İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi
Journal of the Human and Social Science Researches
[2147-1185]
10 th Years

[itobiad], 2021, 10 (4): 3918-3942

Sosyal Medya Kullanımının Dijital Teknolojiye Yönelik Tutum Üzerindeki Etkisi

The Effect of Social Media Usage on Attitude Towards Digital Technology

Video Link: https://youtu.be/0iZ8hex0BEw

Fikret SÖZBİLİR

Doç. Dr., Artvin Çoruh Üniversitesi, Hopa İİBF, İşletme Bölümü

Assoc. Prof. Dr., Artvin Coruh University, Hopa FEAS, Business Administration Dept.

fsozbilir@artvin.edu.tr

Orcid ID: 0000-0003-2665-1795

Makale Bilgisi / Article Information

Makale Türü / Article Type	**:** Araştırma Makalesi / Research Article
Geliş Tarihi / Received	**:** 15.06.2021
Kabul Tarihi / Accepted	**:** 25.12.2021
Yayın Tarihi / Published	**:** 31.12.2021
Yayın Sezonu	**:** Ekim-Kasım-Aralık
Pub Date Season	**:** October-November-December

Atıf/Cite as: Sözbilir, F. (2021). Sosyal Medya Kullanımının Dijital Teknolojiye Yönelik Tutum Üzerindeki Etkisi . İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi , 10 (4) , 3918-3942 . Retrieved from http://www.itobiad.com/tr/pub/issue/66167/952517

İntihal /Plagiarism: Bu makale, en az iki hakem tarafından incelenmiş ve intihal içermediği teyit edilmiştir. / This article has been reviewed by at least two referees and confirmed to include no plagiarism. http://www.itobiad.com/

Copyright © Published by Mustafa YİĞİTOĞLU Since 2012 – Istanbul / Eyup, Turkey. All rights reserved.

Sosyal Medya Kullanımının Dijital Teknolojiye Yönelik Tutum Üzerindeki Etkisi *

Öz

Sosyal medya kullanımı hızla yaygınlaşıyor ve buna paralel olarak sosyal medyaya harcanan zaman artıyor. Sosyal medya, kullanım amacına ve şekline göre yararlı veya zararlı olmaktadır. Yararlı kullanım dijital teknolojilerde yetkinliği geliştirerek günlük işlerin ve yaşamın kolaylaştırılmasını sağlamaya yönelik bilinçli kullanımdır. Dijital teknolojileri oyun ve eğlence için kullanarak uzun süreli boş zaman geçirmek zararlı kullanımdır. Dijital teknolojiler sadece sosyal medya değil bütün bilişim ve teknoloji araçlarıdır. Bu araştırmanın amacı günlük sosyal medya kullanımının çalışanların dijital teknolojilere yönelik tutumlarının üzerinde etkisinin olup olmadığını araştırmaktır. Anket yöntemiyle dijital teknolojilere yönelik tutum ölçeği kullanılarak Artvin İli, Hopa İlçesindeki okullarda görev yapan öğretmenlerden veri toplanmıştır. Araştırmada kullanılan ölçek etik kurulu tarafından onaylanmıştır.

Araştırmaya 120 okul yöneticisi ve öğretmen katılmıştır. Araştırmada elde edilen veriler SPSS 25 istatistik programı kullanılarak analiz edilmiştir. Öncelikle araştırmada elde edilen verinin güvenilirliği ve geçerliliği test edildi ve doğrulandı. Ayrıca, analizde günlük sosyal medyada geçirilen sürenin dijital teknolojilere yönelik tutumun boyutları üzerinde etkisinin olup olmadığı tek yönlü MANOVA analizi ve değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek için korelasyon analizi uygulanmıştır. Araştırma bulguları, katılımcıların günlük sosyal medya kullanımının dijital teknolojilere yönelik tutumun yetkinlik, sosyal ağlar, teknolojiye yönelik ilgi ve olumsuz yönler boyutları üzerinde anlamlı ve olumlu etkisi olduğu belirlenmiştir. Ancak işte teknoloji, benim için teknoloji, eğlence amaçlı kullanım ve bilinçli kullanım üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığını ortaya çıkarmıştır. Bulgular, sosyal medya kullanımı dijital teknolojilerin özellikle sosyal ağlar boyutunda yetkinliği, teknolojiye ilgiyi ve olumsuz yönlerini artırmaktadır. Buna karşılık, katılımcıların olumlu teknoloji algısını, eğlence amaçlı kullanımı ile işte teknoloji kullanımını ve bilinçli kullanımını etkilememesi sosyal medyanın istenen düzeyde yararlı kullanılmadığını sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya Kullanımı, Dijital Teknoloji, Yetkinlik, İşte Teknoloji, Teknolojiye İlgi.

* Artvin Çoruh Üniversitesi Rektörlüğü Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 22.01.2020 Tarih, 2020/01 Sayılı kararı ile Etik Kurul Kararı alınmıştır.

The Effect of Social Media Usage on Attitude Towards Digital Technology

Abstract

Social media usage become widespread rapidly, and time spent on social media is increasing in parallel. Social media can be useful or harmful depending on its intended use and form. Beneficial use is the conscious use to facilitate daily work and life by improving competence in digital technologies. Spending prolonged leisure time using digital technologies for games and entertainment is harmful use. Digital technologies are not only social media but also all information and technology tools. The aim of this research is to investigate whether daily social media use has an effect on employees' attitudes towards digital technologies. Data were gathered from teachers working at schools in Hopa district of Artvin, in Turkey, by using an attitude scale towards digital technologies with the survey method. The scale used in the study was approved by the ethics committee. 120 school principals and teachers participated in the study.

The data obtained in the study were analysed using the SPSS 25 statistical program. First of all, the reliability and validity of the data obtained in the study were tested and verified. Also, in the research, whether the time spent on daily social media has an effect on the dimensions of the attitude towards digital technologies, one-way MANOVA analysis conducted, and correlation analysis were applied to determine the relationship between the variables. Research findings revealed that the daily usage of social media by the participants had a significant and positive effect on the competence, social networks, interest in technology and negative aspects dimensions of the attitude towards digital technologies. However, it was determined that there is no significant effect on technology at work, technology for me, recreational use, and conscious use dimensions. It was concluded that the over usage of the social media increases the competence, interest, and negative aspects of digital technologies, especially in social networks. On the other hand, it was concluded that social media was not used beneficially at the desired level, as it did not affect the participants' positive perception of technology, recreational use, and use of technology at work and conscious use.

Keywords: Social Media Usage, Digital Technology, Competence, Technology at Work, Interest in Technology.

Giriş

Sosyal medya kullanımının hızla yaygınlaşması günlük yaşamda ve iş yaşamında iletişimi, etkileşimi (Arklan ve Akdağ, 2016; Ada & Akdemir, 2017) ve bilgi paylaşımını olabildiğince artırmıştır (Zeng, Hall, & Pitts, 2012). Sosyal medyanın bu kadar yoğun kullanımının yararlarının yanında olumsuz etkileri de sürekli tartışılmaktadır (Mortleman, 2011; Kırık, 2017).

Sosyal medya, Kaplan ve Haenlein (2010) ve Laroche, Habibi, Richard ve Sankaranarayanan (2012) tarafından "Web 2.0'ın teknolojik temellerini temel alan internet tabanlı uygulamaların ürünü ve Web 2.0, yazılım ve içeriğin farklı katılımcılar tarafından sürekli ve iş birliği içinde üretilip geliştirildiği bir platform" olarak tanımlanmıştır. Sosyal medya kullanımı, sosyal ağlara bağlanabilme becerisi ve sosyal medya hesaplarını yönetebilme gibi belirli bir düzeyde dijital teknolojileri kullanma becerisini gerektirmektedir (Utma, 2019).

Ayrıca dijital teknolojileri kullanarak öğrenmek istenilen bilgilere hızlı bir şekilde ulaşılabilmektedir. Dijital teknolojiler, bireylerin eğitim yoluyla elde ettikleri bilgi ve becerilerini daha bilinçli ve verimli bir biçimde uygulamaya koyarak yararlanmasına olanak sağlamaktadır (Parlak, 2017). Dijital teknolojileri kullanarak organizasyonlarda yürütülmesi gereken hemen her işi yerine getirebilmek mümkündür (Dumeresque, 2014). Bunlara örnek olarak; insan kaynakları yönetimi (E-İKY) (Lepak, & Snell, 1998; Lengnick-Hall & Moritz, 2003; Panayotopoulou vd., 2007; Voermans & Veldhoven, 2007; Jian-cheng & Song-zheng, 2008; Yusliza & Ramayah, 2012), dijital pazarlama (Mort & Drennan, 2002; Bulunmaz, 2016; Foroudi, Gupta, & Nazarian, 2017; Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019), dijital bankacılık ve finans (Kelly, 2014; Rajan & Saranya, 2018; Viktorovna, Viktorovna, & Vladimirovna, 2019), dijital iletişim (Karahisar, 2013; Gontrand, 2020) ve diğer sektörlerdeki dijital uygulamalar sayılabilir. Eğitim de bir sektör olduğu için eğitim alanında da hızlı bir şekilde dijitalleşme görülmüştür (Williamson, 2016; Ozga, 2016; Salavati, 2016; Tuncer & Taşpınar, 2008; Parlak, 2017; Akbulut, 2020).

Yeni koronavirüs (Covid-19) pandemi süreci tüm dünya da etkisini sürdürmektedir. Pandemiden korunma amacıyla toplu ortamlardan uzak durmayı gerektiren bu durum dijital teknolojiye yönelimi artırmaktadır. İnsanlar pandemi sürecinde çoğu zaman evlerinde kalarak işlerini dijital teknolojileri kullanarak yapmaktadırlar. Birçok alanda bu durum böyle devam etmektedir. Bu araştırmada, çalışanların mesleklerini yaparken dijital teknolojileri kullanma yetkinlikleri ve sosyal medya kullanımının dijital teknolojileri kullanma ile ilişkisi incelenmiştir.

