar, değer yargıları, tutum ve davranış şekilleri oluştururlar. İnsanlar duygusal anlamda, doğru ve yanlış olana ilişkin “duygulara” sahiptirler. Bireyin sahip olduğu bu duygu durumları, fikirleri ve hareketleriyle uyumlu olabilir veya olmayabilir. Bu bağlamda ahlâkî gelişimi, kişilik gelişimi ve düşüncenin gelişimi ile birlikte ele almak mümkündür (Akt. Akınal, 2013: 24).

Ahlak, toplumsal ilişki içerisindeki bireylerin davranışlarını idare eden mükemmel kurallar bilimidir. Toplum içindeki değer yargılarının, örf-adet ve normlardan, oluşan sistem bütününe incelemektedir. Ahlaki ölçütleri kullanarak ilişki içerisindeki bireyin davranışlarını olumlu ve olumsuz boyutlarıyla değerlendirmek mümkündür (Aktan, 2009: 51).

Kısaca ahlâk, insanın kendisine ve bütün canlılara karşı sorumluluklarını üstlenip gerçekleştirebilmesi için sahip olması gereken tüm pozitif özelliklerdir. Ahlak gelişimi, çevrenin etkisi ve bireyin ruhsal yapısının sonucunda oluşarak, kişideki ahlaki bilincin ana yapısını da oluşturmaktadır. Bireydeki vicdan ve toplumun normları doğrultusunda gelişen ahlaki bilinç sonucunda, bireyin duygu, davranış ve düşüncelerinde de bir takım değişimler meydana gelir. Ahlaki davranışlar toplumun ahlaki normları ile ilişkilidir. Sosyal bir varlık olan insan, davranışlarının çoğunu sosyal çevreden öğrenir bu nedenle ahlaki davranışlar psikoloji bilimi açısından önemlidir (Alkal, 2016: 9).

### **2. 9. 1. Ahlaki Gelişim**

Ahlâk gelişimi, kişinin toplumsal gelişimi ile ilgilidir, hatta bir yönden toplumsal gelişimin uzantısıdır. Aynı zamanda kişilik gelişimi ile de ilgilidir. İyi kötü, doğru-yanlış gibi değer yargıları toplumdan topluma değişir. Bunlar, kişiler üzerinde zorlayıcı etkiler yapar. Kişi buna göre davranışlarını düzenler. Davranışların toplumun uygun göreceği biçimde düzenlenmesi “ahlâk gelişimi” içinde incelenir. “Ahlâk gelişimi” böylelikle “değişen toplum” ile “değişen kişi” arasındaki etkileşimin bir sonucu olarak oluşur. Bu yüzden kişinin ahlâk gelişiminin diğer gelişimlere benzemeyen esnek bir görünüşü vardır (Uysal, 2010: 10).

Ahlaki gelişim, çocukların çevrelerindeki olaylar karşısında doğru ya da yanlış değerlendirmelerini yapabilmeleri için, kendi davranışlarını yönetmelerini sağlayan ilkeleri kazanmaları gerekmektedir. Bu kazanımların gerçekleştiği süreç ahlaki

gelişim süreci olarak tanımlanmaktadır (Yeşilkayalı, 2014: 17). Bir başka deyişle; bireylerin yaşanan olaylar karşısında doğru-yanlış ölçütlerini kullanarak ayırım yapabilme becerisini kazanma ve bireyleri toplum içerisinde uyulması gereken davranışlar bakımından daha etkin ve güçlü hale getiren “olgunlaşma süreci” olarak tanımlanır (Uysal, 2010: 11).

Bireyin içinde bulunduğu toplumun değer yargılarını benimseyerek çevresiyle uyum içerisinde olmasını sağlayan aynı zamanda bireyin kendi fikir ve değer yargılarını oluşturmasını amaç edinen bir süreçtir. Ahlaki gelişim süreci çevreden gelen tepkilerden de etkilenmektedir. Ayrıca çocuğun kendini gerçekleştirme süreci içerisinde nelerin iyi, nelerin kötü olduğunu anlaması konusunda kendince bir bilinç geliştirmesidir (Öztik, 2015: 3).

## **2. 9. 2. Ahlaki Gelişim Kuramları**

### **2. 9. 2. 1. Psikanalitik Kurama Göre Ahlak Gelişimi**

Sigmund Freud, psikanalitik kuramın öncülerinden olmuştur. Freud ahlak gelişimini açıklarken; bireydeki kişilik gelişimine benzeterek duygusal-güdüsel bir gelişim olduğunu ifade etmiştir. İd, ego, süperego arasındaki dengeden söz etmiştir. İd, insanın doğuştan sahip olduğu güdülerdir ve insanın sürekli olarak isteklerine doyum arar, haz ilkesine dayanır, cinsellik ve saldırganlık gibi dürtüleri de içerir. İd, kalıtım yoluyla aktarılır. Ego, id'in hangi isteklerinin karşılanıp karşılanmayacağına ilişkin karar mekanizmasıdır. Gerçekçilik ilkesine dayanır, bireyin çevresiyle olan etkileşimi sonucunda gelişir ve kişiliğin bilinçli yönünü temsil eder. Süper ego ise, kişiliğin en son gelişen, ödül ve ceza uygulamalarıyla pekiştirilen kısmıdır. 3-5 yaşları arasında görülen fallik dönemde süper ego gelişir ve bu durum ahlaki gelişim açısından da önemlidir. Fallik dönemde kız çocukları Electra karmaşası, erkek çocukları Oedipus karmaşası yaşarlar. Çocuklar karşı cins ebeveynine karşı aşırı düşkünlük yakınlık duygusu yaşamaktadırlar. Aynı cins ebeveynini de kendine rakip olarak görmektedir. Bu süreçte çocuk, yaşadığı karmaşaları çözümlenmekte böylece de süper ego gelişmektedir. Süper ego ve vicdan gelişimiyle çocuklar ahlaki kuralları da öğrenmektedirler. Freud'un, bu kuramında çocukların “kötü” kavramını 2 yaş ve öncesinde anladıkları ortaya çıkmıştır (Bakioğlu, 2013: 25).

### **2. 9. 2. 2. Davranışçı Kurama Göre Ahlak Gelişimi**

Ahlaki davranışlar koşullanma yolu ile ödül, ceza, pekiştirme, model olma ve taklit gibi öğrenme yoluyla kazanılabilmektedir. Bu kuram, ahlaki yargıların oluşmasında çevrenin etkisinden bahseder. Bireyin davranışı sonucunda ödüllendirilmesi yani pekiştirilmesi o davranışın “doğru”, cezalandırılması onaylanmaması o davranışın “yanlış” olarak değerlendirilmesi anlamına gelmektedir (Bakioğlu, 2013: 27).

### **2. 9. 2. 3. Sosyal Öğrenme Kuramına Göre Ahlak Gelişimi**

Sosyal öğrenme kuramcıları, bilişsel süreçlerin önemine vurgu yaparlar ve davranışların olası sonuçlara göre şekillendiğini ifade ederler. Birey sürekli çevresiyle etkileşim halindedir ve bu etkileşim, sosyal öğrenme açısından bireyin davranışlarını etkilemektedir, şekillendirmektedir. Aynı şekilde bireyin davranışlarının da çevreyi etkilediği belirtilmektedir. Görüldüğü üzere, davranışların çevresel olaylar tarafından şekillendiği, ödül-ceza ve pekiştirmenin etkili olduğu, duygu ve düşüncelerin göz ardı edildiği görülmektedir (Bilgin, 2017: 6).

### **2. 9. 2. 4. Bilişsel Gelişim Kuramına Göre Ahlak Gelişimi**

1896 yılında İsviçre’de doğan Jean Piaget, “Çocukta Ahlaki Yargı’nın Gelişimi” isimli çalışmasıyla çocuklarda ahlak gelişimi inceleyerek ahlaki yargıların zihinsel gelişimle paralellik gösterdiğini belirtmiştir. Bireydeki zihinsel gelişimin belli bir hiyerarşik sıra izlemesi gibi ahlak gelişimi de hiyerarşik bir süreç halindedir. Ayrıca bireydeki ahlak gelişimi son aşamaya kadar gelişmeyebilir. Piaget çocuk oyunlarının incelenmesine dayanarak kuramını oluşturmuştur. Çocuk oyunlarını gözlemleyerek, çocukların doğru ve yanlış gibi ahlak kuralları üzerinde nasıl akıl yürüttüğü ve bu kararların yaşa göre nasıl değiştiğini incelemiştir ve bu bilgilerin bize çocuğun ahlaki gelişimleri hakkında bilgi verdiğini savunmuştur. Piaget’e göre, çocuklar 7 yaşına kadar, oyunlarındaki kuralları gerçek anlamlarını kavramadan uygularlar. Kuralları diğer çocuklardan öğrendiği şekliyle taklit ederler, iki yaş civarında kural olmaksızın sadece oyun oynayan çocuklar, iki-altı yaş arasında kuralların farkına varırlar. Ancak, kuralların hangi amaçla konduğunu ya da neden kurallara uymak zorunda olduklarını anlayamazlar (Arı, 2005: 108).

Piaget, 7-10 yaş arasındaki çocuklar kurallara uymada sık sık tutarsızlık gösterebilirler de, kuralları kabul ederler, kuralların otorite figürü taşıyan bir yetişkin tarafından konulduğunu ve hiçbir şekilde değiştirilemeyeceğini düşünürler. Kuralları

sorgulamazlar, sıkı sıkıya uygulamakta titizlik gösterirler. Otoritenin söylediği iyi, kötü, yanlış, doğru olduğu gibi kabul edilir. Otoritenin koyduğu kurallara uyulmazsa cezalandırma söz konusudur. 10-12 yaşlarda çocuklar kuralları sorgulamaya başlarlar artık istenildiğinde kuralların değiştirilebileceği, yeniden düzenlenebileceği, bilincine ulaşırlar, farklı bakış açıları ile değerlendirme yapabilirler. Piaget'ye göre erken çocukluk döneminde kural kavramı henüz gelişmemiştir. Bu sebeple ahlaki gelişimden söz etmek mümkün olmamaktadır (Öztik, 2015: 7).

### **2. 9. 2. 5. Jean Piaget ve Ahlak Gelişimi İle İlgili Görüşleri**

Çocuklardaki ahlak gelişimi konusunda ilk araştırmacı olan Piaget; çocukların kuralları algılayış biçimlerini öğrenmeyi önemli görmüş ve çocukların ahlaki gelişiminin, bilişsel gelişim ile paralel olarak belli bir sıra izleyen gelişim dönemleri içinde ortaya çıktığını, bireye özgü olduğunu ve değişebilir özellikler gösterdiğini söylemektedir. Piaget'ye göre çocukların ahlaki yargıları iyi, kötü, doğru, yanlış gibi yargıları ve kuralları yorumlama biçimleri yaşa göre farklılıklar göstermektedir. Bireylerin hem bilişsel gelişimde hem de ahlak gelişiminde son basamağa kadar ulaşması beklenmemelidir (Megep, 2013: 9).

Piaget, ahlak gelişiminin 6 yaşına kadar başlamadığını belirtmiştir. Daha çok gözleme dayalı araştırmalarında, çocukların yargılama sistemlerinde meydana gelen değişmelere bağlı olarak, ahlaki gelişim dönemlerini belirlemeye çalışmıştır. Piaget'in araştırmalarında kullandığı hikayeler, çocuğun belli bir durumu değerlendirirken nasıl akıl yürüttüğünü ve yaşadığı ikilemleri nasıl çözdüğünü ortaya koyacak niteliktedir. Bu hikayelere verilen cevapların içeriklerinin analizi sonucunda "dışa bağlı dönem" ve "özerk dönem" olmak üzere iki ahlak gelişimi düzeyi belirlemiştir (Arı, 2005: 110).

#### ***a) Dışa Bağlı Dönem***

Piaget, yaşamın ilk iki yılını incelemiş ve bu dönemin motor ve bilişsel özellikleri kapsadığını ifade etmiştir. Çocuklar yaşamın ilk yıllarında anne babalarının söylemlerini emir olarak algırlarlar, kurallardaki ısrarcılığı fark ederler ve kurallara uyum gösterdiklerinde mutlu olurlar. Fakat ailelerin yapmış olduğu bu söylemler, çocukların bireyselleşmelerini ve ahlaki konular üzerinde özgün kararlar vermelerini engellemektedir. Daha net bir ifadeyle kuralların farkında olan çocuklar, kuralların

ne amaçla konulduğunu veya kuralla niçin uymak durumunda olduklarını anlamakta zorluk yaşarlar (Megep, 2015: 220).

Piaget, çocukların on bir yaşına kadar ahlaki yargılarını (iyi-kötü, doğru-yanlış gibi) dışı bağımlı olarak nitelemektedir. Otorite tarafından belirlenen kuralları bu dönem çocukları sorgulamadan kabul ederler. Piaget'e göre 2-7 yaş çocuklar kendinden büyük çocukları gözlem yaparlar ve taklit yoluyla kuralları öğrenirler. Ancak kuralların ne anlama geldiğinin farkına varmazlar. Çocuklar kuralları bilirler ancak ne amaçla ya da neden kurallara uymak zorunda olduklarını kavrayamazlar. Çocuklar kuralları kutsal kabul ederler, kurallar çok net değiştirilemez gerçeklerdir ve koşullar ne olursa olsun her durumda herkesin bu kurallara riayet etmesi gerektiği düşüncesi hakimdir. Çocuklar ahlaki yargı bakımından çevresiyle olan sosyal etkileşimleri sonucunda hareket etmektedirler. Kuralların ardındaki niyeti-nedeni anlayamazlar. Çocuklara göre otorite olarak gördüğü anne, baba veya öğretmenlerinin belirlediği kurallar doğru olarak kabul edilir (Arı, 2005: 110).

Çocuklar için bu dönemde yapılan davranışın ardındaki niyet-neden önemli değildir, ortaya çıkan fiziksel sonuçlar önem arz etmektedir. Ortaya çıkan zarar ne kadar büyük ise verilecek ceza da o kadar ağır olmalıdır. Örneğin, kıyafetindeki sökükle daha büyük olan çocuk daha fazla suçludur. Yanlışlıkla on bardağı kıran çocuk, bilerek bir bardak kıran çocuktan daha fazla suçludur. Burada çocuklar açısından önem arz eden durum gözlemlenen sonuçlar olmaktadır (Bacanlı, 2011: 108).

### ***b) Özerk Dönem***

Çocuklarda on birinci yaşlardan başlayarak hayatın sonuna kadar devam eder. Bu dönemde çocuklar yetişkinlerin etkisinden kurtulmaya başlarlar. Çocukların birbirleriyle etkileşim halinde olması, işbirliği ve paylaşım içerisinde olması, kurallara dair düşüncelerinin farklılaşmasına sebep olur, davranışın ortaya çıktığı şartlar dikkate alınmaya başlar ve bunun sonucunda ahlâk ilkeleri değişmeye ve esneklik göstermeye başlar (Uysal, 2010: 20).

Çocuklar on bir yaşından sonra, yaşanan olaylar karşısında farklı bakış açıları ile değerlendirme yapmaya, görecelik kazanmaya başlarlar. Davranış, iyi-kötü, doğru-yanlış olarak değerlendirilirken, davranışın ortaya çıktığı şartlar dikkate alınmaya başlanılır. Ahlaki yargıların ve kuralların uygulanışında esneklik gözlenir. Kuralların



işlevleri kavranmıştır, kurallar gerektiğinde değiştirilebilir veya kaldırılabilir. Ahlaki yargılarda bulunulurken, davranışın arkasındaki niyet veya durumun ortaya çıktığı şartlar dikkate alınır. Dolayısıyla durumla ilgili bireyin kendi yargıları, kendi değerleri, başkalarının değerlendirmelerinin önüne geçer (Arı, 2005: 110).

Bu dönemde, niyet davranışın sonucundan daha önemli hale gelir ve kurallar bireylerin vicdanları ile şekillenmeye başlar. Birey kurallara ceza almamak için değil kendisi istediği için uymaktadır (Yıldırım, 2014: 82).

### **2. 9. 2. 6. Kohlberg'e Göre Ahlak Gelişim Kuramı**

Kohlberg, kuramını şekillendirirken psikolog Jean Piaget'in kuramını incelemiş ve kendi kuramını oluşturmuştur. Her iki düşünürde, çocukların ve yetişkin bireylerin belirli durumlar karşısında davranışları nasıl yorumladıklarını incelemiştir. İsviçreli düşünür Piaget, bahsettiği öykülerde hareket ve düşünce arasında bir ayırmadan söz etmez. Kohlberg ise bireyin zihninde oluşan fikir ayrılıklarını anlamaya yönelik olarak bazı varsayıma dayanan öyküler anlatmaktadır. Burada çocukların ve yetişkin bireylerin ahlaki ikilemelerini içeren belli olaylar verilerek, bireylerin bu olaylara nasıl tepkide bulunacakları sorulmuştur. Bu çalışmalarda farklı yaş grupları ile birlikte sosyoekonomik düzeyleri değişiklik gösteren bireylerle çalışmıştır. Çalışma grubundaki bireylere farklı öyküler sunmuş ve bireylerden bu öykülerde yer alan durumlarla ilgili verdikleri kararları sormuştur. Bireyin verdiği kararın yanlış ya da doğru olması bir önem arz etmemektedir. Burada önemli olan şey bireylerin öyküde bahsedilen sorunu çözerken kullanmış oldukları gerçekler ve bireyin yapmış olduğu değerlendirmelerdir.

Kohlberg, "Niçin" sorusuna verilen mantıksal açıklamalar yoluyla, bireyin içinde bulunduğu ahlaki gelişim düzeyini belirlemeye çalışmıştır. Kohlberg, bireyin problem durumunda meydana getirdiği çözümler ve benzer durumlar için verdiği cevapları sınıflamış ve bireylerin üç farklı gelişim düzeyinden birinde olabileceğini ileri sürmüştür. Bu 3 ahlaki gelişim düzeyi 6 evreden oluşmaktadır. Gelişim düzeyindeki her bir dönem, kendinden önceki döneme dayanmaktadır. Ayrıca her bir dönem kendinden sonraki döneme temel oluşturacak özelliكتedir. Aşağıda 3 ahlaki gelişim düzeyi ve bu düzeyle ilgili evreler ele alınmıştır (Arı, 2005: 111).

