

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
EĞİTİM YÖNETİMİ VE DENETİMİ BİLİM DALI**

**OKUL YÖNETİCİLERİNİN SOSYAL AĞLARI KULLANIM
AMAÇLARI İLE BİREYSEL YENİLİKÇİLİK DÜZEYLERİ
ARASINDAKİ İLİŞKİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ESRA SARI

DANIŞMAN

PROF. DR. OSMAN TİTREK

HAZİRAN 2019

T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
EĞİTİM BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
EĞİTİM YÖNETİMİ VE DENETİMİ BİLİM DALI

OKUL YÖNETİCİLERİNİN SOSYAL AĞLARI KULLANIM
AMAÇLARI İLE BİREYSEL YENİLİKÇİLİK DÜZEYLERİ
ARASINDAKİ İLİŞKİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ESRA SARI

DANIŞMAN

PROF. DR. OSMAN TİTREK

HAZİRAN 2019

BİLDİRİM

Hazırladığım tezin tamamen kendi çalışmam olduğunu, akademik ve etik kuralları gözeterek çalıştığımı ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt ederim.


Esra SARI

JÜRİ ÜYELERİNİN İMZA SAYFASI

'Okul Yöneticilerinin Sosyal Ağları Kullanım Amaçları ile Bireysel Yenilikçilik Düzeyleri Arasındaki İlişki' başlıklı bu yüksek lisans tezi, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı/Eğitim Yönetimi ve Denetimi Bilim Dalında hazırlanmış ve jürimiz tarafından kabul edilmiştir.

Başkan

Doç. Dr. Ebru OĞUZ



Üye

Doç. Dr. Mustafa BAYRAKCI



Üye

Danışman Prof. Dr. Osman TİTREK



Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylım.

17/06/2019

(İmza)

Prof. Dr. Ömer Faruk TUTKUN

Enstitü Müdürü



ÖN SÖZ

Günümüzde her alanda yaşanan hızlı değişim ve gelişmeler doğrultusunda eğitim sektöründe önemli bir yer tutan okul yöneticilerinin teknolojik gelişmelere ayak uydurmaları ve kendilerini yenilemeleri gerekmektedir. Bu bağlamda okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçları ile bireysel yenilikçilik düzeyleri ön plana çıkmaktadır. Bu çalışmada, tüm kademelerdeki okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçları ile bireysel yenilikçilik düzeyleri arasındaki ilişki araştırılmaktadır.

Tezimin her aşamasında destek olan, teşvik edip yönlendiren, bilgi ve birikimini benimle paylaşan, kendisinden çok şey öğrendiğim, oldukça yoğun iş yükü arasında zaman ayıran tez danışanım, değerli hocam Prof. Dr. Osman Titrek'e her şey için sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Yine ilkokul 1. sınıftan yüksek lisans bitimine kadar üzerimde hakları olan tüm hocalarıma sonsuz teşekkürü bir borç bilirim.

Araştırma kapsamında ziyaret etmiş olduğum kurumlardaki, ölçeğin uygulanmasında yardımcı olan okul yöneticilerine zaman ve emek harcayarak ölçeği cevapladıkları için her birine ayrı ayrı teşekkür ederim.

Araştırma sırasında yardımlarını esirgemeyen, çok önemli desteklerini gördüğüm başta değerli hocam Doç. Dr. Mustafa Bayraktı olmak üzere, Tuncay Alioğlu'na, Şükrü Yıldız'a, Fikret Berber'e, Ali Asım Coşkun'a, Ali Zahid Sarı'ya, Erhan Özkoç'a, dünyada hala iyi insanlar olduğunun ispatı Selman Halisküçük'e ve emeği geçen herkese, beni destekleyen gerçek dost ve arkadaşlarıma sonsuz teşekkür ederim.

Her zaman yanımda olan aileme teşekkürlerin yetersiz kalacağını, özellikle annem ve babamın haklarının ödenmesinin imkânsız olduğunu biliyorum.