Kavramsal Çerçeve

Sosyal Medya Kullanımı

Sosyal medya, SteenKamp ve Hyde-Clarke (2014) tarafından içerik oluşturmak ve/veya dağıtmak için medya kullanıcılarının bilgi paylaşımını ve katılımını kolaylaştıran bir platform olarak tanımlanmıştır. İnternet erişimi yaygınlığının ve hızının artmasına bağlı olarak sosyal medya araçlarının, uygulamalarının ve ağlarının da çeşitlenmesi ses, görüntü ve veri paylaşımı yoluyla bilgi sermayesinin büyümesini (Vural & Bat, 2010; Özdemir, Özdemir, Polat, & Aksoy, 2014) ve aynı zamanda bireylerin arkadaşlıklar kurup sosyal sermayelerini artırmalarını sağlamıştır (Kırık, 2017; Yıldız, 2017). Sosyal medya ayrıca sosyal etkileşimleri kolaylaştıran,

tartışma ve iş birliklerini mümkün kılan teknolojilerdir (Bryer, & Zavattaro, 2011). İnternet ortamında yer alan ve farklı versiyonları ile yoğun olarak kullanılan sosyal medya araçlarından bazıları; e-posta, bloglar, forumlar, extranet, hızlı mesaj servisleri (Bip, Telegram, WhatsApp vd.), sosyal ağ siteleri (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn vd.) olmakla birlikte sürekli çeşitlenmekte ve farklı özellikler eklenerek yenilenmektedirler (Onat & Alikılıç, 2008). Sosyal medya iki tarafı da keskin kılıç gibidir. Burada dikkat edilmesi gereken onun risklerini olabildiğince azaltırken ondan en iyi şekilde yararlanmaktır. Gereksiz zaman kaybı olarak görerek sosyal medyadan uzak durmadan sosyal medyanın sağladığı fırsatlarla daha yenilikçi ve özgünlüğünü geliştirmek gerekir (Mortleman, 2011). Sosyal medya kullanım amacına ve şekline göre yarar veya zarar vermektedir. Örnek olarak bıçak mutfakta çok önemli kolaylaştırıcı bir araç iken kötü amaçlı kullanılırsa tehlikeli bir suç aletine dönüşebilir. 'We Are Social' ve 'Hootsuite' ortaklığı ile yapılan Dijital 2021 araştırmasının sonuç raporuna (Kemp, 2021) göre 2021 yılı Ocak ayı itibariyle dünya genelinde 4,2 milyar sosyal medya kullanıcısı bulunmakta ve bu sayı dünya nüfusunun yüzde 53,6'sına karşılık gelmektedir. Sosyal medya erişimini mobil telefonları üzerinden sağlayanların oranı ise yüzde 98,8 (4,15 milyar) olarak belirlenmiştir. Söz konusu araştırma raporunda verilen oranlar sosyal medya erişiminin neredeyse tamamının mobil telefonlarla sağlandığını göstermiştir. Bir günde sosyal medyada geçirilen süre olarak dünya ortalaması 2 saat 25 dakika iken Türkiye'de günlük sosyal medya kullanım ortalama süresi 2 saat 57 dakika ile dünya ortalamasının üzerinde yer almıştır. Söz konusu istatistiklere göre sosyal medyada en az zaman geçiren ülkeler Japonya (51 dk.) ve Güney Kore (1 s. 08 dk.) olmuştur (Kemp, 2021).

Dijital Teknolojiye Yönelik Tutum

Teknolojideki gelişmeler yaşam biçimimizde de değişimlere yol açmaktadır. Bilgisayar teknolojisinde Moore Yasası olarak bilinen bir tespite göre dijital teknolojiler her yıl bir öncekinin iki katı sayılabilecek şekilde kendini yenileyerek ilerleyen bir teknoloji türüdür (Moore, 1965). Dijital sözcüğü Latince en eski sayım aracını ifade eden "digitus" sözcüğünden gelmektedir. Dijital teknolojiler, mikro işlemci kullanan aletler, sistemler, cihazlar ve veri işleyen, üreten ve depolayan kaynaklardır. Bunlar, bilgisayar, internet, sosyal medya, mobil telefon vb. cihazlardır (Mengalli, 2009). Özellikle 2020 yılı Mart ayından itibaren tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19 salgını döneminde dijital cihazlar eğitim (Akbulut, 2020), iletişim, sanat (Karaçeper, 2018) ve giriş bölümünde de sıralandığı gibi pek çok alanda günlük yaşamda daha fazla kullanılmaya başlamıştır. Bilginin elde edilmesi, işlenmesi ve ekrana yansıtılarak görselleştirilmesi, yazılım, donanım ve ortamlar ile işlerin kolay ve hızlı bir şekilde yapılması dijital teknolojinin çekiciliğini artırmaktadır. Dijital teknolojilerde "donanım" sistemde fiziksel olarak kullanılan cihaz unsurlarını ifade ederken, "yazılım" ise donanımın istendik şekilde çalışması ve iş veya bilgi üretmesi için gerekli komutları uygulayan kodlardan oluşmaktadır. Donanımlar yazılım olmadan çalışmazlar. Video projektörleri eğitim amaçlı kullanılan donanımlara örnek

verilebilir (Parlak, 2017). İnternet, bilgisayar, kamera ve diğer web teknolojileri, mobil telefonlar, tabletler artık sıradanlaşmış durumdadır. Nesnelerin interneti, yapay zekâ, akıllı fabrikalar, akıllı evler, akıllı sınıflar vb. dijital teknolojiler bu teknolojinin kullanımına dair yetkinliği iş yaşamındakiler için olduğu kadar yaşayan herkes için giderek önem kazanmıştır (Sağıroğlu, Bülbül, Kılıç & Küçükali, 2020). Bununla birlikte dijital okuryazarlığın yaygınlaştırılması da bir gereklilik olmuştur. Başta tıp, mühendislik, psiko-sosyal, ekonomi, işletme ve eğitim alanında olmak üzere bütün meslekler için dijital teknolojinin getirmiş olduğu kolaylık, verimlilik ve hız her geçen gün bir öncekini düzeyini egale etmektedir (Kalkınma Bakanlığı, 2018). Başarı ve sürdürülebilir rekabetçi üstünlük için otomasyon, yapay zekâ ve dijital teknolojileri etkin kullanarak yeni yetkinlikler kazanmak kaçınılmaz hale gelmiştir. Bu bakımdan çalışma yaşamında başarılı çalışanların yetiştirilmesi için onların dijital teknolojilere adaptasyonu sağlanmalıdır (McKinsey & Company Türkiye, 2020). Günümüzde dijital teknolojilerin kullanımına adaptasyonları bakımında bireyler dijital göçmen ve dijital yerli olmak üzere iki grup olarak değerlendirilmişlerdir. Dijital göçmenler, internet ve dijital teknolojilerini çocukluk döneminden sonra öğrenmeye ve uyum sağlamaya çalışan X ve Y kuşağı bireylerdir. Dijital yerliler ise bebeklik döneminden itibaren internet ve dijital teknolojilerinin içinde ve yoğun kullanan Z kuşağı bireylerdir. Dijital yerliler, teknoloji odaklı ve çabuk kavrayan, değişimi kovalayan ve hızlı öğrenen bireylerdir (Prensky, 2001). Bu durum, çalışanların bilgilerini kendinden sonraki kuşaktan bireylere öğretebilmesinin incelenmesi bakımından önem taşımaktadır.

Hipotez Geliştirme

Sosyal Medya Kullanım Süresi ve Dijital Teknolojiye Yönelik Tutum İlişkisi

McKinsey & Company Türkiye (2020) tarafından yapılan araştırmanın 2030 yılı öngörüsüne göre yetenek dönüşümü trendi en büyük yetkinlik değişiminin yüzde 63 oranı ile teknoloji yetkinliklerinde gerçekleşeceğini göstermektedir. İşletmeler Endüstri 4.0'ın gereği, veri analitiği ve yapay zekâ ve bilgi teknolojileri profesyonellerine odaklanmaktadırlar (McKinsey & Company Türkiye, 2020). Türk Sanayici ve İş insanları Derneği (TÜSİAD) (2016) ve Samsung Electronic tarafından yapılan bir araştırma raporunda firmaların dijital değişime yönelmede öncelikli nedenleri verimlik, rekabet avantajı, müşteri kazanımı ve sosyal medyanın gücü sıralanmıştır. Erdoğan ve Tonga (2020) Orta Anadolu bölgesindeki ortaokullarda öğrenim gören 480 öğrenci üzerinde yaptıkları araştırmada teknolojiye yönelik tutumun dijital vatandaşlık tutumunu etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Erten'in (2019) Bingöl'de 318 öğrencinin katılımıyla gerçekleştirdiği çalışmasında Z kuşağının dijital teknolojiye yönelik olumlu tutum sergilediklerini, bununla birlikte tutumlarını ailelerinin eğitim ve gelir düzeylerine göre değişim gösterdiğini, ancak cinsiyete göre değişmediğini belirlemişlerdir. Köse ve Doğan (2018) tarafından İstanbul'da bulunan bazı üniversitelerden 325