## **Kohlberg'e göre ahlak gelişim düzeyleri:**

### **a) Gelenek Öncesi Dönem**

Bu düzeyin en temel özelliği otorite figüründeki yetişin tarafından konulan kurallara sorgulamadan bağlılık söz konusudur. Karşılıklı somut bireysel çıkarlar önemlidir. Güçlü olanın kazanacağı mantığı gelenek öncesi düzeyin en temel felsefi düşüncesidir ve bu düzeydeki çocuk, otorite figürü tarafından konulmuş, kültür içinde kabul edilmiş iyi ve kötü ölçütleri öğrenir, bu ölçütleri benimseyerek davranış geliştirir. Ahlaki davranışları fiziksel sonuçlara göre değerlendirir ( Arı, 2005: 108).

Birey bu dönemde davranışın doğru ya da yanlış olduğuna karar verirken, davranışın sonuçlarına ve yetişkinlerin bu davranışa gösterdikleri tepkiye bakarak değerlendirir (Nalbant, 2017, s. 20). Gelenek öncesi dönemin alt evresi olan **ceza ve itaat eğilimi**; çocuklar bu dönem içerisinde kuralları kendileri koymazlar, kurallar başkaları tarafından konur, çocuklar cezadan kaçınmak için otorite figürü olan yetişkine mutlak uyarlar. Belirlenen kurallar nasıl ise öyle davranmak gerekmektedir. Otoritenin istediği şekilde davranılmadığında yanlış davranış sergilenmiş olacaktır ve sonucunda ceza söz konusudur. Birey cezadan kaçınmak için kurallara ve otoriteye boyun eğer. Çocuklar için olayların arkasındaki neden-niyet önem arz etmez, bir olayın iyi veya kötü olması fiziksel sonuçlara bağlıdır. Örnek verilecek olunursa; bir çocuk annesine yardım ederken istemeden elindeki tabakları kırarsa. Diğer çocuk ise annesinin izni olmadan şekerlikten şeker almaya çalışırken şekerliği kırarsa. Bu iki durum çocuklara anlatılsa ve hangisinin suç işlediği sorulsa, tabakları kıran çocuğun daha suçlu olduğunu söyleyeceklerdir (Arı, 2005: 112).

Birey bu dönemde davranışın iyi ya da kötü olduğuna davranışın fiziksel sonuçlarına ve otorite olan yetişkinlerin bunu nasıl göreceğine bakarak karar vermektedir. Bir davranış sonucunda zararın büyüklüğüne göre cezalandırılma söz konusudur, ceza varise o davranış kötü, cezalandırılmıyorsa iyi davranıştır (Kardaş, 2013: 12). Gelenek öncesi dönemin diğer alt evresi **saf çıkarıcı eğilim**; çocuk kendi istek ve ihtiyaçlarını önemli görür. Kendi çıkarları her zaman daha önemlidir. Başkalarının gereksinimlerini dikkate alırken bile çıkarıcılık söz konusudur. Başkalarının gereksinimlerini düşünürken bile kendi gereksinimlerini ön planda tutarlar. Göze göz, dişe diş anlayışı hakimdir. Her şeyin karşılıklı olduğu düşüncesi vardır. “Eğer benim için birşey yaparsan, ben de senin için birşey yaparım” düşüncesi söz

konusudur. Birey kendi ihtiyaçları karşılandığı sürece kurallara uygun davranır. Burada bireydeki düşünce, bireysel çıkarlar ve ihtiyaçlar hangi doğrultudaysa, kişinin davranışları da o doğrultuda olmalıdır. Doğru olan davranış kişinin gereksinimlerini, ihtiyaçlarını karşılayan davranışlardır (Akınal, 2013: 37).

### ***b) Geleneksel Dönem***

Bu dönemdeki çocuklar, hem insanların beklentilerine hem genel toplumsal düzenin beklentilerine hem de kendileri ile özdeşleştirdikleri özel insanların beklentilerine uymak istemektedirler. Birey; aile, grup ve toplumun beklentilerini kendi doğruları olarak kabul ederler. Ancak bazen yer aldıkları grubun ihtiyaçlarını kendi ihtiyaçlarından önemli görürler ve grubun arzu ve istekleri doğrultusunda hareket ederler. Sadece toplumsal düzene uymak onlar için yeterli değildir, düzeni korumak, desteklemek sürdürmek de bir o kadar önemlidir. Bu dönemde benmerkezci düşünce yerine empatik düşünce hakimdir. Sosyal düzeni destekleme ve sadakat önemli hale gelir (Alkal, 2016: 16).

Geleneksel dönemin alt evresi **kişiler arası uyum**; benmerkeziliğin azaldığı bu dönemde çocuk, kendi yaşlılarıyla iş birliği içinde bulunarak içinde bulunduğu grubun kurallarına uygun davranışlarda bulunmaya başlar. İyi çocuk olmak, başkaları tarafından onay görmek önemlidir. Doğru davranış, iyi insan olmaktan geçer. Doğru davranış, başkalarına iyi davranmak, çevremizde bulunan bireylerin duygularını fark etmek, önemsemektir. Yaşam içerisinde bulunduğumuz rolleri iyi yapma eğilimi söz konusudur. Kabul gören davranışlarda bulunmanın, “iyi olmanın” sebepleri içerisinde, çevresinde önem verdiği insanların onayını almak, bu insanların gözünde önemli yerde olmaktır (Arı, 2005: 113).

Buradaki altın kural herkese iyilik etmektir, ancak buradaki asıl amaç; iyi insan olarak görünme çabasıdır (Çinemre, 2012: 30). Geleneksel dönemin diğer alt evresi **kanun ve düzen eğilimi**; kabul gören doğru olan davranış; otorite olan yetişkinin isteklerine uygun olarak kişinin beklenen görevleri yerine getirmesidir. Otoriteye uymak ve kurulu olan düzeni koruyup sürdürmek önemlidir. Birey için yaşlılarının belirlemiş olduğu kuralların yerini, toplum tarafından belirlenmiş olan kuralları kanunlar almıştır. Kanunlara mutlak uyulmalıdır. Kanunlara-kurallara aykırı davranışlar hoş görülmez ve asla onaylanmaz. Yetişkin bireylerin çoğunun bu

dönemde olduğu varsayılır, toplumsal düzeni korumak ve toplumun refahı doğrultusunda hareket etmek amacıyla kurallara mutlaka uyulmalıdır (Uysal, 2010: 31).

Dördüncü basamağın anahtar kelimesi vazifedir. Burada doğru olan davranış kurulu olan düzeni devam ettirmek, otoriteye saygı duymak ve kişinin kendi vazifesini yerine getirmesidir (Çinemre, 2012: 30).

### ***c) Gelenek Sonrası Dönem***

Burada birey, ahlak ilkelerini çevresinden ve otorite olan yetişkinden bağımsız bir şekilde seçmektedir. Ancak çok az kişi bu düzeye ulaşmaktadır. Birey toplumsal düzeni ve yasaları sorgulamaya başlar. Bu dönemdeki düşünce yapısında bireysel farklılıklar önemli görülür ve doğal karşılanır. Her bireyin kendi tercihlerini yapma hakkına sahip olduğu fikri hakimdir (Arı, 2005: 115). Gelenek sonrası dönemin alt evresi olan **sosyal sözleşme eğilimi**; bireyin temel hak ve özgürlükleri göz önünde bulundurularak bazı yasa ve kanunlar konulmuştur. Bireyin bunlara uyması çok önemli görülür. “Toplumsal kurallar ve değerler görecelidir” düşüncesi hakimdir. Kuralları eleştirel bir şekilde incelerler. Doğru bulduğu, temel hak ve değerlere, temel hukuk kurallarına grubun kurallarına ters düşse bile korumayı öngörür. Bu dönemde eşitlik ve özgürlük benzeri soyut kavramlar öne çıkmaktadır ve bireyin değer sisteminde önemli bir yer tutar. Zaten kanunlar ve kurallarda sosyal düzeni korumak, temel hak ve özgürlükleri güvence altında tutabilmek için gereklidir, toplumun ve bireylerin ihtiyaçlarına adil bir şekilde cevap vermelidir (Nalbant, 2017: 22). Gelenek sonrası dönemin diğer bir evresi **evrensel ahlak ilkeleri eğilimi**; bu aşama bireyin ulaşabileceği son nokta olarak kabul edilir. Kohlberg’e göre bu evreye ulaşmış bir kişi, yazılmış olan kural ve yasalardan bağımsız olarak, kendi seçip oluşturduğu evrensel ahlaki prensipleri kendine rehber edinmiştir. Birey bunlara uygun davranışlar sergiler (Arı, 2005: 115).

### **2. 9. 2. 7. Dewey’e Göre Ahlak Gelişim Kuramı**

John Dewey, ahlak gelişimi ve zihinsel gelişimi birlikte inceleyerek, bireydeki ahlak gelişimini bireyin eğitimi ile ilişkilendirerek ele almıştır. Bireydeki değer sisteminin almış olduğu eğitim yolu ile gelişebileceğini savunmuştur. Birey eğitim süreci içerisinde davranışsal anlamda gelişmekte ve ahlaki fikirler oluşturmaktadır. Böylece

bireyde ahlaki yargının temelleri atılmış olmaktadır. Dewey, ahlak gelişimini üç evreye ayırmıştır. Bunlar;

**Ahlak ve gelenek öncesi dönem:** bireydeki birincil dürtüler açlık, susuzluk gibi biyolojik dürtüler ile sevmek, sevilme gibi sosyal dürtülerle içsel anlamda güdülenen bireyin göstermiş olduğu davranışları içermektedir.

**Geleneksel dönem:** Bireyin, içinde yer aldığı toplumun, değerlerine, inançlarına sahip olduğu dönemdir.

**Özerk dönem:** Bu dönem içerisinde yer alan birey, davranışlarını kendi fikirleri ve karar verme süreci içerisinde oluşturur. Ayrıca içinde bulunduğu toplumun, grubun değerlerini eleştirel bakış açısıyla irdeleyerek benimseyip kabul eder (Arı, 2005: 108).

### **2. 9. 2. 8. Gilligan'a Göre Ahlak Gelişimi**

Gilligan 1982'de yayınladığı kitabında kadınların ve erkeklerin, iyi-kötü, doğru-yanlış gibi ahlaki ikilemler karşısında farklı yargılarla değerlendirmelerde bulduklarını ifade etmiş, cinsiyetin önemli bir faktör olduğunu belirtmiştir. Erkekler ahlaki yargıları içerisinde hakları ve kuralları temel almaktadır. Kadınlar, ise ahlaki yargıları içerisinde yakın ilişki ve şefkati temel almaktadır (Arı, 2005: 116).

Carol Gilligan, Kohlberg'in kuramında belirttiği gibi ahlak gelişiminde bir üst düzeye ulaşmanın önemli olmadığını, önemli olanın bireyde ahlak sevgisinin kazanılması olduğunu belirtmiştir ve psikolojik olarak ahlak sevgisinin ahlaklı olmanın üstünde bir değere sahip olduğunu vurgulamıştır. Ayrıca Kohlberg'in ahlak gelişim kuramındaki bazı eksik yönler üzerinde durarak ahlak gelişimini, şefkat-sevgi gibi kavramlar boyutunda ele almış ve cinsiyet farklılıklarına dikkat çekerek, Kohlberg'in özellikle erkeklerle çalışma yapmış olmasına tepki olarak yeni bir yaklaşım geliştirerek ahlaki gelişimi ele almıştır. Gilligan, Kohlberg'in kuramını dayandırdığı verileri erkek deneklerden elde ettiği ve erkeklerin tüm evreni temsil edemeyeceği gerçeğinden yola çıkarak bu kuramın kesin ve evrensel olmadığını savunmuştur. Bunun üzerine, kadınların ahlak gelişimini incelemiş ve kadınların ahlaki yargılarının erkeklerden farklı olduğunu ifade etmiştir. Erkeklerde ahlaki arayışın temelinde adalet, haklılık, kanunlar, kurallar olduğunu, kadınlarda ise

iletişimdeki özen, hisler ve ihtiyaçların önemli olduğunu belirtmiştir (Yeşilkayalı, 2014: 24).

## **2. 10. Ahlak ve Eğitim**

Bireyde var olan güzel ahlak ve değerler, bireyin tavır ve hareketlerini, bireyin çevresiyle olan ilişkilerini etkilemektedir. Dünyadaki tüm çocuklar ve gençler şiddetten, sosyal problemlerden ve birbirlerine karşı saygı yoksunluğundan her geçen gün daha fazla etkilenmektedirler. Eğitimciler ve ebeveynler bu eğilimi tersine çevirebilmek için, ahlakın ve değerlerin geliştirilip bireye aktarılmasında eğitim kurumlarının ne derece önemli olduğunu bilmektedirler. Bu anlamda çağımızda kabul gören ve uygulanmakta olan değerler eğitiminin önemi ve gerekliliği eğitimciler ve ebeveynler tarafından vurgulanmaktadır (Dikmen, 2014: 167).

Ahlak, farklı düşüncelerde farklı şekillerde algılanmakta ve tanımlanmaktadır. Burada kısaca ahlak, insanın bir amaç doğrultusunda kendi arzusuyla iyi-doğru hareketlerde bulunup, kötü-yanlış olan hareketlerden uzak olması ve insanların toplum içerisinde uymaları gereken davranış kuralları olarak tanımlanmaktadır. İnsanın toplum içerisindeki birbirleriyle olan ilişkilerinde davranış şekillerini düzenleyen ilke ve kurallar bütünüdür (Kaya ve Aydın, 2011: 17).

Ahlaki bir inanç ve düşünce sistemi olarak maddi varlığı olmayan manevi bir sistem olarak düşünmek mümkündür. İnsanlarla olan ilişkilerde, davranışlarımız “iyi” ve “kötü” gibi değer yargılarına göre değerlendirilmektedir. Bu yargıların yer aldığı her yerde ahlaki davranıştan söz etmek mümkündür. Bundan dolayıdır ki manevi değerlerin en önemli kısmı olarak görülmüş ve daima ön planda tutulmuştur. İnsanın bulunduğu her yerde ahlak vardır diyebiliriz (Eren, 2007: 297).

Toplumsal hayatta var olan problemlerin çözüme ulaştırılması için, o toplum içinde yer alan kişilerin, sahip olmaları gereken ortak değerleri kazanmaları gerekmektedir. Ahlaki bakımdan gerektiği kadar gelişemeyen kişi, kendine ve de çevresindeki diğer kişilere olumsuz hareketler yapabilir. Çevresine karşı zarar verici eylemlerde bulunan bireyler, toplum tarafından istenmezler. Bireylerin ahlaki olarak eğitilmesi, bireyi zihinsel anlamda, tavır ve hareketlerinde ve duygularında daha sağlıklı bir noktaya ulaştıracaktır. Bu da daha iyi bir toplum oluşumu için gereklidir (Yıldırım, 2014: 92).

Burada bireylere düşen görev, davranışlarımızda sevgi, iyi niyet, sorumluluk duygusu ve kötü davranışlardan uzak durarak ahlakı en iyi şekle sokmaktır. Bireyler üzerinde ne tamamen iyilik halinden ne de tamamen kötülük halinden bahsetmek mümkün değildir. Bireylerde her iki taraf, “iyi” ve “kötü” eğilimindedirler. İstenilen şeyi bireylerde bulunan bu eğilimleri yok saymak değil, bu eğilimleri dengeli bir şekilde kullanarak davranışlarında güzel olanı görmek, kötü duygu ve davranışlardan olduğunca uzaklaşmaktır. Eğitim ile ahlak iç içedir, bizler hangi durumlarda nasıl davranmamız gerektiğini zaman içerisinde öğreniyoruz. Çocukluktan itibaren her bir bireyin ilgi ve yetenekleri doğrultusunda “iyi insan”, “iyi vatandaş” olmaları için ihtiyaç duyulan davranışları kazandırarak, sağlıklı düşünen, sağlıklı hisseden ve sağlıklı davranan bireylerin yetiştirilmesi ahlak eğitiminde önemli bir noktadır. Bireyi iyi ahlakla donatmak ve devamını sağlamak önemlidir. Sağlıklı bir toplumun oluşumu ahlaklı bir nesil yetiştirerek, olgun davranışlar konusunda alışkanlık oluşturarak yani ahlaki olgunluğu gerçekleştirerek mümkündür (Aydın, 2003: 127).

## **2. 11. Ahlaki Olgunluk**

Ahlaki olgunluğu tanımlarken; bireyin ahlaki davranışların ortaya çıkış sürecinde yer alan zihin, duyuşsal ve sosyal alana dönük becerilerinin tamamının gelişimini sağlayarak, toplumca kabul gören ahlak anlayışının en üst seviyesine uygun tutum ve davranış geliştireceği olgunlaşma süreci olarak ifade eder. Bireylerin yaşamlarında eğilimlerini, davranışlarını belirleyen iyi ve önemli olduğuna inandığımız bir takım ahlaki değerler bulunmaktadır ve bunlar hemen hemen bütün toplumlarda aynı olan ilkelerdir. Yardımseverlik, dürüst olmak, sevmek, doğruluk, yaptığı işi doğru yapma ve saygı duymak ahlaki değerlerden bazılarıdır. Değerlerimiz davranışlarımızı, ilişkilerimizi etkiler (Tekin, 2017: 2292).

Ahlaki olgunluk, bireyin duygu, düşünce, tavır ve hareketlerinde en üst düzeyde olma durumu, kısaca ahlaki niteliklerin toplamını ifade etmektedir (Şengün ve Kaya, 2007: 52).

