



KARAMAN ÖNDER
İMAM-HATİPLİLER DERNEĞİ

2018

Teknoloji Odaklı Girişimcilik Alanında Analiz
Çalışması(Gençlerin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeylerinin
Tespiti)(TR52/18/TD/0047)

İÇİNDEKİLER

YÖNETİCİ ÖZETİ (TÜRKÇE).....	1
YÖNETİCİ ÖZETİ (İNGİLİZCE).....	4
AMAÇ.....	6
METEDOLOJİ	
Araştırmanın modeli.....	6
Çalışma Grubu.....	6
Veri Toplama Aracı.....	10
Veri Toplama süreci.....	10
Verilerin Analizi.....	10
BULGULAR	
Karaman İli İmam-Hatip Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyine Yönelik Tutum Puanlarına Ait Bulgular	11
Karaman İli İmam-Hatip Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyi Anketinde Yer Alan Sorulara Verdikleri Cevaplar.....	12
Karaman İli İmam-Hatip Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyine Yönelik Tutum Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre İncelenmesi.....	33
Karaman İli İmam-Hatip Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyine Yönelik Tutum Puanlarının Sınıf Değişkenine Göre İncelenmesi.....	34
Karaman İli İmam-Hatip Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyine Yönelik Tutum Puanlarının Yaş Değişkenine Göre İncelenmesi.....	34
Karaman İli İmam-Hatip Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyine Yönelik Tutum Puanlarının Evde Ya da Cep Telefonunda İnternet Bulunma Durumu Değişkenine Göre İncelenmesi	35
Karaman İli İmam-Hatip Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyine Yönelik Tutum Puanlarının Teknoloji/İnternet Kullanma Süresi Değişkenine Göre İncelenmesi.....	35
Karaman İli İmam-Hatip Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyine Yönelik Tutum Puanlarının Bilgisayar Kullanım Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi.....	36

Karaman İli İmam-Hatip Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyine Yönelik Tutum Puanlarının Günlük Hayatta Bilgisayar(İnternet) Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre İncelenmesi.....	37
Karaman İli İmam-Hatip Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyi Anketinde Yer Alan Sorulara Verdikleri Cevaplar.....	39
Karaman İli İmam-Hatip Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyi Anketinde Yer Alan Sorulara Verdikleri Cevapların Cinsiyet ve İnternet Bağlantısı Olma Durumu Değişkenlerine Göre İncelenmesi.....	42
SONUÇ.....	55
ÖNERİLER.....	57
KAYNAKÇA.....	60

YÖNETİCİ ÖZETİ (TÜRKÇE)

Özellikle son yirmi yılda başta baş döndürücü bir şekilde gelişim gösteren bilimsel çalışmalar beraberinde sosyal, ekonomik, kültürel etkenler olmak üzere birçok insani unsurlarında kendi içinde ciddi değişimler yaşamasına sebep olmuştur. İnsanlık bu süreç içerisinde kendini, kendi icatları arasında var olma ve daha yenilerini bulma çabası içerisinde bulmuştur. Bilgiye ulaşma isteği her geçen gün artarken bilgi kanallarının doğru tercih edilmesi daha da önem kazanmıştır. Şüphesiz bizim yaşadığımız hayatın zorlukları ve imkânları ile geçmişin zorlukları ve imkânları aynı değildi. İnsanoğlu her geçen gün yeni buluşlar, yeni icatlar, yeni keşiflerle dünyayı değiştirmeye devam edecektir. Çok yakın bir zaman öncesinde, istenildiği zaman ulaşılamayan bilgi, bugün her an, her yerde...

Son dönem gelişmelerin içinde hayatımızı belki de en çok etkileyen bilgisayar ve iletişim teknolojisi olmuştur. Dünyanın en uzak noktasına dahi saniyeler içinde ulaşabildiğimiz bir iletişim çağında yaşıyoruz. Bilgisayar ve internet hayatımızda belirgin ve niceliksel bir ilerlemeye yol açmıştır. Bilgisayar ve internet alanındaki gelişmeler maddî, toplumsal, kültürel, ekonomik hayatımızın ilerlemesinde ve iyileşmesinde rol oynadığı gibi küreselleşmeyi de hızlandırmıştır. Bu hızlanma ve küreselleşme özellikle sosyal ve kültürel alanda bir çok eksikliği de beraberinde getirmiştir.

İnternet ve buna bağlı olarak sosyal medya, gerçekten de günümüz insanlığına dünyanın ve bilginin kapılarını aralamıştır; ancak kapıdan giren herkes kaybolmadan geri dönmeyi başaramadı. Bilgiye ulaşmayı kolaylaştıran, iletişimi güçlendiren internet teknolojisi, sunduğu tüm imkânların yanında ruh ve gönül dünyamızda da belli problemlerin doğmasına sebep oldu. Şüphesiz bu değişim sürecektir ve bizler bu sürekliliğin içinde daha bir çok yenilikle karşılaşacağız. Biz bu anlamda karşılaştığımız yenilikler karşısında inanç ve toplumsal değerler süzgecinde değerlendirmeler, elemeler yapmak zorundayız. Aksi halde yenilikler iyi ve güzel bir hayat beklentimizi bir kâbusa çevirebilir.

Bugün dünya genelinde nüfusun 2.80 milyarı aktif olarak sosyal medya kullanmaktadır. 81 milyona sahip ülkemizde ise 54,3 milyon internet kullanıcısı, 51 milyon aktif sosyal medya kullanıcısı ve 44 milyon aktif mobil sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır. Ülkemizde insanlar günde ortalama 7 saat internette geçirdikleri bunun da 2 saat 48 dakikasını sosyal medyada kullandıkları tespit edilmiştir. 51 milyon sosyal medya kullanıcısının var olduğu ve bunun 44 milyonun mobil cihazlar aracılığı ile sosyal medya kullandığı ülkemizde insanlar en aktif olarak youtube daha sonra ise sırası ile facebook ve instagram kullanmaktadır. Yapılan araştırmaların sonuçları göstermektedir ki nüfusumuzun

%65 sosyal medya kullanmaktadır. Bu kadar kullanıcısı olan bir platformun ise ticaretten, girişimcilikten ve yeni iş kollarından bağımsız olduğunu söylemek imkânsızdır. Bu anlamda hayatımızın vazgeçilmez unsuru haline gelen bu teknolojiyi , teknoloji odaklı girişimcilik alanına katı sağlayabilecek şekilde kullanabilmesi oldukça önemli bir hale gelmiştir.

Dernek olarak bu çalışmamızda da, asrın ihtiyaçlarını müdrik, doğuyu ve batıyı bilen münevver, aydın desinler diye dinden tâviz vermeyen, dindar desinler diye de dinden tâviz vermeyen, tâvizesiz fakat müsâmahakâr bir gençlik olarak tanımlanan ve halen eğitim öğretimlerine devam eden yaklaşık 1055 İmam Hatip öğrencisinin teknoloji odaklı girişimlerinin desteklenmesi için sosyal medya okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesini amaç edindik.

Ülkemizin eğitim standartlarının yükselişine ve toplumun isteğine bağlı olarak sayıları ve kalitesi hızla artan İmam Hatip okullarının öğrencileri de toplumun bir parçası olarak teknoloji kullanımında ön sıralarda yer almaktadır. Milli Eğitim Bakanlığına bağlı yaklaşık 3200 İmam-Hatip ortaokulu ve 1500 İmam Hatip lisesinde bir milyonun üzerinde öğrenci bulunmaktadır. Araştırmada öncelikle hedef bu grubun sosyal medya okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesi olmuştur. Ortaya çıkan sonuçlar ile İmam-Hatip liselerinde öğrenime devam eden 14-18 yaş grubu gençlerin sosyal medya okuryazarlık düzeylerinin istenilen seviyeye gelmesi için yapılması gerekenler tespit edilmiş ve öğrencilerin teknoloji odaklı girişimcilik alanında daha etkin bir şekilde yer alabilmesinin önünün açılması düşünülmüştür. Gençlerin, sosyal medyayı teknoloji odaklı girişimcilik alanında değerlendirmesi, sadece teknoloji tüketen değil bunun yanında teknoloji üretebilmesi, bilinçli bir teknoloji kullanıcısı olabilmesi hedeflenmiştir. Bu durumda şüphesiz sosyal medyayı amaçları doğrultusunda aşırıya kaçmadan kullanabilen bireylerin yetişmesine öncülük edecektir. Böylece gençlerin çağın gereklerine uygun doğru ve ülkemizin de ihtiyaç duyduğu alanlarda teknoloji odaklı kariyer planlaması yapabilmesine katkı sağlanabilecektir.

Sonuç olarak, Mevlana Kalkınma Ajansının desteği ile yaptığımız bu çalışmada, Karaman ilinde İmam-Hatip Liselerinde öğrenim gören gençlerin sosyal medya okuryazarlık düzeylerinin tespitini yapmaya çalıştık. Bu şekilde de ülkemizde 51 milyon aktif kullanıcısı olan sosyal medya platformunun amaçları doğrultusunda kullanabilen ve bunu kazanca dönüştüren bireylerin yetişmesine öncülük etmeyi düşündük. Teknoloji odaklı girişimcilik yapmak isteyen gençlere, sosyal medya araçlarını alternatif olarak sunmaya çalıştık. Çalışmamız ile Karaman ilinde İmam-Hatip liselerinde öğrenim gören gençlerin sosyal medya okuryazarlık düzeylerini tespit ederek, ortaya çıkan sonuçları ve beraberinde getirilen

önerileri kitap haline getirip, paydaşlar ile paylaşmayı hedefledik. Muhakkak ki geleceği tasarlamak, geleceğe yön vermek, teknoloji odaklı girişimcilik yapmak için sosyal medyayı kullanmak, sosyal medya okuryazarı olan bireylerin teknolojiyi doğru bir araç olarak kullanmasından geçmektedir. Bu tip çalışmalarla, sosyal medya başta olmak üzere benzeri araçlar ile teknoloji odaklı girişimcilik faaliyeti yapmak isteyen gençlerin önü açılmış olacaktır.

Araştırmamızın en önemli kısmı gençlerin sosyal medya araçlarını hangi amaç için kullandıklarının belirlenecek olmasıdır. Alan yazında yapılmış ender çalışmaların arasına girecek olan araştırmamız ile lise öğrenimlerine devam eden gençlerin sosyal medya platformlarını sadece boş zamanlarını değerlendirmek için değil, bunun yanında bu platformları girişimciliğe, üretime dönüştürülmesinin de ilk adımları atılmış olacaktır. Karaman ilinde İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden gençlerin sosyal medya okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesi bu gençlerin teknoloji odaklı girişimcilik faaliyetlerine bilimsel veriler ışığında yönlendirilmesini de kolaylaştıracaktır. Bu alanda yapılan benzer çalışmalar ile teknolojinin sadece sosyal medyayı takip etmekten ibaret olmadığına farkında olan genç nesiller ülkemizin geleceğinin inşası noktasında ciddi sorumluluklar alacaklardır. Derneğimiz adına bunun gayreti içinde olmak ve bu alanda çalışmalar yapmak da bizlere, ülkemizin teminatı olan gençlere hizmet vermiş olmanın mutluluğunu yaşatmaktadır.

Mehmet SARI

Karaman Önder İmam-Hatipliler Derneği Başkanı

YÖNETİCİ ÖZETİ (İNGİLİZCE)

Particularly in the last two decades, scientific studies, which have developed with an unprecedented pace, have led to serious changes within themselves in many human values, including social, economic and cultural factors. In this process, human beings have found themselves in the struggle to exist between their inventions and to find more. As the access for information is increasing day by day, the right choice of information channels has gained more importance. Beyond doubt, the difficulties and possibilities of life we have experienced, and the difficulties and possibilities of the past were not the same. Mankind will continue to change the world every day with new discoveries, inventions and discoveries. The information that cannot be reached until quite recently requested is everywhere, anytime today.....

Perhaps the most influential part of our recent developments has been computer and communication technology. We live in an age of communication that we can reach within seconds even in the farthest point of the world. Computer and internet have led to a significant and quantitative progress in our lives. Developments in the field of computer and internet not only have played a role in the progress and improvement of our social, cultural and economic life but also accelerated globalization. This acceleration and globalization also accompany a number of deficiencies, especially in the social and cultural field. The internet and accordingly the social media have opened the gates of the world and of knowledge to today's humanity; but not everyone who entered from the door succeed to come back without getting lost. Beside all the possibilities offered, internet technology, which facilitates access to information and enhances communication, caused certain problems in our soul and heart. Undoubtedly this change will continue, and we will encounter many innovations in this continuity. We have to do evaluations and eliminations in the face of innovations we face in this sense with filter of beliefs and social values. Otherwise, innovations can turn our better life expectations into a nightmare. Today, 2.80 billion of the population worldwide are actively using social media. In our country with a population of 81 million, there are 54.3 million internet users, 51 million active social media users and 44 million active mobile social media users. In our country, people spend an average of 7 hours a day on the internet and it is found that they use 2 hours and 48 minutes in social media. In our country where 51 million social media users are present and 44 million of them use social media via mobile devices. People in our country are most actively use YouTube the most actively and they use Facebook and Instagram respectively. The results of the researches show that 65% of our population use social media. It is impossible to say that a platform with so many users is independent of trade, entrepreneurship and new business lines. In this sense, it has become very important for us to use this technology, which has become an indispensable element of our life, so that it can provide solid technology-oriented entrepreneurship.

As an association, for approximately 1000 İmam Hatip students who are defined as a youth who are unqualified but tolerant and who still do not give any cynics, who are not intelligent people who know the needs of the century, oriented initiatives in order to support social media literacy levels, we aimed to determine their social media literacy The students of

the İmam Hatip schools, whose numbers and quality increase rapidly according to the rise of the education standards of our country and the desire of the society, are also in the forefront of in the use of technology as a part of the society. There are approximately 3200 İmam Hatip secondary schools and 1500 İmam Hatip high schools under the Ministry of National Education. In the survey, the target was primarily the determination of the social media literacy levels of this group. With the results, what has to be done has been determined that the social media literacy levels of young people aged between 14 and 18 who are studying at the İmam Hatip High School in order to reach the desired level and it is thought that the students were thought to be opened the floodgates more effectively in the field of entrepreneurship. It is aimed that young people can evaluate social media in the field of technology-oriented entrepreneurship and become a conscious technology user that not only consume technology but produce technology. In this case, undoubtedly, the social media will lead the growth of the individuals who are able to use it in moderation in the direction of their aims. In this way, it will be possible for young people to be able to make technology-oriented career planning in the areas that are appropriate for the needs of the times and in the fields required by our country.

As a result, in this study we conducted with the support of Mevlana Development Agency, we tried to determine the social media literacy levels of young people studying at İmam Hatip High Schools in Karaman province. In this way, we thought that the social media platform, which has 51 million active users in our country, will lead the development of the individuals who can use it in the direction of their aims and turn it into a gain. We have tried to offer social media tools as an alternative to young people who want to be technology-oriented entrepreneurs. We aimed to determine the social media literacy levels of the young people studying at İmam Hatip High Schools in Karaman province and share the results and accompanied suggestions with the stakeholders in a book. Certainly, designing the future, shaping future, to, using social media to make technology-focused entrepreneurship passes through the use of technology as a right tool by individuals who are social media literate

With this type of work, young people who want to engage in entrepreneurship activities with technology, such as social media and similar tools, will be led up. The most important part of our research is to determine with what purpose do young people use social media tools. Our research which will be among the rare studies made on the field and the young people who continue their high school education will not only evaluate the leisure time of the social media platforms but also the first steps of transforming these platforms into entrepreneurship and production. Determining the social media literacy levels of young people who continue their education in İmam Hatip High Schools in Karaman province will facilitate the orientation of these young people to technology-focused entrepreneurial activities in the light of scientific data. With similar work done in this area, younger generations, who are aware that technology is not just about pursuing social media, will take serious responsibilities in the future of our country's future. In the name of our Association, to be in this endeavor and to work on this field also gives us the happiness of serving our youth, who are the assurance of our country.

AMAÇ

Araştırmamızın amacı Karaman İlinde İmam-Hatip liselerinde öğrenim gören gençlerin sosyal medya okuryazarlık düzeyini ölçmek ve gençlerin teknoloji odaklı girişimcilik faaliyetlerinde sosyal medya araçlarını etkin kullanması ile ilgili öneriler sunmaktır. Bu kapsamda Karaman ilinde İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden gençler ile gerçekleştirilecek olan araştırma ile sosyal medya araçlarını aktif kullanan gençlerin sosyal medya okuryazarlık düzeyi ölçülecektir. Ortaya çıkan sonuçlar ile gençlerin sosyal medya araçlarını amaçları doğrultusunda teknoloji odaklı girişimcilik faaliyetleri alanında kullanma konusunda öneriler sunulacaktır.

METEDOLOJİ

Araştırmanın modeli

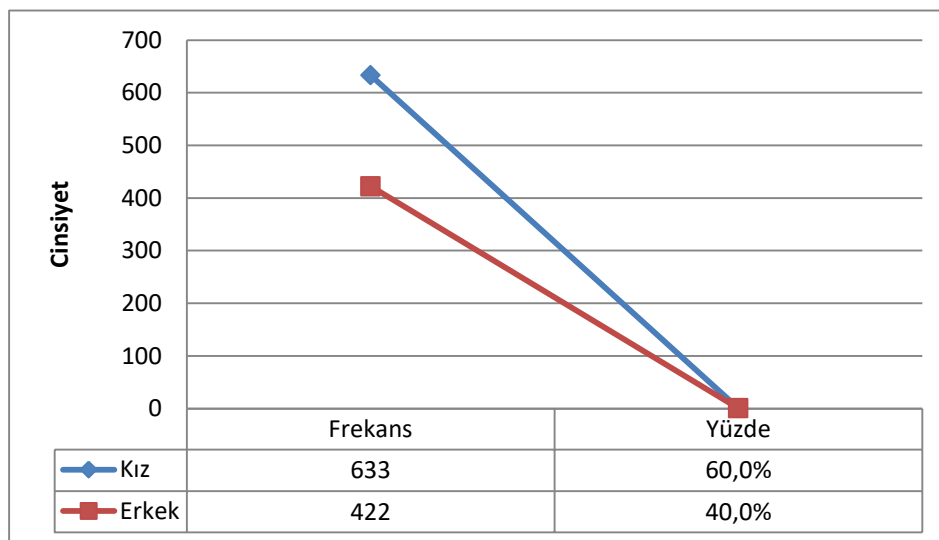
Çalışma tarama modelinde betimsel bir araştırmadır. Bu çalışmada araştırmaya konu olan olay, birey ya da nesne kendi ortamında ve var olduğu gibi tanımlanmaya çalışılmıştır. Tarama modelleri geçmişte ya da şu anda var olan bir durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi sağlar(Karasar, 2008:77).

Çalışma Grubu

Araştırma, Karaman ilinde İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden gençler ile yapılmıştır. Araştırmaya Karaman ilinde İmam-Hatip liselerinde öğrenim gören 1055 öğrenci katılmıştır.

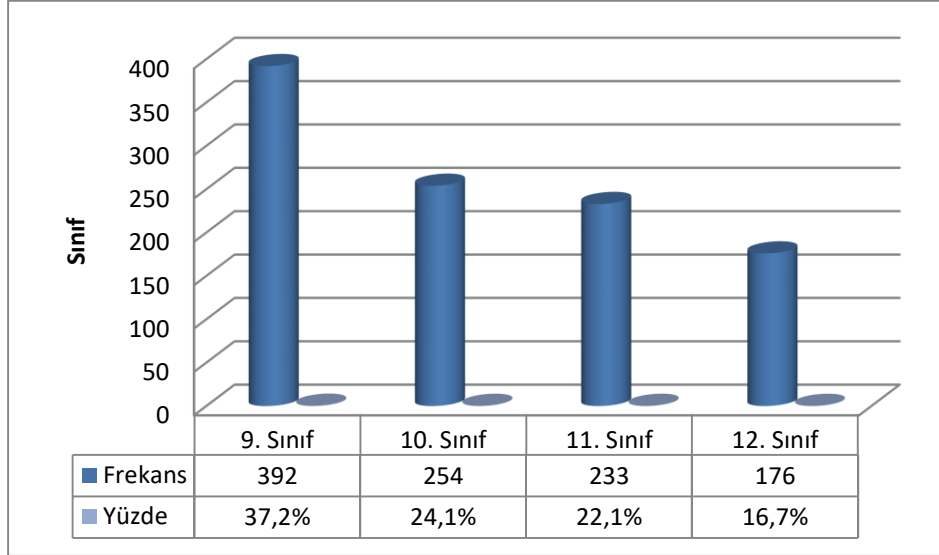
Araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyet, sınıf, yaş, evlerinde ya da cep telefonlarında internet bağlantısı olma durumu, ne kadar süredir teknolojiyi kullanma, bilgisayar kullanma düzeyi ve günlük yaşamda bilgisayar(İnternet) kullanma sıklığı ile ilgili demografik verileri

Tablo 1 Cinsiyet yapısı



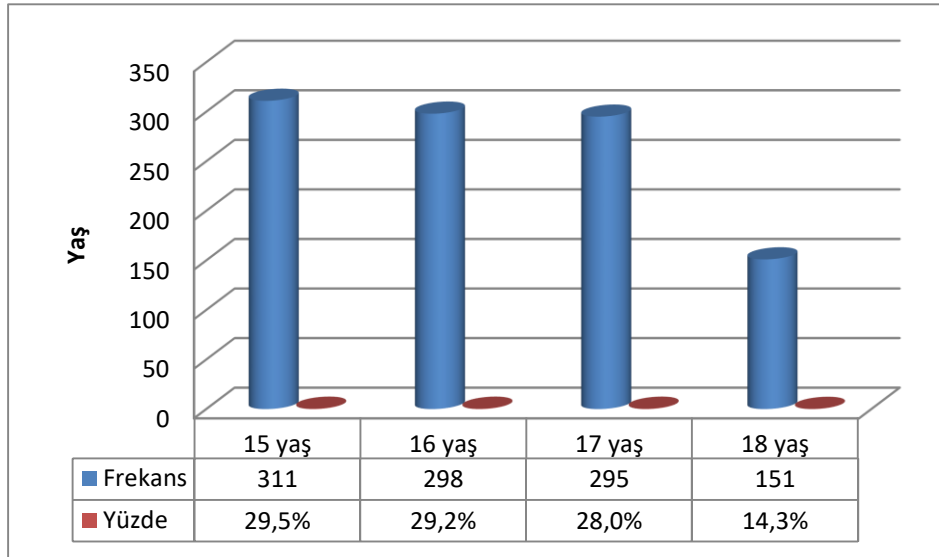
Araştırmaya katılan öğrencilerin %60,0'ı (n=633) kız, %40,0'ı (n=422) erkektir. Araştırmada görüşüne başvurulmuş İmam-Hatip liseli öğrenci sayısı toplam 1055'dir.