öğrenci üzerinde yapmış oldukları çalışmada sosyal medya kullanımı arttıkça öz-yeterliliğin azaldığı sonucuna ulaşmışlardır. Başka bir araştırmada ise (Kurtoğlu & Seferoğlu, 2014) 27 akademik dergide 33 makale taranarak öğretmenlerin teknoloji kullanım durumları ile çalışmalarda öğretmenlerin yeni teknolojileri genellikle hizmet içi eğitim kurslarında öğrendikleri, çoğunlukla yeni teknolojilere yönelik olumlu yaklaşımları olduğu ancak derslerde yeni teknolojileri kullanmanın sorumluluklarını artıracağı yönünde çıkarımların ağırlıklı düşünce olduğunu görmüşlerdir. İrge ve Şen (2020) tarafından İstanbul'da endüstriyel mutfak sektöründe çalışan 450 kişi üzerinde yapılan bir çalışmada DTYT'nin genel olarak proaktifliği, yeni girişim yönetimini, yenilik ve örgütsel yenilenmeyi, iç girişimciliği, performansı olumlu ve anlamlı etkilediğini ortaya koymuşlardır. Bu çalışmada ise sosyal medya kullanım süresinin DTYT'nin farklı boyutları (yetkinlik, sosyal ağlar, işte teknoloji, teknolojiye ilgi, benim için teknoloji, teknolojinin olumsuz yönlerine odaklanma, eğlence amaçlı kullanım ve bilinçli kullanım) üzerinde etkisinin olup olmadığını ve yönünü test etmek amacıyla aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

Hipotezler: Günlük sosyal medya kullanım süresinin dijital teknolojilere yönelik tutumun; 'yetkinlik' (H1), 'sosyal ağlar' (H2), 'işte teknoloji' (H3), 'teknolojiye yönelik ilgi' (H4), 'benim için teknoloji' (H5), 'olumsuz yönler' (H6), 'eğlence amaçlı kullanım' (H7), 'bilinçli kullanım' (H8) boyutları üzerinde anlamlı ve olumlu bir etkisi vardır.

Yöntem

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni ve aynı zamanda örneklemi Artvin'in Hopa ilçesinde görev yapan toplam 420 öğretmendir. 2019-2020 Eğitim-öğretim yılında Hopa'daki ilkokul, ortaokul, lise ve dengi okullarda görev yapan öğretmenler üzerinde bir alan araştırması yapılmıştır. Araştırma kapsamında gerçekleştirilen ankete 120 öğretmen katılmış ve katılım oranı %28,6 olarak gerçekleşmiştir. Deneklerin hepsinin öğretmen olmalarından dolayı meslek grubu olarak da homojen bir yapıya sahiptir.

Veri Toplama Aracı

Bu araştırmada anket yöntemi ile veri toplanmıştır. Araştırmada kullanmak için oluşturulan anket Artvin Çoruh Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 22/01/2020 tarihli ve 2020/1 nolu kararı ile uygun görülmüştür. Anketler okullarda öğretmenlere Artvin İl Milli Eğitim Müdürlüğünün 11/03/2020 tarihli ve 5296228 sayılı onayı ile dağıtılmıştır. Anketin birinci bölümü demografik bilgilere ve sosyal medya kullanımına ilişkin sorulardan oluşmaktadır. İkinci bölümü dijital teknolojilere yönelik tutumu ölçmek için Cabı (2016) tarafından geliştirilen ve 39 maddeden oluşan dijital teknolojiye yönelik tutum (DTYT) ölçeği kullanılmıştır. DTYT ölçeği 5'li Likert (1=Kesinlikle katılmıyorum- 5=Kesinlikle katılıyorum) olarak yapılandırılmıştır.

Analiz

Araştırma nicel verilerle betimsel ve deneysel olmak üzere karma yöntem kullanılmıştır. Araştırma sürecinde elde edilen veriler SPSS 25 istatistik programı kullanılarak analiz edilmiş ve demografik istatistiklerin yanı sıra güvenilirlik, geçerlilik, korelasyon ve MANOVA testleri yapılmıştır.

Demografik Veriler

Araştırmanın demografik sonuçları katılımcıların çoğunluğunun cinsiyet olarak kadın (%58,3), pozisyon olarak öğretmen (%88,3), eğitim olarak lisans düzeyinde (%93,3) ve yaş olarak 31-40 yaş aralığında (%38,3) olduklarını ortaya koymuştur. Araştırmada elde edilen sosyal medya kullanımına ilişkin verilerine göre katılımcıların %60,9'u sosyal medyada bir günde 30 dakika ile 2 saat arasında zaman geçirdikleri, %51,7'sinin sosyal medyada arkadaş sayısının 300'den az olduğu ve en çok Instagram (%40,8) ve Facebook (%30) uygulamalarını kullandıkları belirlenmiştir. Demografik veriler detaylı olarak Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri

Cinsiyet	Sayı	Yüzde	Sosyal Medyada Geçirilen Süre	Sayı	Yüzde
Kadın	70	58,3	Hiçbir Zaman	4	3,3
Erkek	50	41,7	10dk.dan az	4	3,3
Toplam	120	100	10dk ile 30dk arası	16	13,3
Yaş	Sayı	Yüzde	30dk ile 1 saat arası	32	26,7
24-30	33	27,5	1 saat ile 2 saat arası	41	34,2
31-40	46	38,3	2 saat ile 3 saat arası	18	15,0
41-50	31	25,8	3 saat ile 4 saat arası	4	3,3
51-60	10	8,3	4 saatten fazla	1	0,8
Toplam	120	100	Toplam	120	100
Pozisyon	Sayı	Yüzde	Eğitim Durumu	Sayı	Yüzde
Öğretmen	107	88,3	Lisans	112	93,3
Müdür Yardımcısı	8	6,7	Yüksek Lisans	8	6,7
Müdür	5	4,0	Toplam	120	100
Toplam	120	100	Sosyal Ağdaki Arkadaş Sayısı	Sayı	Yüzde
Kullanılan Sosyal Ağ Türü	Sayı	Yüzde	0-100	35	29,2
Facebook	36	30,0	101-200	27	22,5
Twitter	9	7,5	201-300	22	18,3
Instagram	49	40,8	301-400	14	11,7
WhatsApp	23	19,2	401-500	14	11,7
Kullanmıyorum	3	2,5	500'den fazla	8	6,6
Toplam	120	100	Toplam	120	100

Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizleri

Katılımcıların bir günde sosyal medyada geçirdikleri süreye ilişkin oluşturulan soru tek ve kategorik yapıda (8 kategorili: 1-Hiç kullanmam-…8- 4 saatten fazla kullanırım) olduğu için güvenilirlik ve geçerlilik analizi yapılmamıştır. Likert olarak kullanılan DTYT ölçeği 8 boyuttan oluşmaktadır ve geçerlilikleri keşfedici faktör analizi ile test edilmiştir. Değişkenlerden faktör yükleri 0,40 ve üzeri olanlar analize dahil edilmiştir. Dijital teknolojilere yönelik tutum ölçeğinin yetkinlik boyutundan 3 madde, derste teknoloji kullanımı boyutundan 1 madde, teknolojiye yönelik ilgi boyutundan 2 madde olmak üzere toplam 6 madde faktör yükü 0,40'tan düşük oldukları için analizden çıkarılmıştır (Field, 2009). Ölçeğin Kaiser-Meyer Olkin (KMO) değerleri faktör analizi için uygun olduğunu gösterir. Ölçeğin güvenilirlik düzeyinin tespiti için Cronbach's Alpha değeri (α) kullanılır ve güvenilirlik için yeterli kabul edilen değer genellikle ,70 olmakla birlikte sosyal bilimlerde keşfedici araştırmalarda kabul edilebilir değer 0,60'a kadar inebilir (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2014; Ursachi, Horodnic, & Zait, 2015; Taber, 2018). Ölçeklerin faktör analizinde çıkarılan 4 maddeden sonra yapılan güvenilirlik testleri sonucunda analize dahil edilen 7 boyutun Cronbach's Alpha değerlerinin ,70'in üzerinde olduğu 'Olumsuz yönler' boyutunun ise ,60 olduğu belirlenmiştir. Faktör ve güvenilirlik analizlerinin sonuçları Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Faktör ve Güvenilirlik Analizleri Sonuçları

Değişkenler	α	Madde sayısı	Faktör Yükleri	KMO	Yaklaşık χ^2	df	Varyans (%)	Anl. (p)
Yetkinlik	,833	7	425-836	,860	381,360	21	56,168	,000
Sosyal ağlar	,853	4	803-863	,747	212,568	6	69,441	,000
İşte teknoloji kullanımı	,751	3	456-842	,697	92,644	6	52,453	,000
Teknolojiye yönelik ilgi	,851	3	573-863	,778	169,487	6	63,634	,000
Benim için teknoloji	,754	4	664-871	,715	128,990	6	58,903	,000
Olumsuz yönler	,601	5	529-699	,700	57,611	10	39,413	,000
Eğlence amaçlı kullanım	,792	4	550-906	,737	183,252	6	63,156	,000
Bilinçli kullanım	,767	3	791-864	,682	94,294	3	68,563	,000

α : Cronbach's Alpha; KMO: Kaiser-Meyer Olkin

Bulgular

Korelasyon Analizi

Yapılan korelasyon analizinde en yüksek ve anlamlı ilişki DTYT ölçeğinin alt boyutlarından "teknolojiye yönelik ilgi"nin "yetkinlik" (r= ,674; p<,01) ve

"benim için teknoloji" (r= ,633; p<,01) ile arasında pozitif yönlü olarak görülmüştür. Aynı zamanda "benim için teknoloji"nin "yetkinlik" (r= ,590; p<,01) ve "işte teknoloji kullanımı" (r= ,579; p<,01) arasında pozitif ve anlamlı ilişki olduğu belirlenmiştir. Analizde DTYT ölçeğinin "olumsuz yönler" boyutunun "İşte teknoloji kullanımı" (r=-,258; p<,01), SMGS (r=-,244; p<,01) ve "teknolojiye yönelik ilgi" (r=-,182; p<,05) boyutlarıyla negatif yönlü ilişkisinin olması dikkat çekmiştir. Araştırmada analize dahil olan değişkenlerin ortalamaları, standart sapmaları ve korelasyonları Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Korelasyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	Ort.	Std. Sapma	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1- SMGS†	4,4750	1,31547	1								
2- Yetkinlik	3,4778	,91547	,229*	1							
3- Sosyal ağlar	3,0882	,97293	,415**	,364**	1						
4- İşte teknoloji kullanımı	3,5322	,84408	,094	,372**	,328**	1					
5- Teknolojiye yönelik ilgi	3,6793	,93432	,252**	,674**	,369**	,516**	1				
6- Benim için teknoloji	3,8445	,70410	,044	,590**	,294**	,579**	,633**	1			
7- Olumsuz yönler	3,0252	,74887	-,244**	-,120	-,021	-,258**	-,182*	-,117	1		
8- Eğlence amaçlı kullanım	2,3130	,91261	,166	,272**	,503**	,189*	,288**	,124	,105	1	
9- Bilinçli kullanım	4,0168	,74643	,038	,321**	,146	,364**	,401**	,495**	-,123	-,053	1

†SMGS: Bir Günde Sosyal Medyada Geçirilen Süre
* Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır (2-tailed).
** Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır (2-tailed).