İslam açısından bakıldığında, insanlara evrensel bir ahlak anlayışı oluşturulmuş, Hz. peygamberimiz İslam ahlakını yaşantısıyla temsil eden örnek bir şahsiyet olmuştur. Peygamber efendimiz hem davranışlarıyla hem de konuşmalarıyla güzel ahlak konusunda insanlığa örnek olmuştur. “Müminler arasında imanca en kâmil olanı,

ahlakça en güzel olanıdır.” Diyerek ahlakın, müminin ayrılmaz bir parçası olması gerektiğini belirtmiştir (Eren, 2007: 314).

Ahlaki olgunluğa sahip bireyin özelliklerine bakıldığında, güvenilir, sorumluluk bilincine sahip, kendine hakim olabilen, empati gücüne sahip, saygılı, adil, kanunlara, kurallara uyan bir insan olması gibi özellikler söylenebilir (Yeşilkayalı, 2014: 18).

Ahlaki olgunluk seviyesine erişmiş kişilerin arzu, amaç ve hareketleri birbirleri ile uyumludur. Bireyler, davranışlarında bir zorunluluk hissetmezler, iyi ve doğru olanı yapmak, kötü ve yanlış olandan sakınmak bir yaşam tarzıdır. Dolayısıyla yaptıklarından zevk alan, isteklerini, arzularını dizginleyebilen bireylerdir (Kardaş, 2013: 18).

## **2. 12. İlgili Araştırmalar**

Bu bölümde sosyal medya ve ahlaki olgunluk kavramlarına yönelik araştırmalara yer verilmiştir.

### **2. 12. 1. Sosyal Medya İle İlgili Yapılan Araştırmalar**

Zorbaz ve Dost (2014: 67), lise öğrencilerinin problemleri internet kullanımının cinsiyet, sosyal kaygı ve akran ilişkileri açısından incelemiştir. Araştırmada 682 lise öğrencisiyle birlikte çalışmıştır. Araştırmada ölçekler ışığında elde edilen sonuç; erkek öğrencilerin kız öğrencilerden daha yüksek oranda problemleri internet kullanım düzeyine sahip olduğudur. Bireylerde cinsiyete göre farklılaşma söz konusudur.

İlhan (2016: 115), 779 öğrenci ile siber zorbalık durumları ve saldırganlık düzeyleri ile sosyal medya tutumlarına ilişkin araştırma yapmıştır. Öğrencilerin SMT puanları ile Siber Zorbalık ve İnternet Saldırganlıkları puanları arasında anlamlı ilişki olduğu ortaya çıkmıştır.

Düşünceli (2016: 81), özel lisede öğrenim gören 300 kişi ile çalışmıştır. Öğrencilerin içedönük-dışadönük kişilik özellikleri ile sosyal medya tutumları arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Yapılan araştırmada, içedönük-dışadönük kişilik özellikleri SMT İle düşük düzeyde bir ilişkinin olduğu ve erkeklerin kızlara göre daha dışadönük olduğu tespit edilmiştir.



Yüksel (2016: 48), lise öğrencilerinin internet bağımlılıkları ile problem çözme becerilerine ilişkin araştırmasında 197 kız, 203 erkek olmak üzere toplam 400 öğrenci ile çalışmıştır. Ölçekler uygulandıktan ve analizler yapıldıktan sonra, araştırma grubunun değişkenleri arasında anlamlı bir ilişki olduğunu belirtmektedir.

Ekşi, H. ve Çiftçi, M. (2017: 57), 224'ü kız 165'i erkek toplam 389 öğrencinin problemli internet kullanımları ile dinî inançları ve ahlaki olgunluk düzeylerine ilişkin yapmış olduğu çalışmasında, öğrencilerin ahlaki olgunluk düzeylerinin problemli internet kullanımlarını büyük ölçüde yordayıcısı olduğunu bulmuştur.

Aksak (2017: 49), 1004 lise öğrencileriyle yapmış olduğu sosyal medya tutumları ile yalnızlık düzeylerine ilişkin çalışmasında, ölçekler uygulanmış ve yapılan analizler sonucunda, öğrencilerin yalnızlık ve sosyal medya tutumlarının düşük düzeyde anlamlı bir ilişkinin olduğunu tespit etmiştir.

Gök (2017: 101), 215 öğrenci ile çalışmıştır. Gençlerin kişilik özellikleri, problemli internet kullanımı ve sosyal becerilerine ilişkin yapılan araştırma sonucunda; lise öğrencilerinin problemli internet kullanım düzeyleri, haftalık internet kullanım süresi ve internete bağlanılan yere göre anlamlı şekilde farklılaşmanın olduğunu belirtmiştir.

## **2. 12. 2. Ahlaki Olgunluk İle İlgili Yapılan Araştırmalar**

Şengün (2008: 136), 830 lise öğrencisinin ahlaki olgunluk düzeyleri ile kişilik özellikleri üzerine araştırma yapmıştır. Sonuç olarak, biyolojik faktörler, kalıtım, aile, çevre, bedensel gelişim, cinsiyet, zeka, empati, ahlaki bilinç, düşünce, yargı, inanç, kitle iletişim araçları, ekonomi, kültür gibi bazı faktörlerin lise öğrencilerinin ahlaki olgunluk seviyelerini etkilediğini belirtmiştir.

Kaya ve Aydın (2011: 79), öğrencilerin dini inançları ve ahlaki olgunlukları üzerine yaptığı araştırmasında 606 öğrenci ile çalışmıştır. Veriler ışığında öğrencilerin dini inanç ile ahlaki olgunluk düzeylerinde anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki tespit edilmiştir.

Kardaş (2013: 37), öğrencilerin demokratik tutumları ile ahlaki olgunlukları üzerine yapmış olduğu çalışmada, öğrencilerin ahlaki olgunluk düzeyleri ile demokratik tutumları arasında anlamlı bir ilişki olduğunu belirtmiştir.

Şengün (2013: 71), 830 lise öğrencisi üzerinde yapılan araştırmada anne baba tutumlarının ahlaki olgunluk düzeylerine etkisini araştırmıştır. Yapılan analizler ışığında, öğrencilerin ahlaki olgunluk düzeylerinin anne-baba tutumlarından etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır.

Yıldırım (2014: 123), ahlaki olgunlukları ve sosyal tutumları üzerine araştırma yapmıştır. 267 öğrenciden elde edilen verilerin kullanıldığı araştırma sonucunda öğrencilerin ahlaki olgunluk düzeylerinin cinsiyete göre farklılık gösterdiği ancak diğer değişkenlere göre farklılık göstermediği ortaya çıkmıştır.

Alkal (2016: 94), 478 üniversite öğrencisinin kişilik özellikleri ile ahlaki olgunluk düzeyleri arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, üniversite öğrencilerinin cinsiyet, yaş, anne eğitim düzeyi ve algılanan baba tutumuna göre ahlaki olgunluk düzeyi açısından aralarında anlamlı fark bulunmuştur.

Bilgin (2017: 65), 335 üniversite öğrencisi ile çalışmıştır. Ahlaki olgunluğun yordanmasında kişilik özelliklerinin ve bazı değişkenlerin etkisini incelemiştir ve kadınların ahlaki olgunluklarının, erkeklere göre daha yüksek olduğu sonucuna varmıştır. Bu araştırmada cinsiyetin önemli bir faktör olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın; modeli, evren ve örnekleme, veri toplama araçları, verilerin toplanması ile verilerin analizi ve yorumlanmasına ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

#### 3. 1. Araştırmanın Modeli

Araştırmada, ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. İlişkisel tarama modeli; geçmişte veya şurada var olan bir olayı olduğu şekliyle anlatmayı amaçlamaktadır. Çalışmada yer alan olay, birey ya da nesne, kendi şartları içerisinde ve olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır, değişkenlere bir müdahalede bulunulmaz (Büyüköztürk, vd., 2016: 185).

İki ve ikiden fazla değişken arasındaki söz konusu değişimin varlığını ve derecesini belirlemek amaçlanır (Büyüköztürk, vd., 2016: 15).

#### 3. 2. Evren – Örneklem

Araştırmanın evreni, 2017-2018 eğitim-öğretim yılı İstanbul İli Avrupa Yakasında bulunan farklı lise türlerinde öğrenimine devam eden 9. 10. 11. ve 12. sınıf öğrencileridir.

**Tablo 3.2.1. Araştırma Örneklemini Oluşturan Okullar ve Öğrenci Sayıları**

<b>Gruplar</b>	<b>%</b>	<b>Öğrenci Sayısı</b>
Anadolu Lise	21,4	143
Anadolu Sağlık Meslek Lisesi	33,9	227
Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	16,4	110
Endüstri ve Meslek Lisesi	11,4	77
Anadolu İmam Hatip Lisesi	16,9	113
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>670</b>

Araştırmanın örnekleme ise Avrupa yakasında bulunan farklı lise türleri arasından küme örnekleme yolu ile seçilen 5 okulda (Anadolu Lisesi, Anadolu Sağlık Meslek Lisesi, Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Endüstri Meslek Lisesi, Anadolu İmam Hatip Lisesi) yer alan 670 öğrencidir.

### **3. 3. Veri Toplama Araçları**

#### **3. 3. 1. Kişisel Bilgi Formu:**

Araştırmaya katılmış olan lise öğrencilerinin araştırmanın amacına ulaşmada önemli görülen bilgilere ulaşılmasını sağlamak amacıyla, hazırlanan Kişisel Bilgi Formu kullanılmıştır.

Bu formda; öğrencilerin yaş, cinsiyet, sınıf, okul türü, başarı durumu, anne babanın birliktelik durumu, algılanan gelir durumu, kardeş sayısı, sosyal medyayı kullanım süresi, takip edilen sosyal medya platformu, internete daha çok bağlanılan yer, ebeveynin internet kullanımını denetlemesi, sosyal medya kullanımı sonrası sosyal çevredeki değişimi, arkadaşlarla olmak yerine interneti tercih etme sıklığı ve sosyal medyanın kullanım amaçlarının öğrenilmesine yönelik toplam 15 soru bulunmaktadır.

Öğrenciler açısından reklam niteliği taşıyabileceği ve özendirici olabileceği düşünüldüğü için takip edilen sosyal medya platformu, kişisel bilgi formunda açık uçlu soru olarak sorulmuştur.

#### **3. 3. 2. Sosyal Medya Tutum Ölçeği:**

Otrar ve Argın tarafından geliştirilen, 23 maddeden oluşan, dört faktörlü bir ölçektir. Bunlar; paylaşım ihtiyacı, sosyal yetkinlik, sosyal izolasyon ve öğretmenlerle ilişkidir. Ölçekte birinci faktör 6 maddeden (1, 2, 8, 16 ve 20. maddeler), ikinci faktör 8 maddeden (4, 5, 6, 12, 13, 15, 17 ve 21. maddeler), üçüncü faktör 3 maddeden (9, 10 ve 19. maddeler), dördüncü faktör ise 6 maddeden (3, 7, 11, 14, 22 ve 23. maddeler) oluşmaktadır. Ölçeğin 6 maddesi olumsuz, 17 maddesi olumlu ifade edilmiştir. Ölçekte maddelerin derecelendirilmesi, “kesinlikle katılıyorum”, “katılıyorum”, “kararsızım”, “katılmıyorum”, “kesinlikle katılmıyorum” şeklinde hazırlanmıştır.

Uygulanan ölçekte alınan yüksek puanlar öğrencilerin SMTÖ’de yüksek düzeyde olduğunu ifade etmektedir. Ölçeğin alt boyutlarından olan “Sosyal İzolasyon” maddeleri olumsuz ifadelerden oluştuğu için ters kodlanarak hesaplama yapılmıştır.

### **3. 3. 3. Ahlaki Olgunluk Ölçeği:**

Araştırmada öğrencilerin, ahlaki olgunluk seviyelerini ölçmek için; “Ahlaki Olgunluk Ölçeği” kullanılmıştır.

Ölçek ağırlıklı olarak “Adalet ve Saygı” değerlerinin düzeyini ölçmeye yönelik hazırlanmış olan AOÖ altmışaltı maddeden oluşmaktadır. Ölçekte 52 madde olumlu, 14 madde olumsuz olarak ifade edilmiştir. Puanlamada olumsuz maddeler ters yönden yapılmaktadır. Değerlendirme seçenekleri dördümlü likert tipi şeklindedir. Ölçeği yanıtlayanlardan 4’lü değerlendirme seçeneklerini kullanmaları istenmektedir. Araştırılacak konuya yönelik tutumların belirlenmesinden sonra farklı tutumlara sahip çocuklara göre ahlaki olgunluk düzeylerine ilişkin olumlu olumsuz ifade eden cümleler yazılmıştır. Ölçekte yer alan ifadeler; her zaman doğru, ara sıra doğru, nadiren doğru ve hiçbir zaman doğru değil olarak hazırlanmıştır. Her bir madde için alınacak en düşük puan 1, en yüksek puan 4’tür.

### **3. 4. Verilerin Toplanması**

Bu araştırma, 2017-2018 eğitim-öğretim yılında İstanbul İli Avrupa Yakasında bulunan, farklı lise türlerinde öğrenimine devam eden 9. 10. 11. ve 12. sınıf öğrencilerine kişisel bilgi formu, SMTÖ ve AOÖ verilmiştir. Bu aşamada gerekli olan resmi izinler alınmıştır. Uygulama çalışmaları araştırmacı tarafından öğrencilerin eğitim öğretime devam ettikleri okullarda gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada öğrencilerin doğru ve samimi cevaplar verebilmeleri için kimlik bilgisi istenmeden uygulanmıştır. Uygulama çalışması yapılmadan önce araştırmacı çalışma grubuna gerekli sözlü ve yazılı yönergelerde bulunmuştur. 15-20 dakika süre içerisinde uygulama yapılmıştır. Araştırmaya katılan 670 öğrencinin verileri ile istatistiksel analizler gerçekleştirilmiştir.

### **3. 5. Verilerin Çözümlemesi**

Araştırmada elde edilen verilerin tümü SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) 21.0 istatistik paket programından faydalanılarak analiz edilmiştir.

Ölçeklerdeki veriler sayısal olarak kodlanarak Excel ortamına girilmiş ve tablollaştırılmıştır.

Verilerin toplanması işlemi yapılmış ve boş bırakılmış olan kapsam dışı veriler belirlenmiştir. Ölçekler alt boyutlarıyla birlikte sosyal yetkinlik, paylaşım ihtiyacı, öğretmenlerle ilişki, sosyal izolasyon ayrı ayrı puanlandırılmış ve sosyal medya tutum ölçeğinden alınan toplam puan bulunmuştur. Bu aşamada “sosyal izolasyon” alt boyutu ters kodlanarak puan hesaplaması yapılmıştır. Ardından yapılan araştırmada amaca yönelik olarak, toplanan verilerle aşağıdaki istatistiksel işlemler gerçekleştirilmiştir.

- Öncelikle araştırmada yer alan öğrencilerin demografik özelliklerini betimleyici frekans ( $f$ ) ve yüzde (%) dağılımları hesaplanmıştır.
- Ölçeklerin toplam ve alt boyut puanları için aritmetik ortalamaları ( $\bar{x}$ ) ve standart sapmaları ( $ss$ ) hesaplanmıştır.
- Öğrencilerin AOÖ puanları, SMT ve alt boyutları puanlarının değişkenlere göre farklılaşma olup olmadığına dair t-testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulaması kullanılmıştır.
- Yapılan test sonucunda çalışma grupları arasında anlamlı fark var ise, farkın hangi gruplar arasında olduğunu tespit etmek için post-hoc LSD testi uygulanmıştır.
- Öğrencilerin ahlaki olgunluk puanları ile sosyal medya tutumları ve alt boyutları puanları arasındaki ilişkiyi incelemek üzere Pearson momentler çarpımı korelasyonu katsayı hesaplamaları yapılmıştır.

Verilerin çözümlenmesi SPSS 21.0 programında yapılmıştır. Anlamlılık düzeyi  $p < 0.05$  düzeyinde sınanmıştır. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda değerlendirme yapılmış ve araştırmanın amacına göre tablolar oluşturularak açıklama yapılmıştır.

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde, veri toplama araçları kullanılarak elde edilen verilerle yapılan analizler sonucunda ortaya çıkan bulgulara yer verilmiştir.

#### 4. 1. Öğrencilerin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Öğrencilerin; yaş, cinsiyet, sınıf, okul türü, okuldaki başarı durumu, anne babanın birlikteliği, ailenin gelir düzeyi, kardeş sayısı, günlük ortalama sosyal medya kullanım süresi, en çok kullanılan sosyal medya sitesi, internete bağlandığı yer, arkadaşlarla olmak yerine internette olmayı tercih etme ve sosyal medyanın kullanım amaçlarına ait frekans, yüzde, geçerli yüzde ve yığılma yüzde değerlerini gösteren tablo ve tablo yorumları sunulmuştur.

**Tablo 4. 1. 1. Yaşa İlişkin Frekans ve Yüzde Değerleri**

Yaş	<i>f</i>	%	Geç. %	Yığ. %
14	118	17,6	17,6	17,6
15	174	25,9	26	43,6
16	158	23,5	23,6	67,2
17	192	28,6	28,7	95,8
18	28	4,2	4,2	100
Toplam	670	100	100	

Tablo 4. 1. 1’de, öğrencilerin yaşa ilişkin dağılımlarına bakıldığında, en küçük yaş 14 (% 17,6) ile 18 yaşındadır. 17 yaşta yer alanlar ise örneklemin 192’sini (%28,6), 16 yaş grubunda olanlar 158’ini (%23,5), 15 yaş grubunda olanlar 174’ünü (%25,9), 14 yaş grubunda olanlar ise örneklemin 118’ini (% 17,6) oluşturmaktadır.

**Tablo 4. 1. 2. Cinsiyet Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri**

Cinsiyet	<i>f</i>	%	Geç. %	Yığ. %
Kız	326	48,6	48,7	48,7
Erkek	344	51,3	51,3	100
Toplam	670	100	100	

Tablo 4. 1. 2’de, 326’sı (%48,6) kız; 344’ü (%51,3) erkek olmak üzere toplam 670 öğrenci örneklemini oluşturmaktadır.