Son olarak sadece bu tezin oluşmasında değil hayatımın her saniyesinde yanımda olan, benim diğer yarım, ikiz kardeşim Buşra Sarı'ya sonsuz teşekkür ve şükranlarımı sunarım.

Esra SARI

ÖZET

OKUL YÖNETİCİLERİNİN SOSYAL AĞLARI KULLANIM AMAÇLARI İLE BİREYSEL YENİLİKÇİLİK DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

Sarı, Esra

Yüksek Lisans Tezi, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Eğitim Yönetimi ve Denetimi
Bilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Osman Titrek

Haziran, 2019. XIV+100 Sayfa.

Bu araştırmanın amacı, okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçları ile bireysel yenilikçilik düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemektir.

Bu araştırma ilişkiyel tarama modelinde betimsel bir çalışmadır. Araştırmanın örneklemini; 2016-2017 eğitim öğretim yılı içerisinde Sakarya ilinde MEB'e bağı tüm okullarda görev yapmakta olan 272 okul müdürü ve 206 müdür yardımcısı oluşturmaktadır.

Araştırma verilerinin elde edilmesinde Usluel, Demir ve Çınar (2014) tarafından geliştirilen "Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeğı", Hurt, Joseph ve Cook (1977) tarafından geliştirilen ve Kılıçer ve Odabaşı (2010) tarafından Türkçeye kültürel uyarlaması yapılan "Bireysel Yenilikçilik Ölçeğı" ve araştırmacı tarafından hazırlanan "Kişisel Bilgi Formu" kullanılmıştır.

Elde edilen verilerin analizinde "SPSS20.0: The Statistical Package for the Social Siences" paket programı kullanılmıştır. Veriler araştırmada ele alınan problem durumlarına uygun olarak, betimsel (aritmetik ortalama, standart sapma) ve ilişkiyel (Mann Whitney U Testi, Kruskal Wallis Testi, Spearman's Korelasyonu) istatistik tekniklerinden yararlanılarak değerlendirilmiştir.

Araştırma sonucunda okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçları ölçeğinin alt boyutu olan "iletişime başlama" ile bireysel yenilikçilik ölçeğinin boyutu olan "risk alma" arasında zayıf/düşük düzeyde, pozitif yönlü ve anlamlı olan bir ilişki belirlenmiştir. Bu sonuca göre okul yöneticilerinin sosyal ağları "iletişime başlama" amaçlı kullanma amaçları artıkça kendilerini yenilemede "risk alma" düzeylerinin de

az da olsa artacağı söylenebilir. Ayrıca okul yöneticilerinin sosyal ağları “iletişime başlama” amacıyla kullanmalarındaki nedenlerin %1’inin bireysel yenilikçilikteki “risk alma” faktöründen kaynaklandığı tespit edilmiştir. Araştırmanın bir diğer sonucunda da okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçları ölçeğinin alt boyutu olan “içerik paylaşma” ile bireysel yenilikçilik ölçeğinin boyutu olan “deneyime açıklık” arasında orta düzeyde, pozitif yönlü ve anlamlı olan bir ilişki tespit edilmiştir. Bu sonuca göre; okul yöneticilerinin sosyal ağları “içerik paylaşma” amaçlı kullanmaları artıkça kendilerini yenilemede “deneyime açıklık” düzeylerinin de artacağı söylenebilir. Ayrıca okul yöneticilerinin sosyal ağları “içerik paylaşma” amacıyla kullanmalarındaki nedenlerin %11’inin bireysel yenilikçilikteki “deneyime açıklık” faktöründen kaynaklandığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Ağ, Bireysel Yenilikçilik, Okul Yöneticileri.

ABSTRACT

RELATION BETWEEN THE GOALS OF SOCIAL NETWORKS USAGE OF SCHOOL ADMINISTRATORS AND THEIR INDIVIDUAL INNOVATIVENESS LEVELS

Sarı, Esra

Master Thesis, Department of Educational Science, Department of Education
Science and Inspection Science

Advisor: Prof. Dr. Osman Titrek

June, 2019. XIV+100 Page.