Varyans Analizleri

Analizde kullanılan SMGS değişkeni verilerinin kategorik olması ve buna karşılık DTYT ölçeğinin verilerinin metrik olmaları nedeniyle araştırma için uygun istatistik yöntem olarak Tek Yönlü MANOVA analizi yapılmıştır (Field, 2009). Tek Yönlü MANOVA'nın ön koşulu olarak Levene's testi yapılmış ve grup dağılımlarının varyanslarının homojen olup olmadığı sınanmıştır.

Tek Yönlü MANOVA

Katılımcıların dijital teknolojiye yönelik tutumlarının bir günde sosyal medyada geçirdikleri sürelere göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla Tek Yönlü MANOVA testi uygulanmıştır. Tek Yönlü MANOVA testi en az üç kategoriye sahip bir veya daha fazla bağımsız değişken ile birden çok bağımlı değişken arasındaki farklılıkların anlamlı olup olmadığını test etmek için kullanılır (Field, 2009). Tek yönlü MANOVA

ile SMGS (8 kategorili) bağımsız değişken, DTYT ölçeğinin 7 boyutu ise bağımlı değişkenin aralarındaki ilişki analiz edilmiştir. Bağımlı değişkenlerin her birisi için varyans homojenliğinin sağlandığına (p> ,05) dair Levene testi sonuçları Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4. Levene hata Varyanslarının Eşitliği testi sonuçları

Değişkenler	Levene İstatistiği (F)	df1	df2	Sig. (p)
Yetkinlik	1,095	6	111	,370
Sosyal ağlar	1,720	6	111	,123
İşte teknoloji	,893	6	111	,503
Teknolojiye yönelik ilgi	1,977	6	111	,075
Benim için teknoloji	,275	6	111	,948
Olumsuz yönler	1,223	6	111	,300
Eğlence amaçlı kullanım	1,629	6	111	,146
Bilinçli kullanım	,479	6	111	,823

Tek Yönlü MANOVA analizinde elde edilen çok değişkenli test sonuçları bağımsız değişken SMGS için dört testin de (Pillai's Trace, Wilk's Lambda, Hotelling's Trace ve Roy's Largest Root) istatistiksel olarak anlamlı (p< ,001) olduğunu göstermiştir. Söz konusu testlerden üçünün değerleri arttıkça bağımsız değişkenin etkisinin modele katkısı artarken, Wilk's Lambda testinin değeri azaldıkça bağımsız değişkenin etkisinin modele katkısı yüksek olmaktadır. Bu çalışmada model varsayımlarının ihlaline yönelik diğer istatistiklerden daha güvenilir ve güçlü olduğu kabul edilen Pillai's Trace testi tercih edilmiştir (Olson, 1974; Antalyalı, 2010). Bu testin istatistiksel olarak anlamlı (p< ,05) olması bağımsız değişkenin (SMGS) gruplarından en az ikisinin bağımlı değişkenlerden en az biri arasında anlamlı bir farklılık olduğu anlamına gelmektedir. Kısmi Eta-Kare bağımsız değişkenin (SMGS) bağımlı değişkenlere etki düzeyini belirler ve 0'dan 1'e doğru arttıkça etkinin düzeyi de artar. Çok değişkenli test sonuçları Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Varyans Analizi Sonuçları

Çok değişkenli test kriteri	Değer	F	Hipotez sd	Hata sd	Sig. (p)	Kısmi Eta-Kare
Pillai's Trace	,892	2,008	56,000	770,000	,000	,127
Wilks' Lambda	,362	2,096	56,000	565,368	,000	,135
Hotelling's Trace	1,170	2,137	56,000	716,000	,000	,143
Roy's Largest Root	,476	6,542	8,000	110,000	,000	,322

Bağımsız değişken: SMGS

Bağımsız değişkenin (SMGS) bağımlı değişkenler üzerindeki etkisini incelemek için değişkenler arası etki analizi sonuçları kullanılmıştır. Elde edilen bulgulardan Bağımsız değişkenin (SMGS) yetkinlik (R^2= ,128; p< ,05), sosyal ağlar (R^2= ,229; p< ,01), teknolojiye yönelik ilgi (R^2= ,181; p< ,05) ve olumsuz yönler (R^2= ,154; p< ,05) bağımlı değişkenleri üzerinde olumlu ve anlamlı etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Modeldeki en yüksek etki olarak sosyal ağlar boyutunun %22,9'u SMGS tarafından açıklanmıştır. Aynı test sonucunda SMGS'nin işte teknoloji, benim için teknoloji, eğlence amaçlı kullanım ve bilinçli kullanım bağımlı değişkenleri üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı (p> ,05) anlaşılmıştır. Varyans analizi sonuçları Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6. Varyans analizi sonuçları

Bağımlı Değişkenler	Tip III KT	sd	KO	F	Sig. (p)	Kısmi Eta-Kare (R^2)	Düzeltilmiş R^2
Yetkinlik	12,648	7	1,807	2,323	,030	,128	,073
Sosyal ağlar	25,543	7	3,649	4,701	,000	,229	,180
İşte teknoloji	8,873	7	1,268	1,871	,081	,106	,049
Teknolojiye yönelik ilgi	18,656	7	2,665	3,507	,002	,181	,129
Benim için teknoloji	3,181	7	,454	,912	,500	,054	-,005
Olumsuz yönler	10,201	7	1,457	2,890	,008	,154	,101
Eğlence amaçlı kullanım	6,301	7	,900	1,086	,377	,064	,005
Bilinçli kullanım	2,668	7	,381	,671	,696	,041	-,020

Bağımsız değişken: SMGS
KT: Karelerin Toplamı; KO: Karelerin Ortalaması

Yapılan Tek Yönlü MANOVA analizi sonucunda araştırmanın hipotezleri sınanmış ve kabul veya ret durumu Tablo 7'de görülebilir.

Tablo 7. Araştırma Modeli Test Sonuçları Özeti

Hipotezler	Sonuç
Günlük sosyal medya kullanım süresinin dijital teknolojilere yönelik tutumun;	
… 'yetkinlik' boyutunun üzerinde olumlu etkisi vardır (H1)	Kabul
… 'sosyal ağlar' boyutunun üzerinde olumlu etkisi vardır (H2)	Kabul
… 'işte teknoloji' boyutunun üzerinde olumlu etkisi vardır (H3)	Red
… 'teknolojiye yönelik ilgi' boyutunun üzerinde olumlu etkisi vardır (H4)	Kabul
… 'benim için teknoloji' boyutunun üzerinde olumlu etkisi vardır (H5)	Red

… 'olumsuz yönler' boyutunun üzerinde olumlu etkisi vardır (H6)	Kabul
… 'eğlence amaçlı kullanım' boyutunun üzerinde olumlu etkisi vardır (H7)	Red
… 'bilinçli kullanım' boyutunun üzerinde olumlu etkisi vardır (H8)	Red

Bağımlı değişkenlerin her biri için bağımsız değişkenlerin grupları arasında farklılıklar ve düzeyleri çoklu karşılaştırma testi ile belirlenebilir (Antalyalı, 2010). Bu çalışmada analiz sonuçları bütün bağımlı değişkenler için bağımsız değişken SMGS'nin grupları arasında en yüksek ortalama '3 saat ile 4 saat arası' grubunda görüldüğü için bu gruba odaklı bir ortalama incelemesi yapılmıştır. Bu sonuçlarla sosyal medyada bir günde 3-4 saat geçirenler 'Olumsuz yönler' boyutunun dışında bütün boyutlarıyla dijital teknolojiye yönelik tutumu olumlu ve yüksek olan grup olarak belirlenmiştir. 'Olumsuz yönler' boyutunda da sosyal medyada bir günde 3-4 saat geçirenlerin en yüksek ortalamaya sahip olmakla birlikte negatif ortalama sahip olmasıyla diğer boyutlardan ayrılmıştır. Tablo 8 incelendiğinde bazı istisnalar dışında genellikle katılımcıların sosyal medyada geçirdikleri süre arttıkça dijital teknolojiye yönelik tutumları da yüksek düzeyde olumlu bir şekilde etkilendiği anlaşılmıştır. Ancak, bu süre 4 saati aştığında katılımcıların dijital teknolojiye yönelik tutumları da tekrar azalmaya başlamıştır. Sosyal medyada geçirilen süre ile dijital teknolojiye yönelik tutum arasındaki etkileşimi gösteren grupların ortalamaları ve anlamlılık düzeyleri Tablo 8'de ayrıntılı olarak gösterilmiştir.