**Tablo 4. 1. 3. Sınıf Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri**

Sınıflar	<i>f</i>	%	<i>Geç. %</i>	<i>Yığı. %</i>
9. Sınıf	193	28,8	28,8	28,8
10. Sınıf	162	24,1	24,2	53,0
11. Sınıf	153	22,8	22,8	75,8
12. Sınıf	162	24,1	24,2	100
Toplam	670	100	100	

Tablo 4. 1. 3'de, öğrenci grubunun 193'ü (%28,8) 9. sınıfta; 162'si (%24,1) 10. sınıfta; 153'ü (%22,8) 11. sınıfta; 162'si (%24,1) 12. sınıfta öğrenim gördüğünü ifade etmiştir.

**Tablo 4. 1. 4. Okul Türü Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri**

Okul Türü	<i>f</i>	%	<i>Geç. %</i>	<i>Yığı. %</i>
Anadolu	143	21,3	21,3	21,3
Meslek	187	27,9	27,9	49,3
İmam Hatip	113	16,8	16,9	66,1
Sağlık Meslek	227	33,8	33,9	100
Toplam	670	100	100	

Tablo 4. 1. 4.'te, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 143'ü (%21,3) Anadolu Lisesinde; 187'si (%27,9) Meslek Lisesinde; 113'ü (%16,8) İmam Hatip Lisesinde; 227'si (%33,8) Sağlık Meslek Lisesinde öğrenim gördüğünü ifade etmiştir.

**Tablo 4. 1. 5. Okuldaki Başarı Durumu Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri**

Okuldaki Başarı Durumu	<i>f</i>	%	<i>Geç. %</i>	<i>Yığı. %</i>
Çok düşük	37	5,5	5,5	5,5
Düşük	65	9,7	9,7	15,2
Orta	443	66	66,1	81,3
Yüksek	125	18,6	18,7	100
Toplam	670	100	100	

Tablo 4. 1. 5.'te, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 37'si (%5,5) çok düşük, 65'i (%9,7) düşük, 443'ü (%66,0) orta, 125'i (%18,6) yüksek düzeyde başarılı



olduğunu algılamaktadır.

**Tablo 4. 1. 6. Anne-Babasının Beraberlik Durumu Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri**

<b>Anne-Baba Beraberlik Durumu</b>	<b><i>f</i></b>	<b>%</b>	<b><i>Geç. %</i></b>	<b><i>Yığ. %</i></b>
Birlikte	607	90,5	90,6	90,6
Ayrı yaşıyorlar-boşandılar	31	4,6	4,6	95,2
Baba vefat	25	3,7	3,7	99
Anne vefat	7	1	1	100
Toplam	670	100	100	

Tablo 4. 1. 6.'da öğrencilerin anne babalarının beraberlik durumlarına bakıldığında toplam 670 öğrenciden 607'si (%90,5) anne babasının birlikte olduğunu, 31'i (%4,6) anne babasının ayrı olduğunu, 25'i (%3,7) babasının hayatta olmadığını ve 7'si ise (%1,0) annesinin hayatta olmadığını ifade etmiştir. Bu veriler ışığında anne babaları birlikte olanların yığılma oranları 90,6'dır. Ayrı yaşayanların yığılma oranı 95,2, babası vefat edenlerin yığılma oranı 99 ve annesi vefat edenlerin yığılma oranı ise 100 olarak hesaplanmıştır.

**Tablo 4. 1. 7. Gelir Durumu Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri**

<b>Gelir Durumu</b>	<b><i>f</i></b>	<b>%</b>	<b><i>Geç. %</i></b>	<b><i>Yığ. %</i></b>
Çok düşük	11	1,6	1,6	1,6
Düşük	71	10,6	10,6	12,2
Orta	534	79,6	79,7	91,9
Yüksek	47	7	7	99
Toplam	670	100	100	

Tablo 4. 1. 7.'de, öğrencilerin 534'ü (%79,6) “orta” düzeyde gelir durumuna sahip olduklarını ifade etmişlerdir.

Öğrencilerin 11'inin (%1,6) “çok düşük”, 71'inin (%10,6) “düşük” ve 47'sinin (%7,0) “yüksek” düzeyde gelir durumuna sahip oldukları görülmektedir.

**Tablo 4. 1. 8. Kardeş Sayısı Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri**

Kardeş Sayısı	<i>f</i>	%	<i>Geç. %</i>	<i>Yığı. %</i>
Kardeşim yok	65	9,7	9,7	9,7
1	193	28,8	28,8	38,5
2	197	29,4	29,4	67,9
3	107	15,9	16	83,9
4 ve üzeri	108	16,1	16,1	100
Toplam	670	100	100	

Tablo 4. 1. 8.'de öğrencilerin kardeş sayısı değişkeni için frekans ve yüzde değeri verileri incelenmiştir. Örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 65'i (%9,7) tek çocuk, 193'ünün (% 28,8) 1 kardeşi, 197'sinin (%29,4) 2 kardeşi, 107'sinin (%15,9) 3 kardeşi, 108'inin ise (% 16,1) 4 ve üzeri kardeşi olduğunu ifade etmiştir.

**Tablo 4. 1. 9. Sosyal Medya Kullanım Süresi Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri**

Süre	<i>f</i>	%	<i>Geç. %</i>	<i>Yığı. %</i>
Hiç kullanmıyorum	35	5,2	5,2	5,2
1 saatten az	173	25,8	25,8	31
1-3 saat	314	46,8	46,9	77,9
4-6 saat	110	16,4	16,4	94,3
7 saat ve üzeri	38	5,7	5,7	100
Toplam	670	100	100	

Tablo 4. 1. 9.'da, öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanım süreleri sorulduğunda, 35'i (%5,2) hiç kullanmıyorum, 173'ü (%25,8) 1 saatten az, 314'ü (% 46,8) 1-3 saat arasında, 110'u (% 16,4) 4-6 saat arası, 38'i (%5,7) 7 saat ve üzeri cevabı vermişlerdir.

Aşağıda Tablo 4. 1. 10.'da, öğrencilerin en çok kullandıkları sosyal medya sitesi sorulduğunda; 83'ü (%12,4) Facebook, 342'si (%51,0) Instagram, 40'ı (%6,0) Twitter, 146'sı (%21,8) Whatsapp, 59'u (%8,8) Diğer siteleri kullandığını ifade etmiştir.

**Tablo 4. 1. 10. En Çok Kullandığı Sosyal Medya Sitesi İçin Frekans ve Yüzde Değerleri**

Sosyal Medya Sitesi	<i>f</i>	%	<i>Geç. %</i>	<i>Yığ. %</i>
Facebook	83	12,4	12,4	12,4
Instagram	342	51	51	63,4
Twitter	40	6	6	69,4
Whatsapp	146	21,8	21,8	91,2
Diğer	59	8,8	8,8	100
Toplam	670	100	100	

**Tablo 4. 1. 11. İnternete Daha Çok Bağlandığı Yer Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri**

Bağlanılan Yer	<i>f</i>	%	<i>Geç. %</i>	<i>Yığ. %</i>
Ev	212	31,6	31,7	31,7
Okul	33	4,9	4,9	36,6
Cep Telefonu	380	56,6	56,8	93,4
Bilgisayar	38	5,7	5,7	99,1
Toplam	669	100	100	

Tablo 4. 1. 11.'de, öğrencilerin 212'si (%31,6) internete evden, 33'ü (%4,9) okuldan, 280'i (% 56,6) cep telefonundan, 28'i (% 5,7) bilgisayardan bağlandığını ifade etmiştir.

**Tablo 4. 1. 12. İnterneti Daha Çok Kullanma Amaçları Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri**

Kullanım Amaçları	<i>f</i>	%	<i>Geç. %</i>	<i>Yığ. %</i>
Araştırma ve bilgi amaçlı	167	24,9	24,9	24,9
Eğlence amaçlı	251	37,4	37,5	62,4
İletişim amaçlı	208	31	31	93,4
Paylaşımında bulunma	43	6,4	6,4	99,9
Toplam	670	100	100	

Tablo 4. 1. 12.'de, öğrencilerin 167'si (%24,9) interneti araştırma ve bilgi amacıyla, 251'i (%37,4) eğlence amacıyla, 208'i (%31,0) iletişim amacıyla, 43'ü (%6,4)

paylaşımında bulunma amacıyla kullandıklarını ifade etmiştir. Araştırma ve bilgi amaçlı kullananların büyük kısmı ise dipnot olarak ödev veya ders amaçlı bir çalışma için interneti kullandıklarını ifade etmişlerdir.

**Tablo 4. 1. 13. Arkadaşlarıyla Olmak Yerine İnternette Olmayı Tercih Etme Değişkeni İçin Frekans ve Yüzde Değerleri**

Tercih Durumu	<i>f</i>	%	<i>Geç. %</i>	<i>Yığı. %</i>
Hiçbir zaman	195	29,1	29,1	29,1
Nadiren	263	39,2	39,3	68,4
Ara sıra	167	24,9	24,9	93,3
Çoğunlukla	45	6,7	6,7	100
Toplam	670	100	100	

Tablo 4. 1. 13'te öğrencilerin arkadaşlarıyla olmak yerine internette olmayı tercih etme değişkeni için frekans ve yüzde değeri verileri incelenmiştir. Öğrencilerin 195'i (%29,1) hiçbir zaman, 263'ü (%39,2) nadiren, 167'si (24,9) ara sıra, 45'i (% 6,7) çoğunlukla arkadaşlarıyla olmak yerine internette olmayı tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. Adı geçen tabloya göre yığılma durumları ise; hiçbir zaman % 29,1'dir. Nadiren % 68,4, ara sıra % 93,3 ve çoğunlukla diyenlerin % oranı 100'dür.

**Tablo 4. 1. 14. Sosyal Medya Tutumları Alt Boyut Puanlarına Ait Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri**

Boyutlar	N	$\bar{x}$	ss
Sosyal Yetkinlik	670	2,46	0,93
Paylaşım İhtiyacı	670	3,31	0,82
Öğretmenlerle İlişki	670	2,63	1,15
Sosyal İzolasyon	670	2,22	0,9
Toplam	670	3,12	0,47

Tablo 4. 1. 14.'te, araştırmada yer alan öğrencilerin SMT'nin geneli ve alt boyutlarına ilişkin betimsel istatistikler verilmiştir. Öğrencilerin en yüksek, paylaşım ihtiyacı alt boyut ortalaması  $\bar{x}=3,31$  standart sapması  $ss=0,82$ , en düşük olan alt boyut sosyal izolasyon ortalaması  $\bar{x}=2,22$  standart sapması  $ss=0,90$  ve ölçeğin genel toplam ortalaması  $\bar{x}=3,12$  standart sapması  $ss=0,47$  olarak tespit edilmiştir.

Aşağıda araştırmanın bağımlı ve bağımsız değişkenlerinden sürekli değişken niteliğinde olanlara ait veri sayısı, aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerine yer verilmiştir.

**Tablo 4. 1. 15. Ahlaki Olgunluk Puanlarına Ait Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri**

Boyutlar	N	$\bar{x}$	ss
Ahlaki Olgunluk Ölçeği	670	3,72	0,52

Tablo 4. 1. 15.'te, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin Ahlaki Olgunluk aritmetik ortalaması  $\bar{x}=3,72$  standart sapması  $ss=0,52$  olarak bulunmuştur.

#### **4. 2. Öğrencilerin Sosyal Medya Tutumları ve Alt Boyutları Puanlarının Demografik Özelliklere Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Bulgular**

Araştırmanın bu bölümünde, farklı lise türlerinde öğrenim gören öğrencilerin SMT ve alt boyutlarından (Sosyal Yetkinlik, Paylaşım İhtiyacı, Öğretmenlerle İlişki ve Sosyal izolasyon) aldıkları puanların araştırmanın süreksiz değişkenlerine (cinsiyet, yaş, okul türü, herhangi bir sosyal medya sitesine üyeliğin olması, internete daha çok girilen yer, ebeveynlerin internet kullanımını denetleme sıklığı ve interneti daha çok hangi amaçla kullandıklarına) göre anlamlı bir şekilde farklılaşp farklılaşmadığını belirlemek üzere yapılan fark analizleri ve yorumları yer almaktadır.

**Tablo 4. 2. 1. Sosyal Yetkinlik Puanlarının Cinsiyete Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin t Testi Sonuçları**

	Cinsiyet	N	$\bar{x}$	ss	t	P
Sosyal Yetkinlik	Kız	326	2,41	0,94	-1,3	0,417
	Erkek	344	2,5	0,91		

Tablo 4. 2. 1.'de, öğrencilerin sosyal yetkinlik puanlarının öğrencilerin cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine belirlemek amacıyla yapılan bağımsız grup t testi sonucunda, kız ve erkeklerin aritmetik ortalamaları arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir ( $t=-1,30$ ;  $p>0,05$ ). Öğrencilerin ortalama puanlarına bakıldığında, erkeklerin kendilerini sosyal medyada daha yetkin algıladıkları görülmektedir.

**Tablo 4. 2. 2. Paylaşım İhtiyacı Puanlarının Cinsiyete Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin t Testi Sonuçları**

	Cinsiyet	N	$\bar{x}$	ss	T	P
Paylaşım	Kız	326	3,34	0,83	1,135	0,676
İhtiyacı	Erkek	344	3,26	0,82		

Tablo 4. 2. 2.'de, öğrencilerin paylaşım ihtiyacı puanlarının öğrencilerin cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız grup t testi sonucunda kız ve erkeklerin aritmetik ortalamaları arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır ( $t=1,135$ ;  $p > 0,05$ ).

**Tablo 4. 2. 3. Öğretmenlerle İlişki Puanlarının Cinsiyete Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin t Testi Sonuçları**

	Cinsiyet	N	$\bar{x}$	Ss	t	P
Öğretmenlerle ilişki	Kız	326	2,67	1,13	0,92	0,473
	Erkek	344	2,59	1,16		

Tablo 4. 2. 3.'te, öğrencilerin öğretmenlerle ilişki puanlarının öğrencilerin cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapmış olduğumuz bağımsız grup t testi sonucunda kız ve erkeklerin aritmetik ortalamaları arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır ( $t=0,92$ ;  $p > 0,05$ ).

**Tablo 4. 2. 4. Sosyal İzolasyon Puanlarının Cinsiyete Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin t Testi Sonuçları**

	Cinsiyet	N	$\bar{x}$	Ss	T	P
Sosyal İzolasyon	Kız	326	2,19	0,87	-0,75	0,244
	Erkek	344	2,25	0,92		

Tablo 4. 2. 4.'te öğrencilerin sosyal izolasyon puanlarının öğrencilerin cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapmış olduğumuz bağımsız grup t testi sonucunda kız ve erkeklerin aritmetik ortalamaları arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir ( $t= 0,75$ ;  $p > 0,05$ ).

**Tablo 4. 2. 5. Sosyal Medya Tutumları Toplam Puanlarının Cinsiyete Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin t Testi Sonuçları**

	Cinsiyet	N	$\bar{x}$	Ss	t	P
Ölçek Toplam Puanı	Kız	326	3,14	0,46	0,98	0,285
	Erkek	344	3,51	0,49		

Tablo 4. 2. 5.'te, öğrencilerin cinsiyet değişkenine göre sosyal medya tutum puanları verilmiştir. Buna göre erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre sosyal medya tutumlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiş olup, öğrencilerin sosyal medya tutumları toplam puanlarının öğrencilerin cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapmış olduğumuz bağımsız grup t testi sonucunda kız ve erkeklerin aritmetik ortalamaları arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır ( $t= 0,98$ ;  $p > 0,05$ ).

**Tablo 4. 2. 6. Ahlaki Olgunluk Toplam Puanlarının Cinsiyete Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin t Testi Sonuçları**

	Cinsiyet	N	$\bar{x}$	Ss	t	P
Ölçek Toplam Puanı	Kız	326	3,85	0,51	3,46	0,705
	Erkek	344	3,71	0,53		

Tablo 4. 2. 6.'da, öğrencilerin cinsiyet değişkenine göre ahlaki olgunluk puanları verilmiştir. Buna göre kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre ahlaki olgunluklarının daha yüksek olduğu tespit edilmiş olup, öğrencilerin ahlaki olgunluk toplam puanlarının öğrencilerin cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan bağımsız grup t testi sonucunda kız ve erkeklerin aritmetik ortalamaları arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır ( $t= 3,46$ ;  $p > 0,05$ ).

Aşağıda Tablo 4. 2. 7.'de öğrencilerin sosyal yetkinlik puanlarının öğrencilerin yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapmış olduğumuz tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda öğrencilerin yaş grupları aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F= 2,82$ ;  $p < 0,05$ ). Bu sonuca göre farklılıkların kaynaklarını belirlemek için Post Hoc karşılaştırması yapılmış olup ve farklılığın yönü 14 yaş grubu ile 15, 16, 17 yaş

grupları arasında olduğu görülmüştür. 18 yaş grubu ile diğer gruplar arasında anlamlı fark bulunmamıştır.

**Tablo 4. 2. 7. Sosyal Yetkinlik Puanlarının Yaşa Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

	Yaş	N	$\bar{x}$	Ss	Var. K.	Sd	KO	F	P	Anlamlı Fark
Sosyal Yetkinlik	14	118	2,22	0,87	<b>G. Arası</b>	4	2,42			14 - 15 yaş
	15	174	2,46	0,97	<b>G. İçi</b>	665	0,86			14 - 16 yaş
	16	158	2,54	0,89	<b>Toplam</b>	669		2,8	0,024*	14 - 17 yaş
	17	192	2,56	0,94						
	18	28	2,41	0,9						
	Toplam	670	2,46	0,93						

**Tablo 4. 2. 8. Paylaşım İhtiyacı Puanlarının Yaşa Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

	Yaş	N	$\bar{x}$	Ss	Var. K.	Sd	KO	F	P	Anlamlı Fark
Paylaşım İhtiyacı	14	118	3,22	0,78	<b>G. Arası</b>	4	7,58			
	15	174	3,27	0,86	<b>G. İçi</b>	665	453,2			
	16	158	3,49	0,8	<b>Toplam</b>	669	460,7	2,78	0,26	
	17	192	3,25	0,82						
	18	28	3,15	0,95						
	Toplam	670	3,31	0,83						

Tablo 4. 2. 8.'de, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin paylaşım ihtiyacı puanlarının öğrencilerin yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapmış olduğumuz tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda öğrencilerin yaş grupları aritmetik ortalamaları arasında farklılık anlamlı farklılık bulunmamıştır.