The purpose of this research is to examine the relationship between the goals of social networks usage of school administrators and their innovativeness levels.

This research is a descriptive study in survey model. Samples of this research consist of 272 school principals and 206 vice-principals who work in all education ministerial schools in Sakarya between 2016 and 2017 education and teaching years.

“The Goals of using Social Networks Scale” developed by Usluel, Demir and Çınar (2014), “Individual Innovativeness Scale” developed by Hurt, Joseph and Cook (1977) and adapted culturally to Turkish language by Kılıçer and Odabaşı (2010), and "Personal Information Form" prepared by the researcher have been used to get the data in the study.

In the analysis of the obtained data, "SPSS 20.0: The Statistical Package for the Social Sciences" package program was used. The data were evaluated in accordance with the problem situations discussed in the study by using descriptive (arithmetic average, standard deviation) and relational statistical techniques (Mann Whitney U Test, Kruskal Wallis Test, Spearman's Correlation).

As a result of this study, a weak/low level, positive way, and meaningful relationship was found between “starting to communication”, which is the sub-dimension of the social networking goals scale of school administrators, and “risk-taking”, which is the dimension of the individual innovation scale. According to this result, it can be said that the levels of “taking risks” will also increase in renewing themselves, even if is low, as school administrators' purposes of using social networks to “starting to

communication” increase. Besides, 1% of the reasons for school administrators ' use of social networks in order to “starting to communication” it is detected to be derived from the “risk-taking” factor in individual innovation. In another result of the study, in a mid-level, positive way, and meaningful relationship was found between “share content”, which is the sub-dimension of the social networking goals scale of school administrators, and “openness to experience”, which is the dimension of the individual innovation scale. According to this result, as school administrators increase their use of social networks to “share content”, it can be said that their level of “openness to experience” also increase in renewing themselves. Also, 11% of the reasons for school administrators ' use of social networks in order to “share content” it is detected to be derived from the “openness to experience” factor in individual innovation.

Keywords: Social Network, Individual Innovativeness, School Administrators.

İkizime...

İÇİNDEKİLER

Bildirim	ii
Jüri Üyelerinin İmza Sayfası	iii
Ön Söz	iv
Özet	v
Abstract	vii
İçindekiler	x
Tablolar Listesi	xiii
Bölüm I	1
Giriş	1
1.1 Problem Cümlesi	4
1.2 Alt Problemler	4
1.3 Önem	5
1.4 Varsayımlar	6
1.5 Sınırlılıklar	6
1.6 Tanımlar	7
1.7 Simgeler ve Kısaltmalar	7
Bölüm II	8
Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi ve İlgili Araştırmalar	8
2.1 Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi	8
2.1.1 Sosyal Ağlar	8
2.1.1.1 İnternet	8
2.1.1.2 Web 2.0	9
2.1.1.3 Sosyal Medya	10
2.1.1.4 Sosyal Ağlar	12
2.1.1.5 Sosyal Ağ Siteleri	13
2.1.1.5.1 Facebook	14
2.1.1.5.2 Twitter	15
2.1.1.5.3 Blog	16
2.1.1.5.4 LinkedIn	17
2.1.1.5.5 Youtube	17
2.1.1.5.6 Flickr	18