Tablo 2 Sınıf



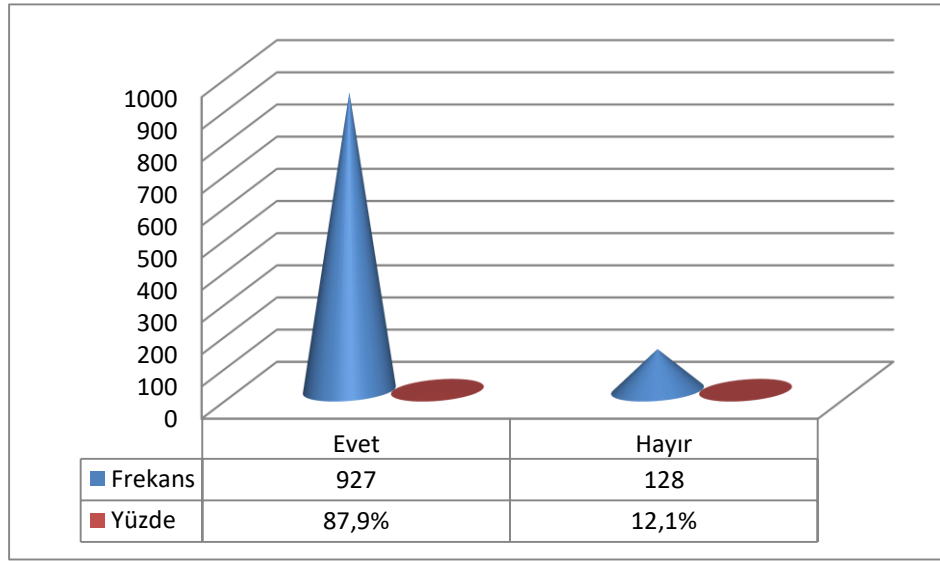
Araştırmaya katılan öğrencilerin %37,2'si (n=392) 9. sınıfta, %24,1'i (n=254) 10. sınıfta, %22,1'i (n=233) 11. sınıfta ve %16,7'si (n=176) 12. sınıfta öğrenimlerine devam etmektedir.

Tablo 3 Yaş Yapısı



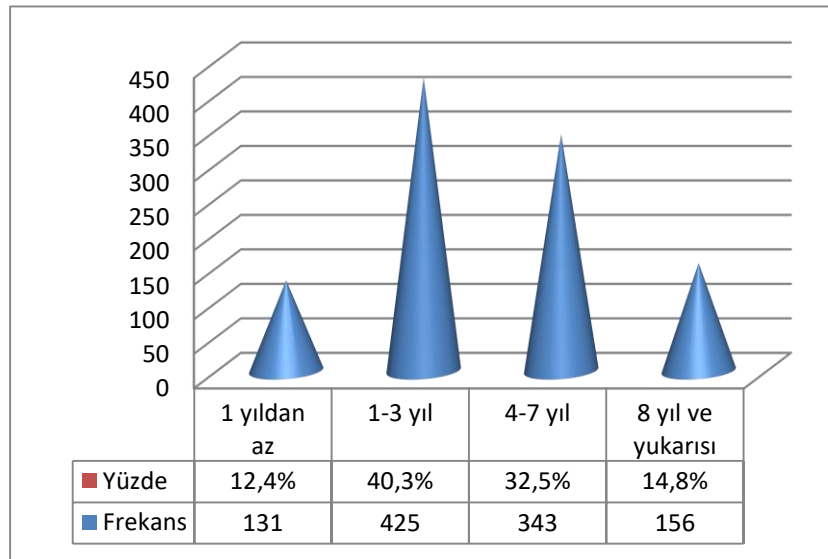
Araştırmaya katılan öğrencilerin %29,5'i (n=311) 15 yaşında, %29,2'si (n=298), 16 yaşında, %28,0'i (n=295) 17 yaşında, %14,3'ü (n=151) ise 18 yaşındadır.

Tablo 4 Evlerinde ya da cep telefonlarında internet bağlantısı olma durumu



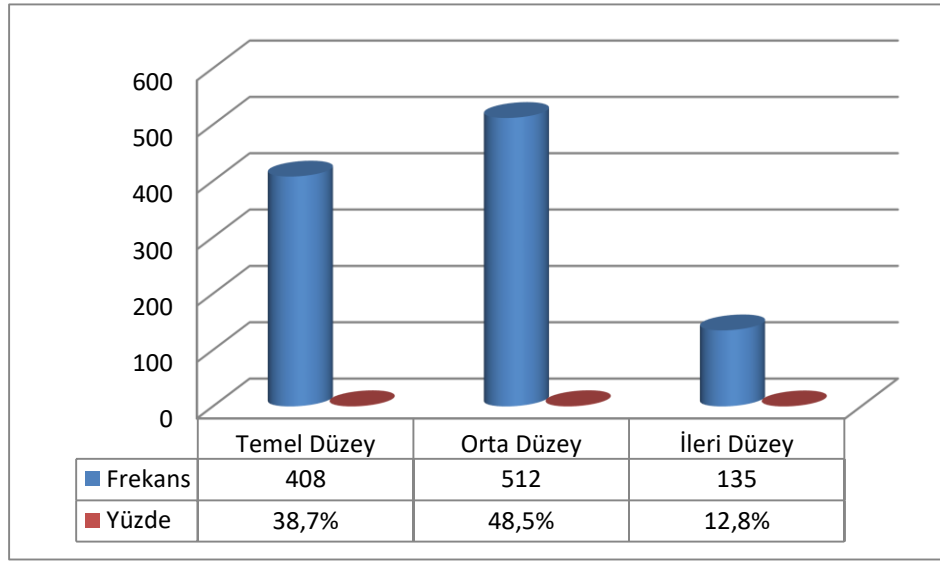
Araştırmaya katılan öğrencilerin %87,9'u (n=927) evlerinde ya da cep telefonlarında internet bağlantısının bulunduğunu, %12,1'i (n=128), ise evlerinde ya da cep telefonlarında internet bağlantısı olmadığını belirtmiştir.

Tablo 5 Teknolojiyi kullanma süresi



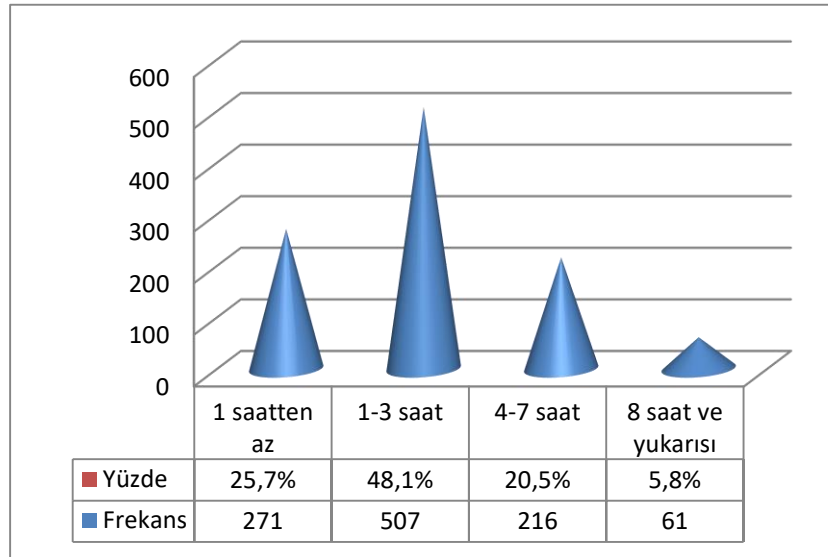
Araştırmaya katılan öğrencilerin %12,4'ü (n=131) teknoloji/ interneti 1 yıldan az zamandır, %40,3'ü (n=425), teknoloji/interneti 1-3 yıldır kullandığını, %32,5'i (n=343) teknoloji/ interneti 4- 7 yıldır kullandığını, %14,8'i (n=156) ise teknoloji/ interneti 8 yıl ve üzerinde kullandığını belirtmiştir.

Tablo 6 Bilgisayar kullanma düzeyi



Araştırmaya katılan öğrencilerin %38,7'si (n=408) temel düzeyde (Bilgisayarı açma-kapama, internette gezinme), %48,5'i (n=512), Orta düzeyde (Temel düzeyde becerilerin yanı sıra ofis programlarını kullanabilme), %12,8'i (n=135) ise İleri düzeyde (Orta düzeye ilaveten her tür programı çalıştırma, programlama, derleme) bilgisayar kullandıklarını belirtmiştir.

Tablo 7 Günlük Hayatta Bilgisayar(İnternet) kullanma sıklığı



Araştırmaya katılan öğrencilerin %25,7'si (n=271) bilgisayar/interneti günlük olarak 1 saatten az süre, %48,1'i (n=507), 1-3 saat arası, %20,5'i (n=216) 4- 7 saat arası, %5,8'i (n=61) ise bilgisayar/ interneti günlük olarak 8 saat ve üzerinde kullandığını belirtmiştir.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak Yiğit (2011) tarafından geliştirilen “Teknolojik Okuryazarlığı Ölçeği” içeriğindeki maddeler sosyal medya okuryazarlığı şeklinde tekrar uyarlanarak kullanılmıştır. Sosyal medya okuryazarlık ölçeği ilk önce bir grup öğrenciye gösterilmiştir, öğrencilerin anlamakta zorluk çektiği maddeler işaretlenmiştir. Daha sonra İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden gençlerin anlamakta zorluk çektiği maddelere tekrar düzenlenmiştir. Karaman ilinde İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden öğrenciler için uyarlanan Sosyal medya okuryazarlık ölçeği, 3’li likert tipinde olup ve 30 adet ölçek maddesi bulunmaktadır. Ölçekte “Hayır”, “Kısmen” ve “Evet” şeklinde üç cevap seçeneği yer almıştır. Bu seçenekler, 1 ile 3 arasında değer taşımaktadır. Olumlu bir tutum cümlesi için yapılan puanlama 3–1 arasında, olumsuz bir tutum cümlesi için yapılan puanlama ise ters kodlanmış olup, 1–3 arasında sıralanmaktadır. İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden öğrenciler için uyarlanan Sosyal Medya okuryazarlık ölçeğinde alınabilecek en düşük puan 30, en yüksek puan ise 90’dır. Ölçeğin güvenilirliği için madde analizine bağlı olarak hesaplanan Cronbach alfa iç tutarlılık katsayısı 0.875 olarak bulunmuştur. Alfa güvenilirlik değerinin büyüklüğü konusunda, araştırmalarda kullanılabilecek ölçme araçları için öngörülen güvenilirlik düzeyinin 0.70 olduğu (Tezbaşaran, 1997; Tavşancıl, 2006) dikkate alındığında, ölçeğe ilişkin güvenilirlik düzeyinin yüksek olduğu görülmektedir.

Veri Toplama süreci

Araştırma 2018 yılı Mayıs ve Haziran ayı içerisinde Karaman merkezinde gerçekleştirilmiştir. Veriler İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden gençler ile birlikte 2 haftalık süre içerisinde toplanmıştır. Öğrencilere doldurulan veriler araştırmacılar tarafından özenle kontrol edilerek teslim alınmıştır. Araştırma sonucunda hatalı ya da eksik doldurulan 22 anket değerlendirmeye alınmamıştır. 1055 anket değerlendirmeye dahil edilmiştir.

Verilerin Analizi

Anket ile elde edilen veriler kodlanarak SPSS 22.0 (Statistical Package for Social Sciences) paket programı ile değerlendirilmiştir. Verilerin analizinde genel değerlendirme yapmak için tanımlayıcı istatistiklerden toplam, frekans, aritmetik ortalama, standart sapma kullanılmıştır. Bunun yanında cinsiyet ve evde yada akıllı telefonunuzda internet bulunma durumu değişkenlerinin karşılaştırılmasında t-testi kullanılmıştır. T-testi kullanılarak iki grup ortalamaları karşılaştırılır. Gruplar arasındaki farkın rastlantısal mı, yoksa istatistiksel olarak mı anlamlı olduğuna karar verilir. Karşılaştırılan grup sayısı ikiden fazla olması durumunda ise t-testi yetersiz kalır. Bu durumlarda ise genel olarak tek yönlü varyans analizi kullanılır (İstatistiksel Analiz, 2017). Araştırma da tek yönlü varyans analizi (tek yönlü varyans analizi (One Way Anova) ve Tukey HSD testi teknikleri kullanılarak sınıf, yaş ve teknoloji/ internet kullanma süresi, bilgisayar kullanma düzeyi ve günlük hayatta bilgisayar/internet kullanma sıklığı değişkenleri karşılaştırılmıştır.

İstatistiksel analizlerde uygulanan anketin hata payını ortaya çıkarmak için anlamlılık düzeyi değeri kullanılır. Bu değerin düşük çıkması ankete olan güven düzeyini yükseltmektedir. Bu değer çalışmalarda genellikle 0.05 ya da 0.01 olarak kabul edilmektedir (Işık ve ark., 2010). Yapılan bu araştırmada, anlamlılık düzeyi 0.05 olarak kabul edilmiştir.

BULGULAR

Bu bölümde Karaman ilinde İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden gençlerin sosyal medya okuryazarlık düzeylerini belirlemek amacı ile uygulanan “Sosyal medya okuryazarlık” ölçeğinde yer alan 30 soruluk anketin tamamına verilen cevaplar genel olarak incelenmiştir. Bir sonraki aşamada araştırmaya katılan öğrencilerin ölçeğe yer alan sorulara verdikleri cevaplar tek tek incelenmiştir. Son aşamada ise İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden öğrencilerin “Sosyal medya okuryazarlık” ölçeğinde yer alan sorular verdikleri genel cevaplar cinsiyet, sınıf, yaş, evde ya da akıllı telefonda internet bulunma durumu, teknoloji kullanım süresi, bilgisayar kullanma düzeyi ve günlük hayatta bilgisayar/internet kullanma sıklığı değişkenleri bakımından karşılaştırılmış ve analiz edilmiştir.

1. Karaman İli İmam-Hatip Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyine Yönelik Tutum Puanlarına Ait Bulgular

Araştırmada, Karaman ili İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin Sosyal medya okuryazarlık düzeylerinin tespitine yönelik verdiği cevapların değerlendirilmesi ve analizi yapılmıştır. Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan maddelerin genel toplam puanlarının ortalaması (aritmetik ortalama), standart sapması ile en küçük ve en yüksek puanları belirlenmiştir.

Araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin Sosyal medya okuryazarlık düzeyinin belirlenmesi ile ilgili 30 madde vardır. Alınabilecek en yüksek puan 90, en küçük puan ise 30’dır. Öğrencilerin verdiği cevaplar sonucunda oluşan bulgular Tablo’8 de gösterilmiştir.

Tablo 8. İmam-Hatip Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyine Yönelik Tutum Puanları

N	$\bar{X}$	Ss	En Küçük	En Yüksek
1055	71,08	10,727	35	90

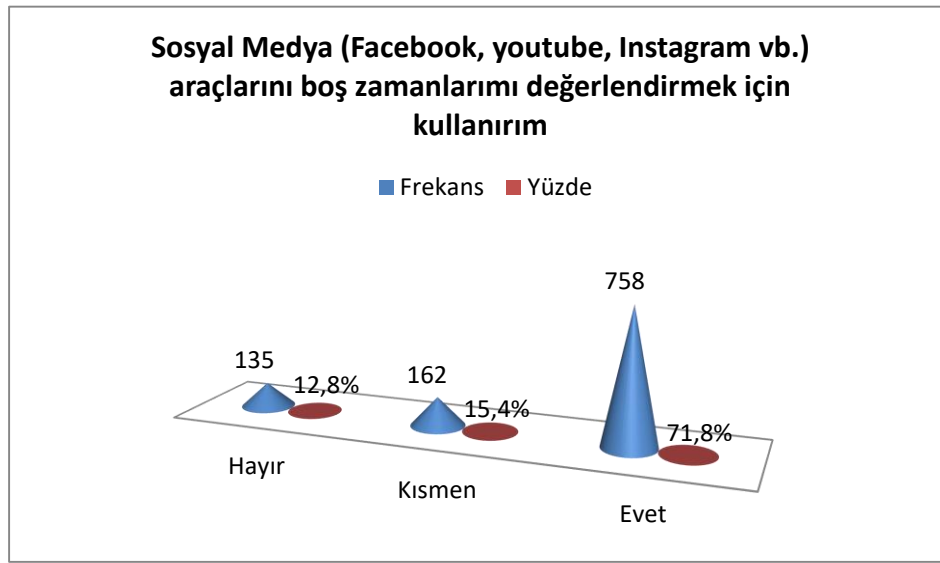
Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan sorulara yönelik İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin verdiği cevapların genel ortalaması (aritmetik ortalama) $\bar{X}$ =71,08 olarak hesaplanmıştır. Aritmetik ortalama puanına bakıldığında, İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden öğrencilerin sosyal medya okuryazarlık düzeylerinin ortalamanın üstünde olduğu söylenebilir.

2. Karaman İli İmam-Hatip Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyi Anketinde Yer Alan Sorulara Verdikleri Cevaplar

Araştırmada, İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin Sosyal medya okuryazarlık düzeylerinin tespitine yönelik verdiği cevapların soru bazlı değerlendirilmesi ve analizi yapılmıştır. Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan soruların her birinin frekans ve yüzdesi belirlenmiştir.

2.1 Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını boş zamanlarını değerlendirmek için kullanırım

Tablo 9. Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını boş zamanlarını değerlendirmek için kullanırım



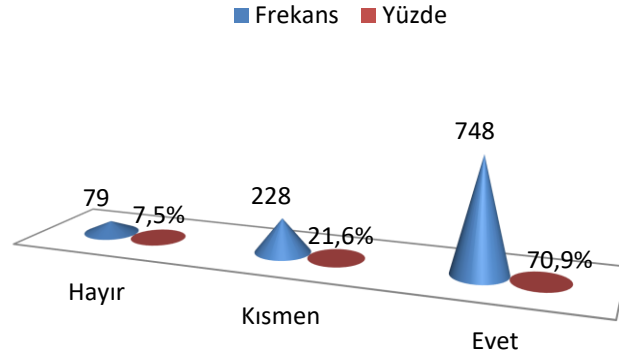
Araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ölçekte yer alan **Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını boş zamanlarını değerlendirmek için kullanırım** sorusuna %12,8 oranında “Hayır” (n=135), %15,4 oranında “Kısmen” (n=162), %71,8 oranında ise (n=758), ise “Evet” cevabını vermiştir.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan **Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını boş zamanlarını değerlendirmek için kullanırım** sorusuna araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların büyük çoğunluğu boş zamanlarını değerlendirmek için sosyal medya kullanmaktadır.

2.2 Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) da hangi iş için hangi araçtan yararlanmam gerektiğini doğru bir biçimde belirleyebilirim

Tablo 10. Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) da hangi iş için hangi araçtan yararlanmam gerektiğini doğru bir biçimde belirleyebilirim

Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) da hangi iş için hangi araçtan yararlanmam gerektiğini doğru bir biçimde belirleyebilirim



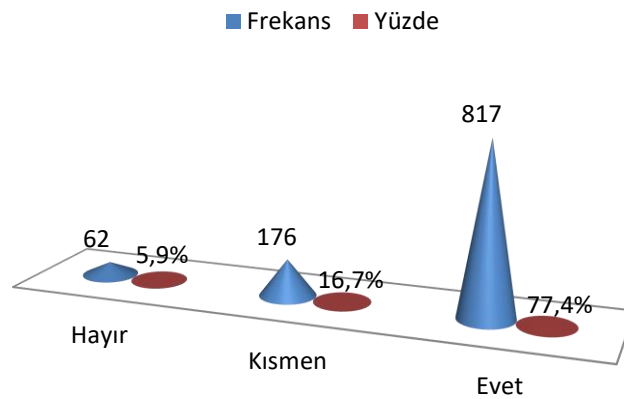
Araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ölçekte yer alan **Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) da hangi iş için hangi araçtan yararlanmam gerektiğini doğru bir biçimde belirleyebilirim** sorusuna %7,5 oranında “Hayır” (n=79), %21,6 oranında “Kısmen” (n=228), %70,9 oranında ise (n=748), ise “Evet” cevabını vermiştir.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan **Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) da hangi iş için hangi araçtan yararlanmam gerektiğini doğru bir biçimde belirleyebilirim** sorusuna araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların büyük çoğunluğu sosyal medya da hangi iş için hangi araçtan yararlandığını doğru bir şekilde belirleyebildiğini düşünmektedir.