Aşağıda Tablo 4. 2. 9.'da öğrencilerin öğretmenlerle ilişki puanlarının öğrencilerin yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapmış olduğumuz tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda öğrencilerin yaş grupları aritmetik ortalamaları arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır.



**Tablo 4. 2. 9. Öğretmenlerle İlişki Puanlarının Yaşa Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

	Yaş	N	$\bar{x}$	ss	Var. K.	Sd	KO	F	P	Anlamlı Fark
Öğretmenlerle İlişki	14	118	2,54	1,13	<b>G. Arası</b>	4	0,98			
	15	174	2,66	1,16	<b>G. İçi</b>	665	1,33			
	16	158	2,55	1,12	<b>Toplam</b>	669		2,74	0,56	
	17	192	2,72	1,16						
	18	28	2,75	1,3						
	Toplam	670	2,63	1,15						

**Tablo 4. 2. 10. Sosyal İzolasyon Puanlarının Yaşa Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

	Yaş	N	$\bar{x}$	ss	Var. K.	Sd	KO	F	P	Anlamlı Fark
Sosyal İzolasyon	14	118	2,05	0,85	<b>G. Arası</b>	4	2,22			
	15	174	2,24	0,92	<b>G. İçi</b>	664	0,8			
	16	158	2,33	0,91	<b>Toplam</b>	668		2,76	0,27	
	17	192	2,28	0,9						
	18	28	1,9	0,8						
	Toplam	670	2,23	0,9						

Tablo 4. 2. 10.'da, öğrencilerin sosyal izolasyon puanlarının öğrencilerin yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapmış olduğumuz tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulamasında öğrencilerin yaş grupları aritmetik ortalamaları arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır.

**Tablo 4. 2. 11. Sosyal Medya Tutumları Toplam Puanlarının Yaşa Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

	Yaş	N	$\bar{x}$	ss	Var. K.	KT	Sd	KO	F	P
Toplam Puan	14	118	3,06	0,46	<b>G. Arası</b>	0,97	4	0,24		
	15	173	3,1	0,49	<b>G. İçi</b>	147,26	645	0,23		
	16	158	3,17	0,46	<b>Toplam</b>	148,24	649		1,07	0,37
	17	178	3,15	0,47						
	18	23	3,18	0,62						
	Toplam	650	3,13	0,48						

Yukarıda Tablo 4. 2. 11.'de, öğrencilerin sosyal medya tutumlarının öğrencilerin yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda grupların aritmetik arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır.

**Tablo 4. 2. 12. Ahlaki Olgunluk Toplam Puanlarının Yaşa Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

	Yaş	N	$\bar{x}$	ss	Var. K.	Sd	KO	F	P	Anlamlı Fark
<b>Toplam puan</b>	14	118	3,88	0,46	<b>G. Arası</b>	4	0,59			
	15	174	3,78	0,6	<b>G. İçi</b>	638	0,28			
	16	158	3,79	0,49	<b>Toplam</b>	642		2,09	0,08	
	17	192	3,7	0,53						
	18	28	3,87	0,49						
	Toplam	670	3,78	0,53						

Tablo 4. 2. 12.'de, öğrencilerin ahlaki olgunluk toplam puanlarının öğrencilerin yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapmış olduğumuz tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulamasında öğrencilerin yaş grupları aritmetik ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmamıştır.

**Tablo 4. 2. 13. Öğrencilerin Sosyal Medya Puanlarının Okul Türüne Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

	Grup	N	$\bar{x}$	ss	Var.K.	Sd	KO	F	P	Anlamlı Fark
<b>Toplam Puan</b>	Anadolu	143	3,11	0,4	<b>G. Arası</b>	4	0,09			
	Meslek	187	3,11	0,47	<b>G. İçi</b>	637	0,23			
	İmam Hatip	113	3,13	0,53	<b>Toplam</b>	641		0,4	0,8	
	Sağlık Meslek	227	3,15	0,49						
	Toplam	670	3,12	0,48						

Tablo 4. 2. 13'te, öğrencilerin sosyal medya puanlarının öğrencilerin okul türü değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapmış olduğumuz tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulamasında öğrencilerin okul türleri aritmetik ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmamıştır.

**Tablo 4. 2. 14. Sosyal Yetkinlik Puanlarının Kullandıkları Sosyal Medya Sitelerine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

	Grup	N	$\bar{x}$	ss	Var. K.	Sd	KO	F	P	Anlamlı Fark
Sosyal Yetkinlik	a-Facebook	83	2,41	0,91	<b>G. Arası</b>	4	4,16			B – D
	b-Instagram	342	2,58	0,91	<b>G. İçi</b>	665	0,85			
	c- Twitter	40	2,38	0,76	<b>Toplam</b>	669		4,91	0,01*	
	d- Whatsapp	146	2,19	0,93						
	e- Diğer	59	2,59	1,07						
	Toplam	670	2,46	0,93						

Tablo 4. 2. 14.'te, öğrencilerin sosyal yetkinlik puanlarının öğrencilerin kullandıkları sosyal medya siteleri değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapmış olduğumuz tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulamasında öğrencilerin aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur (F=4,910; p<0,05).

Bu sonuca göre farklılıkların kaynaklarını belirlemek için Post Hoc karşılaştırması yapılmış ve farklılığın yönü Whatsapp sosyal medya platformunu takip edenler ile Instagram (p=0,00) sosyal medya platformlarını takip edenler arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 4. 2. 15. Paylaşım İhtiyacı Puanlarının Kullandıkları Sosyal Medya Sitelerine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

	Grup	N	$\bar{x}$	ss	Var. K.	Sd	KO	F	P	Anlamlı Fark
Paylaşım İhtiyacı	a-Facebook	83	3,25	0,83	<b>G. Arası</b>	4	2,22			B – D
	b-Instagram	342	3,39	0,83	<b>G. İçi</b>	665	0,68			
	c-Twitter	40	3,25	0,74	<b>Toplam</b>	669		3,267	0,01*	
	d-Whatsaap	146	3,11	0,84						
	e-Diğer	59	3,43	0,81						
	Toplam	670	3,31	0,83						

Tablo 4. 2. 15.'te, öğrencilerin paylaşım ihtiyacı puanlarının öğrencilerin kullandıkları sosyal medya siteleri değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapmış olduğumuz tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulamasında öğrencilerin aritmetik ortalamaları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur ( $F=3,267$ ;  $p<0,05$ ).

Bu sonuca göre farklılıkların kaynaklarını belirlemek için Post Hoc karşılaştırması yapılmış ve farklılığın yönü Whatsapp sosyal medya platformunu takip edenler ile Instagram ( $p=0,01$ ) sosyal medya platformlarını takip edenler arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 4. 2. 16. Öğretmenlerle İlişki Puanlarının Kullandıkları Sosyal Medya Sitelerine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

	Grup	N	$\bar{x}$	ss	Var. K.	Sd	KO	F	P	Anlamlı Fark
Öğretmenlerle İlişki	a-Facebook	83	2,49	1,11	<b>G. Arası</b>	4	4,99			A- B
	b-Instagram	342	2,79	1,17	<b>G. İçi</b>	665	1,3			B- D
	c-Twitter	40	2,58	1,2	<b>Toplam</b>	669		3,83	0,04*	
	d-Whatsapp	146	2,5	1,06						
	e-Diğer	59	2,29	1,15						
	Toplam	670	2,63	1,15						

Tablo 4. 2. 16.'da, öğrencilerin öğretmenlerle ilişki puanlarının öğrencilerin kullandıkları sosyal medya siteleri değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapmış olduğumuz tek yönlü varyans analizi (ANOVA) öğrencilerin aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=3,83$ ;  $p<0,05$ ).

Bu sonuca göre farklılıkların kaynaklarını belirlemek için Post Hoc karşılaştırması yapılmış ve farklılığın yönü Facebook sosyal medya platformunu takip edenler ile Instagram, Instagram sosyal medya platformlarını takip edenler ile Whatsapp arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 4. 2. 17. Sosyal İzolasyon Puanlarının Kullandıkları Sosyal Medya Sitelerine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

	Grup	N	$\bar{x}$	ss	Var. K.	Sd	KO	F	P	Anlamlı Fark
Sosyal İzolasyon	a-Facebook	83	2,24	0,99	<b>G. Arası</b>	4	1,89			B- E
	b-Instagram	342	2,23	0,87	<b>G. İçi</b>	664	0,80			
	c-Twitter	40	2,25	0,79	<b>Toplam</b>	668		2,34	0,05*	
	d-Whatsaap	146	2,09	0,91						
	e- Diğer	59	2,51	0,93						
	Toplam	670	2,23	0,90						

Tablo 4. 2. 17.'da, öğrencilerin sosyal izolasyon puanlarının öğrencilerin kullandıkları sosyal medya siteleri değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapmış olduğumuz tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda öğrencilerin aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur (F=2,34; p<0,05). Bu sonuca göre farklılıkların kaynaklarını belirlemek için Post Hoc karşılaştırması yapılmış ve farklılığın yönü Instagram takip edenler ile diğer yaygın olan sosyal medyaları takip edenler şeklinde bulunmuştur.

**Tablo 4. 2. 18. Sosyal Medya Tutumları Toplam Puanlarının Kullandıkları Sosyal Medya Sitelerine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

	Grup	N	$\bar{x}$	ss	Var. K.	Sd	KO	F	P	Anlamlı Fark
Toplam Puan	a-Facebook	83	3,05	0,52	<b>G. Arası</b>	4	1,29			A- B
	b-Instagram	342	3,21	0,46	<b>G. İçi</b>	645	0,22			B- D
	c-Twitter	40	3,07	0,46	<b>Toplam</b>	649		5,83	0,00	
	d-Whatsapp	146	3,01	0,47						
	e-Diğer	59	3,08	0,49						
	Toplam	670	3,13	0,48						

Tablo 4. 2. 18.'de, öğrencilerin sosyal medya toplam puanlarının öğrencilerin kullandıkları sosyal medya siteleri değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapmış olduğumuz tek yönlü varyans analizi

(ANOVA) sonucunda öğrencilerin aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=5,83$ ;  $p<0,05$ ). Bu sonuca göre farklılıkların kaynaklarını belirlemek için Post Hoc karşılaştırması yapılmış ve farklılığın yönü Facebook sosyal medya platformunu takip edenler ile Instagram, Instagram sosyal medya platformlarını takip edenler ile Whatsapp ( $p=0,00$ ) arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 4. 2. 19. Ahlaki Olgunluk Toplam Puanlarının Kullandıkları Sosyal Medya Siteleri Değişkenine Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

	Grup	N	$\bar{x}$	ss	Var. K.	Sd	KO	F	P	Anlamlı Fark
Toplam Puan	a-Facebook	83	3,73	0,52	<b>G. Arası</b>	4	1,16			A- D
	b-Instagram	342	3,76	0,54	<b>G. İçi</b>	638	0,28			B- D
	c- Twitter	40	3,92	0,48	<b>Toplam</b>	642		4,208	0,02*	
	d- Whassaap	146	3,89	0,48						
	e- Diğer	59	3,6	0,56						
	Toplam	670	3,78	0,53						

Tablo 4. 2. 19.'de, öğrencilerin ahlaki olgunluk toplam puanlarının öğrencilerin kullandıkları sosyal medya siteleri değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapmış olduğumuz tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda öğrencilerin aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=4,208$ ;  $p<0,05$ ).

Bu sonuca göre farklılıkların kaynaklarını belirlemek için Post Hoc karşılaştırması yapılmış ve farklılığın yönü Facebook sosyal medya platformunu takip edenler Whatsapp, Instagram sosyal medya platformlarını takip edenler ile Whatsapp arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Aşağıda Tablo 4. 2. 20.'da öğrencilerin sosyal yetkinlik puanlarının öğrencilerin internete daha çok girilen yere göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapmış olduğumuz tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda öğrencilerin aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur ( $F=5,66$ ;  $p<0,05$ ). Bu sonuca göre farklılıkların kaynaklarını belirlemek için Post Hoc

karşılaştırması yapılmış ve farklılığın ev ile okuldan bağlananlar arasında istatistiksel olarak anlamlı olarak farklılaşmıştır. Ayrıca ev ile cep telefonu arasında istatistiksel olarak anlamlı olarak fark vardır. Diğer grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır.

**Tablo 4. 2. 20. Sosyal Yetkinlik Puanlarının İnternete Daha Çok Girilen Yere Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

	Grup	N	$\bar{x}$	Ss	Var.K.	Sd	KO	F	P	Anlamlı Fark
Sosyal Yetkinlik	a-Ev	212	2,30	0,93	<b>G. Arası</b>	4	4,78			A- B
	b-Okul	33	2,69	0,85	<b>G. İçi</b>	664	0,84			A- D
	d-Cep Telefonu	380	2,51	0,92	<b>Toplam</b>	668		5,666	,000	
	e-Bilgisayar	44	3,83	0,18						
	Toplam	669	2,46	0,93						

**Tablo 4. 2. 21. Paylaşım İhtiyacı Puanlarının İnternete Daha Çok Girilen Yere Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

	Grup	N	$\bar{x}$	Ss	Var. K.	Sd	KO	F	P	Anlamlı Fark
Paylaşım İhtiyacı	a-Ev	212	3,23	0,84	<b>G. Arası</b>	4	0,58			
	b-Okul	33	3,31	0,79	<b>G. İçi</b>	664	0,69			
	c-Cep Telefonu	380	3,35	0,84	<b>Toplam</b>	668		0,84	0,50	
	d-Bilgisayar	44	3,38	0,00						
	Toplam	669	3,30	0,83						

Tablo 4. 2. 21.'de öğrencilerin paylaşım ihtiyacı puanlarının internete daha çok girilen yere bağlı olarak öğrencilerin aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır (F=0,84; p>0,05).

**Tablo 4. 2. 22. Öğretmenlerle İlişki Puanlarının İnternete Daha Çok Girilen Yere Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Grup		N	$\bar{x}$	Ss	Var. K.	Sd	KO	F	P	Anlamlı Fark
Öğretmenlerle İlişki	Ev	212	2,63	1,21	<b>G. Arası</b>	4	2,46			
	Okul	33	2,47	1,22	<b>G. İçi</b>	664	1,32			
	Cep Telefonu	380	2,68	1,11	<b>Toplam</b>	668		1,87	0,11	
	Bilgisayar	44	3,17	0,91						
	Toplam	669	2,63	1,15						

Tablo 4. 2. 22.'de öğrencilerin öğretmenlerle ilişki puanlarının öğrencilerin internete daha çok girilen yer değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapmış olduğumuz tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda öğrencilerin aritmetik ortalamaları arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır (F=1,87; p<0,05).

**Tablo 4. 2. 23. Sosyal İzolasyon Puanlarının İnternete Daha Çok Girilen Yere Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Grup		N	$\bar{x}$	ss	Var. K.	Sd	KO	F	P	Anlamlı Fark
Sosyal İzolasyon	a-Ev	212	2,16	0,93	<b>G. Arası</b>	4	2,67			A- C
	b-Okul	33	2,60	0,93	<b>G. İçi</b>	663	0,80			B- C
	c-Cep Telefonu	380	2,22	0,89	<b>Toplam</b>	667		3,34	0,01	
	d-Bilgisayar	44	3,17	0,18						
	Toplam	669	2,23	0,90						

Tablo 4. 2. 23.'de öğrencilerin sosyal izolasyon puanlarının öğrencilerin internete daha çok girilen yer değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapmış olduğumuz tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda öğrencilerin aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur (F=3,34; p<0,05). Bu sonuca göre farklılıkların kaynaklarını belirlemek için Post Hoc



karşılaştırması yapılmış ve farklılığın ev ile okuldan bağlananlar arasında istatistiksel olarak anlamlı olarak farklılaşmıştır. Ayrıca okul ile cep telefonu arasında istatistiksel olarak anlamlı olarak fark vardır. Diğer grupların sıralamalar ortalamaları arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır.

**Tablo 4. 2. 24. Sosyal Medya Tutumları Toplam Puanlarının İnternete Daha Çok Girilen Yere Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Grup		N	$\bar{x}$	ss	Var. K.	Sd	KO	F	P	Anlamlı Fark
Toplam Puan	Ev	212	3,07	0,48	<b>G. Arası</b>	4	0,47			
	Okul	33	3,05	0,47	<b>G. İçi</b>	644	0,23			
	Cep Telefonu	380	3,17	0,47	<b>Toplam</b>	648		2,07	0,08	
	Bilgisayar	44	3,33	0,21						
	Toplam	669	3,13	0,48						

Tablo 4. 2. 24.'te öğrencilerin sosyal medya toplam puanlarının öğrencilerin internete daha çok girilen yer değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapmış olduğumuz tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda öğrencilerin aritmetik ortalamaları arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır (F=2,07; p<0,05).

**Tablo 4. 2. 25. Ahlaki Olgunluk Toplam Puanlarının İnternete Daha Çok Girilen Yere Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Grup		N	$\bar{x}$	Ss	Var. K.	Sd	KO	F	P	Anlamlı Fark
Toplam Puan	Ev	212	3,80	0,59	<b>G. Arası</b>	4	1,22			
	Okul	33	3,69	0,39	<b>G. İçi</b>	637	0,28			
	Cep Telefonu	380	3,80	0,50	<b>Toplam</b>	641		4,42	0,06	
	Bilgisayar	44	2,94	0,10						
	Toplam	669	3,78	0,53						

Tablo 4. 2. 25.'te öğrencilerin ahlaki olgunluk toplam puanlarının internete daha çok girilen yere bağlı olarak anlamlı bir şekilde farklılaştığı tespit edilmemiştir (F=4,42; p>0,05).