2.1.1.5.7 Viki.....	18
2.1.1.6 Sosyal Ağların Eğitimdeki Yeri	19
2.1.2 Bireysel Yenilikçilik	22
2.1.2.1 İnovasyon (Yenilik)	22
2.1.2.1.1 İnovasyon Süreci.....	23
2.1.2.1.2 İnovasyon Türleri.....	25
2.1.2.2 Yeniliklerin Yayılması Teorisi.....	28
2.1.2.2.1 Yenilik (İnnovation).....	28
2.1.2.2.2 İletişim Kanalları.....	30
2.1.2.2.3 Zaman.....	30
2.1.2.2.4 Sosyal Sistem	31
2.1.2.3 Yenilikçilik.....	31
2.1.2.3.1 Yenilikçilik Kategorileri	32
2.1.2.4 Eğitimde Yenilikçilik	32
2.2 İlgili Araştırmalar.....	36
2.2.1 Yurt İçinde Yapılan Araştırmalar.....	36
2.2.2 Yurt Dışında Yapılan Araştırmalar	40
Bölüm III.....	45
Yöntem.....	45
3.1 Araştırma Modeli	45
3.2 Evren ve Örneklem	45
3.3 Veri Toplama Araçları	47
3.3.1 Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği	47
3.3.2 Bireysel Yenilikçilik Ölçeği.....	48
3.4 Verilerin Toplanması ve Analizi.....	49
Bölüm IV.....	51
Bulgular.....	51
4.1 Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeğine İlişkin Betimsel İstatistikler	51
4.2 Birinci Alt Probleme İlişkin Bulgular	54
4.3 İkinci Alt Probleme İlişkin Bulgular.....	55
4.4 Bireysel Yenilikçilik Düzeylerine İlişkin Betimsel İstatistikler	64
4.5 Üçüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular.....	66
4.6 Dördüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular	68
4.7 Beşinci Alt Probleme İlişkin Bulgular	74

Bölüm V	77
Tartışma, Sonuç ve Öneriler	77
5.1 Sonuç ve Tartışma.....	77
5.2 Öneriler	81
5.2.1 Araştırma Sonuçlarına Dayalı Öneriler.....	81
5.2.2 İleride Yapılacak Araştırmalara Yönelik Öneriler	83
Kaynakça.....	85
Ekler	94
Özgeçmiş ve İletişim Bilgileri	100

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1. Araştırmaya katılan okul yöneticilerinin demografik özellikleri.....	46
Tablo 2. Araştırmaya katılan okul yöneticilerinin sosyal ağ kullanımı	47
Tablo 3. Verilerin dağılım istatistikleri.....	50
Tablo 4. Sakarya ilinde görev yapan okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçlarına ilişkin görüşleri.....	51
Tablo 5. Okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçları puanlarına ait aritmetik ortalama puanları ve standart sapmaları	54
Tablo 6. Okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin sosyal ağların kullanım amaçları ölçeği puanlarının cinsiyet değişkeni açısından farklılığını gösteren Mann Whitney U Testi tablosu	55
Tablo 7. Okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin sosyal ağları kullanım amaçları ölçeği puanlarının yaş değişkeni açısından farklılığını gösteren Kruskal Wallis Testi tablosu.....	57
Tablo 8. Okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin sosyal ağların kullanım amaçları ölçeği puanlarının unvan değişkenine açısından farklılığını gösteren Mann Whitney U Testi tablosu	58
Tablo 9. Okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin sosyal ağların kullanım amaçları ölçeği puanlarının eğitim durumu değişkenine göre farklılığını gösteren Kruskal Wallis Testi değerleri tablosu.....	60
Tablo 10. Okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin sosyal ağların kullanım amaçları ölçeği puanlarının hizmet yılı değişkenine açısından farklılığını gösteren Kruskal Wallis Testi tablosu	61
Tablo 11. Okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin sosyal ağları kullanım amaçları ölçeği puanlarının bağlı oldukları kurum değişkenine açısından farklılığını gösteren Mann Whitney U Testi değerleri tablosu	63
Tablo 12. Sakarya ilinde görev yapan okul yöneticilerinin bireysel yenilikçiliğe yönelik görüşleri	64