2.3 Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını doğru ve güvenilir bir şekilde kullanabilirim

Tablo 11. Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını doğru ve güvenilir bir şekilde kullanabilirim

Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını doğru ve güvenilir bir şekilde kullanabilirim

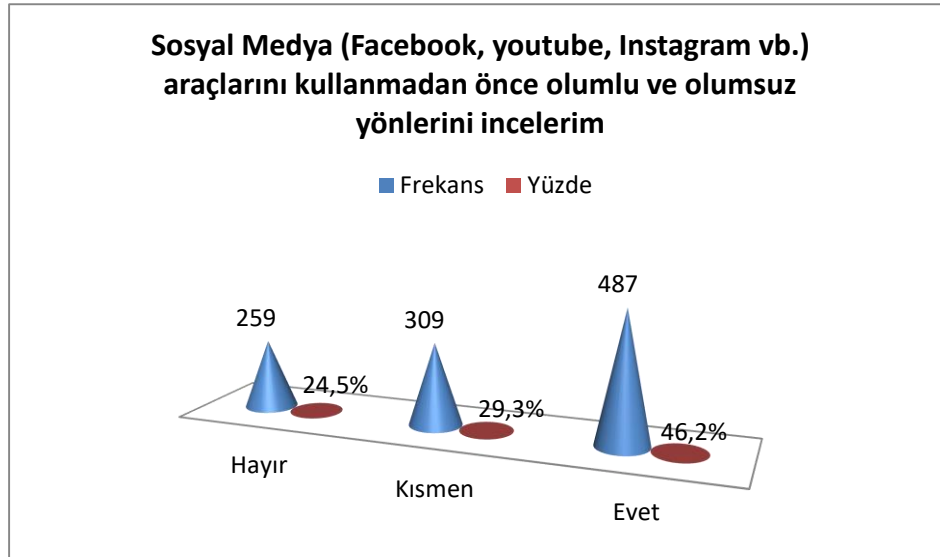


Araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ölçeğe yer alan **Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını doğru ve güvenilir bir şekilde kullanabilirim** sorusuna %5,9 oranında “Hayır” (n=62), %16,7 oranında “Kısmen” (n=176), %77,4 oranında ise (n=817), ise “Evet” cevabını vermiştir.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan **Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını doğru ve güvenilir bir şekilde kullanabilirim** sorusuna araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların büyük çoğunluğu sosyal medya da araçlarını doğru ve güvenilir bir şekilde kullandığına inanmaktadır.

2.4 Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanmadan önce olumlu ve olumsuz yönlerini incelerim

Tablo 12. Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanmadan önce olumlu ve olumsuz yönlerini incelerim

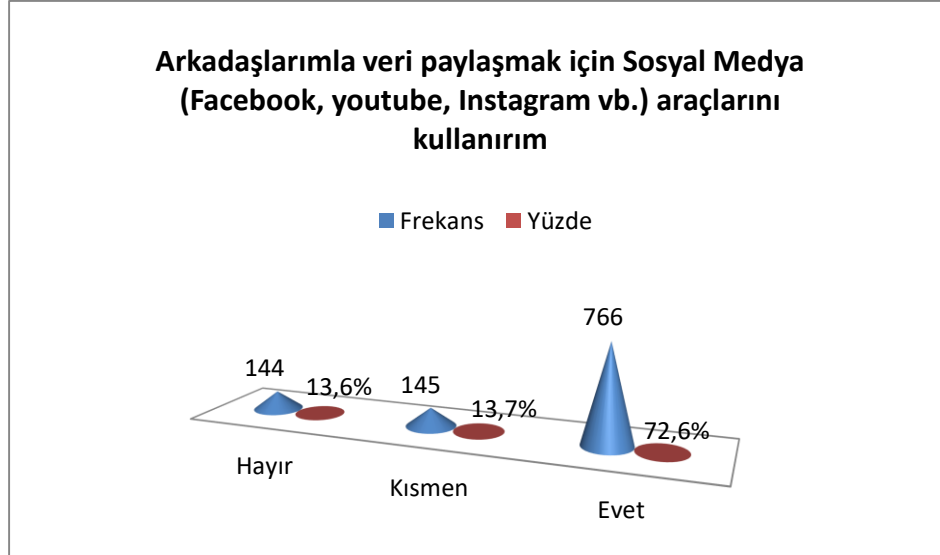


Araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ölçeğe yer alan **Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanmadan önce olumlu ve olumsuz yönlerini incelerim** sorusuna %24,5 oranında “Hayır” (n=259), %29,3 oranında “Kısmen” (n=309), %46,2 oranında ise (n=487), ise “Evet” cevabını vermiştir.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan **Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanmadan önce olumlu ve olumsuz yönlerini incelerim** sorusuna araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların çoğunluğa yakını sosyal medya da araçlarını kullanmadan önce olumlu ve olumsuz yönlerini incelemektedir.

2.5 Arkadaşlarımla veri paylaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

Tablo 13. Arkadaşlarımla veri paylaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım



Araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ölçeğe yer alan **Arkadaşlarımla veri paylaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna %13,6 oranında “Hayır” (n=144), %13,7 oranında “Kısmen” (n=145), %72,6 oranında ise (n=766), ise “Evet” cevabını vermiştir.

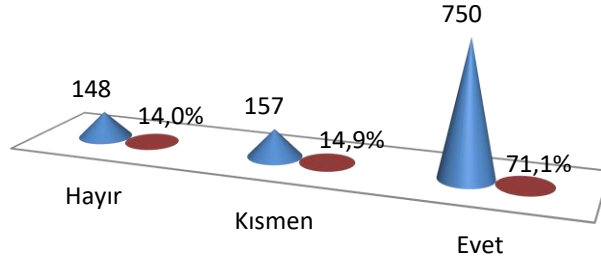
Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan **Arkadaşlarımla veri paylaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların büyük çoğunluğu sosyal medya araçlarını arkadaşları ile veri paylaşmak için kullanmaktadır.

2.6 İnternette bilgi kaynaklarına ulaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

Tablo 14. İnternette bilgi kaynaklarına ulaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

İnternette bilgi kaynaklarına ulaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanım

■ Frekans ■ Yüzde



Araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ölçekte yer alan **İnternette bilgi kaynaklarına ulaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanım** sorusuna %14,0 oranında “Hayır” (n=148), %14,9 oranında “Kısmen” (n=157), %71,1 oranında ise (n=750), ise “Evet” cevabını vermiştir.

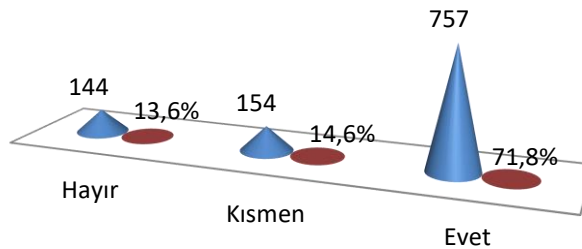
Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan **İnternette bilgi kaynaklarına ulaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanım** sorusuna araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların büyük çoğunluğu internette bilgi kaynaklarına ulaşmak için sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

2.7 Dersimle ilgili videoları izlemek ve indirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanım

Tablo 15. Dersimle ilgili videoları izlemek ve indirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanım

Dersimle ilgili videoları izlemek ve indirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanım

■ Frekans ■ Yüzde

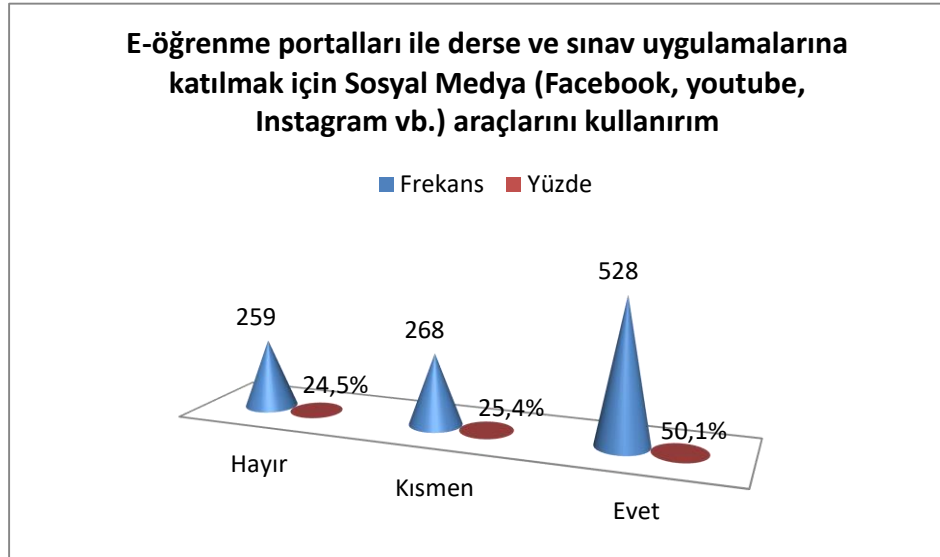


Araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ölçekte yer alan **Dersimle ilgili videoları izlemek ve indirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanım** sorusuna %13,6 oranında “Hayır” (n=144), %14,6 oranında “Kısmen” (n=154), %71,8 oranında ise (n=757), ise “Evet” cevabını vermiştir.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan **Dersimle ilgili videoları izlemek ve indirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanım** sorusuna araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların büyük çoğunluğu dersleri ile ilgili videoları izlemek ve indirmek için sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

2.8 E-öğrenme portalları ile derse ve sınav uygulamalarına katılmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanım

Tablo 16. E-öğrenme portalları ile derse ve sınav uygulamalarına katılmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanım

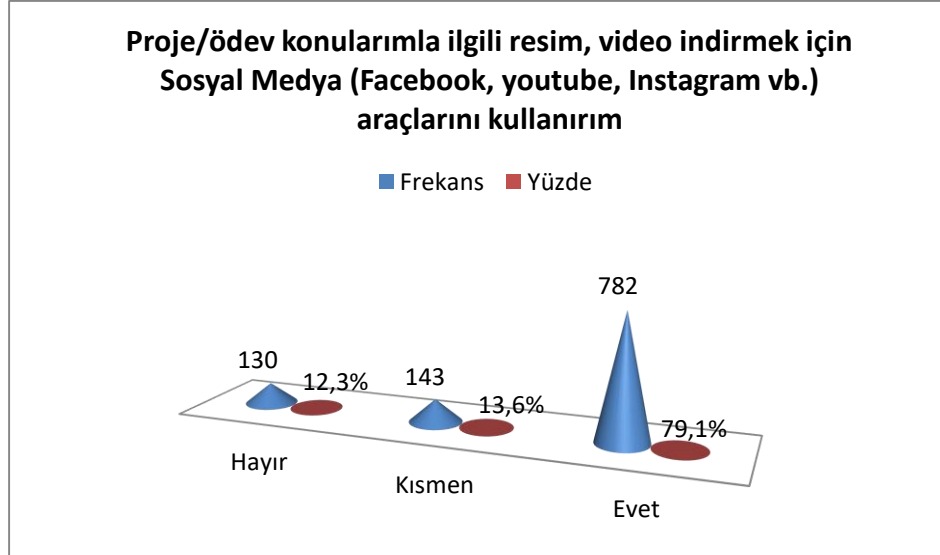


Araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ölçekte yer alan **E-öğrenme portalları ile derse ve sınav uygulamalarına katılmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanım** sorusuna %24,5 oranında “Hayır” (n=259), %25,4 oranında “Kısmen” (n=268), %50,1 oranında ise (n=528), ise “Evet” cevabını vermiştir.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan **E-öğrenme portalları ile derse ve sınav uygulamalarına katılmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanım** sorusuna araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların çoğunluğu e-öğrenme portalları ile derse ve sınav uygulamalarına katılmak için sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

2.9 Proje/ödev konularıyla ilgili resim, video indirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

Tablo 17. Proje/ödev konularıyla ilgili resim, video indirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım



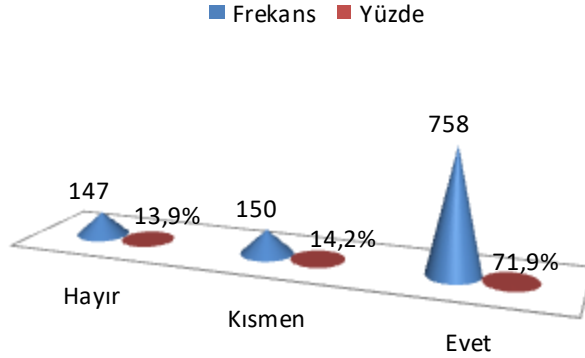
Araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ölçeğe yer alan **Proje/ödev konularıyla ilgili resim, video indirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna %12,3 oranında “Hayır” (n=130), %13,6 oranında “Kısmen” (n=143), %79,1 oranında ise (n=782), ise “Evet” cevabını vermiştir.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan **Proje/ödev konularıyla ilgili resim, video indirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların büyük çoğunluğu proje/ödev konuları ile ilgili resim, video indirmek için sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

2.10 Okul proje/ödevlerimle ilgili araştırmalar yapmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

Tablo 18. Okul proje/ödevlerimle ilgili araştırmalar yapmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

Okul proje/ödevlerimle ilgili araştırmalar yapmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanım



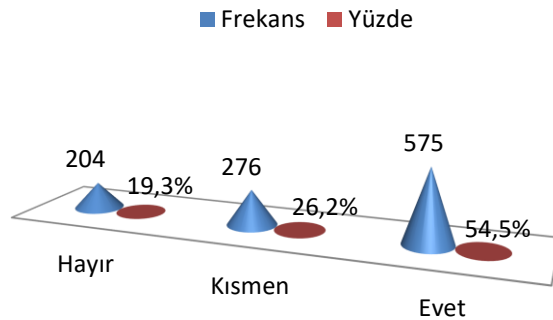
Araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ölçekte yer alan **Okul proje/ödevlerimle ilgili araştırmalar yapmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanım** sorusuna %13,9 oranında “Hayır” (n=147), %14,2 oranında “Kısmen” (n=150), %71,9 oranında ise (n=758), ise “Evet” cevabını vermiştir.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan **Okul proje/ödevlerimle ilgili araştırmalar yapmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanım** sorusuna araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların büyük çoğunluğu okul/proje ödevleri ile ilgili araştırma yapmak için sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

2.11 Derslerde anlatılan ve dikkatimi çeken konular hakkında internette detaylı arama yapmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanım

Tablo 19. Derslerde anlatılan ve dikkatimi çeken konular hakkında internette detaylı arama yapmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanım

Derslerde anlatılan ve dikkatimi çeken konular hakkında internette detaylı arama yapmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanım

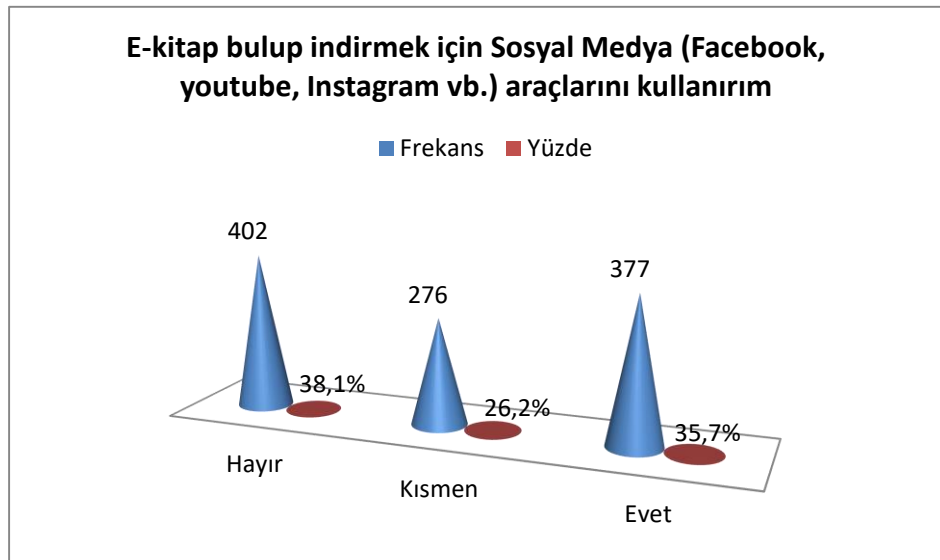


Araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ölçeğe yer alan **Derslerde anlatılan ve dikkatimi çeken konular hakkında internette detaylı arama yapmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna %19,3 oranında “Hayır” (n=204), %26,2 oranında “Kısmen” (n=276), %54,5 oranında ise (n=575), ise “Evet” cevabını vermiştir.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan **Derslerde anlatılan ve dikkatimi çeken konular hakkında internette detaylı arama yapmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların çoğunluğu derslerde anlatılan ve dikkatini çeken konular hakkında internette detaylı arama yapmak için sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

2.12 E-kitap bulup indirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

Tablo 20. E-kitap bulup indirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

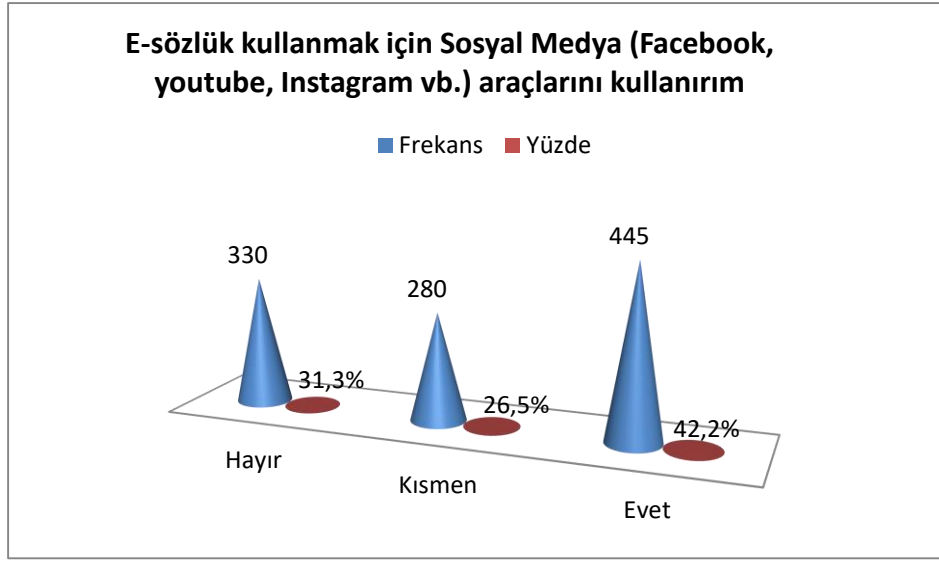


Araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ölçeğe yer alan **E-kitap bulup indirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna %38,1 oranında “Hayır” (n=402), %26,2 oranında “Kısmen” (n=276), %25,7 oranında ise (n=377), ise “Evet” cevabını vermiştir.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan **E-kitap bulup indirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların çoğunluğu yakını e-kitap bulup indirmek için sosyal medya araçlarını tercih etmemektedir.

2.13 E-sözlük kullanmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

Tablo 21. E-sözlük kullanmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

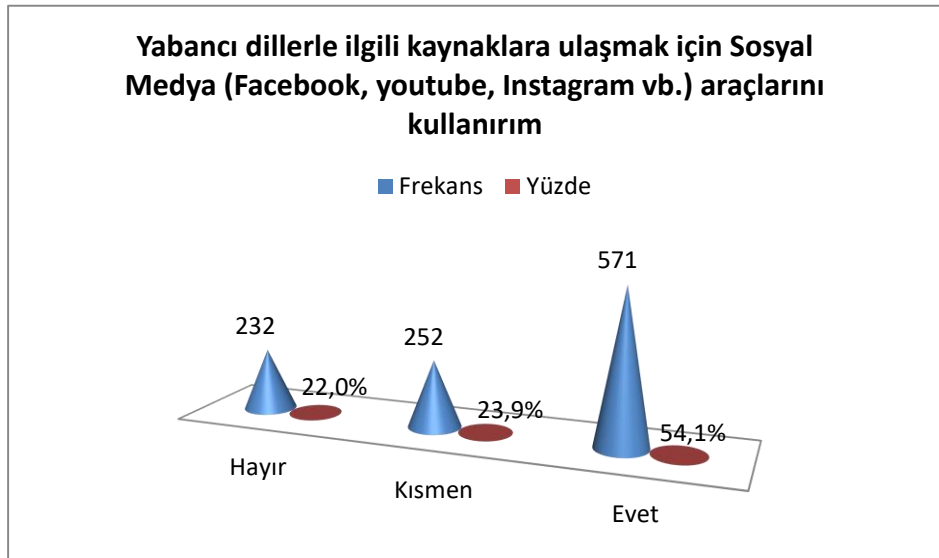


Araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ölçeğe yer alan **E-sözlük kullanmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna %31,3 oranında “Hayır” (n=330), %26,5 oranında “Kısım” (n=280), %42,2 oranında ise (n=445), ise “Evet” cevabını vermiştir.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan **E-sözlük kullanmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların çoğunluğu yakını e-sözlük kullanmak için sosyal medya araçlarını tercih etmektedir.