**Tablo 4. 2. 26. Sosyal Medya Tutumları Toplam Puanlarının Ebeveynlerin İnternet Kullanımını Denetleme Sıklığına Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

	Grup	N	$\bar{x}$	Ss	Var. K.	Sd	KO	F	P	Anlamlı Fark
<b>Toplam Puan</b>	Hiçbir zaman	155	3,12	0,46	<b>G. Arası</b>	4	0,37			
	Bazen	284	3,16	0,45	<b>G. İçi</b>	645	0,23			
	Sık sık	168	3,10	0,53	<b>Toplam</b>	649		1,64	0,16	
	Her zaman	63	3,09	0,48						
	Toplam	670	3,13	0,48						

Tablo 4. 2. 26.'da öğrencilerin sosyal medya tutumu toplam puanlarının ebeveynlerin internet kullanımını denetleme sıklığına göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (F=1,64; p>0,05).

**Tablo 4. 2. 27. Ahlaki Olgunluk Toplam Puanlarının Ebeveynlerin İnternet Kullanımını Denetleme Sıklığına Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

	Grup	N	$\bar{x}$	ss	Var. K.	Sd	KO	F	P	Anlamlı Fark
<b>Toplam Puan</b>	Hiçbir zaman	155	3,74	0,56	<b>G. Arası</b>	4	0,55			
	Bazen	284	3,82	0,50	<b>G. İçi</b>	638	0,28			
	Sık sık	168	3,79	0,52	<b>Toplam</b>	642		1,96	0,10	
	Her zaman	63	3,73	0,60						
	Toplam	670	3,78	0,53						

Tablo 4. 2. 27.'da öğrencilerin ahlaki olgunluk toplam puanlarının ebeveynlerin internet kullanımını denetleme sıklığına göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır (F=1,96; p>0,05)

**Tablo 4. 2. 28. Sosyal Yetkinlik Puanlarının İnterneti Kullanım Amacına Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Grup		N	$\bar{x}$	ss	Var. K.	Sd	KO	F	P	Anlamlı Fark
Sosyal Yetkinlik	Araştırma ve bilgi amaçlı	167	2,27	0,88	<b>G. Arası</b>	4	3,10			
	Eğlence amaçlı	251	2,51	0,94	<b>G. İçi</b>	665	0,85			
	İletişim amaçlı	208	2,48	0,92	<b>Toplam</b>	669		3,64	0,06	
	Paylaşımında bulunma	44	2,82	1,00						
	Toplam	670	2,46	0,93						

Tablo 4. 2. 28.'de, oluşturan öğrencilerin sosyal yetkinlik puanlarının interneti kullanım amacı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapmış olduğumuz tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda öğrencilerin aritmetik ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ( $F=3,64$ ;  $p>0,05$ ).

**Tablo 4. 2. 29. Paylaşım İhtiyacı Puanlarının İnterneti Kullanım Amacına Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

Grup		N	$\bar{x}$	Ss	Var. K.	Sd	KO	F	P	Anlamlı Fark
Paylaşım İhtiyacı	Araştırma ve bilgi amaçlı	167	3,15	0,82	<b>G. Arası</b>	4	2,36			
	Eğlence amaçlı	251	3,29	0,84	<b>G. İçi</b>	665	0,68			
	İletişim amaçlı	208	3,37	0,78	<b>Toplam</b>	669		3,48	0,08	
	Paylaşımında bulunma	44	3,63	0,89						
	Toplam	670	3,31	0,83						

Tablo 4. 2. 29.'de, öğrencilerin paylaşım ihtiyacı puanlarının interneti kullanım amacı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapmış olduğumuz tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda öğrencilerin aritmetik ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır ( $F=3,48$ ;  $p>0,05$ ).

**Tablo 4. 2. 30. Öğretmenlerle İlişki Puanlarının İnterneti Kullanım Amacına Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

	Grup	N	$\bar{x}$	ss	Var. K.	Sd	KO	F	P
Öğretmenlerle İlişki	Araştırma ve bilgi amaçlı	167	2,59	1,18	<b>G. Arası</b>	4	2,24		
	Eğlence amaçlı	251	2,52	1,17	<b>G. İçi</b>	665	1,32		
	İletişim amaçlı	208	2,76	1,11	<b>Toplam</b>	669		1,7	0,15
	Paylaşımında bulunma	44	2,84	1,07					
	Toplam	670	2,63	1,15					

Tablo 4. 2. 30.'da, öğrencilerin öğretmenlerle ilişki puanlarının interneti kullanım amacı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapmış olduğumuz tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda öğrencilerin aritmetik ortalamaları arasında anlamlı fark bulunmamıştır ( $F=1,70$ ;  $p>0,05$ ).

Aşağıda Tablo 4. 2. 31.'da, öğrencilerin sosyal izolasyon puanlarının interneti kullanım amacı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapmış olduğumuz tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda öğrencilerin aritmetik ortalamaları arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır ( $F=3,13$ ;  $p>0,05$ ).

**Tablo 4. 2. 31. Sosyal İzolasyon Puanlarının İnterneti Kullanım Amacına Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

	Grup	N	$\bar{x}$	Ss	Var. K.	Sd	KO	F	P	Anlamlı Fark
<b>Sosyal İzolasyon</b>	Araştırma ve bilgi amaçlı	167	2,07	0,85	<b>G. Arası</b>	4	2,51			
	Eğlence amaçlı	251	2,25	0,93	<b>G. İçi</b>	664	0,80			
	İletişim amaçlı	208	2,26	0,88	<b>Toplam</b>	668		3,13	0,14	
	Paylaşımında bulunma	44	2,58	0,91						
	Toplam	670	2,23	0,90						

**Tablo 4. 2. 32. Sosyal Medya Tutumları Toplam Puanlarının İnterneti Kullanım Amacına Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

	Grup	N	$\bar{x}$	ss	Var. K.	Sd	KO	F	P	Anlamlı Fark
<b>Toplam Puan</b>	Araştırma ve bilgi amaçlı	167	3,06	0,49	<b>G. Arası</b>	4	0,51			
	Eğlence amaçlı	251	3,11	0,50	<b>G. İçi</b>	645	0,23			
	İletişim amaçlı	208	3,16	0,44	<b>Toplam</b>	649		2,23	0,06	
	Paylaşımında bulunma	44	3,28	0,45						
	Toplam	670	3,13	0,48						

Tablo 4. 2. 32.'de öğrencilerin sosyal medya tutumu toplam puanlarının interneti kullanım amacı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapmış olduğumuz tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda

öğrencilerin aritmetik ortalamaları arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır ( $F=2,23$ ;  $p>0,05$ ).

**Tablo 4. 2. 33. Ahlaki Olgunluk Toplam Puanlarının İnterneti Kullanım Amacına Göre Farklılaşp Farklılaşmadığına İlişkin Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları**

	Grup	N	$\bar{x}$	ss	Var. K.	Sd	KO	F	P	Anlamlı Fark
<b>Toplam Puan</b>	Araştırma ve bilgi amaçlı	167	3,83	0,57	<b>G. Arası</b>	4	0,34			
	Eğlence amaçlı	251	3,77	0,51	<b>G. İçi</b>	638	0,28			
	İletişim amaçlı	208	3,79	0,48	<b>Toplam</b>	642		1,21	0,30	
	Paylaşımında bulunma	44	3,67	0,73						
	Toplam	670	3,78	0,53						

Tablo 4. 2. 33.'de, öğrencilerin ahlaki olgunluk toplam puanlarının interneti kullanım amacı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere yapmış olduğumuz tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda öğrencilerin aritmetik ortalamaları arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır ( $F=1,21$ ;  $p>0,05$ ).

**Tablo 4. 2. 34. Ahlaki Olgunlukları ile Sosyal Medya Tutumları ve Alt Boyutları Pearson Korelasyon Sonuçları**

	Sosyal Yetkinlik	Paylaşım İhtiyacı	Öğretmenlerle İlişki	Sosyal İzolasyon	Sosyal Medya Toplam	Ahlaki Olgunluk Toplam
<b>Sosyal Yetkinlik</b>	1	0,516	0,42	0,58	0,66	0,19
<b>Paylaşım İhtiyacı</b>		1	0,4	0,3	0,84	0,7
<b>Öğretmenlerle İlişki</b>			1	0,27	0,63	-0,15
<b>Sosyal İzolasyon</b>				1	0,06	-0,192
<b>Sosyal Medya Toplam</b>					1	0,036
<b>Ahlaki Olgunluk Toplam</b>						1

Tablo 4. 2. 34.'te öğrencilerin ahlaki olgunlukları ve sosyal medya tutumları arasındaki ilişkiyi ortaya koymak üzere yapılan Pearson Korelasyon analizleri sonuçlarına göre; ahlaki olgunluk ve sosyal medya tutumu toplam puanları arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur ( $r=0,036$ ;  $p<0,05$ ).

Bununla birlikte ahlaki olgunluk ve Sosyal Medya Tutum Ölçeği alt boyutları arasında da pozitif yönde bir korelasyon elde edilmiştir. Sosyal yetkinlik ( $r=-0,190$ ;  $p<0,05$ ), paylaşım ihtiyacı ( $r=-0,070$ ;  $p>0,05$ ), öğretmenlerle ilişki ( $r=-0,015$ ;  $p<0,05$ ), sosyal izolasyon ( $r=-0,192$ ;  $p<0,05$ ). Araştırma sonucunda ulaştığımız sonuçlar bizlere ahlaki olgunluk ve sosyal medya tutumları arasında çok yüksek olmasa da düşük düzeyde pozitif yönde bir ilişki olduğudur. Sosyal medya tutumu toplam puanı ve diğer alt boyutlar doğru orantılı bir anlamlılığa sahip iken, sosyal yetkinlik alt boyutu, öğretmenlerle ilişki, sosyal izolasyon ile ahlaki olgunluk arasında ters orantılı bir ilişki söz konusudur.

## BEŞİNCİ BÖLÜM

### SONUÇ VE ÖNERİLER

#### 5. 1. Sonuç

Araştırma sonucunda ulaşılmış olduğumuz bulgular ışığında sonuç ve önerilere yer verilmiştir. İlişki incelenirken ilk olarak farklı lise türlerinde öğrenim gören öğrencilerin demografik özellikleri, sosyal medya tutum ölçeği, ahlaki olgunluk ölçeği kullanılarak öğrencilerin düzeyleri ölçülmüştür. Ulaşılmış olduğumuz bulgular baz alınarak sonuç ve önerilere yer verilmiştir. Bu çalışma 670 öğrenci ile yapılmıştır ve bu sayının %48,6'sı kız, %51,3'ü erkektir.

\*Araştırmaya katılan öğrencilerin yaşa ilişkin dağılımlarına bakıldığında, öğrencilerin 14 ile 18 yaş arasında değiştiği görülmektedir.

\*Araştırmaya katılan öğrencilerin sınıf dağılımlarına bakıldığında, 193'ü 9. sınıfta; 162'si 10. sınıfta; 153'ü 11. sınıfta; 162'si 12. sınıfta olduğu görülmektedir.

\*Araştırmaya katılan öğrencilerin okul türü dağılımlarına bakıldığında, öğrencilerin 143'ü anadolu lisesinde, 187'si meslek lisesinde, 113'ü imam hatip lisesinde, 227'si sağlık meslek lisesinde öğrenim görmektedir.

\*Araştırmaya katılan öğrencilerin okuldaki başarı durumlarına bakıldığında, öğrencilerin 37'si çok düşük, 65'i düşük, 443'ü orta, 125'i yüksek düzeyde başarılı olduğunu ifade etmiştir.

\*Araştırmaya katılan öğrencilerin gelir durumu dağılımlarına bakıldığında, büyük bir kısmının gelir durumu 534'ü (%79,6) “orta” düzeydedir. Öğrencilerin 11'inin (%1,6) “çok düşük”, 71'inin (%10,6) “düşük” ve 47'sinin (%7,0) “yüksek” düzeydedir.

\*Araştırmaya katılan öğrencilerin kardeş sayılarındaki dağılıma bakıldığında, örneklem grubunu oluşturan öğrencilerin 65'i (%9,7) tek çocuk, 193'ü (% 28,8) 1kardeşi, 197'si (%29,4) 2 kardeşi, 107'si (%15,9) 3 kardeşi, 108'i (% 16,1) 4 ve üzeri kardeşi olduğunu ifade etmiştir.



Araştırmaya katılan öğrencilere interneti kullanma amaçları sorulduğunda, öğrencilerin 167'si (%24,9) interneti araştırma ve bilgi amacıyla, 251'i (%37,4) eğlence amacıyla, 208'i (%31,0) iletişim amacıyla, 43'ü (%6,4) paylaşımda bulunma amacıyla kullandıklarını ifade etmiştir. Daha çok eğlence amaçlı kullandıkları görülmektedir.

Bu çalışmada lise öğrencilerinin sosyal medya tutumları cinsiyet değişkenine göre bakıldığında, erkeklerin kız öğrencilere göre daha fazla sosyal medya kullanımına sahip olduğu bulunmuştur. Bu çalışmayı destekleyen ve farklı sonuçlar elde etmiş olan araştırmalara aşağıda yer verilmiştir. Aksak (2017), yapmış olduğu araştırmasında cinsiyet değişkeninde erkekler lehine farklılıklar tespit etmiştir. Arın (2013), Kahyaoğlu ve Çelik (2011) yapmış oldukları araştırmalarda öğrencilerin sosyal medyaya yönelik tutumlarının cinsiyete göre farklılaştığını, bu farklılaşmada erkek öğrencilerin kız öğrencilere oranla daha fazla puana sahip olduklarını tespit etmiştir. Ök (2013) yapmış olduğu çalışmada erkek öğrencilerin kız öğrencilere oranla sosyal medyayı daha fazla kullandıklarını ifade etmiştir. Kılıç (2016) ise yapmış olduğu araştırmasında, cinsiyet değişkenine göre farklılaşma olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Kalender (2016), Ekşi ve Çiftçi (2017) ise yaptıkları çalışmalarda öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarında farklılaşmayı kız öğrenciler lehine bulmuşlardır. Atalay (2014), erkekler lehine çıkan bu sonucu açıklarken; erkek bireylerin aile ortamları içerisinde ebeveynleri tarafından daha serbest yetiştirilmelerine, erkek kimlikleri ile çeşitli sosyal platformlara daha rahat girip bağlanabilme imkanlarından kaynaklandığını ifade etmiştir. Çalışmamızda ulaştığımız sonuç aynı nedenlere bağlamak mümkündür.

Bu çalışmada yer alan öğrencilerin sosyal medya tutumlarının, öğrencilerin yaş değişkenine göre bakıldığında, farklılığın yönü 14 yaş grubu ile 15, 16, 17 yaş grupları arasında olduğu görülmüştür. Ancak öğrencilerin ahlaki olgunluk düzeylerinin yaşa göre anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Aksak (2017), araştırmamızdaki sonucu destekler nitelikte öğrenci yaşlarında oluşan farklılıktan söz etmektedir. Aynı şekilde Atalay (2014), yaş değişkenindeki farklılığı liseye yeni geçen ve uyum problemleri yaşayan bireyin sosyal medyaya daha fazla yöneldiğini ifade etmiştir. Bununla birlikte, yaş ilerledikçe artan sorumluluklar, üniversite sınav

kaygısı, ailenin beklentilerindeki artış öğrencileri bu yaşlarda daha fazla sosyal medyaya yönelttiği söylenebilir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin SMTÖ ve AOÖ toplam puanlarının öğrencilerin kullandıkları sosyal medya siteleri değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine bakıldığında, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki anlamlı farklılık saptanmıştır. Instagram kullanan lise öğrencilerinin daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmayı destekleyen araştırmalar; Kılıç (2016) yaptığı araştırmasında en çok kullanılan sosyal medya sitesi değişkeninde anlamlı bir farklılaşmanın olduğunu tespit etmiştir. Bu farklılık öğrencilerin en çok Instagram kullandıkları şeklinde olmuştur. Aynı şekilde Atalay (2014) araştırmalarında takip edilen sosyal medya sitesi değişkeninde anlamlı farklılığın olduğunu ve en çok kullanılan sosyal medya sitesi olarak Instagram bulunmuştur. Aksak (2017), Akyazı ve Ünal (2013), yapmış oldukları çalışmalarda öğrencilerin sosyal medya sitelerine üyeliklerinin olduğunu ve sosyal medya tutumlarının yüksek oranda olduğunu tespit etmişlerdir. Kırcaburun (2017), bu uygulamadaki artış sebepleri arasında; son zamanlarda mobil telefonlar üzerinden kolaylıkla girilen bir uygulama olmasını ve fotoğraf paylaşımının olmasını ileri sürmüştür. Bu çalışmada da Instagram'ın fazla olması fotoğraf, hikaye paylaşımının olması ve fotoğraflar üzerinde istenilen renk-şekil gibi düzenlemenin yapılarak paylaşımında bulunma imkanı bu artışa sebep olabileceği düşünülmektedir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medya tutumlarının öğrencilerin internete daha çok girilen yer değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine bakıldığında, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmuştur. Bu sonuca göre farklılıkların kaynaklarını belirlemek için Post Hoc karşılaştırması yapılmış ve farklılığın ev ile cep telefonundan bağlananlar arasında istatistiksel olarak anlamlı olarak farklılaştığı görülmüştür. Diğer grupların sıralama ortalamaları arasındaki farklılık istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Elde edilen sonuçların internete daha çok girilen yer değişkenine göre bakıldığında, cep telefonundan bağlananların sayısının daha fazla olduğu bulunmuştur. Kılıç (2016), öğrencilerin sosyal medya tutumlarının girilen yer değişkenine göre anlamlı farklılık olduğunu bulmuştur ancak farklılığın yönünün hangi gruplar arasında olduğu tespit edilememiştir. Saraç (2014) çalışmasında cep telefonundan bağlanan öğrenciler

lehine sonuçlara rastlamıştır. Kalender (2016) araştırmasında öğrencilerin sosyal medyaya en çok hangi araçla bağlanıldığı değişkeninde farklılaşmanın cep telefonu olduğunu tespit etmiştir. Mobil cihazların yaygınlığının artmış olması ve hemen anında ulaşılabilir olmasından kaynaklı öğrencilerin cep telefonundan daha fazla bağlandıkları düşünülmektedir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medya tutumlarının interneti kullanım amacı değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine bakıldığında, grupların aritmetik ortalamaları arasındaki farklılık anlamlı bulunmamıştır. Aynı şekilde ahlaki olgunluk düzeylerine bakıldığında, grupların aritmetik ortalamaları arasında bir farklılaşma bulunmamıştır. Aksak (2017) sosyal medyayı eğlence amaçlı kullanan öğrencilerin sosyal medya tutum puanlarının daha yüksek olduğunu belirtmiştir. Balcı ve Ayhan (2007) yapmış oldukları çalışmalarında öğrencilerin interneti kullanım amaçlarını araştırdıklarında, öğrencilerin daha çok eğlenceli vakit geçirme amacıyla interneti kullandıkları sonucuna varmışlardır. Batıgün ve Kılıç (2011) internet bağımlılık düzeyi yüksek olan bireylerin interneti kullanım amaçlarının eğlence amaçlı olduğuna dikkat çekmektedir. Karaca (2007) ve Ök (2013) gençlerin interneti daha çok eğlence amaçlı kullandıklarını belirtmiştir. Öğrencilerin gerçek hayatta sosyal ilişkilerinin az olması, kurulan arkadaş ilişkilerini sürdürmekteki sıkıntılar, yaşadıkları sınav kaygıları bireyleri sosyal medyada eğlence ortamlarına yönelterek rahatlamalarına imkan verdiği düşünülmektedir.