Tablo 8. Çoklu karşılaştırmalar

Bağımlı Değişkenler	Bağımsız Değişken		Ort. farkı (I-J)	Std. Hata	Sig. (p)
	SMGS (I)	SMGS (J)			
Yetkinlik	3 saat ile 4 saat arası	Hiç zaman geçirmem	1,750*	0,624	0,006
		10 dk.dan az	1,286*	0,624	0,042
		10 dk ile30 dk arası	1,000*	0,493	0,045
		30 dk. ile 1 saat arası	1,479*	0,469	0,002
		1 saat ile 2 saat arası	,948*	0,462	0,043
		2 saat ile 3 saat arası	0,960	0,488	0,051
		4 saatten fazla	0,857	0,986	0,387
Sosyal ağlar	3 saat ile 4 saat arası	Hiç zaman geçirmem	1,938*	0,623	0,002
		10 dk.dan az	1,438*	0,623	0,023
		10 dk ile30 dk arası	1,938*	0,492	0,000
		30 dk. ile 1 saat arası	,956*	0,468	0,044
		1 saat ile 2 saat arası	,924*	0,461	0,048

		2 saat ile 3 saat arası	0,597	0,487	0,223
		4 saatten fazla	0,625	0,985	0,527
İşte teknoloji	3 saat ile 4 saat arası	Hiç zaman geçirmem	0,750	0,582	0,200
		10 dk.dan az	1,833*	0,582	0,002
		10 dk ile30 dk arası	0,729	0,460	0,116
		30 dk. ile 1 saat arası	1,145*	0,437	0,010
		1 saat ile 2 saat arası	,947*	0,431	0,030
		2 saat ile 3 saat arası	1,000*	0,455	0,030
		4 saatten fazla	0,833	0,920	0,367
Teknolojiye yönelik ilgi	3 saat ile 4 saat arası	Hiç zaman geçirmem	2,250*	0,616	0,000
		10 dk.dan az	2,000*	0,616	0,002
		10 dk ile30 dk arası	0,562	0,487	0,251
		30 dk. ile 1 saat arası	1,056*	0,463	0,024
		1 saat ile 2 saat arası	0,778	0,457	0,091
		2 saat ile 3 saat arası	0,907	0,482	0,062
		4 saatten fazla	0,583	0,975	0,551
Benim için teknoloji	3 saat ile 4 saat arası	Hiç zaman geçirmem	0,500	0,499	0,319
		10 dk.dan az	1,063*	0,499	0,036
		10 dk ile30 dk arası	0,547	0,395	0,169
		30 dk. ile 1 saat arası	0,734	0,375	0,053
		1 saat ile 2 saat arası	0,628	0,370	0,092
		2 saat ile 3 saat arası	,778*	0,390	0,049
		4 saatten fazla	0,500	0,789	0,528
Olumsuz yönler	3 saat ile 4 saat arası	Hiç zaman geçirmem	-1,375*	0,502	0,007
		10 dk.dan az	-1,250*	0,502	0,014
		10 dk ile30 dk arası	-1,078*	0,397	0,008
		30 dk. ile 1 saat arası	-1,163*	0,377	0,003
		1 saat ile 2 saat arası	-,748*	0,372	0,047
		2 saat ile 3 saat arası	-1,132*	0,393	0,005
		4 saatten fazla	0,313	0,794	0,695
Eğlence amaçlı kulla	3 saat ile 4	Hiç zaman geçirmem	0,875	0,644	0,177

	saat arası	10 dk.dan az	0,438	0,644	0,498
		10 dk ile30 dk arası	0,531	0,509	0,299
		30 dk. ile 1 saat arası	0,048	0,484	0,920
		1 saat ile 2 saat arası	0,159	0,477	0,740
		2 saat ile 3 saat arası	-0,028	0,503	0,956
		4 saatten fazla	1,000	1,018	0,328
Bilinçli kullanım	3 saat ile 4 saat arası	Hiç zaman geçirmem	-0,250	0,533	0,640
		10 dk.dan az	0,333	0,533	0,533
		10 dk ile30 dk arası	-0,063	0,421	0,882
		30 dk. ile 1 saat arası	0,108	0,400	0,789
		1 saat ile 2 saat arası	-0,114	0,395	0,774
		2 saat ile 3 saat arası	0,056	0,417	0,894
		4 saatten fazla	-1,000	0,843	0,238

*. Ortalama farkı ,05 düzeyinde anlamlıdır.
SMGS: Bir günde sosyal medyada geçirilen süre

Sonuç ve Tartışma

Bu çalışmada bireylerin sosyal medyada bir günde geçirdikleri süre ile dijital teknolojiye yönelik tutumları arasındaki etkileşim araştırılmıştır. Öğretmenlerden toplanan verilerin Tek Yönlü MANOVA ile analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları günlük sosyal medya kullanım süresinin dijital teknolojilere yönelik tutumun yetkinlik, sosyal ağlar ve teknolojiye yönelik ilgi boyutlarını anlamlı ve olumlu bir etkilediğini, olumsuz yönler boyutunu ise anlamlı ve olumsuz etkilediğini göstermiştir. Bu sonuçlara göre H1, H2, H4 ve H6 hipotezleri kabul edilmiştir. Ancak işte teknoloji, benim için teknoloji, eğlence amaçlı kullanım ve bilinçli kullanım boyutları ile günlük sosyal medya kullanım süresi arasında anlamlı bir farklılık ve dolayısıyla bir etkileşim bulunmamıştır. Bu sonuçlara göre de H3, H5, H7 ve H8 hipotezleri reddedilmiştir. Sosyal medyada çok zaman geçirmenin (yaklaşık olarak 3 saat ve daha fazla) verimsizliği ve akıllı telefon bağımlılığını artırdığını gösteren önceki çalışmalara (Sözbilir, 2018a; Sözbilir, 2018b; Sözbilir, 2018c; Sözbilir & Dursun, 2018; Yıldız Durak, 2018) rağmen bu çalışmada dijital teknolojiye yönelik tutumları olumlu etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Yetkinlik, genel anlamda bireyin örgüt içinde sağlayacağı başarı açısından kritik öneme sahip bilgi, beceri, yetenek ve diğer karakteristiklerin bir bileşimi olarak tanımlanmıştır (Lahti, 1999, s. 67; Tak, Sayılar, & Kaymaz, 2007). Bu çalışmada dijital teknolojilerde yetkinlik, dijital teknolojileri hızlı ve etkin kullanma, onlarla ilgili yaratıcı düşünceler üretme ve problemleri çözebilme ve onlardan yararlanma bakımından bireysel anlamda yeterli ve özgüven sahibi olma şeklinde tanımlanmıştır. Bu çalışma sosyal medya

kullanımının dijital teknolojilerde yetkinliği olumlu etkilediğini göstermiştir. Literatürde sosyal medya kullanımı ve öz-yeterlilik arasında pozitif ilişki olduğunu gösteren çalışma olduğu gibi (Ada & Bal, 2013) negatif yönlü ilişki belirlemiş olan çalışmalar da yer almıştır (Vogel, Rose, Roberts, & Eckles, 2014; Jan, Soomro, & Ahmad, 2017; Köse & Doğan, 2018; Steinsbekk, Wichstrøm, Stenseng, Nesi, Hygen, & Skalická, 2021). Farklı sonuçlarla birlikte bu çalışmanın sonucu günlük SMGS'nin DTYT'nin yetkinlik boyutu üzerinde anlamlı ve olumlu bir etkisi olduğu ve DTYT'nin yetkinlik boyutunun %12,8'i günlük SMGS tarafından açıklandığı bulgusuna ulaşılmıştır (R^2= ,128; p< ,05). Sosyal medya, dijital teknolojiler üzerinden kullanılan bir platform olduğundan sosyal medyanın bağımlılık düzeyine ulaşmadan ileri düzeyde kullanımı dijital teknolojilerde yetkinliği ve dijital teknolojilere yönelik olumlu tutumu artırdığı düşüncesini geliştirmiştir.

Sosyal ağlar, Pempek, Yermolayeva ve Calvert (2008) tarafından kullanıcıların başkalarıyla kullanıcı adı ve fotoğraf gibi profil bilgilerini, resmi veya özel mesajlarını ya da resimlerini elektronik ortamda yeni yöntemlerle paylaşımına imkân veren üyelik esaslı internet toplulukları olarak tanımlanmıştır. Sosyal ağların bireysel olarak fotoğraf, video paylaşımı ve mesajlaşma amacıyla kullanımı yaygın görülen bir durumdur (Bilen, Ercan, & Gülmez, 2014). Sosyal ağlar bireysel amaçlı kullanımın dışında örgütler ve işletmeler tarafından iş amaçlı ve profesyonel ilişkiler için de kullanılmaktadır (del Pozo, Manuel, González-Arangüena, & Owen, 2011). Bu çalışmada sosyal ağları (Facebook, Twitter vd.) kullanmayı dijital teknolojilerin sağladığı en iyi avantaj olarak görenlerin dijital teknolojileri çoğunlukla bu avantaj için etkin bir şekilde kullandıkları ve sosyal ağlarda kendilerini daha rahat ifade ettikleri (Cabı, 2016) temel alınmıştır. Araştırmanın analiz sonuçları günlük SMGS'nin DTYT'nin sosyal ağlar boyutunu olumlu etkilediğini ve DTYT'nin sosyal ağlar boyutunun %22,9'u günlük SMGS tarafından açıklandığını ortaya çıkarmıştır (R^2= ,229; p< ,001). Bu sonuç önceki araştırmaların sonuçlarını desteklemiştir (Rosen, Whaling, Carrier, Cheever, & Rokkum, 2013; Aldahdouh, Nokelainen, & Verhonen, 2020). Bu sonuçlarla, sosyal ağların dijital teknolojiler kullanılarak yazılı ve görsel bilgi paylaşımında çok önemli bir ortam olduğu ve bu teknolojilerden olabildiğince yararlanılması ve yararlanışın artırılması için teknolojiyle barışık olunması gerektiği anlaşılmıştır.