2.14 Yabancı dillerle ilgili kaynaklara ulaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

Tablo 22. Yabancı dillerle ilgili kaynaklara ulaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

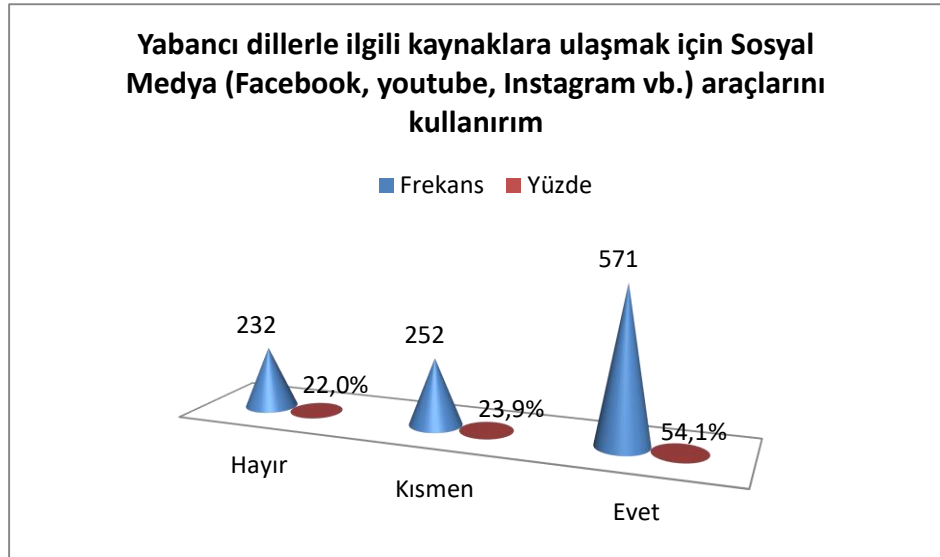


Araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ölçeğe yer alan **Yabancı dillerle ilgili kaynaklara ulaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna %22,0 oranında “Hayır” (n=232), %23,9 oranında “Kısmen” (n=252), %54,1 oranında ise (n=571), ise “Evet” cevabını vermiştir.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan **Yabancı dillerle ilgili kaynaklara ulaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların çoğunluğu yabancı diller ile ilgili kaynaklara ulaşmak için sosyal medya araçlarını tercih etmektedir.

2.14 Yabancı dillerle ilgili kaynaklara ulaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

Tablo 22. Yabancı dillerle ilgili kaynaklara ulaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

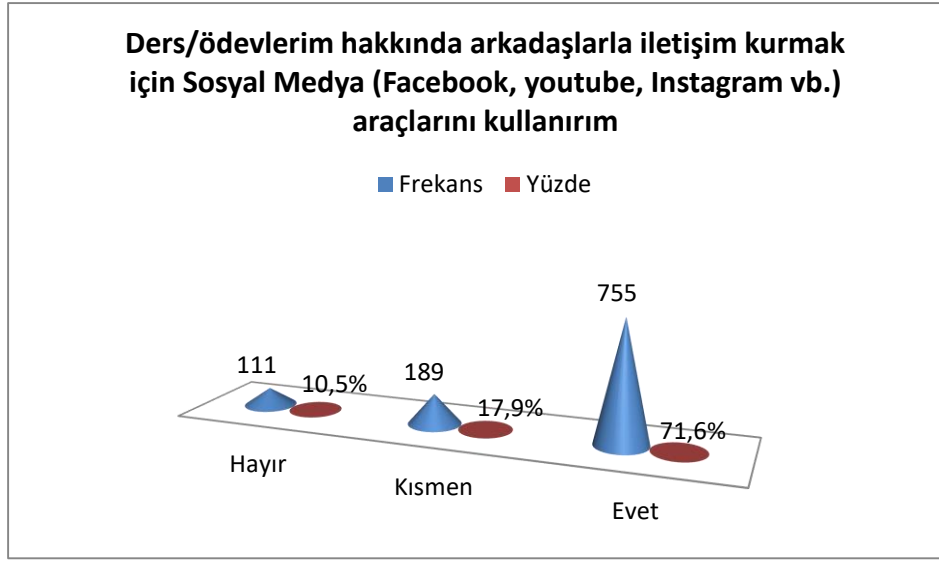


Araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ölçeğe yer alan **Yabancı dillerle ilgili kaynaklara ulaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna %22,0 oranında “Hayır” (n=232), %23,9 oranında “Kısmen” (n=252), %54,1 oranında ise (n=571), ise “Evet” cevabını vermiştir.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan **Yabancı dillerle ilgili kaynaklara ulaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların çoğunluğu yabancı diller ile ilgili kaynaklara ulaşmak için sosyal medya araçlarını tercih etmektedir.

2.15 Ders/ödevlerim hakkında arkadaşlarla iletişim kurmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

Tablo 23. Ders/ödevlerim hakkında arkadaşlarla iletişim kurmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

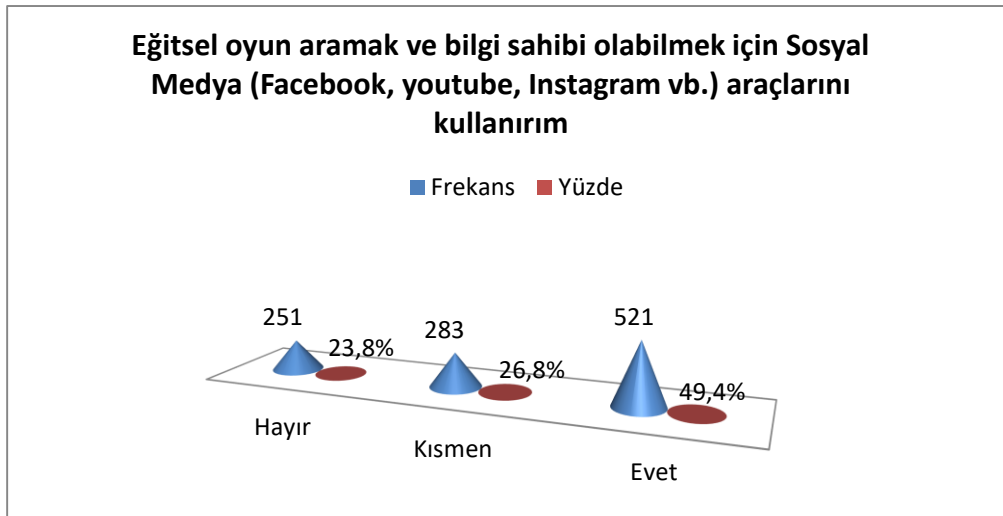


Araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ölçekte yer alan **Ders/ödevlerim hakkında arkadaşlarla iletişim kurmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna %10,5 oranında “Hayır” (n=111), %17,9 oranında “Kısmen” (n=189), %71,6 oranında ise (n=755), ise “Evet” cevabını vermiştir.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan **Ders/ödevlerim hakkında arkadaşlarla iletişim kurmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların büyük çoğunluğu ders/ödevleri hakkında arkadaşları ile iletişim kurmak için sosyal medya araçlarını tercih etmektedir.

2.16 Eğitsel oyun aramak ve bilgi sahibi olabilmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

Tablo 24. Eğitsel oyun aramak ve bilgi sahibi olabilmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

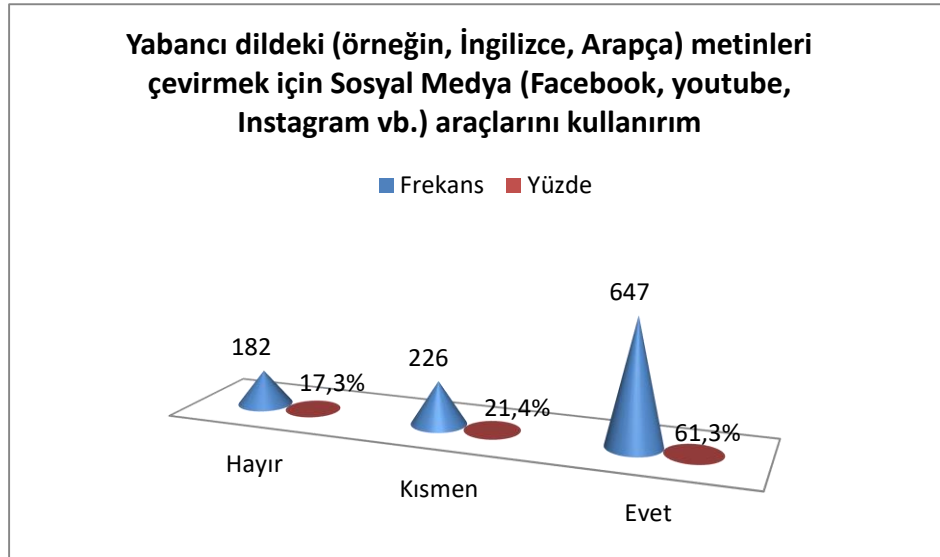


Araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ölçekte yer alan **Eğitsel oyun aramak ve bilgi sahibi olabilmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna %23,8 oranında “Hayır” (n=251), %26,8 oranında “Kısmen” (n=283), %49,4 oranında ise (n=521), ise “Evet” cevabını vermiştir.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan **Eğitsel oyun aramak ve bilgi sahibi olabilmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların çoğunluğa yakını eğitsel oyun oynamak ve bilgi sahibi olmak için sosyal medya araçlarını tercih etmektedir.

2.17 Yabancı dildeki (örneğin, İngilizce, Arapça) metinleri çevirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

Tablo 25. Yabancı dildeki (örneğin, İngilizce, Arapça) metinleri çevirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

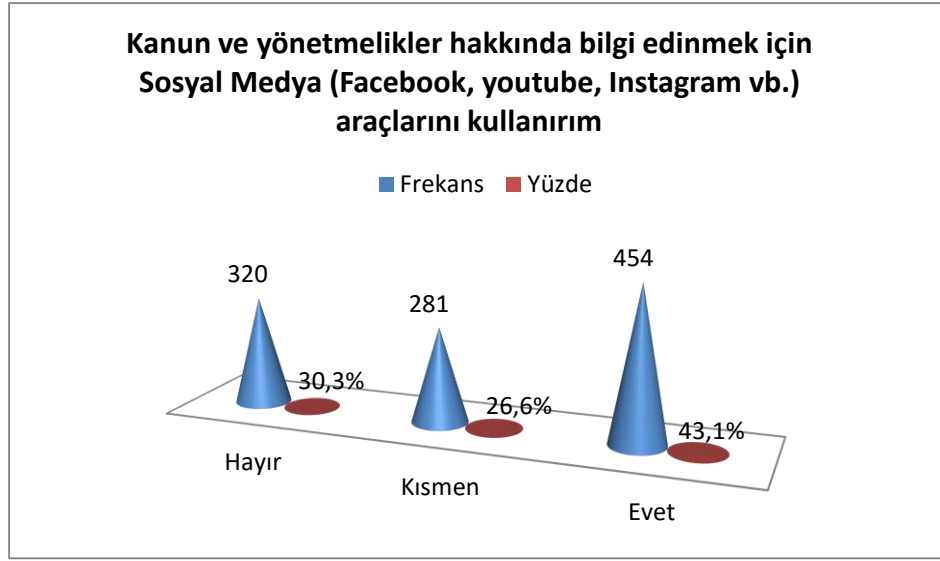


Araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ölçekte yer alan **Yabancı dildeki (örneğin, İngilizce, Arapça) metinleri çevirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna %17,3 oranında “Hayır” (n=182), %21,4 oranında “Kısmen” (n=226), %61,3 oranında ise (n=647), ise “Evet” cevabını vermiştir.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan **Yabancı dildeki (örneğin, İngilizce, Arapça) metinleri çevirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların büyük çoğunluğa yabancı dildeki metinleri çevirmek için sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

2.18 Kanun ve yönetmelikler hakkında bilgi edinmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

Tablo 26. Kanun ve yönetmelikler hakkında bilgi edinmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanım

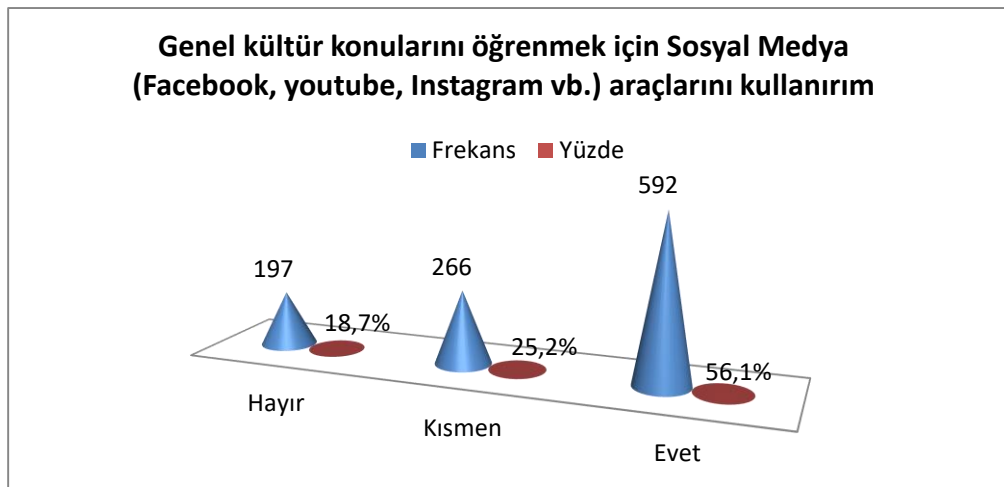


Araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ölçeğe yer alan **Kanun ve yönetmelikler hakkında bilgi edinmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanım** sorusuna %30,3 oranında “Hayır” (n=320), %26,6 oranında “Kısmen” (n=281), %43,1 oranında ise (n=454), ise “Evet” cevabını vermiştir.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan **Kanun ve yönetmelikler hakkında bilgi edinmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanım** sorusuna araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların çoğunluğa yakını kanun ve yönetmelikler hakkında bilgi sahibi olmak için sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

2.19 Genel kültür konularını öğrenmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanım

Tablo 27. Genel kültür konularını öğrenmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanım

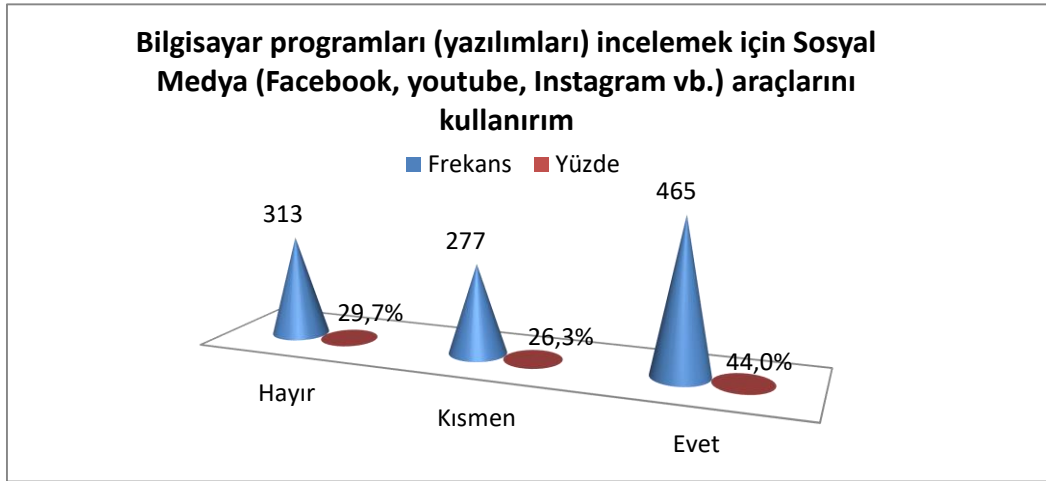


Araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ölçeğe yer alan **Genel kültür konularını öğrenmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna %18,7 oranında “Hayır” (n=197), %25,2 oranında “Kısmen” (n=266), %56,1 oranında ise (n=592), ise “Evet” cevabını vermiştir.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan **Genel kültür konularını öğrenmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların çoğunluğa genel kültür konularını öğrenmek için sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

2.20 Bilgisayar programları (yazılımları) incelemek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

Tablo 28. Bilgisayar programları (yazılımları) incelemek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

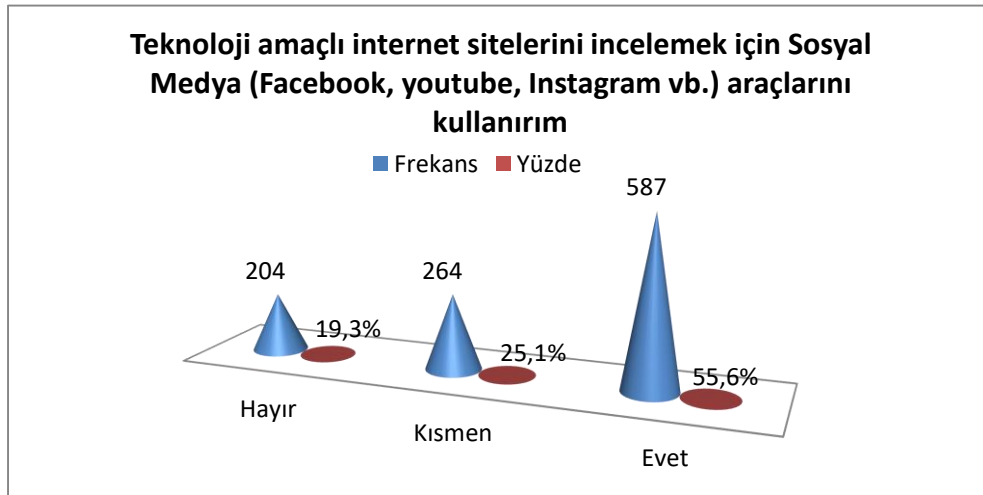


Araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ölçeğe yer alan **Bilgisayar programları (yazılımları) incelemek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna %29,7 oranında “Hayır” (n=313), %26,3 oranında “Kısmen” (n=277), %44,0 oranında ise (n=465), ise “Evet” cevabını vermiştir.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan **Bilgisayar programları (yazılımları) incelemek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların çoğunluğa yakını bilgisayar programları(yazılımları) incelemek için sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

2.21 Teknoloji amaçlı internet sitelerini incelemek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

Tablo 29. Teknoloji amaçlı internet sitelerini incelemek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

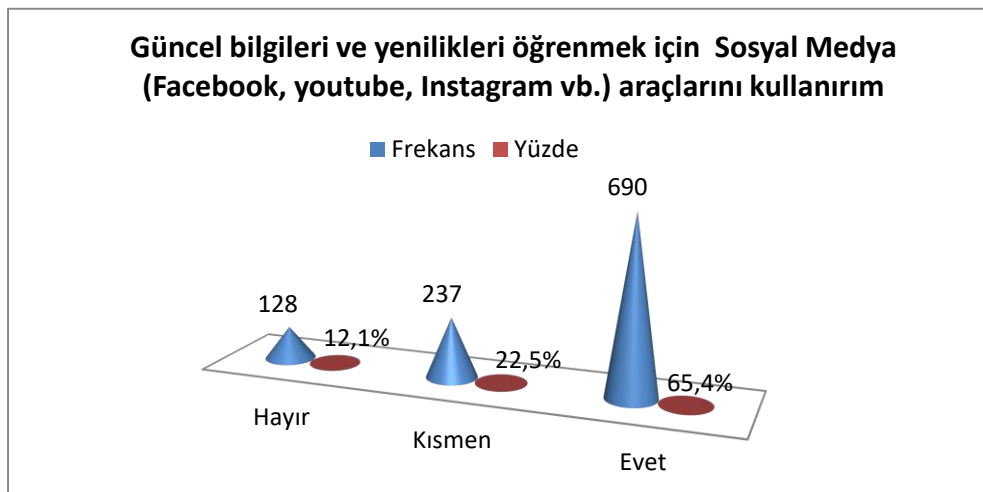


Araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ölçekte yer alan **Teknoloji amaçlı internet sitelerini incelemek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanım** sorusuna %19,3 oranında “Hayır” (n=204), %25,1 oranında “Kısmen” (n=264), %55,6 oranında ise (n=587), ise “Evet” cevabını vermiştir.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan **Teknoloji amaçlı internet sitelerini incelemek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanım** sorusuna araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların çoğunluğu teknoloji amaçlı internet sitelerini incelemek için sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

2.22 Güncel bilgileri ve yenilikleri öğrenmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanım

Tablo 30. Güncel bilgileri ve yenilikleri öğrenmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanım



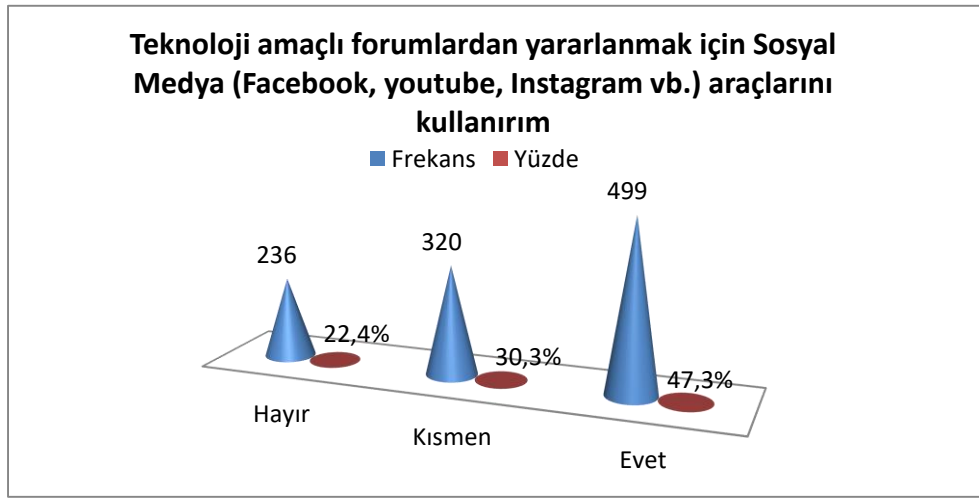
Araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ölçekte yer alan **Güncel bilgileri ve yenilikleri öğrenmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını**

kullanırım sorusuna %12,1 oranında “Hayır” (n=128), %22,5 oranında “Kısmen” (n=237), %65,4 oranında ise (n=690), ise “Evet” cevabını vermiştir.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan **Güncel bilgileri ve yenilikleri öğrenmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların büyük çoğunluğu güncel bilgileri ve yenilikleri öğrenmek için sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