Öğrencilerin ahlaki olgunlukları ve sosyal medya tutumları arasındaki ilişkiyi ortaya koymak üzere yapılan Pearson Korelasyon analizleri sonuçlarına göre; ahlaki olgunluk ve sosyal medya tutumu toplam puanları arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur ( $r=0,036$ ;  $p<0,05$ ). Bununla birlikte ahlaki olgunluk ve Sosyal Medya Tutum Ölçeği alt boyutları arasında da pozitif yönde bir korelasyon elde edilmiştir. Lise öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumları ile Ahlaki Olgunluk Düzeyleri arasında düşük düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

## **5. 2. Öneriler**

Yapılan araştırma sonucunda elde edilen bulgulara ve yorumlara dayanılarak, eğitim alanında çalışan öğretmenlerimize, okullardaki rehber öğretmenlerimize ve bundan

sonra yapılacak olan çalışmalar bazında araştırmacılara yönelik bazı önerilerde bulunulmuştur.

- Okullarda öğrencilere yönelik uzaman kişilerce doğru, amaca yönelik, verimli sosyal medya kullanımı ve sosyal medyanın zararlı boyutlarından korunma yolları, değerler ve ahlaki konular hakkında seminerler yapılabilir. Müfredatta bu konulara daha çok yer verilebilir.
- Okullarda rehber öğretmenler sosyal medya kullanımı ve ahlaki konularda bireysel ya da grup çalışmaları yürütebilir.
- Öğrencilere verimli sosyal medya kullanımı ve sosyal medyanın zararlı boyutlarından korunma yolları, ve ahlaki konular hakkında eğitimcilerin yanı sıra öncelikli olarak ailelere yönelik seminer ve bilgilendirmelerin gerekli olduğu algısını kazandırmaya yönelik araştırmalara ihtiyaç olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda yapılan araştırmalar artırılmalıdır.
- Yapılan araştırmalarda literatürlere bakıldığında lise çağındaki öğrencileri kapsayan SMTÖ ile ilgili araştırmaların sınırlı sayıda olduğu fark edilmiştir. Ayrıca araştırmaya AOÖ dahil edilerek incelendiği bir çalışmaya çok az sayıda rastlanmıştır. Bu bağlamda farklı değişkenlerle birlikte başka araştırmaların sayısında artış olması önerilmektedir.
- İstanbul İli Avrupa yakasında yapılan bu araştırma farklı illerde de yapılarak sonuçların farklı yaşam şartları, kültürel farklılıklar ve buldukları koşullar dikkate alınarak farklı kültürler arasındaki düzeyler açısından da incelenebilir.
- Araştırmada yer alan öğrencilerin SMTÖ ve AOÖ ile ilgili kapsamlı ve güvenilir sonuçlar elde etmek için, boylamsal anlamda incelemelere yer verilmelidir. Lise öğrencileri, alt kademedeki okul yaşamlarında inceleme çalışmaları yapılarak ileriki kademelerdeki başkalıkları ortaya konulabilir.

- Ailelere, velilere doğru sosyal medya kullanımı konusunda çocuklarına yardımcı olabilmeleri, gençlerin sosyal medya kullanımlarını daha sağlıklı denetlenebilmesi, ahlaki konular çerçevesinde bilgilendirme amaçlı çeşitli çalışmalara seminerlere yer verilebilir. Ailelerin bilgisayar okuryazarlığı arttırılabilir.
- Ailelerin çocuklarına doğru bir şekilde ulaşabilmeleri ve ihtiyaçlarına cevap verebilmeleri için anne baba eğitime ihtiyaç olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda anne babalar, çocuklarına yönelik sınav kaygısı, kişilik gelişimi, ergen psikolojisi gibi konularda kurs, eğitim ve konferanslarda yer almalıdırlar.
- Ailelerden sonra en fazla zaman geçirdikleri okul ortamlarında öğretmenlere yönelik sosyal medya kullanımı, bilgisayar okuryazarlığı konularında çeşitli eğitimlerde yer almaları sağlanmalıdır.
- Gençlere sosyal medya iletilerinin doğru algılanmasına yardımcı olmak amacıyla “medya okuryazarlığı” konusunda bilgilendirilmeli, böylece bireyler sosyal medya kültürüne eleştirel bir bakış açısı kazanmış olacaktır.
- Bu araştırmanın örnekleme 2017-2018 eğitim öğretim yılı ile sınırlıdır. Daha genellenebilir çalışmalar için daha büyük örneklem grubu ile çalışmalar yapılabilir.

## KAYNAKÇA

- Aifan, H. (2010) The Effect of Facebook on Saudis' Interpersonal Relationships with the others, Manhattan, University of Kansas.
- Akinoğlu, O. (2002). *Eğitim ve Sosyalleşme Açısından İnternet Kullanımı*. Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akinal, B. (2013) *Aile Ortamı Dışında Yetişen Çocuklarda Ahlak Gelişimi*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aktan, C. (2009). Ahlak Ve Ahlak Felsefesine Giriş. *Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi*, 1 (1): 2146-0817.
- Akkoyunlu, B. (1996). Bilgisayar Okur Yazarlığı Yeterlilikleri İle Mevcut Ders Programlarının Kaynaştırılmasının Öğrenci Başarı Ve Tutumlarına Etkisi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12: 127-134.
- Aksak, M. (2017). *Farklı Lise Türlerine Devam Eden Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumları İle Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Akyazı, E. ve Ünal, A. (2013). İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Amaç, Benimseme, Yalnızlık Düzeyi İlişkisi Bağlamında Sosyal Ağları Kullanımı. *Global Media Journal*, 3(6): 1-24.
- Alkal, A. (2016). *Ahlaki Olgunluğun Yordanmasında Kişilik Özellikleri Ve Bazı Değişkenlerin Etkisinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Albayrak, E. & İşman, A. (2014). Sosyal Ağlardan Facebook'un Eğitime Yönelik Etkililiği. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4( 1): 129-138.
- Arı, R. (2005). *Gelişim ve Öğrenme*. Nobel Yayın, İstanbul.
- Argın, F. (2013). *Ortaokul Ve Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Arısoy, Ö. (2009). İnternet Bağımlılığı Ve Tedavisi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar Dergisi*, 1: 55-67.
- Atalay, R. (2014). *Lise Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumları İle Algıladıkları Sosyal Destek Düzeyleri Arasındaki İlişki*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Ayan, Y. (2013). *Twitter, Dönüşen Kamusal Alan Ve Kanaat Oluşumu*. Yüksek Lisans Tezi, Kadir Has Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Aydın, M. (2003). Ailede Ahlak Eğitimi. Cumhuriyet Üniversitesi, *İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 7(2): 125-158.
- Bakioğlu, F. (2013). *Kültürlerarası Tolerans İle Ahlaki Olgunluk Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Tokat.
- Baykal, N. & Tekin, N. (2003). *Her Yönüyle İnternet*. Pusula Yayıncılık, İstanbul.
- Beard, K. W. & Wolf, E. M. (2001). Modification İn The Proposed Diagnostic Criteria For İnternet Addiction. *Cyberpsychology And Behavior*, 4(3): 377-383.
- Balcı, Ş. & Ayhan, B. (2007). Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanım ve Doyumları Üzerine Bir Saha Araştırması. Selçuk İletişim Fakültesi Dergisi, (5)1: 175-180.
- Bat, M. & Vural, Z. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yasar University*, 20(5): 3348–3382.
- Bacanlı, H. (2011). *Eğitim psikolojisi*. Pegem Yayıncılık, Ankara.
- Batıgün, A. & Kılıç, N. (2011). İnternet Bağımlılığı ile Kişilik Özellikleri, Sosyal Destek, Psikolojik Belirtiler ve Bazı Sosyo-Demografik Değişkenler Arasındaki İlişkiler. *Türk Psikolojisi Dergisi*, 26(67): 1-10.
- Bayraktutan, G. & Ark. (2014). Siyasal İletişim Sürecinde Sosyal Medya ve Türkiye’de 2011 Genel Seçimlerinde Twitter Kullanımı. *Bilgi / Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 68: 59-96.
- Bakioğlu, F. (2013). *Kültürlerarası Tolerans İle Ahlaki Olgunluk Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Tokat.
- Bilgin, B. (2017). *Ahlaki Olgunluğun Yordanmasında Kişilik Özelliklerinin Ve Bazı Değişkenlerin Etkisinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Bilmen, Ö. (2017). *İnancımız Ahlakımız*. 1. Baskı, İstanbul.
- Büyüköztürk, Ş., vd. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Pegem Akademi, Ankara.
- Bolat, A. (2016). Değerler Eğitiminde Tasavvuf. Ondokuz Mayıs Üniversitesi, *İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 40: 33-48.
- Cevher, R. (2016). *Kullanımlar Ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımına Yönelik Bir Araştırma*.

Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.

Çakır, H. (2005). Bir İletişim Dili Olarak İnternet. Erciyes Üniversitesi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(19): 71-96.

Çekin, A. (2013). Öğretmen Adaylarının Ahlaki Olgunluk Düzeyleri. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 21(3): 1035-1048.

Çiçek, F. (2016). *Eğitim Fakültelerindeki Öğretmen Eğitimcilerinin Genel Alan Yeterlilikleri*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Çapraz, Y. (2017). *Sosyal Ağlar Üzerine; Arşivlenmeyen/Kaybolan Veri Kullanımı*. Yüksek Lisans Tezi, Galatasaray Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Çinemre, S. (2012). *Ahlak Eğitimi Bağlamında Kohlberg'in Ahlak Gelişim Teorisi Ve Sorunları*. On Dokuz Mayıs Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Samsun.

Dikmen, F.(2014). *Ahlak, Değerler ve Eğitimi*. Dem Yayınları, İstanbul.

Dilmaç, B. (1999). *İlköğretim Öğrencilerine İnsani Değerler Eğitimi Verilmesi Ve Ahlaki Olgunluk Ölçeği İle Eğitimin Sınanması*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Durakoğlu, A. (2014). Gazali'de Ahlak Eğitimi. Gazi Üniversitesi, *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 34(2): 211–226.

Düşünceli, M. (2016). *Özel Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumları İle İçedönüklük-Dışadönüklük Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Ekşi, H. (2003). Temel İnsani Değerlerin Kazandırılmasında Bir Yaklaşım: Karakter Eğitimi Programları. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 1(1): 79–96.

Ekşi, H. & Çiftçi, M. (2017). Lise Öğrencilerinin Problemlerini İnternet Kullanım Durumlarının Dinî İnanç Ve Ahlaki Olgunluk Düzeylerine Göre Yordanması. *Addicta: The Turkish Journal On Addictions*, 4(2): 181-206.

Eren, S. (2007). Toplumsal Norm, Ahlak Ve Din. Cumhuriyet Üniversitesi, *İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 11(2): 289–316.

Erdoğan, H. (2017). *Ortaokul Yöneticilerinin Öğretim Liderliği İle Öğretmenlerin İş Doyumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Sebhattin Zaim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.



- Ertürk, S. (1988). Türkiye’de Eğitim Felsefesi Sorunu. *Hacettepe Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3: 11-16.
- Geçer, A. & Dağ, F. (2010). Üniversite Öğrencilerinin Bilgisayar Okur-Yazarlık Düzeylerinin Belirlenmesi: Kocaeli Üniversitesi Örneği. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7(1): 20-44.
- Gök, A. (2017). *Ergenlerde Problemlerli İnternet Kullanımı, Kişilik Özellikleri Ve Sosyal Beceri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Gül, G. (2004). Birey Toplum Eğitim ve Öğretmen. *Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1: 223-236.
- Günaydın, S. (2017). *Öğretmenlerin Sosyal Medya Kullanım Endişeleri Ve Farkındalıkları*. Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- İlhan, A. (2016). *Ortaöğretim Öğrencilerinin Siber Zorbalık Ve İnternet Saldırganlık Düzeyleri İle Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- İnaltekin, H. (2017). *Lise Öğrencilerinde Şiddet Eğilimi Ve Medya Etkileşimi*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kalendere, M. (2016). *Fen Lisesi Ve Sosyal Bilimler Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıklarının İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Afyon.
- Kahyaoğlu, M. ve Çelik, C. (2012). Ortaöğretim Ve Yükseköğretim Öğrencilerinin İnternet Kullanımına Yönelik Tutumlarının Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 7(3): 869-876
- Karaca, M. (2007). *Sosyolojik Bir Olgu Olarak İnternet Gençliği*. Doktora Tezi, Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Kardaş, S. (2013). *6. Sınıf Öğrencilerinin Demokratik Tutumları İle Ahlaki Olgunluk Düzeyi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Fakültesi, İstanbul.
- Kaya, M & Aydın, C. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Dini İnanç İle Ahlaki Olgunluk Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 30: 15–42.
- Kılıç, Ö. (2016). Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sivas.

- Kırcaburun, K. (2017). *Üniversite Öğrencilerinde Instagram Bağımlılığı, Kişilik Özellikleri Ve Kendini Sevme Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Kızılca, İ. & Urhan, Ü. (2011). *Türkiye’de Kişilerin İnternet Kullanımları Ne Şekilde Değişiyor İnternet Kullanıcıları Üzerine Bir Değerlendirme*. Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı.
- Köktürk, A. (2013). *Sosyal Ağ Kullanım Performansına Göre Üniversite Değerlemesi: Twitter Ve Türkiye Üniversiteleri Üzerine Bir Çalışma*. Yüksek Lisans Tezi, Başkent Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Nalbant, H. (2017). *Evlilik Uyumunun Yordayıcılarından Ahlaki Olgunluk Ve Değerler*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Osman Paşa Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Tokat.
- Megep, (2013). Çocuk Gelişimi ve Eğitimi. Ahlak Gelişimi, Ankara. [http://www.megep.meb.gov.tr/mte\\_program\\_modul/moduller\\_pdf/AhlakGelişimi.pdf](http://www.megep.meb.gov.tr/mte_program_modul/moduller_pdf/AhlakGelişimi.pdf) [1 Ocak].
- Megep, (2015). *Çocuk Gelişimi Ve Eğitimi*. Çocuk Gelişimine Giriş, Ankara.
- Moseley, E. (2012). Social media and its affect on adolescent communication skills within families. Unpublished master’s thesis. Gonzaga University, USA.
- Ök, F. (2013). Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları Ve Motivasyonları. Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Özgen, F. (2016). *Spor Yapan Ve Yapmayan Üniversite Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı İle Kişilik İlişkisinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Çanakkale.
- Öztürk, A. ( 2015). *Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışları ile İlişki Doyumu Düzeyi Arasındaki Bağlantıların Değerlendirilmesi*. Üsküdar üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Öztik, S. (2015). *Profesyoneller İçin Ahlaki Gelişim Ölçeğinin Geçerlilik Ve Güvenilirlik Çalışması*. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Saraç, N. (2014). *8. Sınıf Öğrencilerinin Benlik Saygıları İle Sosyal Medyaya İlişkin Tutumları Arasındaki İlişki*. Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Sarıyer, N. ve Zümrüt, S. (2017). Instagramda Farklı Süre Geçiren Kullanıcılar, Instagram Reklamlarından Farklı Mı Etkilenir? *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 1: 1-19.