İşte teknoloji, iş yerinde işini yaparken kullanılan teknoloji ve o teknolojiden yararlanma düzeyini ifade eder. İşyerinde var olan teknolojik donanıma ve teknolojik yatırımlara rağmen istenen verimi alabilmek ve etkin bir kapasite kullanımı için o teknolojiyi kullanabilecek bilgi ve beceriye sahip çalışanların olması önemlidir (Varol & Kaygısız, 2018). 1. İstanbul KOBİ'ler ve Bilişim Kongresi (KOBİ'18) ve 3. Ankara KOBİ'ler ve Bilişim Kongresi (KOBİ'19) sonuç raporlarında her alanda rekabetçi üstünlük için dijital teknolojiye dönüşümün bir zorunluluk olduğu vurgulanmıştır. Araştırmada, katılımcıların öğretmen olmaları nedeniyle işlerini yaparken (ders işlerken) dijital teknolojileri kullanmaya yönelik ifadeler ile algıları ölçülmüştür. Günlük SMGS'nin çalışanların işinde dijital teknolojiye yönelik tutumlarına

etkisi test edilmiş ve varyans analizi sonuçlarına göre aralarında anlamlı farklılık olduğu (başka bir ifadeyle etkileşim olmadığı) belirlenmiştir. Katılımcılardan teknoloji ile ilgili dersin çok olmasını isteyen ve dijital teknolojilerin kendilerinin ders yaparken ilgilerini ve başarılarını artıracağını düşünenlerin ortalamanın üzerinde olması (M=3,53) hatta bu ortalamanın sosyal medyada bir günde 3-4 saat geçirenlerde daha yüksek olması (M=4,50) nedeniyle bu sonuç dikkat çekmiştir. Bulgular incelendiğinde çelişki olarak görülebilen bu durum katılımcıların eğitim teknolojileri ile dijital teknolojileri aynı kabul etmeleri olarak yorumlanmıştır. Benzer sonuç daha önce Akpınar (2004) tarafından yapılan bir araştırmada da görülmüştür. Buna göre, sosyal medyanın iletişim ve paylaşımlarla sanal ortamda sosyalleşme için kullanıldığı ve fazla bilgi gerektirmeyen kolay uygulamalar olduğundan katılımcılar tarafından yoğunlukla kullanıldığını düşündürmüştür. Buna karşın araştırmanın katılımcılarının işlerini geleneksel yöntemlerle yaptıkları ve işte dijital teknolojilerin kullanımı daha fazla zaman ayırma ve ön hazırlık gerektirdiği ancak katılımcıların buna hazır olmadıkları şeklinde yorumlanmıştır.

Teknolojiye yönelik ilgi araştırmada incelenen bir diğer boyuttur. İlgi, bir kişi ile bir konu, nesne veya bir fikir veya soyut bir şey arasında oluşan göreli yatkınlık, belirli ve özelleştirilmiş bir duyguyu ve ilişkiyi ifade eder (Krapp & Prenzel, 2011, s. 31-34). Teknolojiye yönelik ilgi teknolojik materyal, bilgi ve fikirleri araştırma, öğrenme ve kullanmaya yönelik özel yaklaşım sergileme ve teknolojiden yararlanma isteğini uyandıran tutumdur (Güdel, Heitzmann, & Müller, 2019). Katılımcıların dijital teknolojiye yönelik ilgileri; yeni dijital teknolojileri araştırma, öğrenme, günlük yaşamda kullanma, gördüğü her yerde dijital teknoloji ürünlerini inceleme ve teknoloji haberlerini izlemelerine ilişkin algılarını yansıtan araştırma verileri üzerinden değerlendirilmiştir. Çalışmada sosyal medya kullanımının dijital teknolojilere yönelik ilgiyi olumlu ve anlamlı etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (R^2= ,181; p< ,005). Önceki çalışmalarda da (Villanti, Johnson, Ilakkuvan, Jacobs, Graham, & Rath, 2017) belirlendiği gibi sosyal medya erişiminde en çok mobil telefonlar olmak üzere bilgisayar, tablet, akıllı TV, vb. dijital teknolojiler kullanılmıştır. Sosyal medyanın dışında dijital teknolojilerle de ilgilenmişlerdir. Sosyal medya aynı zamanda oluşturulan topluluklar arasında dijital teknoloji ile ilgili bilgi arama ve paylaşımında etkin bir şekilde kullanılmaktadır.

Benim için teknoloji boyutu katılımcının kendisini teknolojiye bakış açısını değerlendiren boyuttur. Bu boyutu incelemek için katılımcıların dijital teknolojilerin her türünü kolaylıkla ve etkin kullanmaları, dijital teknolojiyi kullanmak için bilgi ve beceri düzeyi ve bu teknolojilerin kendisini geliştirme durumuna ilişkin algıları değerlendirilmiştir. Toplanan verilerin analiz sonuçları günlük SMGS ile benim için teknoloji arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır (p> ,05). Katılımcıların dijital teknolojileri etkin ve verimli kullanma bakımından kendilerini yeterli bilgi ve beceri sahibi olarak görmemeleri bu sonucu doğurmuştur. Benim için

teknoloji boyutunun Tablo 6'da verilen karelerin ortalaması değerinin de düşük düzeyde olması bunun göstergesidir.

Olumsuz yönler boyutu ise dijital teknolojilerin olumsuz yönlerine odaklı bakış açısını ortaya çıkaran ifadeler ile ölçülmüştür. Katılımcıların dijital teknolojilerin sıkıcı ve yorucu olduğu, onlarla uğraşmanın boşa zaman harcama olduğu ve internetten sağlanan hazır kaynakların yaratıcılığı engellediği düşüncesine ne düzeyde katıldıkları değerlendirmeye alınmıştır. Analiz sonucunda günlük SMGS ile DTYT'nin olumsuz yönler boyutu arasında anlamlı farklılaşma olmadığı belirlenmiştir. Aynı zamanda günlük SMGS'nin DTYT'nin olumsuz yönler boyutu üzerinde olumlu ve anlamlı etkisi olduğu ve olumsuz yönler boyutunun %15,4'ünün günlük SMGS tarafından açıklandığını göstermiştir (R^2= ,154; p< ,05). Diğer taraftan Tablo 3'te olumsuz yönler boyutunun korelasyon değerlerinin diğer bütün boyutlarla negatif yönlü olması bu boyutlarla olumsuz ilişkisi olduğunu göstermiştir.

Eğlence amaçlı kullanım ile dijital teknolojilerin daha çok oyun ve eğlence amaçlı kullanımını ve bilgisayar ve internet oyunları ile çok zaman geçirme açısından katılımcıların dijital teknolojilere yönelik tutumu anlaşılmak istenmiştir. Dijital teknolojilere yönelik bakış açısı dijital oyunlarla keyifli vakit geçirmek olanlar dijital teknolojilerden etkin bir şekilde yararlanmaları beklenmez. Dijital teknolojiler oyun ve eğlenceden çok sağlık, eğitim, turizm ve endüstriyel tasarım ve üretim vb. katma değeri yüksek alanlarda kullanımı büyük önem taşımaktadır (Kalkınma Bakanlığı, 2018, s. 3). Çalışmada katılımcıların verdikleri cevaplara göre günlük SMGS'nin DTYT'nin eğlence amaçlı kullanım boyutu üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı belirlenmiştir (R^2= ,005; p> ,05).

Bilinçli kullanım DTYT'nin araştırmada incelenen son boyutudur. Katılımcıların dijital teknolojiyi yaşamlarını kolaylaştırma, faydalı amaçlar için etkin kullanma ve internet ortamındaki bilgilerden yararlı olanların ayırt edilmesi konusunda bilinçli olma ve dijital teknolojileri bilinçli kullanma durumunu ölçmek için kullanılmıştır. Eğlence amaçlı kullanım boyutunda da vurgulandığı gibi dijital teknolojilerin bilinçli kullanılması istenen yararın sağlanması için zorunludur (Bozkurt, 2020). Araştırmada bilinçli kullanım boyutuna ilişkin dair yapılan analizler sonucunda günlük SMGS'nin DTYT'nin bilinçli kullanım boyutu üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı bulgusuna ulaşılmıştır (R^2= -,020; p> ,05).

Sosyal medya kullanımı ve dijital teknolojiler elbette keyifli vakit geçirmek amacıyla oyun, eğlence ve sohbet için de kullanılabilir ancak bu amaçla daha ölçülü ve kontrollü olarak kullanmak, çok değerli olan zamanı boşa geçirme hatta teknoloji bağımlılığına yol açabilecek bir kullanıma karşı dikkatli olmak gerekir. Sosyal medya çok daha etkin bir şekilde mesleki çalışmalarda çok yönlü kullanılarak yararlanılabilir. Sosyal medya uzmanlığı, sosyal medyadan bu yönde daha fazla yararlanmak için meslek olarak ortaya çıkmıştır. Dijital teknolojiler günümüzde Moore yasasındaki (Moore, 1965) hızlardan da yüksek bir hızla ilerlemekte (Xiu, 2019; Shalf, 2020), arduino

sistemler ile bireyler hayal ettikleri elektro-mekanik sistemleri geliştirebilmekte, endüstri 4.0 ile daha büyük ölçeklerde yararlanılmaktadır. Ancak söz konusu dijital teknolojileri etkin kullanabilme için yeterli, ilgi, bilgi ve beceri gereklidir. Formal olarak yazılım, elektronik ve/veya mekanik eğitim almış olmak elbette önemli bir yetkinlik olmakla birlikte bu olanaklara sahip olmamış bireyler sosyal medya ve internet üzerinden dijital teknolojilere ilgisi ve bilgisi olanların oluşturdukları gruplara katılarak bilgi paylaşımı ile büyük ölçüde yetkinlik kazanabilmektedirler. Bu bağlamda geliştirilmiş BTK Akademi, Coursera, Lynda, Khan Academy, Mendeley, Hopscotch, Duolingo, My Study Life, iTunesU, Studious, EdX, Udacity, TED, Sololearn, YouTube, Photomath, ve Learnist gibi pek çok uygulamalar sosyal medya grupları oluşturulmuşlardır (McKinsey & Company, 2020, s. 45). Böylece bilgi paylaşımında sosyal medyadan, iş ve günlük yaşamı kolaylaştıran dijital teknolojilerden istenen düzeyde yararlanılmış olacaktır.