2.23 Teknoloji amaçlı forumlardan yararlanmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

Tablo 31. Teknoloji amaçlı forumlardan yararlanmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

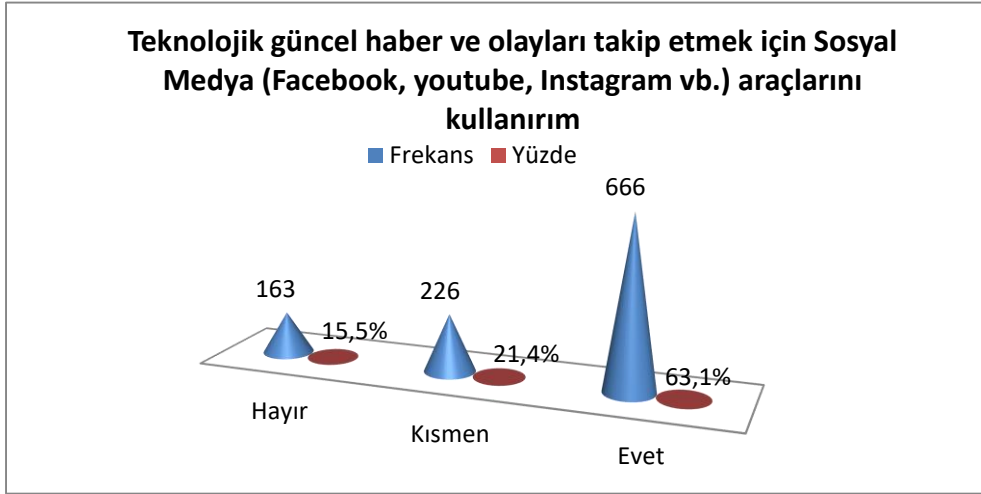


Araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ölçekte yer alan **Teknoloji amaçlı forumlardan yararlanmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna %22,4 oranında “Hayır” (n=236), %30,3 oranında “Kısmen” (n=320), %47,3 oranında ise (n=499), ise “Evet” cevabını vermiştir.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan **Teknoloji amaçlı forumlardan yararlanmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların çoğunluğa yakını teknoloji amaçlı formlardan yararlanmak için sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

2.24 Teknolojik güncel haber ve olayları takip etmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

Tablo 32. Teknolojik güncel haber ve olayları takip etmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

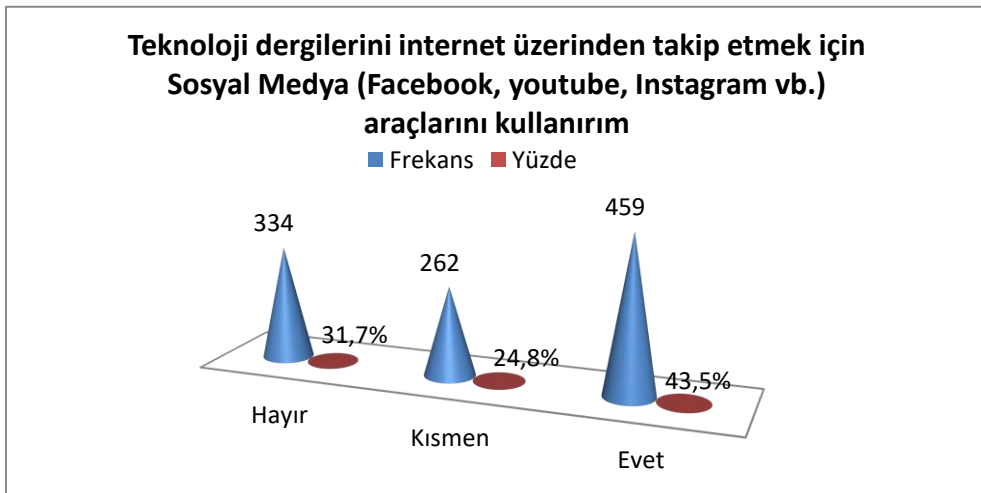


Araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ölçekte yer alan **Teknolojik güncel haber ve olayları takip etmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanım** sorusuna %15,5 oranında “Hayır” (n=163), %21,4 oranında “Kısmen” (n=226), %63,1 oranında ise (n=666), ise “Evet” cevabını vermiştir.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan **Teknolojik güncel haber ve olayları takip etmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanım** sorusuna araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların büyük çoğunluğu teknolojik güncel haber ve olayları takip etmek için sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

2.25 Teknoloji dergilerini internet üzerinden takip etmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanım

Tablo 33. Teknoloji dergilerini internet üzerinden takip etmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanım



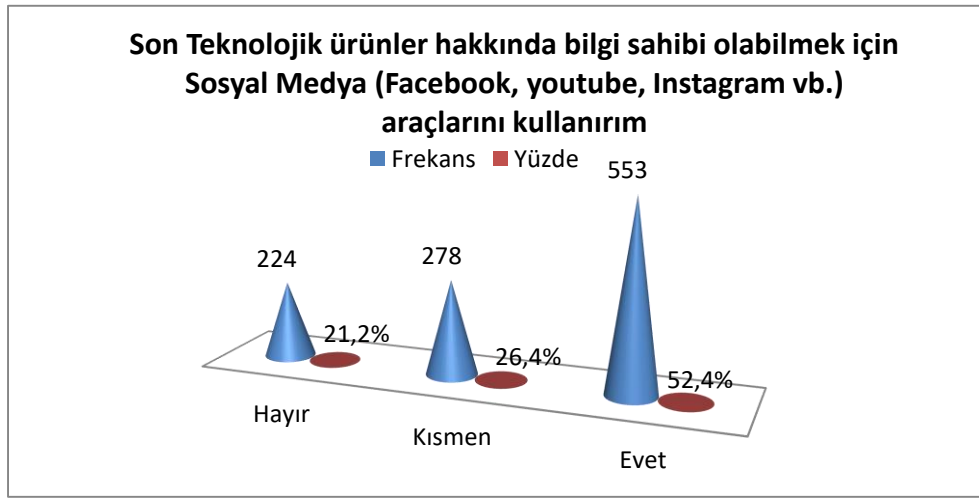
Araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ölçekte yer alan **Teknoloji dergilerini internet üzerinden takip etmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.)**

araçlarını kullanırım sorusuna %31,7 oranında “Hayır” (n=334), %24,8 oranında “Kısmen” (n=262), %43,5 oranında ise (n=459), ise “Evet” cevabını vermiştir.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan **Teknoloji dergilerini internet üzerinden takip etmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların çoğunluğa yakını teknoloji dergilerini internet üzerinden takip etmek için sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

2.26 Son Teknolojik ürünler hakkında bilgi sahibi olabilmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

Tablo 34. Son Teknolojik ürünler hakkında bilgi sahibi olabilmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

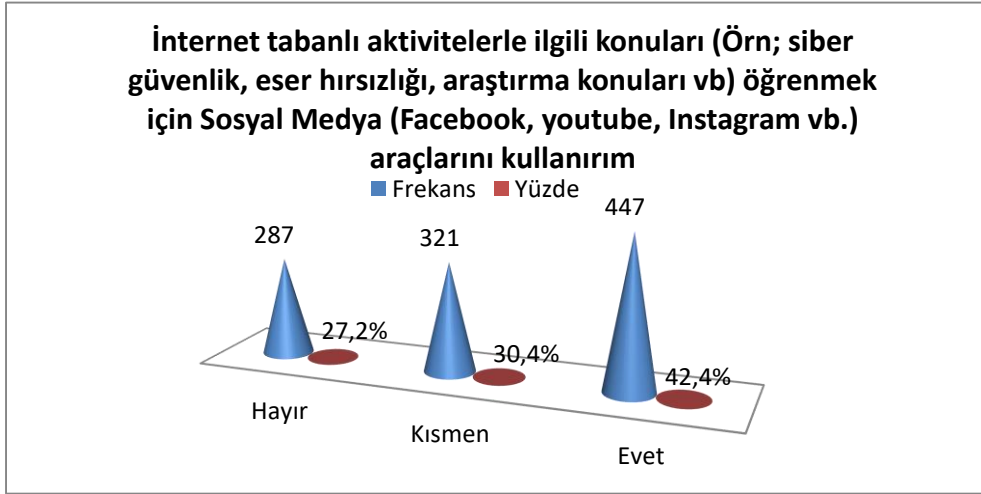


Araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ölçekte yer alan **Son Teknolojik ürünler hakkında bilgi sahibi olabilmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna %21,2 oranında “Hayır” (n=224), %26,4 oranında “Kısmen” (n=278), %52,4 oranında ise (n=553), ise “Evet” cevabını vermiştir.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan **Son Teknolojik ürünler hakkında bilgi sahibi olabilmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların çoğunluğunun biraz üzerinde son teknolojik ürünler hakkında bilgi sahibi olabilmek için sosyal medya araçlarını tercih etmektedir.

2.27 İnternet tabanlı aktivitelerle ilgili konuları (Örn; siber güvenlik, eser hırsızlığı, araştırma konuları vb) öğrenmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

Tablo 35. İnternet tabanlı aktivitelerle ilgili konuları (Örn; siber güvenlik, eser hırsızlığı, araştırma konuları vb) öğrenmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

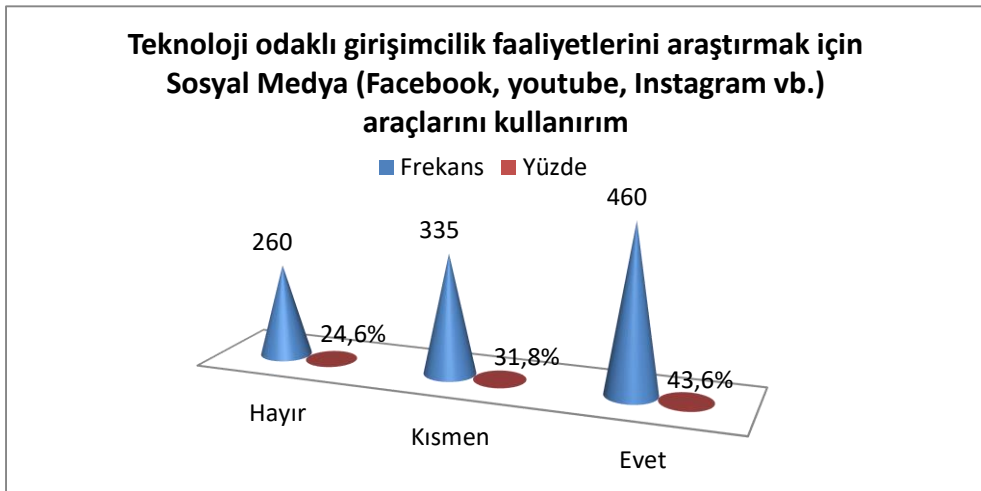


Araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ölçeğe yer alan **İnternet tabanlı aktivitelerle ilgili konuları (Örn; siber güvenlik, eser hırsızlığı, araştırma konuları vb) öğrenmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna %27,2 oranında “Hayır” (n=287), %30,4 oranında “Kısmen” (n=321), %42,4 oranında ise (n=447), ise “Evet” cevabını vermiştir.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan **İnternet tabanlı aktivitelerle ilgili konuları (Örn; siber güvenlik, eser hırsızlığı, araştırma konuları vb) öğrenmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların çoğunluğunun biraz altında internet tabanlı aktiviteler ile ilgili konuları öğrenmek için sosyal medya araçlarını tercih etmektedir.

2.28 Teknoloji odaklı girişimcilik faaliyetlerini araştırmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

Tablo 36. Teknoloji odaklı girişimcilik faaliyetlerini araştırmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım

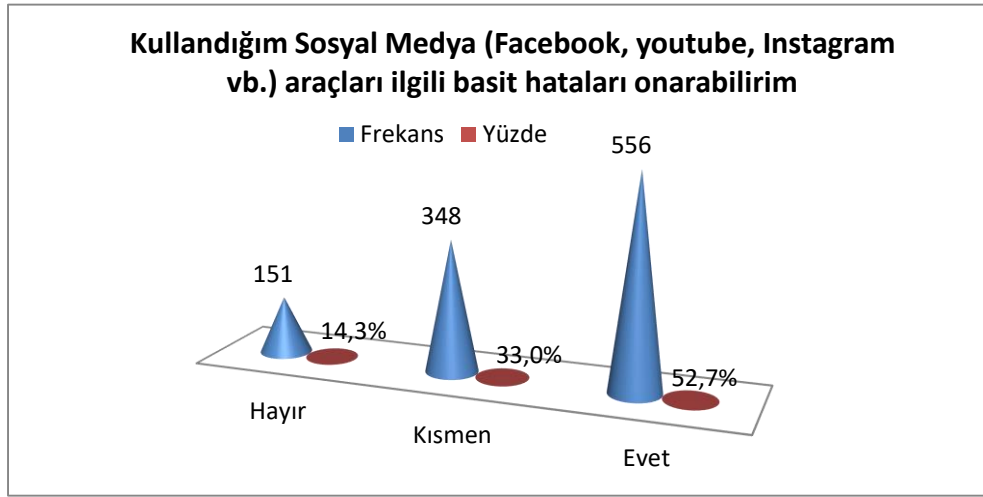


Araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ölçekte yer alan **Teknoloji odaklı girişimcilik faaliyetlerini araştırmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna %24,6 oranında “Hayır” (n=260), %31,8 oranında “Kısmen” (n=335), %43,6 oranında ise (n=460), ise “Evet” cevabını vermiştir.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan **Teknoloji odaklı girişimcilik faaliyetlerini araştırmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım** sorusuna araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların çoğunluğunun biraz altında teknoloji odaklı girişimcilik faaliyetlerini araştırmak için sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

2.29 Kullandığım Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçları ilgili basit hataları onarabilirim

Tablo 37. Kullandığım Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçları ilgili basit hataları onarabilirim

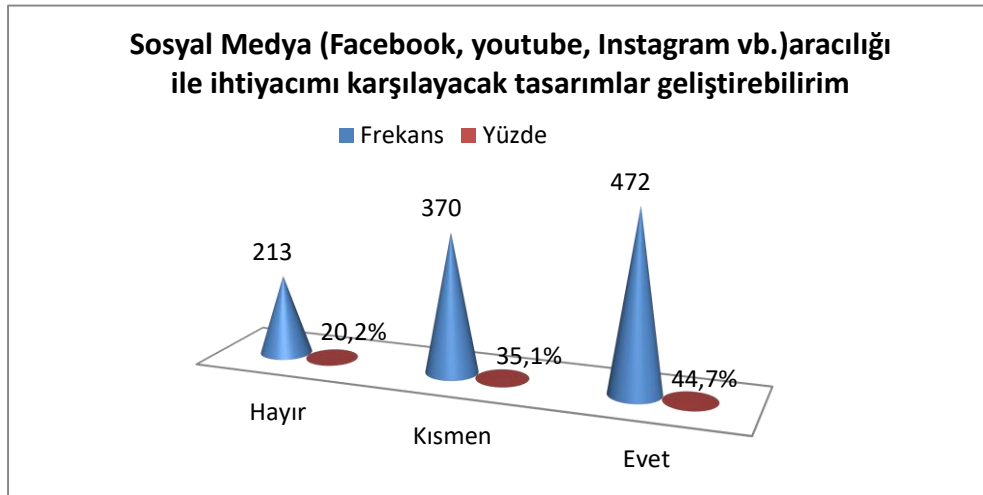


Araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ölçekte yer alan **Kullandığım Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçları ilgili basit hataları onarabilirim** sorusuna %14,3 oranında “Hayır” (n=151), %33,0 oranında “Kısmen” (n=348), %52,7 oranında ise (n=556), ise “Evet” cevabını vermiştir.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan **Kullandığım Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçları ilgili basit hataları onarabilirim** sorusuna araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların çoğunluğu kullandıkları sosyal medya araçları ile ilgili basit hatalarını onarabildiklerini ifade etmişlerdir.

2.30 Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) aracılığı ile ihtiyacımı karşılayacak tasarımlar geliştirebilirim

Tablo 38. Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) aracılığı ile ihtiyacımı karşılayacak tasarımlar geliştirebilirim



Araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ölçekte yer alan **Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) aracılığı ile ihtiyacımı karşılayacak tasarımlar geliştirebilirim** sorusuna %20,2 oranında “Hayır” (n=213), %35,1 oranında “Kısım” (n=370), %44,7 oranında ise (n=472), ise “Evet” cevabını vermiştir.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan **Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) aracılığı ile ihtiyacımı karşılayacak tasarımlar geliştirebilirim** sorusuna araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde katılımcıların çoğunluğunun biraz altında sosyal medya aracı ile ihtiyaçlarını karşılayacak tasarımlar geliştirdiklerini düşünmektedir.

3. Karaman İli İmam-Hatip Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyine Yönelik Tutum Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre İncelenmesi

Karaman İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden öğrencilerin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri cinsiyet değişkeni yönünden bir fark gösterip göstermediği incelenmiş ve sonuçlar tablo 39’da gösterilmiştir.

Tablo 34. Karaman İli İmam-Hatip Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyine Yönelik Tutum Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre İncelenmesi

Cinsiyet	N	$\bar{X}$	Ss	Sd	t	p
Kız	633	71,08	10.763	1053	-,016	,987
Erkek	422	71,09	10.687			

Tablo 39’daki T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan Karaman İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden öğrencilerin sosyal medya okuryazarlık düzeylerine yönelik tutum puanları cinsiyet değişkenine göre anlamlı fark bulunmamıştır ($t = -,016$, $p > .05$).

4. Karaman İli İmam-Hatip Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyine Yönelik Tutum Puanlarının Sınıf Değişkenine Göre İncelenmesi

Karaman İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden öğrencilerin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri sınıf değişkeni yönünden bir fark gösterip göstermediği incelenmiş ve sonuçlar tablo 40'da gösterilmiştir.

Tablo 40. Karaman İli İmam-Hatip Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyine Yönelik Tutum Puanlarının Sınıf Değişkenine Göre İncelenmesi

Varyansın kaynağı	KD	Sd	KO	F	p	Anlamlı fark
Gruplar arası	1506,104	3	502,035	4,405	,004	1-2,3,4*
Grup içi	119782,556	1051	113,970			
Toplam	121288,660	1054				

1. 9.sınıf, 2. 10.sınıf, 3. 11.sınıf, 4. 12.sınıf

Tablo 40'daki One Way Anova sonuçları incelendiğinde sınıf düzeyleri farklı olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı fark bulunmuştur ($F_{3-1051} = 4,405$, $p < .05$). Sınıf düzeyleri farklı olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı fark vardır. Anlamlı farklılığın yönünü tespit etmek için yapılan Tukey HSD analizine göre sınıf düzeyini 9.sınıf olarak tanımlayan grup ile sınıf düzeyini 11.sınıf ve 12.sınıf olarak tanımlayan gruplar lehine anlamlı fark bulunmaktadır. Bu sonuca göre İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden 11.sınıf ve 12.sınıf öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri, 9. sınıfa devam eden öğrencilere göre daha yüksek olduğu söylenebilir.

5. Karaman İli İmam-Hatip Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyine Yönelik Tutum Puanlarının Yaş Değişkenine Göre İncelenmesi

Karaman İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden öğrencilerin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri yaş değişkeni yönünden bir fark gösterip göstermediği incelenmiş ve sonuçlar tablo 41'de gösterilmiştir.

Tablo 41. Karaman İli İmam-Hatip Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyine Yönelik Tutum Puanlarının Yaş Değişkenine Göre İncelenmesi

Varyansın kaynağı	KD	Sd	KO	F	p	Anlamlı fark
Gruplar arası	2381,285	3	793,762	7,016	,000	1-2,3,4*
Grup içi	118907,374	1051	113,137			
Toplam	121288,660	1054				

1. 15 yaş, 2. 16 yaş, 3. 17 yaş, 4. 18 yaş

Tablo 41'deki One Way Anova sonuçları incelendiğinde yaşları farklı olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı fark bulunmuştur ($F_{3-1051} = 7,016$, $p < .05$). Yaşları farklı olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı fark vardır. Anlamlı farklılığın yönünü tespit etmek için yapılan Tukey HSD analizine göre kendilerini 15 yaşında olarak tanımlayan grup ile yaşlarını 17 ve 18 olarak tanımlayan gruplar lehine anlamlı fark bulunmaktadır. Bu sonuca göre İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden 17 ve 18 yaşlarındaki öğrencilerin

sosyal medya okuryazarlık düzeyleri, 15 yaşındaki öğrencilere göre daha yüksek olduğu söylenebilir.

6. Karaman İli İmam-Hatip Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyine Yönelik Tutum Puanlarının Evde Ya da Cep Telefonunda İnternet Bulunma Durumu Değişkenine Göre İncelenmesi

Karaman İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden öğrencilerin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri evde ya da cep telefonunda internet bulunma durumu değişkeni yönünden bir fark gösterip göstermediği incelenmiş ve sonuçlar tablo 42’de gösterilmiştir.

Tablo 42. Karaman İli İmam-Hatip Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyine Yönelik Tutum Puanlarının Evde Ya da Cep Telefonunda İnternet Bulunma Durumu Değişkenine Göre İncelenmesi

İnternet	N	$\bar{X}$	Ss	Sd	t	p
Evet	927	71,78	10.398	1053	5,798	,000
Hayır	128	66,01	11.712			

Tablo 42’de T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan Karaman İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden öğrencilerin sosyal medya okuryazarlık düzeylerine yönelik tutum puanları evde ya da cep telefonunda internet bulunma durumu değişkenine göre anlamlı fark bulunmuştur ($t= 5,798$, $p<.05$). Bu sonuca göre İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden evde ya da cep telefonunda internet bulunan öğrencilerin ($\bar{X}=71,78$) İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden evde ya da cep telefonunda internet bulunmayan öğrencilerden ($\bar{X}=66,01$) sosyal medya okuryazarlık düzeylerinin daha yüksek olduğu söylenebilir.