- Siyambaş, P. (2015). *Sınıf Öğretmeni Adaylarının Teknolojik Terim Farkındalıkları, Teknoloji İle Öğrenmeye Yönelik Öz güven Alguları Ve Bilgisayar İle İnternet Tutumları Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Trabzon.
- Solmaz, B. T., vd. (2013). İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Uygulama. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7(4): 23–32.
- Şener, G. (2009). *Türkiye’de Facebook kullanımı araştırması*. XIV. Türkiye’de İnternet Konferansı, İstanbul.
- Şengün, M. ve Kaya, M. (2007). Ahlaki Olgunluk Ölçeği: Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 24: 54–64.
- Şengün, M. (2013). Anne-Baba Tutumuna Göre Lise Öğrencilerinin Ahlâki Olgunluk Düzeyleri. *Hitit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 1(12-23): 203-215.
- Şengün, M. (2008). *Lise Öğrencilerinin Ahlaki Olgunluk Düzeylerinin Bazı Kişisel Değişkenle Açısından İncelenmesi*. Doktora Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Samsun.
- Seviniş, S. (2017). *Yetişkinlerde Sosyal Ağ Kullanımının Beş Faktör Kişilik Özellikleriyle İlişkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Tekin, İ. ( 2017). Ahlaki Olgunluk Kavramı Üzerine Kuramsal Bir Çözümleme. *İnsan Ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(5): 2275-2298.
- Türer, C. (2016). (Pragmatist) Ahlak Nedir. *Temaşa Erciyes Üniversitesi Felsefe Bölümü Dergisi*, 5: 15–32.
- Tüzün, Ü. (2002). Gelişen İletişim Araçlarının Çocuk ve Gençlerin Etkileşimi Üzerine Etkisi. *Düşünen Adam Dergisi*, 15(1): 46-50.
- Uluç, G. & Yarcı, A. (2017). Sosyal Medya Kültürü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 52: 88-102.
- Uysal. H. (2010). *Ahlak Gelişimi Ve Din*. Yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Ümmet, D. ve Ekşi, F. (2013). Bir Kişilerarası İletişim Problemi Olarak İnternet Bağımlılığı Ve Siber Zorbalık: Psikolojik Danışma Açısından Değerlendirilmesi. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 11: 91-115.
- Yaşar, N. (2015). *Türkiye’deki Bireylerin Kişilik Özellikleri, Facebook Kullanımları Ve Boş Zaman Aktiveleri*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

- Yazıcı, T. (2015). Kişiler Arası İletişimde Anlık Mesajlaşma Uygulamalarının Yeri; Whatsapp Uygulaması İle İlgili Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir İnceleme. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1: 1102-1119.
- Yeşilkayalı, E. (2014). *Ebeveynlerin Çocuk Haklarına Yönelik Tutumları İle İlköğretim Öğrencilerinin Ahlaki Olgunluk ve Hoşgörü Eğilimleri Arasındaki İlişki*. Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Yıldırım, Y. (2014). *Ortaokul 5. Ve 6. Sınıf Öğrencilerinin Ahlaki Olgunluk Düzeyi İle Sosyal Tutumlarının İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Erzincan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzincan.
- Yılmaz, N. (2017). Sosyal Medyada Canlı Yayın Anlayışı. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 1(1): 127-136.
- Young, K.S. (1996). Internet Addiction: The Emergence Of A New Clinical Disorder. *Cyber Psychology And Behavior*, 1(3): 237-244.
- Yüksel, G. (2012). *İlköğretim Öğretmenlerinin Karakter Eğitimi Yetkinlik İnançları İle Ahlaki Olgunluk Düzeyleri Arasındaki İlişki*. Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Yüksel, M. (2016). Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılık Düzeyleri İle Problem Çözme Becerileri Arasındaki İlişkinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *İlköğretim Online Dergisi*, 15(3). <http://ilkogretim-online.org.tr>. [1 Ocak]
- Zorbaz, O. & Dost, M. (2014). Lise Öğrencilerinin Problemlı İnternet Kullanımının Cinsiyet, Sosyal Kaygı ve Akran İlişkileri Açısından İncelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 29(1): 298-310.

## **EK-1: Kişisel Bilgi Formu**

Sevgili Öğrenciler;

Bu ölçek, yüksek lisans tez çalışmamda kullanılmak üzere hazırlanmıştır.

Aşağıda araştırma konusu ile ilgili tutumlarınızı belirlemeye yönelik ifadeler bulunmaktadır.

Sorulara vereceğiniz içten ve samimi cevaplar bu bilimsel çalışmanın sağlıklı bir biçimde sonuçlanmasına yardımcı olacaktır. Cevaplarınız araştırma amacıyla kullanılacak ve bilgiler saklı tutulacaktır. Aşağıdaki maddeleri dikkatle okuyunuz. Kendi durumunuza uygun cevabı bulup (X) işareti koyarak işaretleme yapınız. Lütfen tüm soruları işaretlemeye dikkat ediniz ve isim yazmayınız.

İçten ve samimi cevaplarınız için şimdiden teşekkür ederim.

**GÜNAY GÜL**

**İstanbul Sebahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**

**Aile Danışmanlığı ve Eğitimi**

**1. Yaşınız:** .....

**2. Cinsiyetiniz :** ( ) Kız ( ) Erkek

**3. Sınıfınız :** ( ) 9.sınıf ( ) 10. Sınıf ( ) 11. Sınıf

( ) 12. Sınıf

**4. Okulunuz :** ( ) Anadolu Lisesi ( ) Meslek Lisesi ( ) İmam Hatip ( ) Diğer

**5. Okuldaki başarı durumunuzu nasıl değerlendiriyorsunuz?**

( ) Yüksek ( ) Orta ( ) Düşük ( ) Çok düşük

**6. Anne-babanızın birliktelik durumu nedir?**

( ) Birlikte yaşıyorlar ( ) Ayrı yaşıyorlar - boşandılar ( ) Baba Vefat ( ) Anne Vefat

**7. Ailenizin gelir düzeyini nasıl değerlendiriyorsunuz?**

( ) Yüksek ( ) Orta ( ) Düşük ( ) Çok düşük

**8. Kardeş sayınız nedir?**

( ) Kardeşim yok ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ve üzeri

**9. Günlük ortalama sosyal medya kullanım süreniz ne kadardır?**

( ) Hiç kullanmıyorum ( ) Bir saatten az ( ) 1 – 3 saat ( ) 4 – 6 saat ( ) 7 saat ve üzeri

**10. İnternette en çok hangi sosyal medya sitelerini kullanıyorsunuz? Yazınız.**

.....

**11. İnternete nereden giriyorsunuz?**

- Ev  Okul  Cep telefonu  Bilgisayar

**12. Aileniz internet kullanımınızı denetliyor mu?**

- Her zaman  Sık sık  Bazen  Hiçbir zaman

**13. Sosyal medyayı kullanmaya başladıktan sonra sosyal çevrenizde değişiklik oldu mu?**

- Sosyal çevrem arttı  Sosyal çevrem azaldı  Sosyal çevrem değişmedi

**14.İnterneti en çok hangi amaçla kullanıyorsunuz? Lütfen tek bir seçeneği işaretleyiniz.**

- Araştırma ve bilgi amaçlı ( bilgi arama, ödev yapma vb. )  
 Eğlence amaçlı ( oyun, müzik vb.)  
 İletişim amaçlı ( sohbet )  
 Paylaşımında bulunma ( fotoğraf, yazı, yer bildirim, video vb. )

**15. Ne sıklıkta arkadaşlarınızla olmak yerine internete olmayı tercih edersiniz?**

- Hiçbir zaman  Nadiren  Ara sıra  Çoğunlukla

## EK-2: Sosyal Medya Tutum Ölçeği

### Sosyal Medya Tutum Ölçeği

Aşağıdaki ifadelerin her birini dikkatlice okuduktan sonra, ifadeye ne ölçüde katıldığınızı gösteren sütuna ait olan ve ifadenin hizasında bulunan kutucuğum içini X şeklinde işaretleyiniz.		Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
1	Sosyal medya siteleri sayesinde arkadaşlarımla beni fark etmesini isterim.					
2	Sosyal medya siteleri sayesinde yeni bir kişilik kazandığımı hissediyorum.					
3	Sosyal medya sitelerinin beni arkadaşlarımdan uzaklaştırdığını düşünmüyorum.					
4	Sosyal medya sitelerinde gördüğüm paylaşımları arkadaşlarımla sohbet konusu yapmak hoşuma gidiyor.					
5	Sosyal medya sitelerindeki içerikler hakkında yorum yapmak hoşuma gidiyor.					
6	Sosyal medya sitelerinde yazı, video, müzik vb. paylaşımlarda bulunmaktan hoşlanıyorum.					
7	Sosyal medya sitelerinin beni ailemden kopardığını düşünmüyorum.					
8	Sosyal medya siteleri sayesinde yalnızlıktan kurtulduğumu düşünmüyorum.					
9	Sosyal medya sitelerinde öğretmenlerimi takip etmeyi seviyorum.					
10	Öğretmenlerimin yazdıklarını takip etmesi hoşuma gidiyor.					
11	Sosyal medya siteleri yüzünden aileme yeterince vakit ayıramıyorum.					
12	Paylaşımlarımla arkadaşlarımla arkadaşlarımla beğenilmesinden hoşlanıyorum.					
13	Sosyal medya siteleri sayesinde ortak ilgi ve amaçlara sahip olduğum kişilere ulaşabileceğimi düşünmüyorum.					
14	Sosyal medya siteleri yüzünden diğer sosyal aktivitelere yeterince vakit ayıramıyorum.					
15	Sosyal medya sitelerinde zaman geçirmekten mutlu oluyorum.					
16	Özel ilgi duyduğum arkadaşlarıma sosyal medya siteleri aracılığıyla duygularımı daha rahat ifade edebiliyorum.					
17	Sosyal medya siteleri sayesinde düzenlenen etkinliklerden haberim olması hoşuma gidiyor.					
18	Sosyal medya siteleri sayesinde daha fazla arkadaşımın olacağını düşünürüm.					
19	Öğretmenlerimin sosyal medya sitelerinde beni takip etmesi kendimi değerli hissetmemi sağlıyor.					
20	Sosyal medya siteleri sayesinde saygınlık ihtiyacımın karşılandığını düşünmüyorum.					
21	Arkadaşlarımla paylaşımlarım hakkında yorum yapmaları beni mutlu ediyor.					
22	Sosyal medya siteleri yüzünden derslerime yeterli özeni gösteremiyorum.					
23	Sosyal medya siteleri yüzünden arkadaşlarıma yeterince vakit ayıramıyorum.					



### EK-3: Ahlaki Olgunluk Ölçeği

Sevgili öğrenciler,

Bu ölçek ahlaki olgunluk ile ilgili tutumları ölçmek amacıyla hazırlanmıştır. Ölçek sonuçları, yalnızca bu konudaki tutumları belirlemek amacıyla kullanılacak, başka hiçbir amaç için ölçek sonuçlarından yararlanılmayacaktır. Ölçekte 66 madde bulunmaktadır. Her bir maddeyi dikkatli bir şekilde okuduktan sonra o maddeye ilişkin görüş ya da duyguya katılma derecenizi maddenin karşısında bulunan tabloya çarpı (X) işareti koyarak belirtiniz. Vermiş olduğunuz içten, doğru cevaplar ve cevapsız madde bırakmamakta gösterdiğiniz özen, bu araştırmanın başarılı olabilmesi için büyük önem taşımaktadır. Gösterdiğiniz özen için teşekkür ederim.

	Her zaman doğru	Ara Sıra Doğru	Nadiren Doğru	Hiçbir Zaman Doğru Değil
1-Canlıların nasıl meydana geldiğini merak ederim				
2- Yapmam gereken bir işi başkalarına yaptırıp hoşuma gider.				
3-Dünyaya gelen tüm canlıların yaşamlarının bir anlamı var.				
4- Ofkelendiğimde karşıdaki arkadaşlarımı incitirim.				
5-Görevlerimi yerine getiririm.				
6- Doğadaki olayların nasıl meydana geldiğini merak ederim.				
7- Doğruları söylemekten çekinirim				
8-Arkadaşlarımı mutlu görmek beni mutlu eder.				
9- Başkalarının mutlu olması için çaba göstermem.				
10- Nasıl bir insan olduğum hakkında düşünürüm.				
11- Sahip olduklarımla yetinmem.				
12-Hayatta olmak bana mutluluk verir.				
13-Tartıştığım arkadaşlarımı asla bağışlamam.				
14- Arkadaşlarımla surlarını başkalarına anlatmam.				
15- Kendime karşı saygım yok.				
16-Gereksiz olan muslukları kapatırım.				
17-Başkalarıyla kavga etmekten hoşlanırım.				
18-Sahip olduklarımla yetinebilirim.				
19-Bana yapılan iyilikleri önemsemem.				
20-Kurallar bizim mutlu olmanız için konulmuştur.				
21-Zamanımı boşa geçiririm.				



22-Yaptığım hata karşısında özür dilerim.				
23-Görevimi yapmam.				
24-İnsanlara karşı sevecenim.				
25-Temizliğe önem vermem.				
26-Yaşamaktan mutluluk duyarım.				
27-İnsanlara karşı sevgi göstermem.				
28-Yaptığım bir işi yarım bırakmam.				
29-Sağlığım benim için önemli değildir.				
30-Başkalarına hizmet etmekten mutluluk duyarım.				
31-Yaşamaktan zevk almıyorum.				
32-Büyük varlıklara karşı ilgiliyim.				
33-Başkalarının haklarına saygı duymam.				
34-Elimdekileri başkalarıyla paylaşabilirim.				
35-Saygıdeğer bir insan değilim.				
36-Herkese karşı sevgi gösterebilirim.				
37-Doğadan zevk almıyorum.				
38-Yardıma muhtaçlara acıyorum.				
39-Huzurlu bir şekilde uyuyamam.				
40-Arkadaşlık ilişkilerine önem veririm.				
41-Yaşamaktan mutluluk duyuyorum.				
42-Benden küçüklere sevgi gösteririm.				
43-Olayların sebeplerini araştırmam.				
44-Dünyadaki yaşama ilgi duymuyorum.				
45-Temiz olmak benim için önemlidir.				
46-Kimseye yardım etmem.				
47-Bu ülkenin vatandaşı olmaktan mutluyum.				
48-İnsanlar eşit değildir.				
49-Bir isteğimin gerçekleşmesi için bekleyebilirim.				
50-Doğadaki yaşam dengesini anlamıyorum.				
51-Sahip olduklarımla yetinebilirim.				
52-Niçin var olduğumuzu öğrenmeye çalışmam.				
53-Yardıma ihtiyacı olanlara yardım ederim.				
54-Doğruyu söylemem.				
55-Doğayı seviyorum.				
56-Yardıma muhtaç olan insanları umursamam.				
57-Olaylara iyi gözle bakmaya çalışıyorum.				
58-Arkadaşlık ilişkilerine önem vermem.				
59-Başkalarıyla kavga etmekten hoşlanmam.				
60-Elimdekileri başkalarıyla paylaşmam.				
61-Bana yapılan kötülükleri affederim.				
62-Yaptığım işlerden çabuk vazgeçerim.				
63-Benim için sağlıklı yaşamak önemlidir.				
64-Yaşamaktan dolayı sevinçliyim.				
65-Başkalarıyla bir arada olmaktan hoşlanırım.				
66-Başkalarının hakkına saygı duyarım.				

## EK-4: İstanbul İl Milli Eğitim Müdürlüğü'nden Alınan Araştırma İzni



T.C.  
İSTANBUL VALİLİĞİ  
İl Milli Eğitim Müdürlüğü

Sayı : 59090411-44-E.2302572  
Konu: Anket ve Araştırma İzin Talebi

02.02.2018

Sayın: Günay GÜL

- İlgi: a) 23.01.2018 tarihli ve 1637515 Gelen Evrak No'lu dilekçeniz.  
b) Valilik Makamının 02.02.2018 tarih ve 2279514 sayılı oluru.

**"Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Tutumları ile Ahlaki Olgunluk Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi"** konulu teziniz hakkındaki ilgi (a) dilekçe ve ekleri ilgi (b) valilik onayı ile uygun görülmüştür.

Bilgilerinizi ve söz konusu talebiniz; bilimsel amaç dışında kullanmaması, **uygulama sırasında bir örneği müdürlüğümüzde muhafaza edilen mühürlü ve imzalı veri toplama araçlarının kurumlarımıza araştırmacı tarafından ulaştırılarak uygulanması**, katılımcıların gönüllülük esasına göre seçilmesi, araştırma sonuç raporunun müdürlüğümüzden izin alınmadan kamuoyuyla paylaşılması koşuluyla, gerekli duyurunun araştırmacı tarafından yapılması, okul idarecilerinin denetim, gözetim ve sorumluluğunda, eğitim-öğretimi aksatmayacak şekilde ilgi (b) Valilik Onayı doğrultusunda uygulanması ve işlem bittikten sonra 2 (iki) hafta içinde sonuçtan Müdürlüğümüz Strateji Geliştirme Bölümüne rapor halinde bilgi verilmesini rica ederim.

M. Nurettin ARAS  
Müdür a.  
Müdür Yardımcısı

EK:1- Valilik Onayı  
2- Ölçekler

İl Milli Eğitim Müdürlüğü Binbirdirek M. İmran Öktem Cad.  
No:1 Eski Adliye Binası Sultanahmet Fatih/İstanbul  
E-Posta: sgb34@meb.gov.tr

A. BALTA VHKİ  
Tel: (0 212) 455 04 00-239  
Faks: (0 212)455 06 52

Bu evrak güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır. <https://evraksorgu.meb.gov.tr> adresinden 5eed-d715-39ee-b3cc-8c86 kodu ile teyit edilebilir.

## ÖZGEÇMİŞ

**Adı Soyadı:** Günay GÜL

**Doğum Yeri/Yılı:** Rize / 13.07.1984

**E-Mail:** gunaysaldirici\_@hotmail.com

### A. EĞİTİM

2004-2008 Selçuk Üniversitesi, Mesleki Eğitim Fakültesi, Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Bölümü (Lisans)

1999-2002 İstanbul-Ayşe Ege Kız Meslek Lisesi

### B. İŞ DENEYİMİ

İstanbul-Ayşe Ege Kız Meslek Lisesi Uygulama Anasınıfı (Okul Öncesi Öğretmen)

İstanbul-Beyoğlu İhsan Şerif İlkokulu Anasınıfı (Okul Öncesi Öğretmen)

İstanbul-Ayşe Ege Çok Programlı Anadolu Lisesi (Çocuk Gelişimi ve Eğitim Öğretmeni-15.01.2010 Halen)