Tablo 13. Okul yöneticilerinin bireysel yenilikçilik düzeyleri	66
Tablo 14. Okul yöneticilerinin bireysel yenilikçilik puan ortalaması.....	67
Tablo 15. Okul yöneticilerinin yenilikçilik gruplarına göre dağılımı	67
Tablo 16. Okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin bireysel yenilikçilik ölçeği değerlerinin cinsiyet değişkeni açısından farklılığını gösteren Mann Whitney U Testi tablosu	68
Tablo 17. Okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin bireysel yenilikçilik ölçeği puanlarının yaş değişkeni açısından farklılığını gösteren Kruskal Wallis Testi tablosu	69
Tablo 18. Okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin bireysel yenilikçilik ölçeği değerlerinin unvan değişkenine açısından farklılığını gösteren Mann Whitney U Testi tablosu	70
Tablo 19. Okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin bireysel yenilikçilik ölçeği değerlerinin eğitim durumu değişkeni açısından farklılığını gösteren Kruskal Wallis Testi tablosu	71
Tablo 20. Okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin bireysel yenilikçilik ölçeği puanlarının hizmet yılı değişkenine açısından farklılığını veren Kruskal Wallis Testi tablosu.....	72
Tablo 21. Okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin bireysel yenilikçilik ölçeği puanlarının bağlı oldukları kurum değişkeni açısından farklılığını veren Mann Whitney U Testi tablosu	73
Tablo 22. Okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçları ile bireysel yenilikçilik düzeyleri arasındaki Spearman' s korelasyon (r) değerleri	74
Tablo 23. Okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçları ölçeği toplam puanları ile bireysel yenilikçilik ölçeği toplam puanları arasındaki Spearman' s korelasyon (r) değerleri.....	75

BÖLÜM I

GİRİŞ

Genel olarak bilgi çağı şeklinde ifade edilen içinde bulunduğumuz çağın özelliklerini bilimsel ve teknolojik gelişmeler, bilginin gelişimi ve artışı, küreselleşme, yenilik ve yeniliğin beraberinde getirdiği değişim ve gelişim olarak sıralamak mümkündür (Kılıçer, 2011; Kurtuluş, 2012). Hayatın her alanında olduğu gibi bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler eğitim sektöründe de etkisini göstermiş ve bu alanın yapısı, işleyişi, kapsamı ile birlikte yine bu sektörde yer alan bireylerin sahip olması gereken rollerde de değişiklikleri beraberinde getirmiştir (Mazman, 2009). Bu değişikliklere zorlayan nedenler arasında emek yoğun değişmeden bilgi yoğun değişmesine paralel olarak internetin yaygın kullanılmasıyla bilgiye ulaşma yollarının gittikçe kolaylaşması, eğitim alanındaki teknolojilerin oldukça yüksek bir hızla gelişmesi ve bununla beraber dijital öğretmeye doğru bir yönelimin ortaya çıkması gösterilebilir. Ayrıca değişmeye yönlendiren nedenler arasında, eğitim örgütlerini, değişen yönetim ve liderlik anlayışları ve çalışanların yönetime karşı göstermiş oldukları tutumları da sayılabilir (Töremen, 2002).

Toplumun her alanında ortaya çıkan değişim ve yenilikler, bireylerin sahip olması gereken özellikleri de değiştirmektedir. Örneğin 1980’li yıllarda Türkiye’de bireylerin bilgisayar kullanma becerilerine yönelik bir eğitim bir ihtiyaç olarak görülmezken, günümüzde bireylere başta resmî kurumlarca verilen eğitimler sayesinde bilgisayar hatta bilişim teknolojilerine kullanımına yönelik beceri kazandırılmaya çalışılmaktadır (Kılıç, 2015).