Bu çalışmada bazı sınırlılıklar da bulunmaktadır. Birincisi küçük bir örneklem grubu ile analiz yapılmak zorunda kalınmış olması nedeniyle araştırmanın sonuçlarının genelleme yapmak için yeterli değildir. İkincisi bu araştırmanın sadece öğretmenler üzerinde yapılmış olmasıdır. Söz konusu sınırlılıkların giderilmesi için gelecekte bu konudaki çalışmaların daha büyük örneklem ve farklı meslek mensupları ve sektörlerde yapılması önerilmektedir.

Kaynakça / Reference

Ada, S. & Bal, C.G. (2013). Aile Hekimlerinin Bilişim Sistemleri Öz yeterlik Algıları: Kahramanmaraş İlinde Bir Alan Araştırması. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 22*(1), 1-12.

Ada, S. & Akdemir, Ö. (2017). An empirical study on the use of social media in human resources employment process. International Journal of Disciplines in Economics-Administrative Sciences Studies (İdeastudies), 6, 427-436. https://doi.org/10.26728/ideas.64.

Akbulut, M.Ş. (2020). Dijital teknolojilerin eğitimde etkin kullanımı. *Bilim ve Teknik, (Haziran)*, 49-55.

Akpınar, Y. (2004). Eğitim teknolojisiyle ilgili öğrenmeyi etkileyebilecek bazı etmenlere karşı öğretmen yaklaşımları. *The Turkish Online Journal of Educational Technology, 3*(3), 124-134.

Aldahdouh, T.Z., Nokelainen, P., and Verhonen, V. (2020). Technology and Social Media Usage in Higher Education: The Influence of Individual Innovativeness. *SAGE Open, 10*(1), 1-20. https://doi.org/10.1177/2158244019899441

Antalyalı, Ö.L. (2010). Varyans analizi (ANOVA-MANOVA), Büyüköztürk, Ş. (Ed.), *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Yöntemleri*, Ankara, Asil Yayıncılık, 131-167.

Arklan, Ü., and Akdağ, M. (2016). Gündelik yaşamın sosyal medyası, sosyal medyanın gündelik yaşamı: İlişkisel ve etkileşimsel perspektiften

uygulamalı bir çalışma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 7*(16), ss.16-34. https://doi.org/10.21076/vizyoner.265465

Bilen, K., Ercan, O., and Gülmez, T. (2014). Sosyal ağların kullanım amacı ve benimsenme süreci; Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi örneği. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, 3*(1), 115-123.

Bozkurt, M. (2020). İnternetten bilinçli ve güvenli faydalanmaya yönelik ilkokul dördüncü sınıf öğrencilerinin görüşleri. *The Journal of Social Sciences, 4*(8), 511-523. doi: 10.30520/tjsosci.723318

Bryer, T.A., and Zavattaro, S.M. (2011). Social media and public administration: Theoretical dimensions and introduction to symposium. *Administrative Theory and Praxis, 33*(3), 325-340. https://doi.org/10.2753/ATP1084-1806330301

Buran Köse, Ö., and Doğan, A. (2018). The relationship between social media addiction and self-esteem among Turkish university students. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions, 6*, 175–190. http://dx.doi.org/10.15805/addicta.2019.6.1.0036

Bulunmaz, B. (2016). Gelişen teknolojiyle birlikte değişen pazarlama yöntemleri ve dijital pazarlama. *TRT Akademi, 1*(2), 349-365.

Cabı, E. (2016). Dijital Teknolojiye Yönelik Tutum Ölçeği. *Kastamonu Eğitim Dergisi, 24*(3), 1229-1244.

Chaffey, D. and Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing*. Seventh Edition, Pearson UK.

del Pozo, M., Manuel, C., González-Arangüena, E., and Owen, G. (2011). Centrality in directed social networks: A game theoretic approach. *Social Networks, 33*(3), 91-200. https://doi.org/10.1016/j.socnet.2011.04.001

Dumeresque, D. (2014). The chief digital officer: bringing a dynamic approach to digital business. *Strategic Direction, 30*(1), 1-3. doi: 10.1108/SD-12-2013-0104.

Erdoğan, E. and Tonga, D. (2020). Middle School Students and Digital Citizenship: Is Technology Important for Digital Citizens in Turkey?, *International Journal of Education Technology and Scientific Researches, 5*(11), (194-227).

Erten P. (2019). Z kuşağının dijital teknolojiye yönelik tutumları. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, 10*(1), 190- 202.

Field, A. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS*, 3. Baskı, London, SAGE Publications.

Foroudi, P., Gupta, S., and Nazarian, A. (2017). Digital technology and marketing management capability: Achieving growth in SMEs. *Qualitative Market Research, 20*(2), 230-246. doi: 10.1108/QMR-01-2017-0014

Gontrand, C. (2020). *Digital Communication Techniques*. Wiley. doi:10.1002/9781119705260.

Güdel, K., Heitzmann, A. and Müller, A. (2019). Self-efficacy and (vocational) interest in technology and design: an empirical study in seventh and eighth-grade classrooms. *International Journal of Technology and Design Education,* 29, 1053–1081. https://doi.org/10.1007/s10798-018-9475-y

Hair, J.F. Jr., Black, W.C., Babin, B.J., and Anderson, R.E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Seventh Edition, Pearson, USA.

İrge, T., N., and Şen, E. (2020). Çalışanların dijital teknolojiye yönelik tutumlarının ve iç girişimcilik özelliklerinin bireysel iş performanslarına etkisi, *İşletme Araştırmaları Dergisi, 12*(3), 2556-2579.

Jan, M., Soomro, S.A., and Ahmad, N. (2017). Impact of social media on self-esteem. *European Scientific Journal, 13*(23), 1857-7881. doi: 10.19044/esj.2017.v13n23p329

Jian-cheng, S., and Song-zheng Z. (2008). Virtual Human Resource Management. *China-USA Business Review, 7*(4), 57-61.

Kalkınma Bakanlığı (2018). Çalışma grubu raporu: Dijital ekonomide meslekler ve yetkinlikler, On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023). https://sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2020/04/DijitalEkonomideMeslekler_ve_YetkinliklerCalismaGrubuRaporu.pdf (Erişim tarihi: 15 Nisan 2021).

Kaplan, A.M. and Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons, 53*(1), 59-68. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003

Karaçeper, S. (2018). Dijital teknoloji ve grafik tasarımda yenilikler. *İstanbul Aydın Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi, 4*(8), 73-83.

Karahisar, T. (2013). Dijital nesil, dijital iletişim ve dijitalleşen (!) Türkçe. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology* , *4*(12). doi: 10.5824/1309-1581.2013.3.006.x

Kelly, G. (2014). *The Digital Revolution in Banking*, Group of Thirty, https://group30.org/images/uploads/publications/G30_DigitalRevolutionBanking.pdf (Erişim tarihi: 15.02.2021)

Kemp, S. (2021). Digital 2021: The latest insights into the 'State of Digital'. Retrieved from https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital

Kırık, A.M. (2017). Yeni medya aracılığıyla değişen iletişim süreci: Sosyal paylaşım ağlarında gençlerin konumu. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 5*(1), 230-261. https://doi.org/10.19145/gumuscomm.300815

KOBİ'18 (2018). 1. İstanbul KOBİ'ler ve Bilişim Kongresi Sonuç Raporu. http://www.kobibilisim.org.tr/2-kobi-bilisim/pdf/kobi-bilisim-istanbul-sonuc-raporu.pdf (Erişim tarihi: 25.02.2021).

KOBİ'19 (2019). 3. Ankara KOBİ'ler ve Bilişim Kongresi Sonuç Raporu, https://www.kobibilisim.org.tr/2019/istanbul# (Erişim tarihi: 25.02.2021).

Krapp, A. and Prenzel, M. (2011). Research on interest in science: Theories, methods, and findings. *International Journal of Science Education, 33*(1), 27-50. https://doi.org/10.1080/09500693.2010.518645

Kurtoğlu, M. and Seferoğlu, S. (2014). Öğretmenlerin Teknoloji Kullanımı ile İlgili Türkiye Kaynaklı Dergilerde Yayımlanmış Makalelerin İncelenmesi. *Journal of Instructional Technologies and Teacher Education, 2*(3), 1-10.

Lahti, R.K. (1999). Identifying and integrating individual level and organizational level core competencies. *Journal of Business and Psychology, 14*(1), 59–75. https://doi.org/10.1023/A:1022906400927

Laroche, M., Habibi, M. H., Richard, M-O., and Sankaranarayanan, R. (2012). The effects of social media based brand communities on brand community markers, value creation practices, brand trust and brand loyalty, *Computers in Human Behavior, 28*(5), 1755-1767. https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.04.016.