7. Karaman İli İmam-Hatip Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyine Yönelik Tutum Puanlarının Teknoloji/İnternet Kullanma Süresi Değişkenine Göre İncelenmesi

Karaman İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden öğrencilerin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri teknoloji/internet kullanma süresi değişkeni yönünden bir fark gösterip göstermediği incelenmiş ve sonuçlar tablo 43’de gösterilmiştir.

Tablo 43. Karaman İli İmam-Hatip Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyine Yönelik Tutum Puanlarının Teknoloji/İnternet Kullanma Süresi Değişkenine Göre İncelenmesi

Varyansın kaynağı	KD	Sd	KO	F	p	Anlamlı fark
Gruplar arası	5721,839	3	1907,280	17,345	,000	1-2,3,4*
Grup içi	115566,821	1051	109,959			
Toplam	121288,660	1054				

1. 1 yıldan az, 2. 1-3 yıl, 3. 4-7 yıl, 4. 8 yıl ve üzeri

Tablo 43’deki One Way Anova sonuçları incelendiğinde teknoloji/internet kullanım süresi farklı olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri arasında

anlamli fark bulunmuştur ($F_{3-1051} = 17,345$, $p < .05$). Teknoloji/internet kullanım süresi farklı olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı fark vardır. Anlamlı farklılığın yönünü tespit etmek için yapılan Tukey HSD analizine göre teknoloji/internet kullanım süresini 8 yıl ve üzeri olan tanımlayan grup ile teknoloji/ internet kullanım süresini 1 yıldan az ve 1-3 yıl arası olarak tanımlayan gruplar arasında, teknoloji/internet kullanım süresini 8 yıl ve üzeri olarak tanımlayan grup lehine anlamlı bir fark vardır. Bu sonuca göre teknoloji/internet kullanım süresi 8 yıl ve üzeri olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri, teknoloji/internet kullanım süresini 1 yıldan az ve 1-3 yıl olarak tanımlayan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinden daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 43'deki One Way Anova sonuçları incelendiğinde teknoloji/internet kullanım süresi farklı olan İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı fark bulunmuştur ($F_{3-1051} = 17,345$, $p < .05$). Teknoloji/internet kullanım süresi farklı olan İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı fark vardır. Anlamlı farklılığın yönünü tespit etmek için yapılan Tukey HSD analizine göre teknoloji/internet kullanım süresini 4-7 yıl arası olarak tanımlayan grup ile teknoloji/ internet kullanım süresini 1 yıldan az olarak tanımlayan gruplar arasında, teknoloji/internet kullanım süresini 4-7 yıl olarak tanımlayan grup lehine anlamlı bir fark vardır. Bu sonuca göre teknoloji/internet kullanım süresi 4-7 yıl olan İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri, teknoloji/internet kullanım süresini 1 yıldan az olarak tanımlayan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinden daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 43'deki One Way Anova sonuçları incelendiğinde teknoloji/internet kullanım süresi farklı olan İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı fark bulunmuştur ($F_{3-1051} = 17,345$, $p < .05$). Teknoloji/internet kullanım süresi farklı olan İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı fark vardır. Anlamlı farklılığın yönünü tespit etmek için yapılan Tukey HSD analizine göre teknoloji/internet kullanım süresini 1-3 yıl arası olarak tanımlayan grup ile teknoloji/ internet kullanım süresini 1 yıldan az olarak tanımlayan gruplar arasında, teknoloji/internet kullanım süresini 1-3 yıl olarak tanımlayan grup lehine anlamlı bir fark vardır. Bu sonuca göre teknoloji/internet kullanım süresi 1-3 yıl olan İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri, teknoloji/internet kullanım süresini 1 yıldan az olarak tanımlayan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinden daha yüksek olduğu söylenebilir.

8. Karaman İli İmam-Hatip Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyine Yönelik Tutum Puanlarının Bilgisayar Kullanım Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Karaman İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden öğrencilerin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri bilgisayar kullanım düzeyi değişkeni yönünden bir fark gösterip göstermediği incelenmiş ve sonuçlar tablo 44'de gösterilmiştir.

Tablo 44. Karaman İli İmam-Hatip Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyine Yönelik Tutum Puanlarının Bilgisayar Kullanım Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Varyansın kaynağı	KD	Sd	KO	F	p	Anlamlı fark
Gruplar arası	5622,927	2	2811,463	25,571	,000	1-2,3,4*
Grup içi	115665,733	1052	109,948			
Toplam	121288,660	1054				

1. Temel düzey, 2. Orta düzey, 3. İleri düzey

Tablo 44'deki One Way Anova sonuçları incelendiğinde bilgisayar kullanım düzeyleri farklı olan İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı fark bulunmuştur ($F_{2-1052} = 25,571$, $p < .05$). Bilgisayar kullanım düzeyleri farklı olan İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı fark vardır. Anlamlı farklılığın yönünü tespit etmek için yapılan Tukey HSD analizine göre bilgisayar kullanım düzeyini ileri düzey olarak tanımlayan grup ile kullanım düzeyini temel düzey olarak tanımlayan gruplar arasında, bilgisayar kullanım düzeyini ileri düzey olarak tanımlayan grup lehine anlamlı bir fark vardır. Bu sonuca göre bilgisayar kullanım düzeyi ileri düzey olan İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri, bilgisayar kullanım düzeyi temel düzey olarak tanımlayan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinden daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 44'deki One Way Anova sonuçları incelendiğinde bilgisayar kullanım düzeyleri farklı olan İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı fark bulunmuştur ($F_{2-1052} = 25,571$, $p < .05$). Bilgisayar kullanım düzeyleri farklı olan İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı fark vardır. Anlamlı farklılığın yönünü tespit etmek için yapılan Tukey HSD analizine göre bilgisayar kullanım düzeyini orta düzey olarak tanımlayan grup ile kullanım düzeyini temel düzey olarak tanımlayan gruplar arasında, bilgisayar kullanım düzeyini orta düzey olarak tanımlayan grup lehine anlamlı bir fark vardır. Bu sonuca göre bilgisayar kullanım düzeyi orta düzey olan İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri, bilgisayar kullanım düzeyi temel düzey olarak tanımlayan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinden daha yüksek olduğu söylenebilir.

9. Karaman İli İmam-Hatip Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyine Yönelik Tutum Puanlarının Günlük Hayatta Bilgisayar(İnternet) Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre İncelenmesi

Karaman İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden öğrencilerin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri günlük hayatta bilgisayar(İnternet) kullanma sıklığı değişkeni yönünden bir fark gösterip göstermediği incelenmiş ve sonuçlar tablo 45'de gösterilmiştir.

Tablo 45. Karaman İli İmam-Hatip Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyine Yönelik Tutum Puanlarının Günlük Hayatta Bilgisayar(İnternet) Kullanma Sıklığı Değişkenine Göre İncelenmesi

Varyansın kaynağı	KD	Sd	KO	F	p	Anlamlı fark
Gruplar arası	6974,180	3	2324,727	21,373	,000	1-2,3,4*
Grup içi	114314,480	1051	108,767			
Toplam	121288,660	1054				

1. 1 saatten az, 2. 1-3 saat, 3. 4-7 saat, 4. 8 saat ve yukarısı

Tablo 45'deki One Way Anova sonuçları incelendiğinde günlük hayatta bilgisayar(İnternet) kullanma sıklığı farklı olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı fark bulunmuştur ($F_{3-1051} = 21,373$, $p < .05$). Günlük hayatta bilgisayar(İnternet) kullanma sıklığı farklı olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı fark vardır. Anlamlı farklılığın yönünü tespit etmek için yapılan Tukey HSD analizine göre günlük hayatta bilgisayar(İnternet) kullanma sıklığını 8 saat ve yukarısı olarak tanımlayan grup ile günlük hayatta bilgisayar(İnternet) kullanma sıklığını 1 saatten az olarak tanımlayan gruplar arasında, günlük hayatta bilgisayar(İnternet) kullanma sıklığını 8 saat ve yukarısı olarak tanımlayan grup lehine anlamlı bir fark vardır. Bu sonuca göre günlük hayatta bilgisayar(İnternet) kullanma sıklığını 8 saat ve yukarısı olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri, günlük hayatta bilgisayar(İnternet) kullanma sıklığını 1 saatten az olarak tanımlayan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinden daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 45'deki One Way Anova sonuçları incelendiğinde günlük hayatta bilgisayar(İnternet) kullanma sıklığı farklı olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı fark bulunmuştur ($F_{3-1051} = 21,373$, $p < .05$). Günlük hayatta bilgisayar(İnternet) kullanma sıklığı farklı olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı fark vardır. Anlamlı farklılığın yönünü tespit etmek için yapılan Tukey HSD analizine göre günlük hayatta bilgisayar(İnternet) kullanma sıklığını 4-7 saat olarak tanımlayan grup ile günlük hayatta bilgisayar(İnternet) kullanma sıklığını 1 saatten az ve 1-3 saat olarak tanımlayan gruplar arasında, günlük hayatta bilgisayar(İnternet) kullanma sıklığını 4-7 saat olarak tanımlayan grup lehine anlamlı bir fark vardır. Bu sonuca göre günlük hayatta bilgisayar(İnternet) kullanma sıklığını 4-7 saat olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri, günlük hayatta bilgisayar(İnternet) kullanma sıklığını 1 saatten az ve 1-3 saat olarak tanımlayan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinden daha yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 45'deki One Way Anova sonuçları incelendiğinde günlük hayatta bilgisayar(İnternet) kullanma sıklığı farklı olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı fark bulunmuştur ($F_{3-1051} = 21,373$, $p < .05$). Günlük hayatta bilgisayar(İnternet) kullanma sıklığı farklı olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri arasında anlamlı fark vardır. Anlamlı farklılığın yönünü tespit etmek için yapılan Tukey HSD analizine göre günlük hayatta bilgisayar(İnternet) kullanma sıklığını 1-3 saat olarak tanımlayan grup ile günlük hayatta bilgisayar(İnternet) kullanma sıklığını 1

saatten az olarak tanımlayan gruplar arasında, günlük hayatta bilgisayar(İnternet) kullanma sıklığını 1-3 saat olarak tanımlayan grup lehine anlamlı bir fark vardır. Bu sonuca göre günlük hayatta bilgisayar(İnternet) kullanma sıklığını 1-3 saat olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri, günlük hayatta bilgisayar(İnternet) kullanma sıklığını 1 saatten az olarak tanımlayan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinden daha yüksek olduğu söylenebilir.

10. Karaman İli İmam-Hatip Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyi Anketinde Yer Alan Sorulara Verdikleri Cevaplar

Araştırmada, Karaman İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden öğrencilerin Sosyal medya okuryazarlık düzeylerinin tespitine yönelik verdiği cevapların değerlendirilmesi ve analizi yapılmıştır. Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan 30 maddenin her birinin toplam puanlarının ortalaması (aritmetik ortalama), standart sapması ile en küçük ve en yüksek puanları belirlenmiştir.

Araştırmaya katılan Karaman İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden öğrencilerin Sosyal medya okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesi ile ilgili 30 madde vardır. İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin verdiği cevaplar sonucunda oluşan bulgular Tablo 46’da gösterilmiştir.

Tablo 46. Karaman İli İmam-Hatip Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyine Yönelik Tutum Puanları (Her bir soru için)

Sorular	$\bar{X}$	Ss	Toplam
1.Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını boş zamanlarımı değerlendirmek için kullanırım	2,591	,7058	2733,0
2. Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) da hangi iş için hangi araçtan yararlanmam gerektiğini doğru bir biçimde belirleyebilirim	2,634	,6182	2779,0
3. Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını doğru ve güvenilir bir şekilde kullanabilirim	2,716	,5669	2865,0
4.Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanmadan önce olumlu ve olumsuz yönlerini incelerim	2,216	,8130	2338,0
5.Arkadaşlarımla veri paylaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım	2,590	,7179	2732,0
6. İnternette bilgi kaynaklarına ulaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım	2,571	,7253	2712,0
7. Dersimle ilgili videoları izlemek ve indirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım	2,581	,7190	2723,0
8. Proje/ödev konularımla ilgili resim, video indirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım	2,255	,8256	2379,0
9. E-öğrenme portalları ile derse ve sınav uygulamalarına katılmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım	2,618	,6950	2762,0
10.Okul proje/ödevlerimle ilgili araştırmalar yapmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım	2,579	,7231	2721,0
11. Derslerde anlatılan ve dikkatimi çeken konular hakkında internette detaylı arama yapmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım	2,352	,7844	2481,0

12.E-kitap bulup indirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım	1,976	,8594	2085,0
13.E-sözlük kullanmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım	2,109	,8505	2225,0
14.Yabancı dillerle ilgili kaynaklara ulaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım	2,321	,8115	2449,0
15. Ders/ödevlerim hakkında arkadaşlarla iletişim kurmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım	2,610	,6698	2754,0
16. Eğitsel oyun aramak ve bilgi sahibi olabilmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım	2,256	,8166	2380,0
17.Yabancı dildeki (örneğin, İngilizce, Arapça) metinleri çevirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım	2,441	,7695	2575,0
18. Kanun ve yönetmelikler hakkında bilgi edinmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım	2,127	,8475	2244,0
19. Genel kültür konularını öğrenmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım	2,374	,7799	2505,0
20. Bilgisayar programları (yazılımları) incelemek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım	2,144	,8470	2262,0
21. Teknoloji amaçlı internet sitelerini incelemek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım	2,363	,7865	2493,0
22. Güncel bilgileri ve yenilikleri öğrenmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım	2,533	,7015	2672,0
23. Teknoloji amaçlı forumlardan yararlanmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım	2,249	,7970	2373,0
24. Teknolojik güncel haber ve olayları takip etmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım	2,477	,7477	2613,0
25. Teknoloji dergilerini internet üzerinden takip etmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım	2,118	,8593	2235,0
26. Son Teknolojik ürünler hakkında bilgi sahibi olabilmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım	2,312	,7999	2439,0
27. İnternet tabanlı aktivitelerle ilgili konuları (Örn; siber güvenlik, eser hırsızlığı, araştırma konuları vb) öğrenmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım	2,152	,8206	2270,0
28. Teknoloji odaklı girişimcilik faaliyetlerini araştırmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım	2,190	,8044	2310,0
29. Kullandığım Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçları ilgili basit hataları onarabilirim	2,384	,7234	2515,0
30. Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) aracılığı ile ihtiyacımı karşılayacak tasarımlar geliştirebilirim	2,245	,7678	2369,0

Araştırmaya katılan karaman İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi anketinde yer alan ilk soruya verdikleri cevaplar incelendiğinde sosyal medya araçlarını boş zamanlarını değerlendirmek için kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Ankette yer alan Sosyal medya da hangi iş için hangi araçtan yararlanmam gerektiğini doğru bir biçimde belirleyebilirim sorusuna katılımcıların cevapları incelendiğinde İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden öğrencilerin sosyal medyada hangi iş için hangi araçtan yararlanması gerektiğini doğru bir şekilde belirleyebildiği görülmüştür.

Araştırmaya katılan katılımcılar kendilerinin Sosyal medya araçlarını doğru ve güvenilir bir şekilde kullanabildiğini sonucu ortaya çıkmıştır. Sosyal medya araçlarını kullanmadan önce olumlu ve olumsuz yönlerini incelerim sorusuna katılımcılar genel itibarı ile ortalamanın üzerinde olumlu cevap vermiştir. Ankete katılan katılımcılar arkadaşları ile veri paylaşmak için Sosyal medya araçlarını sıklıkla kullandıklarını belirtmiştir. Ankette yer alan internette bilgi kaynaklarına ulaşmak için Sosyal medya araçlarını kullanım sorusuna öğrencilerin verdikleri cevaplar incelendiğinde öğrencilerin internette bilgi kaynaklarına ulaşmak içinde çoğunlukla sosyal medya araçlarını kullandıkları görülmüştür. Ankete katılan İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerini sürdüren öğrenciler dersleri ile ilgili videoları izlemek ve indirmek için sosyal medya araçlarını tercih ettikleri ortaya çıkmıştır. Ankette yer alan proje/ödev konularıyla ilgili resim, video indirmek için sosyal medya araçlarını kullanım sorusuna öğrencilerin verdikleri cevaplar analiz edildiğinde ortalamanın üzerinde öğrencilerin proje/ödev konuları ile ilgili resim, video indirmek için sosyal medya araçlarını tercih etmektedir. Ankette yer alan e-öğrenme portalları ile derse ve sınav uygulamalarına katılmak için sosyal medya araçlarını kullanım sorusuna katılımcılar tarafından verilen cevaplar analiz edildiğinde öğrenciler sosyal medyayı e-öğrenme portalları ile derse ve sınav uygulamalarına katılmak için de kullanmaktadır. Karaman ilinde İmam-Hatip liselerinde öğrenim gören gençler derslerde anlatılan ve dikkatlerini çeken konular hakkında internette detaylı arama yapmak için de Sosyal medya araçlarını etkin bir şekilde kullanmaktadır. Araştırmaya katılan katılımcılar e-kitap bulup indirmek için sosyal medya araçlarını daha az kullanmaktadırlar. e-sözlük kullanmak için sosyal medya araçlarını kullanmayı ise öğrenciler daha sıklıkla tercih etmektedir. Yabancı dillerle ilgili kaynaklara ulaşmak için sosyal medya araçlarını kullanım sorusuna İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde ortalamanın üzerinde olumlu cevaplar verdikleri görülmüştür. Karaman ilinde İmam-Hatip liselerine devam eden öğrenciler eğitsel oyun aramak ve bilgi sahibi olabilmek için sosyal medya araçlarını sıklıkla kullandıklarını ifade etmişlerdir. Ankette yer alan yabancı dildeki (örneğin, İngilizce, Arapça) metinleri çevirmek için Sosyal medya araçlarını kullanım sorusuna öğrencilerin verdikleri cevaplar analiz edildiğinde katılımcıların ortalamanın üzerinde olumlu cevap verdikleri ortaya çıkmıştır. Kanun ve yönetmelikler hakkında bilgi edinmek için Sosyal medya araçlarını kullanım sorusuna İmam-Hatip liselerinde öğrencilerinin verdikleri cevaplar incelendiğinde ise öğrenciler kendilerini ilgilendiren konun ve yönetmelikler hakkında da bilgi edinmek için çoğunlukla sosyal medya araçlarını kullanmaktadır. Ankette yer alan genel kültür konularını öğrenmek için sosyal medya araçlarını kullanım sorusuna öğrencilerin verdikleri cevaplar analiz edildiğinde ortalamanın üzerinde öğrencilerin soruya olumlu cevap verdiği ortaya çıkmıştır. Araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin çoğunluğu bilgisayar programları (yazılımları) incelemek için sosyal medya araçlarını kullanmaktadır. Teknoloji amaçlı internet sitelerini incelemek için de İmam-Hatip Lisesi öğrencileri çoğunlukla sosyal medya araçlarını kullandıkları görülmektedir. Ankette yer alan teknolojik güncel haber ve olayları takip etmek için sosyal medya araçlarını kullanım sorusuna katılımcıların verdikleri cevaplar analiz edildiğinde katılımcıların teknolojik güncel haber ve olayları takip etmek için sıklıkla sosyal medyayı tercih etmektedir. Teknoloji dergilerini internet üzerinden takip etmek için Sosyal medya araçlarını kullanım sorusuna katılımcıların verdikleri cevaplar analiz edildiğinde katılımcıların çoğunluğunun teknoloji dergilerini internet üzerinden takip etmek için de sosyal medya araçlarını etkin kullandığı sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencileri son teknolojik ürünler hakkında bilgi sahibi olabilmek için Sosyal medya araçlarını kullanım sorusuna verdikleri cevaplar incelendiğinde son teknolojik ürünlere ilgisi olan öğrencilerinde son teknolojik ürünler hakkında bilgi sahibi olmak için sosyal medyayı etkin kullandıkları ortaya çıkmıştır. Ankette yer alan internet tabanlı aktivitelerle ilgili konuları (Örn; siber güvenlik, eser hırsızlığı, araştırma konuları vb) öğrenmek için sosyal medya araçlarını kullanım sorusuna İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin verdikleri cevaplar göz önünde bulundurulduğunda cevapların çoğunlukla olumlu yönde olduğu tespit edilmiştir. Karaman ilinde İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam öğrenciler teknoloji odaklı girişimcilik faaliyetlerini araştırmak için de çoğunlukla sosyal medya araçlarını tercih etmektedir.

Kullandığım sosyal medya araçları ilgili basit hataları onarabilirim diyen İmam-Hatip lisesi öğrencileri de ortalamanın üzerinde çıkmıştır. Araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin çoğunluğu sosyal medya aracılığı ile ihtiyacımı karşılayacak tasarımlar geliştirebileceğini düşünmektedir.

11. Karaman İli İmam-Hatip Lisesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeyi Anketinde Yer Alan Sorulara Verdikleri Cevapların Cinsiyet ve İnternet Bağlantısı Olma Durumu Değişkenlerine Göre İncelenmesi

Araştırmaya katılan Karaman ili İmam-Hatip Lisesi öğrencilerin sosyal medya okuryazarlık anketinde yer alan sorulara verdikleri cevapların her biri cinsiyet ve internet bağlantısı olma durumu değişkenlerine göre incelenmiştir.

11.1. Cinsiyet değişkenine göre incelenmesi

Karaman ilinde İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını boş zamanlarımı değerlendirmek için kullanırım” sorusu cinsiyet değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin “Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını boş zamanlarımı değerlendirmek için kullanırım” sorusunda cinsiyete göre anlamlı fark bulunmamıştır ($t = -1,051$, $p > .05$).

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) da hangi iş için hangi araçtan yararlanmam gerektiğini doğru bir biçimde belirleyebilirim” sorusu cinsiyet değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) da hangi iş için hangi araçtan yararlanmam gerektiğini doğru bir biçimde belirleyebilirim” sorusunda cinsiyete göre anlamlı fark bulunmamıştır ($t = -,041$, $p > .05$).

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını doğru ve güvenilir bir şekilde kullanabilirim” sorusu cinsiyet değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını doğru ve güvenilir bir şekilde kullanabilirim” sorusunda cinsiyete göre anlamlı fark bulunmamıştır ($t = -,887$, $p > .05$).

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanmadan önce olumlu ve olumsuz yönlerini incelerim” sorusu cinsiyet değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanmadan önce olumlu ve olumsuz yönlerini incelerim” sorusunda cinsiyete göre anlamlı fark bulunmuştur ($t = ,093$, $p < .05$). Bu sonuca göre cinsiyeti kız olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X} = 2,218$) cinsiyeti erkek olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X} = 2,213$) sosyal medya araçlarını kullanmadan önce olumlu ve olumsuz yönlerini daha çok incelemektedir.

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Arkadaşlarımla veri paylaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube,

Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu cinsiyet değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Arkadaşlarımla veri paylaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda cinsiyete göre anlamlı fark bulunmamıştır ($t = -,367, p > .05$).

Karaman ilinde İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “İnternette bilgi kaynaklarına ulaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu cinsiyet değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “İnternette bilgi kaynaklarına ulaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda cinsiyete göre anlamlı fark bulunmuştur ($t = 2,939, p < .05$). Bu sonuca göre cinsiyeti kız olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X} = 2,624$) cinsiyeti erkek olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X} = 2,491$) internette bilgi kaynaklarına ulaşmak için sosyal medya araçlarını daha çok tercih etmektedir.

Karaman ilinde İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Dersimle ilgili videoları izlemek ve indirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu cinsiyet değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Dersimle ilgili videoları izlemek ve indirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda cinsiyete göre anlamlı fark bulunmuştur ($t = 3,444, p < .05$). Bu sonuca göre cinsiyeti kız olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X} = 2,643$) cinsiyeti erkek olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X} = 2,488$) dersleri ile ilgili videoları izlemek ve indirmek için sosyal medya araçlarını daha çok kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “E-öğrenme portalları ile derse ve sınav uygulamalarına katılmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu cinsiyet değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin “E-öğrenme portalları ile derse ve sınav uygulamalarına katılmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda cinsiyete göre anlamlı fark bulunmamıştır ($t = ,399, p > .05$).

Karaman ilinde İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Proje/ödev konularıyla ilgili resim, video indirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu cinsiyet değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin “Proje/ödev konularıyla ilgili resim, video indirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda cinsiyete göre anlamlı fark bulunmuştur ($t = 3,989, p < .05$). Bu sonuca göre cinsiyeti kız olan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ($\bar{X} = 2,687$) cinsiyeti erkek olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X} = 2,514$) proje/ödev konuları ile ilgili resim, video indirmek için sosyal medya araçlarını daha çok kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Okul proje/ödevlerimle ilgili araştırmalar yapmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu cinsiyet değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Okul proje/ödevlerimle ilgili araştırmalar yapmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda cinsiyete göre anlamlı fark bulunmuştur ($t= 3,530$, $p<.05$). Bu sonuca göre cinsiyeti kız olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X}=2,643$) cinsiyeti erkek olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X}=2,483$) okul proje/ödevleri ile ilgili araştırma yapmak için sosyal medya araçlarını daha çok kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Derslerde anlatılan ve dikkatimi çeken konular hakkında internette detaylı arama yapmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu cinsiyet değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin “Derslerde anlatılan ve dikkatimi çeken konular hakkında internette detaylı arama yapmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda cinsiyete göre anlamlı fark bulunmamıştır ($t= 1,555$, $p>.05$).

Karaman ilinde İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “E-kitap bulup indirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu cinsiyet değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “E-kitap bulup indirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda cinsiyete göre anlamlı fark bulunmuştur ($t= 2,198$, $p<.05$). Bu sonuca göre cinsiyeti kız olan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ($\bar{X}=2,024$) cinsiyeti erkek olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X}=1,905$) e-kitap bulup indirmek için sosyal medya araçlarını daha çok kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “E-sözlük kullanmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu cinsiyet değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin “E-sözlük kullanmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda cinsiyete göre anlamlı fark bulunmamıştır ($t= ,665$, $p>.05$).

Karaman ilinde İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Yabancı dillerle ilgili kaynaklara ulaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu cinsiyet değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin “Yabancı dillerle ilgili kaynaklara ulaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda cinsiyete göre anlamlı fark bulunmamıştır ($t= ,821$, $p>.05$).

Karaman ilinde İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Ders/ödevlerim hakkında arkadaşlarla iletişim kurmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu cinsiyet değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin “Ders/ödevlerim hakkında arkadaşlarla iletişim kurmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda cinsiyete göre anlamlı fark bulunmuştur ($t= 4,797$, $p<.05$). Bu sonuca göre cinsiyeti kız olan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ($\bar{X}=2,690$) cinsiyeti erkek olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X}=2,991$) ders/ödevleri hakkında arkadaşları ile iletişim kurmak için sosyal medya araçlarını daha çok kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Eğitsel oyun aramak ve bilgi sahibi olabilmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu cinsiyet değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Eğitsel oyun aramak ve bilgi sahibi olabilmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda cinsiyete göre anlamlı fark bulunmamıştır ($t= ,385$, $p>.05$).

Karaman ilinde İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Yabancı dildeki (örneğin, İngilizce, Arapça) metinleri çevirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu cinsiyet değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Yabancı dildeki (örneğin, İngilizce, Arapça) metinleri çevirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda cinsiyete göre anlamlı fark bulunmuştur ($t= 2,621$, $p<.05$). Bu sonuca göre cinsiyeti kız olan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ($\bar{X}=2,491$) cinsiyeti erkek olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X}=2,365$) yabancı dildeki metinleri çevirmek için sosyal medya araçlarını daha çok kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Kanun ve yönetmelikler hakkında bilgi edinmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu cinsiyet değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin “Kanun ve yönetmelikler hakkında bilgi edinmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda cinsiyete göre anlamlı fark bulunmuştur ($t= -2,707$, $p<.05$). Bu sonuca göre cinsiyeti erkek olan İmam-Hatip Lisesi öğrencileri ($\bar{X}=2,213$) cinsiyeti kız olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X}=2,070$) kanun ve yönetmelikler hakkında bilgi edinmek için sosyal medya araçlarını daha çok kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip Lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Genel kültür konularını öğrenmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu cinsiyet değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Genel kültür

konularını öğrenmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda cinsiyete göre anlamlı fark bulunmamıştır ($t = -.886, p > .05$).

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Bilgisayar programları (yazılımları) incelemek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu cinsiyet değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Bilgisayar programları (yazılımları) incelemek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda cinsiyete göre anlamlı fark bulunmuştur ($t = -3,748, p < .05$). Bu sonuca göre cinsiyeti erkek olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X} = 2,263$) cinsiyeti kız olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X} = 2,065$) bilgisayar programları(yazılımları) incelemek için sosyal medya araçlarını daha çok kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Teknoloji amaçlı internet sitelerini incelemek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu cinsiyet değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Teknoloji amaçlı internet sitelerini incelemek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda cinsiyete göre anlamlı fark bulunmuştur ($t = -2,145, p < .05$). Bu sonuca göre cinsiyeti erkek olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X} = 2,427$) cinsiyeti kız olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X} = 2,321$) teknoloji amaçlı internet sitelerini incelemek için sosyal medya araçlarını daha çok kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Güncel bilgileri ve yenilikleri öğrenmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu cinsiyet değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Güncel bilgileri ve yenilikleri öğrenmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda cinsiyete göre anlamlı fark bulunmamıştır ($t = -.197, p > .05$).

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Teknoloji amaçlı forumlardan yararlanmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu cinsiyet değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Teknoloji amaçlı forumlardan yararlanmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda cinsiyete göre anlamlı fark bulunmuştur ($t = -2,753, p < .05$). Bu sonuca göre cinsiyeti erkek olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X} = 2,332$) cinsiyeti kız olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X} = 2,194$) teknoloji amaçlı formlardan yararlanmak için sosyal medya araçlarını daha çok kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Teknolojik güncel haber ve olayları takip etmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu cinsiyet değişkenine göre

incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Teknolojik güncel haber ve olayları takip etmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda cinsiyete göre anlamlı fark bulunmuştur ($t = -2,088$, $p < .05$). Bu sonuca göre cinsiyeti erkek olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X} = 2,536$) cinsiyeti kız olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X} = 2,438$) teknolojik güncel haber ve olayları takip etmek için sosyal medya araçlarını daha çok kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Teknoloji dergilerini internet üzerinden takip etmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu cinsiyet değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Teknoloji dergilerini internet üzerinden takip etmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda cinsiyete göre anlamlı fark bulunmamıştır ($t = -,804$, $p > .05$).

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Son Teknolojik ürünler hakkında bilgi sahibi olabilmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu cinsiyet değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Son Teknolojik ürünler hakkında bilgi sahibi olabilmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda cinsiyete göre anlamlı fark bulunmuştur ($t = -2,315$, $p < .05$). Bu sonuca göre cinsiyeti erkek olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X} = 2,382$) cinsiyeti kız olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X} = 2,265$) son teknolojik ürünler hakkında bilgi sahibi olmak için sosyal medya araçlarını daha çok kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “İnternet tabanlı aktivitelerle ilgili konuları (Örn; siber güvenlik, eser hırsızlığı, araştırma konuları vb) öğrenmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu cinsiyet değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “İnternet tabanlı aktivitelerle ilgili konuları (Örn; siber güvenlik, eser hırsızlığı, araştırma konuları vb) öğrenmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda cinsiyete göre anlamlı fark bulunmamıştır ($t = -1,533$, $p > .05$).

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Teknoloji odaklı girişimcilik faaliyetlerini araştırmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu cinsiyet değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Teknoloji odaklı girişimcilik faaliyetlerini araştırmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda cinsiyete göre anlamlı fark bulunmuştur ($t = -2,901$, $p < .05$). Bu sonuca göre cinsiyeti erkek olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X} = 2,277$) cinsiyeti kız olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X} = 2,131$) teknoloji odaklı girişimcilik faaliyetlerini araştırmak için sosyal medya araçlarını daha çok kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Kullandığım Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçları ilgili basit hataları onarabilirim” sorusu cinsiyet değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Kullandığım Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçları ilgili basit hataları onarabilirim” sorusunda cinsiyete göre anlamlı fark bulunmamıştır ($t = -.261, p > .05$).

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) aracılığı ile ihtiyacımı karşılayacak tasarımlar geliştirebilirim” sorusu cinsiyet değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) aracılığı ile ihtiyacımı karşılayacak tasarımlar geliştirebilirim” sorusunda cinsiyete göre anlamlı fark bulunmamıştır ($t = -1.425, p > .05$).

11.2. İnternet bağlantısı olma durumu değişkenine göre incelenmesi

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını boş zamanlarımı değerlendirmek için kullanırım” sorusu internet bağlantısı olma durumu değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını boş zamanlarımı değerlendirmek için kullanırım” sorusunda internet bağlantısı olma durumuna göre anlamlı fark bulunmuştur ($t = 4.563, p < .05$). Bu sonuca göre evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X} = 2.635$) evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olmayan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X} = 2.266$) boş zamanlarını değerlendirmek için sosyal medya araçlarını daha çok kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) da hangi iş için hangi araçtan yararlanmam gerektiğini doğru bir biçimde belirleyebilirim” sorusu internet bağlantısı olma durumu değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) da hangi iş için hangi araçtan yararlanmam gerektiğini doğru bir biçimde belirleyebilirim” sorusunda internet bağlantısı olma durumuna göre anlamlı fark bulunmuştur ($t = 2.001, p < .05$). Bu sonuca göre evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X} = 2.649$) evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olmayan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X} = 2.523$) sosyal medya da hangi iş için hangi araçtan yararlanması gerektiği daha iyi bilmektedir.

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını doğru ve güvenilir bir şekilde kullanabilirim” sorusu internet bağlantısı olma durumu değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını doğru ve güvenilir bir şekilde kullanabilirim” sorusunda internet bağlantısı olma durumuna göre anlamlı fark bulunmuştur ($t = 1.994, p < .05$). Bu sonuca göre evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X} = 2.730$) evinde ya da cep

telefonunda internet bağlantısı olmayan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X}=2,609$) sosyal medya araçlarını doğru ve güvenilir bir şekilde kullanabilmektedir.

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanmadan önce olumlu ve olumsuz yönlerini incelerim” sorusu internet bağlantısı olma durumu değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanmadan önce olumlu ve olumsuz yönlerini incelerim” sorusunda internet bağlantısı olma durumuna göre anlamlı fark bulunmamıştır ($t=-,270$, $p>.05$).

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Arkadaşlarımla veri paylaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu internet bağlantısı olma durumu değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Arkadaşlarımla veri paylaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda internet bağlantısı olma durumuna göre anlamlı fark bulunmuştur ($t= 3,955$, $p<.05$). Bu sonuca göre evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X}=2,626$) evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olmayan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X}=2,305$) arkadaşları ile veri paylaşmak için daha çok sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “İnternette bilgi kaynaklarına ulaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu internet bağlantısı olma durumu değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “İnternette bilgi kaynaklarına ulaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda internet bağlantısı olma durumuna göre anlamlı fark bulunmuştur ($t= 2,591$, $p<.05$). Bu sonuca göre evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X}=2,591$) evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olmayan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X}=2,422$) internette bilgi kaynaklarına ulaşmak için daha çok sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Dersimle ilgili videoları izlemek ve indirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu internet bağlantısı olma durumu değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Dersimle ilgili videoları izlemek ve indirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda internet bağlantısı olma durumuna göre anlamlı fark bulunmuştur ($t= 3,624$, $p<.05$). Bu sonuca göre evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X}=2,616$) evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olmayan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X}=2,328$) dersleri ile ilgili videoları izlemek için daha çok sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “E-öğrenme portalları ile derse ve sınav uygulamalarına katılmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu internet

bağlantısı olma durumu değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “E-öğrenme portalları ile derse ve sınav uygulamalarına katılmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda internet bağlantısı olma durumuna göre anlamlı fark bulunmuştur ($t=2,649$, $p<.05$). Bu sonuca göre evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X}=2,282$) evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olmayan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X}=2,063$) e-öğrenme portalları ile derse ve sınav uygulamalarına katılmak için daha çok sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Proje/ödev konularıyla ilgili resim, video indirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu internet bağlantısı olma durumu değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Proje/ödev konularıyla ilgili resim, video indirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda internet bağlantısı olma durumuna göre anlamlı fark bulunmuştur ($t=2,067$, $p<.05$). Bu sonuca göre evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X}=2,282$) evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olmayan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X}=2,063$) proje/ödev konuları ile ilgili resim ve video indirmek için daha çok sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Okul proje/ödevlerimle ilgili araştırmalar yapmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu internet bağlantısı olma durumu değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Okul proje/ödevlerimle ilgili araştırmalar yapmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda internet bağlantısı olma durumuna göre anlamlı fark bulunmamıştır ($t=1,760$, $p>.05$).

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Derslerde anlatılan ve dikkatimi çeken konular hakkında internette detaylı arama yapmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu internet bağlantısı olma durumu değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Derslerde anlatılan ve dikkatimi çeken konular hakkında internette detaylı arama yapmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda internet bağlantısı olma durumuna göre anlamlı fark bulunmuştur ($t=3,592$, $p<.05$). Bu sonuca göre evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X}=2,386$) evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olmayan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X}=2,102$) derslerde anlatılan ve dikkatlerini çeken konular hakkında internette detaylı arama yapmak için daha çok sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “E-kitap bulup indirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu internet bağlantısı olma durumu değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “E-kitap bulup indirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram

vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda internet bağlantısı olma durumuna göre anlamlı fark bulunmamıştır ($t= 1,853, p>.05$).

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “E-sözlük kullanmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu internet bağlantısı olma durumu değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “E-sözlük kullanmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda internet bağlantısı olma durumuna göre anlamlı fark bulunmamıştır ($t= 1,820, p>.05$).

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Yabancı dillerle ilgili kaynaklara ulaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu internet bağlantısı olma durumu değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Yabancı dillerle ilgili kaynaklara ulaşmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda internet bağlantısı olma durumuna göre anlamlı fark bulunmuştur ($t= 3,236, p<.05$). Bu sonuca göre evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X}=2,353$) evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olmayan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X}=2,094$) yabancı diller ile ilgili kaynaklara ulaşmak için daha çok sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Ders/ödevlerim hakkında arkadaşlarla iletişim kurmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu internet bağlantısı olma durumu değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Ders/ödevlerim hakkında arkadaşlarla iletişim kurmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda internet bağlantısı olma durumuna göre anlamlı fark bulunmuştur ($t= 5,064, p<.05$). Bu sonuca göre evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X}=2,656$) evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olmayan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X}=2,281$) ders/ ödevleri hakkında arkadaşları ile iletişim kurmak için daha çok sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Eğitsel oyun aramak ve bilgi sahibi olabilmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu internet bağlantısı olma durumu değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Eğitsel oyun aramak ve bilgi sahibi olabilmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda internet bağlantısı olma durumuna göre anlamlı fark bulunmamıştır ($t= 1,126, p>.05$).

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Yabancı dildeki (örneğin, İngilizce, Arapça) metinleri çevirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu internet bağlantısı olma durumu değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Yabancı dildeki (örneğin, İngilizce,

Arapça) metinleri çevirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda internet bağlantısı olma durumuna göre anlamlı fark bulunmuştur ($t=2,242$, $p<.05$). Bu sonuca göre evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X}=2,462$) evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olmayan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X}=2,289$) yabancı dildeki metinleri çevirmek için daha çok sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Kanun ve yönetmelikler hakkında bilgi edinmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu internet bağlantısı olma durumu değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Kanun ve yönetmelikler hakkında bilgi edinmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda internet bağlantısı olma durumuna göre anlamlı fark bulunmuştur ($t=2,471$, $p<.05$). Bu sonuca göre evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X}=2,151$) evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olmayan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X}=2,193$) kanun ve yönetmelikler hakkında bilgi edinmek için daha çok sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Genel kültür konularını öğrenmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu internet bağlantısı olma durumu değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Genel kültür konularını öğrenmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda internet bağlantısı olma durumuna göre anlamlı fark bulunmuştur ($t=2,769$, $p<.05$). Bu sonuca göre evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X}=2,400$) evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olmayan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X}=2,188$) kanun ve yönetmelikler hakkında bilgi edinmek için daha çok sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Bilgisayar programları (yazılımları) incelemek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu internet bağlantısı olma durumu değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Bilgisayar programları (yazılımları) incelemek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda internet bağlantısı olma durumuna göre anlamlı fark bulunmuştur ($t=2,126$, $p<.05$). Bu sonuca göre evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X}=2,164$) evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olmayan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X}=2,000$) bilgisayar programları(yazılımları) incelemek için daha çok sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Teknoloji amaçlı internet sitelerini incelemek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu internet bağlantısı olma durumu değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Teknoloji amaçlı internet sitelerini incelemek için Sosyal

Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda internet bağlantısı olma durumuna göre anlamlı fark bulunmuştur ($t= 2,096$, $p<.05$). Bu sonuca göre evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X}=2,382$) evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olmayan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X}=2,227$) teknoloji amaçlı internet sitelerini incelemek için daha çok sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Güncel bilgileri ve yenilikleri öğrenmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu internet bağlantısı olma durumu değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Güncel bilgileri ve yenilikleri öğrenmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda internet bağlantısı olma durumuna göre anlamlı fark bulunmuştur ($t= 2,590$, $p<.05$). Bu sonuca göre evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X}=2,556$) evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olmayan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X}=2,367$) güncel bilgileri ve yenilikleri öğrenmek için daha çok sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Teknoloji amaçlı forumlardan yararlanmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu internet bağlantısı olma durumu değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Teknoloji amaçlı forumlardan yararlanmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda internet bağlantısı olma durumuna göre anlamlı fark bulunmuştur ($t= 2,507$, $p<.05$). Bu sonuca göre evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X}=2,273$) evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olmayan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X}=2,078$) teknoloji amaçlı formlardan yararlanmak için daha çok sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Teknolojik güncel haber ve olayları takip etmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu internet bağlantısı olma durumu değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Teknolojik güncel haber ve olayları takip etmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda internet bağlantısı olma durumuna göre anlamlı fark bulunmuştur ($t= 3,383$, $p<.05$). Bu sonuca göre evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X}=2,510$) evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olmayan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X}=2,234$) teknolojik güncel haber ve olayları takip etmek için daha çok sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Teknoloji dergilerini internet üzerinden takip etmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu internet bağlantısı olma durumu değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Teknoloji dergilerini internet üzerinden takip etmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda internet

bağlantısı olma durumuna göre anlamlı fark bulunmuştur ($t= 3,549$, $p<.05$). Bu sonuca göre evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X}=2,153$) evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olmayan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X}=1,867$) teknoloji dergilerini internet üzerinden takip etmek için daha çok sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Son Teknolojik ürünler hakkında bilgi sahibi olabilmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu internet bağlantısı olma durumu değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Son Teknolojik ürünler hakkında bilgi sahibi olabilmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda internet bağlantısı olma durumuna göre anlamlı fark bulunmuştur ($t= 3,294$, $p<.05$). Bu sonuca göre evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X}=2,343$) evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olmayan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X}=2,086$) son teknolojik ürünler hakkında bilgi sahibi olmak için daha çok sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “İnternet tabanlı aktivitelerle ilgili konuları (Örn; siber güvenlik, eser hırsızlığı, araştırma konuları vb) öğrenmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu internet bağlantısı olma durumu değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “İnternet tabanlı aktivitelerle ilgili konuları (Örn; siber güvenlik, eser hırsızlığı, araştırma konuları vb) öğrenmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda internet bağlantısı olma durumuna göre anlamlı fark bulunmamıştır ($t= 1,614$, $p>.05$).