Lengnick-Hall, M. L., and Moritz, S. (2003). The Impact of e-HR on the human resource management function. Journal of Labor Research. 24(3), 365- 379. https://doi.org/10.1007/s12122-003-1001-6

Lepak, D.P. and Snell, S.A. (1998). Virtual HR: Strategic human resource management in the 21st century. *Human Resource Management Review, 8*(3), 215-234. https://doi.org/10.1016/S1053-4822(98)90003-1.

McKinsey and Company Türkiye (2020). İşimizin geleceği: Dijital çağda Türkiye'nin yetenek dönüşümü, https://www.mckinsey.com/tr/~/media/McKinsey/Locations/Europe%20and%20Middle%20East/Turkey/Our%20Insights/Future%20of%20Work%20Turkey/Isimizin-Gelecegi-McKinsey-Turkiye-Raporu_Ocak-2020.ashx (Erişim tarihi: 03.05.2021).

Mengalli, N.M. (2009). Collaboration and networks: Basis for the management based on knowledge in education, *Handbook of Research on Electronic Collaboration and Organizational Synergy*, Salmons, J. and Wilson, L. (Ed.), USA: IGI Global, 74-82. https://doi:10.4018/978-1-60566-106-3.ch014

Moore, G.E. (1965). Cramming more components onto integrated circuits. *Electronics, 38*(8), 1-4.

Mort, G.S. and Drennan, J. (2002). Mobile digital technology: Emerging issues for marketing. *Journal of Database Marketing, 10*(1), 9-23.

Mortleman, J. (2011). Social media strategies. *Computer Fraud and Security, 5*, 8-11. https://doi.org/10.1016/S1361-3723(11)70050-1

Olson, C. L. 1974. Comparative robustness of six tests in multivariate analysis of variance. *Journal of the American Statistical Association, 69*(348), 894-908. doi:10.2307/2286159

Onat, F., Alikılıç, Ö. A. (2008). Sosyal ağ sitelerinin reklam ve halkla ilişkiler ortamları olarak değerlendirilmesi. *Journal of Yaşar University, 3*(9), 1111-1143.

Ozga, J. (2016). Trust in numbers? Digital Education Governance and the inspection process. *European Educational Research Journal*, *15*(1), 69–81. https://doi.org/10.1177/1474904115616629

Özdemïr, S., Özdemïr, M., Polat, E., Aksoy, R. (2014). Sosyal medya kavramı ve sosyal ağ sitelerinde yer alan onlıne reklam uygulamalarının incelenmesi. *EJOVOC (Electronic Journal of Vocational Colleges), 4*(4), 58-64. https://doi.org/10.17339/ejovoc.96993

Parlak, B. (2017). Dijital çağda eğitim: Olanaklar ve uygulamalar üzerine bir analiz. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 22*(Kayfor15 Özel Sayısı), 1741-1759.

Pempek, T.A., Yermolayeva, Y.A., and Calvert, S.L. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology, 30*(3), 227-238. https://doi.org/10.1016/j.appdev.2008.12.010

Prensky, M. (2001). Digital natives, digital ımmigrants-Part 1. On the Horizon, 9(5), 1-6. https://doi.org/10.1108/10748120110424816

Rajan, A.P. and Saranya, G. (2018). Digital banking services: Customer perspectives. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research, 5*(12), 306-311.

Rosen, L. D., Whaling, K., Carrier, L. M., Cheever, N. A., and Rokkum, J. (2013). The Media and Technology Usage and Attitudes Scale: An empirical investigation. *Computers in human behavior*, *29*(6), 2501–2511. https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.06.006

Sağıroğlu, Ş., Bülbül, H.İ., Kılıç, A., and Küçükali, M. (2020). Dijital okuryazarlık ve ötesi, *Dijital okuryazarlık: Araçlar, metodolojiler, uygulamalar ve öneriler*, Kılıç, A., Bülbül, H.İ., ve Sağıroğlu, Ş. (Ed.), Ankara: Nobel Yayınevi, 1-45.

Salavati, S. (2016). *Use of digital technologies in education: The Complexity of teachers' everyday practice*. (Doctoral Dissertation, Linnaeus University Dissertations No 264/2016). http://lnu.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1039657anddswid=9826, (Erişim tarihi: 26.03.2021).

Shalf, J. (2020). The future of computing beyond Moore's Law. *Philosophical Transactions of The Royal Society A Mathematical Physical and Engineering Sciences, 378*, 20190061. https://doi.org/10.1098/rsta.2019.0061

Sözbilir, F. (2018a). Sosyal medya, akıllı telefon ve örgütlerin gelecekteki insan kaynağı profili: Z kuşağı. *Örgütsel Davranış Araştırmaları Dergisi, 3*(1), 104-123.

Sözbilir, F. (2018b). Bilişim teknolojileri ve örgütlerin potansiyel insan kaynağına etkisi: Bir alan araştırması. *İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, 1*(2), 31-48.

Sözbilir F. (2018c), The impact of social media usage and smartphone addiction on youngs'/adolescents' career futures: A study at high schools, *BMIJ, 6*(2), 466-487. https://dx.doi.org/10.15295/bmij.v6i2.239

Sözbilir, F. and Dursun, M. K. (2018). Does social media usage threaten future human resources by causing smartphone addiction? A Study on students aged 9-12. *Addicta: The Turkish Journal on Addiction, 5,* 185–203. https://dx.doi.org/10.15805/addicta.2018.5.2.0056.

SteenKamp, M. and Hyde-Clarke, N. (2014). The use of Facebook for political commentary in South Africa. *Telematics Informatics, 31*(1), 91-97. https://doi.org/10.1016/j.tele.2012.10.002

Steinsbekk, S., Wichstrøm, L., Stenseng, F., Nesi, J., Hygen, B.W., and Skalická, V. (2021). The impact of social media use on appearance self-esteem from childhood to adolescence-A 3-wave community study, *Computers in Human Behavior, 114*, https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106528.

Taber, K.S. (2018). The use of Cronbach's Alpha when developing and reporting research instruments in science education. *Research in Science Education, 48*, 1273–1296. https://doi.org/10.1007/s11165-016-9602-2

Tak, B., Sayılar, Y., and Kaymaz, K. (2007). Yetkinliklere dayalı insan kaynakları yönetimi ve ücretlendirme sistemi üzerine bir inceleme. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 8*(2), 233-266.

Tuncer, M. and Taşpınar, M. (2008). Sanal ortamda eğitim ve öğretimin geleceği ve olası sorunlar. *Sosyal Bilimler Dergisi, 10*(1), 125-144

Türk Sanayici ve İşinsanları Derneği (2016). Türkiye'deki Dijital Değişime CEO Bakışı. https://tusiad.org/tr/yayinlar/raporlar/item/8867-tu-rkiye-deki-dijital-deg-is-ime-ceo-bakis-i-raporu (Erişim tarihi: 14.02.2021).

Viktorovna, E.Y., Viktorovna, B.A., and Vladimirovna, S.A. (2019). Digital banks: development trends. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research, 240*, 151-153.

Williamson, B. (2016). Digital education governance: An introduction. *European Educational Research Journal, 15*(1) 3–13.

Varol, A. and Kaygısız, E.G. (2018). Kobi'lerde Teknoloji Kullanımı: Giresun Örneği. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi, 10*(19), 535-552.

Voermans, M., and van Veldhoven, M. J. P. M. (2007). Attitude towards E-HRM: An empirical study at Philips. *Personnel Review, 36*(6), 887-902. https://doi.org/10.1108/00483480710822418

Vogel, E.A., Rose, J.P., Roberts, L.R., and Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem psychology of popular media culture, *Psychology of Popular Media Culture,* 3(4), 206–222. https://doi.org/10.1037/ppm0000047

Ursachi, G., Horodnic, I.A., and Zait, A. (2015). How reliable are measurement scales? External factors with indirect influence on reliability estimators. *Procedia Economics and Finance, 20*, 679-686. https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00123-9

Utma, S. (2019). Dijital çağın bir gerekliliği olarak sosyal medya okuryazarlığı. *Selçuk İletişim, 12*(2), 1239-1263. https://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/47244/596337

Villanti, A. C., Johnson, A. L., Ilakkuvan, V., Jacobs, M. A., Graham, A. L., and Rath, J. M. (2017). Social Media Use and Access to Digital Technology in US Young Adults in 2016. *Journal of medical Internet research*, *19*(6), e196. https://doi.org/10.2196/jmir.7303

Vural, B.A. and Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine yönelik bir araştırma. J*ournal of Yasar University*, *20*(5), 3348-3382. doi:10.19168/jyu.65130

Xiu, L. (2019). Time Moore: Exploiting Moore's Law from the perspective of time. *IEEE Solid-State Circuits Magazine, 11*(1), 39-55. doi: 10.1109/mssc.2018.2882285

Yıldız, M. (2017). İletişim Sürecinde Sosyal Medya ve Sosyal Sermaye. *The Journal of Social Science*, *1*(2),71-82. doi: 10.30520/tjsosci.360257

Yıldız Durak, H. (2018). What would you do without your smartphone? Adolescents' social media usage, locus of control, and loneliness as a predictor of nomophobia. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, *5*, 543–557. http://dx.doi.org/10.15805/addicta.2018.5.2.0025

Yusliza, M.Y. and Ramayah, T. (2012). Determinants of Attitude Towards E-HRM: an Empirical Study Among HR Professionals. *Procedia - Social and Behavioral Sciences, 57*, 312-319. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.1191

Zeng, L., Hall, H., and Pitts, M.J. (2012). Cultivating a community of learners: The potential challenges of social media in higher education, Al-Deen, H.S.N. and Hendricks, J.A. (Eds.), *Social Media and Usage Impact*, Lexington Books, 114-128.