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Teknoloji odaklı girişimcilik faaliyetlerini araştırmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu internet bağlantısı olma durumu değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Teknoloji odaklı girişimcilik faaliyetlerini araştırmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusunda internet bağlantısı olma durumuna göre anlamlı fark bulunmuştur ($t= 2,535$, $p<.05$). Bu sonuca göre evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olan İmam-Hatip lisesi öğrencileri ($\bar{X}=2,214$) evinde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olmayan İmam-Hatip lisesi öğrencilerine göre ($\bar{X}=2,016$) teknoloji odaklı girişimcilik faaliyetlerini araştırmak için daha çok sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Kullandığım Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçları ilgili basit hataları onarabilirim” sorusu internet bağlantısı olma durumu değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Kullandığım Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçları ilgili basit hataları onarabilirim” sorusunda internet bağlantısı olma durumuna göre anlamlı fark bulunmamıştır ($t= 1,001$, $p>.05$).

Karaman ilinde İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyi belirleme anketinde yer alan “Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) aracılığı ile ihtiyacımı karşılayacak tasarımlar geliştirebilirim” sorusu internet bağlantısı olma durumu değişkenine göre incelenmiştir. T-testi sonuçları incelendiğinde araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin “Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) aracılığı ile ihtiyacımı karşılayacak tasarımlar geliştirebilirim” sorusunda internet bağlantısı olma durumuna göre anlamlı fark bulunmamıştır ($t= 1,208, p>.05$).

SONUÇ

Karaman ilinde İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden gençler ile ilgili teknoloji odaklı girişimcilik alanında analiz çalışması (gençlerin sosyal medya okuryazarlık düzeylerinin tespiti) adlı yapılan araştırmamızda araştırmaya katılan Karaman İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri ortalamasının üzerinde çıkmıştır. Çalışmamızda kullanılan sosyal medya ölçeğinde yer alan cinsiyet, sınıf, yaş, evlerinde ya da cep telefonlarında internet bağlantısı olma durumu, ne kadar süredir teknolojiyi kullanma, bilgisayar kullanma düzeyi ve günlük yaşamda bilgisayar (İnternet) kullanma sıklığı değişkenlerine göre de İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri karşılaştırılmıştır.

Cinsiyet değişkenine göre Karaman ilinde İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden öğrencilerin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri karşılaştırıldığında, sosyal medya okuryazarlık düzeyleri arasında herhangi bir fark olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Sınıf değişkenine göre Karaman ilinde İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam öğrencilerin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri karşılaştırıldığında, 11 ve 12. sınıf öğrencilerinin 9. Sınıf öğrencilerine nazaran sosyal medya okuryazarlık düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmüştür.

Yaş değişkenine göre Karaman ilinde İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam öğrencilerin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri karşılaştırıldığında, 17 ve 18 yaşlarında olan öğrencilerin 15 yaşında bulunan öğrencilere göre sosyal medya okuryazarlık düzeyleri daha fazla olduğu ortaya çıkmıştır.

Evlerinde ya da cep telefonlarında internet bağlantısı olma durumu değişkenine göre Karaman ilinde İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam öğrencilerin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri karşılaştırıldığında, evlerinde ya da cep telefonlarında internet bağlantısı bulunan öğrencilerin, evlerinde ya da telefonlarında internet bağlantısı bulunmayan öğrencilere göre sosyal medya okuryazarlık düzeyleri daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

Ne kadar süredir teknolojiyi kullanma değişkenine göre Karaman ilinde İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam öğrencilerin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri karşılaştırıldığında, internet kullanım süresi (yıl anlamında) artıkça öğrencilerinde sosyal medya okuryazarlık düzeylerinin arttığı belirlenmiştir. Yapılan analiz sonuçlarında sosyal medya okuryazarlık düzeyleri en çok olan grubun kendini 8 yıl ve üzeri internet kullanıcısı olarak tanımlayan grup olduğu görülmüştür. Sosyal medya okuryazarlık düzeyleri daha sonra çoktan aza doğru 4-7 yıl arası teknoloji/internet kullananlar, 1-3 yıl arası teknoloji/internet kullananlar ve son olarak 1 yıldan az kullananlar olarak sıralanmıştır.

Bilgisayar kullanma düzeyi değişkenine göre Karaman ilinde İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam öğrencilerin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri karşılaştırıldığında, kendilerini ileri düzey bilgisayar kullanıcısı olarak tanımlayanların sosyal medya okuryazarlık düzeylerin en yüksek, kendilerini temel düzey bilgisayar kullanıcısı olarak tanımlayanların ise en düşük olduğu bulunmuştur. Araştırmanın sonuçları ileri düzey(orta düzeye ilaveten her türlü programı çalıştırma, derleme) bilgisayar kullanıcılarının sosyal medya okuryazarı olma anlamında ilk sırada, temel düzey(bilgisayarı açma-kapama, internette gezinme) bilgisayar kullanıcılarının ise sosyal medya okuryazarı olma anlamında ise son sırada yer almaktadır. Bilgisayar kullanım düzeyleri artıkça öğrencilerin sosyal medya okuryazarı düzeyleri de artmaktadır.

Günlük yaşamda bilgisayar(İnternet) kullanma sıklığı değişkenine göre Karaman ilinde İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam öğrencilerin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri karşılaştırıldığında, günlük olarak bilgisayar(internet) kullanım sıklığını 4-7 saat olarak tanımlayan grubun sosyal medya okuryazarlık düzeyleri en yüksek, kendilerini günlük olarak bilgisayar(internet) kullanım sıklığını 1 saatten az olarak tanımlayan grubun ise sosyal medya okuryazarlık düzeyleri en düşük olarak ortaya çıkmıştır.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan tüm sorular hem ayrıntılı olarak hem de bazı değişkenlere göre incelenmiştir. Karaman ilinde İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden öğrencilerin ölçekte yer alan sorulara verdikleri cevaplara genel anlamda bakıldığında verilen cevapların hepsi ortalamanın üzerinde çıktığı görülmektedir. Hem sosyal medya okuryazarlık ölçeğinin genel sonuçları hem de soru bazlı sonuçları dikkate alındığında Karaman ilinde İmam-Hatip liselerine devam eden öğrencilerin sosyal medya okuryazarlık düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir. Yapılan araştırmanın sonuçları İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin sosyal medya araçlarını sadece boş zamanlarını değerlendirmek, güzel vakit geçirmenin ötesinde derslerine yardımcı bir araç olarak kullandıkları ortaya çıkmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin büyük bir kısmı sosyal medya araçlarını eğitimine yardımcı bir araç olarak da çoğunlukla tercih etmektedir. Hatta öğrencilerin kanun ve yönetmelikler hakkında bilgi edinmek içinde çoğunlukla sosyal medya araçlarını kullanmaktadır.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan maddeleri kendi içinde karşılaştırsak genel ortalaması en küçük olanın “E-kitap bulup indirmek için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” maddesi olduğu görülmektedir. Yani öğrenciler e-kitap bulup indirmek için daha az sosyal medya araçlarını tercih etmektedir. Sosyal medya okuryazarlığı anlamında önem gösteren ve ölçeğin son kısımlarında yer alan maddelerin analizine bakıldığında teknolojiyi amaçları doğrultusunda etkin kullanabilmek ve bu konuda bilgi sahibi olabilmek adına İmam-Hatip lisesi öğrenciler sosyal medya araçlarını kullanmaktadırlar. Özellikle “Teknoloji odaklı girişimcilik faaliyetlerini araştırmak için Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçlarını kullanırım” sorusu analiz edildiğinde ortaya çıkan sonuçlar İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin geleceğin dünyasında ve mesleklerinde söz sahibi olan teknoloji ile ilgili araştırmalar yaptığını gözler önüne sermektedir. “Kullandığım Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) araçları ilgili basit hataları onarabilirim” sorusuna verilen cevapların da ortalamanın üstünde çıkması İmam-Hatip lisesi öğrencilerinin teknoloji odaklı girişimcilik adına sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanabileceğinin işaretlerini de vermektedir. Araştırmaya katılan öğrencilerin “Sosyal Medya (Facebook, youtube, Instagram vb.) aracılığı ile ihtiyacımı karşılayacak tasarımlar geliştirebilirim” sorusuna verdiği cevaplar analiz edildiğinde ortalamanın üzerinde öğrenciler sosyal medya da tasarımlar geliştirebildiğini belirtmiştir.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan maddeler cinsiyet ve evde ya da telefonda internet bağlantısı olma durumu değişkenlerine göre de tek tek incelenmiştir. Ortaya çıkan sonuçlar cinsiyet değişkeninin de kızların proje, ödev konularında, dersleri ile alakalı konularda, internette araştırma yapma konularına göre erkeklerden daha fazla sosyal medyayı kullandıkları ve bu alanda sosyal medya okuryazarlık düzeylerinin yüksek olduğu görülmüştür. Bunun aksine teknoloji ile alakalı konularda erkeklerin sosyal medya araçlarını daha çok kullandıkları ve sosyal medya okuryazarlık düzeylerinin daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Tespit edilen bu sonuçlar kızların erkeklere göre teknolojiyi daha az kullandıkları ya da sosyal medyayı bu amaç için kullanmadıkları, erkeklerin ise ders ve ödev konularında sosyal medya kullanımını tercih etmediklerini göstermektedir.

Sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde yer alan maddeler evde ya da telefonda internet bağlantısı olma durumu değişkenlerine göre tek tek karşılaştırılmıştır. Ortaya çıkan sonuçlar, genel itibari ile ölçekte yer alan maddelere evde ya da telefonda internet bağlantısı olduğunu söyleyip cevap veren öğrencilerin, evde ya da telefonda internet bağlantısı olmadığını söyleyip cevap veren öğrencilere göre sosyal medya okuryazarlık düzeylerinin yüksek olduğunu ortaya çıkarmıştır.

ÖNERİLER

Teknoloji Odaklı Girişimcilik Alanında Analiz Çalışması(Gençlerin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeylerinin Tespiti) araştırmasının sonucunda yapılması gereken öneriler aşağıda verilmiştir.

- Araştırmaya katılan 1055 Karaman ilinde İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden gençlerin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri ortalamanın üzerinde çıkmıştır. Sonuçlardan da anlaşılacağı üzere araştırmaya katılan İmam-Hatip lisesi öğrencileri sosyal medyayı boş zamanlarının değerlendirmesinin yanında günlük olarak okul ve benzeri iletişim anlamında ihtiyaçlarını karşılamak için kullanmaktadır. 21. Yüzyılda gençlerin sosyal medyayı bu derece aktif kullanması dünya genelinde ve ülkemizde sosyal medya kullanımı ile ilgili yapılan araştırmanın sonuçları ile örtüşmektedir. Ancak burada önemli olan sosyal medya okuryazarlık düzeyleri yüksek olan gençleri sosyal medya aracılığı ile teknoloji odaklı girişimcilik faaliyetlerine teşvik etmektir. Buda gençlerin sosyal medyayı amaçları doğrultusunda kullanmayı öğretici eğitimlerden geçmektedir. Sosyal medya araçlarını gerçek anlamda okuryazar amaçları doğrultusunda kullanabilen neslin yetişmesi teknolojik anlamda üretim konusunda yapılacak olan çalışmaların da artarak devam etmesine neden olacaktır. Sosyal medya okuryazarlığının artırılması için yapılan eğitim ve çalışmalara yaptığımız bu çalışmalar örnek teşkil edecektir.
- Araştırmada dikkat çeken en önemli ayrıntılardan biri sosyal medya okuryazarlık ölçeğinde kullanılan bazı değişkenlerin genelde bir farklılık göstermesine yol açmamasına rağmen özelde ölçekte yer alan maddeler itibariyle sonuçların değişkenlik göstermesine neden olmasıdır. Örneğin, cinsiyet değişkenine göre yapılan genel sosyal

medya okuryazarlık düzeyinin bir farklılık göstermemesine rağmen bazı sorularda ciddi anlamda farklılık gösterdiği görülmektedir. Araştırmaya katılan kız öğrencilerin özellikle dersleri, okul/ proje ödevleri ile ilgili konularda erkeklere nazaran daha çok sosyal medyayı kullanması, sosyal medya okuryazarlık düzeylerinin yüksek olması bunun aksine bilgisayar, teknoloji ve teknoloji odaklı faaliyetlerde erkeklerin sosyal medya okuryazarlık düzeylerinin kızlardan yüksek olması sonucu ortaya çıkmıştır. Bu da kız ve erkek öğrencilerin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri anlamında farklı alanlarda daha iyi olduğunu gözler önüne sermektedir. Kız öğrencileri teknoloji anlamında sosyal medyayı daha fazla kullanımına yönelik eğitimler verilmesi kızların da sosyal medya araçları temeli teknoloji odaklı girişimcilik faaliyetleri yapabilmesine katkıda bulunacaktır.

- Evde ya da cep telefonlarında internet olan İmam-Hatip lisesi öğrencilerin çoğunluğu dikkat çekmektedir. Yaşadığımız yüzyılda böyle bir sonuç ile karşılaşmak yadsınamaz bir gerçektir. İleri dönemlerde bu oranın gittikçe artacağı düşünüldüğünde önemli olanın gençlerin teknolojiyi amaçları doğrultusunda kullanabilmesidir. Sosyal medya araçlarını gerçek anlamda bir okuryazar olarak kullanan gençler hem sosyal medyanın zararlı tarafından uzak olmakta hem de sosyal medyayı teknoloji odaklı girişimcilik anlamında bir araç olarak kullanabilmektedir. Evde ya da cep telefonlarında internet bulunan öğrencilerin sosyal medya okuryazarlık düzeyleri yüksektir. Soru bazında da incelenirse ölçekte yer alan birçok maddenin evde ya da cep telefonunda internet bağlantısı olma değişkenine göre incelenmesi aynı sonucu doğurmuştur. Bu sonuçlar da bize kişilerin internete erişimin olması durumunda aktif birer sosyal medya kullanıcısı olduğunu göstermektedir.
- Karaman İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden gençlerin yaş değişkenine göre sosyal medya okuryazarlık düzeyleri karşılaştırıldığında yaşları büyüdükçe daha çok sosyal medya okuryazarı olduğu görülmektedir. Sosyal medya okuryazarı olan bireylerin sosyal medya araçlarını daha çok kullandığı düşünülürse öğrenciler yaşları arttıkça sosyal medyayı daha aktif olarak kullanmaktadır. Bu sonuçlar ülkemiz için teknoloji odaklı girişimcilik anlamında bir avantaj olarak karşımıza çıkmaktadır. 17 ve 18 yaşlarında öğrencilerin sosyal medya okuryazarı olması bu alanı üretim anlamında kazanca dönüştürebilmek için iyi bir fırsat olarak görülebilmektedir. Burada önemli olan bu gençlerin sosyal medya okuryazarlığını yanında sosyal medya odaklı iş fırsatlarının profesyonel anlamda öğretilmesi ve bu konu hakkında eğitim verilmesidir.
- Araştırma sonuçlarına göre İmam-Hatip liselerinde öğrenim gören gençlerin sınıf düzeyi arttıkça sosyal medya okuryazarlık düzeylerinin artmış olmasıdır. Ortaya çıkan bu sonuçların yaş değişkeni ile paralellik göstermektedir. Ancak burada önemli olan kendilerini sosyal medya okuryazarı olarak tanımlayan gençlerin gerçekten bu alanı teknoloji odaklı girişimcilik anlamında kullanabilmesidir. Bunun gerçekleşmesi ise ileri dönemlerde bu alanda yapılacak daha geniş çaplı çalışmalar ile mümkün olabilir.

- Karaman İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerini sürdüren öğrencilerin teknoloji/internet kullanım süresi arttıkça sosyal medya ile daha fazla uğraşmaktadır. Teknoloji/internet kullanım süresi daha fazla olan gençler kendilerini daha iyi sosyal medya okuryazarı olarak tanımlamaktadır. Ortaya çıkan bu gerçeklerde teknoloji ve interneti daha çok kullanan gençlerin amaçları doğrultusunda bu ürünler kullanmaya teşvik edilmesini zorunlu kılmaktadır.
- Araştırmada ileri seviyede bilgisayar kullanan öğrencilerin sosyal medya okuryazarlık düzeyi yüksek bulunmuştur. Karaman ilinde İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden gençlerin bilgisayar kullanım düzeyleri arttıkça sosyal medya okuryazarlık düzeyleri artmaktadır. Araştırmanın bu bulguları da bir fırsata çevrilmeli, özellikle sosyal medya okuryazarlığı anlamında verilecek profesyonel eğitimler ile sosyal medya araçları teknoloji odaklı girişimciliğe katkıda bulunmalıdır.
- Araştırmamızda dikkat çeken bir ayrıntı günlük yaşamda öğrenciler interneti kullanma sıklıkları beraberinde sosyal medyada geçirdikleri zamanı artırmaktadır. Kullanılan bu zamanın boşa geçmemesi de gençlerin doğru bir şekilde yönlendirilmesi ile mümkün olabilir. Günlük olarak çok fazla internet ile meşgul olmak, sosyal medya da zaman harcamak elbette çok istenilen bir durum değildir. Ancak bu alanda yapılacak sağlıklı çalışmalar bunu bir avantaja çevirebilir ve öğrencilerin sosyal medya araçlarını teknoloji odaklı girişimcilik faaliyetleri konusunda kullanabilmesine katkıda bulunur.

Araştırmada 1055 Karaman İmam-Hatip liselerinde öğrenim gören gence ulaşılmıştır. Çalışmamızın İmam-Hatip lisesi öğrencileri ile yapılması ve gençlerin sosyal medya okuryazarlık düzeylerinin tespitine aracılık etmesi bundan sonraki özellikle sosyal medya araçları ile ilgili yapılacak çalışmalara örnek teşkil edecektir. Günümüzde sosyal medyanın hayatın bir vazgeçilmesi olduğu düşünüldüğünde yapılan araştırmanın önemi daha iyi anlaşılacaktır. Çalışmamıza Karaman ilinde İmam-Hatip liselerinde öğrenimlerine devam eden öğrenciler katılmış ve bu öğrencilerin farklı değişkenler açısından sosyal medya okuryazarlık düzeyleri tespit edilmiştir. Ortaya çıkan bu sonuçlar özellikle teknoloji odaklı girişimcilik faaliyetleri yapmak isteyen ve bu amaç doğrultusunda sosyal medya araçlarını kullanmayı düşünen gençlere de bir rehber olacaktır. Yapılan bu ve benzer çalışmaların kısa aralıklar ile yapılması hem mevcut durumun tespitine hem de yapılması gerekenlerin daha erken bir şekilde yapılmasına büyük katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- ✓ Karasar, N. (2008). Bilimsel araştırma yöntemleri. Ankara: Nobel Yayım Dağıtım.
- ✓ Işık, A. H., Karakış, R. Güler, İ. (2010) Postgraduate students' attitudes towards distance learning(The case study of Gazi University), Procedia Social and Behavioral Sciences, vol 9, pp.218-222.
- ✓ İstatiksel Analiz (2011), <http://www.istatistikanaliz.com/> , (Erişim Tarihi: 19.10.2017).
- ✓ Tezbaşaran, A. (1997). Likert Tipi Ölçek Geliştirme Kılavuzu. Ankara: Türk Psikologlar Derneği Yayınları.
- ✓ Tavşancıl, E. (2006), Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi. Ankara: Nobel Yayım Dağıtım.
- ✓ Yiğit, E., “Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Teknoloji Okuryazarlığı Düzeylerinin Ve Teknoloji İle Bütünleştirilmiş Sosyal Bilgiler Öğretimine Yönelik Görüşlerinin Belirlenmesi”, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü İlköğretim Bölümü Ana Bilim Dalı Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Bilim Dalı, İstanbul,(2011)
- ✓ <http://habitatdernegi.org/projelerimiz/gelecegini-tasarla/>
- ✓ <http://sosyalmedya.co/gt/>
- ✓ <https://abprojeyonetimi.com/wp-content/uploads/2015/09/T56RNsosyalmedya.png>
- ✓ https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQrFMVpfPkQo_YDxrIJn-z7VTka99kI2bSnO-cgpA1NCdp181-l
- ✓ <https://www.hedefenformatik.com/icerik/yuklemeler/sosyalmedya.jpg>
- ✓ <https://www.moradam.com/wp-content/uploads/2017/07/webseldonusum-sosyal-medya-yonetimi-prx-0054.png>



2018

Bu çalışma, T.C Mevlana Kalkınma Ajansının Desteklediği “Teknoloji Odaklı Girişimcilik Alanında Analiz Çalışması(Gençlerin Sosyal Medya Okuryazarlık Düzeylerinin Tespiti) (TR52/18/TD/0047)” Projesi kapsamında hazırlanmıştır. İçerik ile ilgili sorumluluk Karaman Önder İmam-Hatipliler Derneği’ne aittir ve Mevlana Kalkınma Ajansının görüşlerini yansıtmamaktadır.