Bu bağlamda Roehrich (2004)'e göre bireysel yenilikçiliğin tanımı üzerine bir uzlaşma, fikir birliği olmamasına karşın, yaratıcı bir ürün ya da fikir ortaya koyarak herhangi bir konuda yenilik meydana getirme (Kavrakoğlu, 2006) olarak ifade edilebilir. Yenilik kavramı; yeni bir şeyin, bir fikrin veya bir uygulamanın var olmasındaki yaratıcı süreci veya tüm bunların kendisini ifade etmekle birlikte var olan bir yeniliğin, benimseyenlerin bilişsel ve davranışsal tepkilerinin bir parçası olması sürecini de ifade etmektedir (Goldsmith ve Foxall, 2003). Rogers (1995)'a göre “yenilik bir birey, grup ya da toplum tarafından yeni olarak algılanan bir fikir, uygulama ya da obje” olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca “yenilik, örgütsel bir ortamda yeni fikirlerin veya etkinliklerin başlatılması, benimsenmesi ve uygulanması” olarak da ifade edilmektedir (Pierce ve Delbecq, 1977). Ülkeler de artık inovasyon faaliyetlerini büyüme ve gelişmenin bir parçası olarak görmekte ve ulusal stratejilerine dâhil etmektedirler. Bu bağlamda toplumlar hızla gelişerek yenilikçilik ve eğitsel alanda yenilikçilik konusu üzerinde çalışmalar yapmaktadırlar. Uluslararası rekabette yer almak ve konumunu güçlendirmek için ulusların bilgi ve teknik inovasyona her geçen gün daha da bağımlı hale gelmesi inovatif kabiliyete sahip, yenilikçi ve yüksek kalitede insan gücüne olan ihtiyacı arttırmıştır (Kurtuluş, 2012). Yenilikçilik hem bireysel ve hem de toplumsal ihtiyaçların daha olumlu düzeyde karşılanmasını sağlar. Aynı zamanda girişimcilik ruhu içinde esastır (Korkmaz, 2004). Bu bağlamda bireysel yenilikçilik kavramı ön plana çıkmaktadır. Bireysel yenilikçilik, kişinin hayatında ve özellikle işinde yeni ve faydalı fikirleri, ürünleri, prosedürleri ve süreçleri kullanma yönündeki gayret ve uygulamalar olarak ifade edilebilir (Özçer, 2005). Diğer bir ifadeyle “bireysel yenilikçilik, bir yeniliği geliştirmek, benimsemek ya da uygulamaktır” (Yuan ve Woodman, 2010). Yenilikçi bireyler, yeni olana karşı istekli olan, onlara uyum sağlayabilen, onlardan yararlanabilen ya da yeniliğe karşı davranışı pozitif tepki içeren bireylerdir (Kılıçer, 2011).

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin eğitim ortamlarında kullanımı yapılan yatırımlara paralel olarak artmaktadır. Milli Eğitim Bakanlığı (MEB) tarafından özellikle son 20 yıl incelendiğinde teknolojiye yapılan yatırımlar bu açıdan dikkati çekmektedir. Öğretmenler aynı eğitime, aynı teknoloji kullanım olanaklarına sahip olmalarına karşın teknoloji kullanım bilgi, beceri ve tutumları farklılaşabilmektedir. Bu farklılığa neden olan önemli kavramlardan biri onların bireysel yenilikçilik

düzeyleridir. Teknolojiye yönelik tutum, deneyimler, bilgi düzeyi ve inançları öğretmenlerin yeni bir teknolojiyi kullanabilmelerini etkilemektedir (Özbek, 2014).

Günümüzde sosyal etkileşimi, iş birliğini ve paylaşımı ön planda tutan Web 2.0 teknolojilerinin gelişimiyle birlikte daha farklı internet ortamları kullanılmaya başlanmıştır. Bu ortamlardan biri de Web 2.0 teknolojisinin en önemli bileşenlerinden ve en popüler paylaşım ortamlarından biri olarak kabul edilen sosyal ağ siteleridir (Karal ve Kokoç, 2010). Günlük ziyaretçi sayısı, veri alışverişi ve sayfa görüntülenme sayısı gibi çeşitli ölçütlere göre belirlenen dünyanın en popüler web siteleri ele alındığında ilklerde yer alan sitelerin çoğunun sosyal ağ siteleri olduğu görülmektedir (SimilarWeb, 2018; eBizMBA, 2018; Alexa, 2018). Yapılan çalışmalar incelendiğinde sosyal ağların genellikle iletişim, paylaşım, işbirliği, sosyal etkileşim, eğitim, eğlence vb. amaçlı kullanıldığı görülmektedir (Cheung, Chiu ve Lee, 2011; Hew, 2011; Selwyn, 2009; Karal ve Kokoç, 2010). Buradan hareketle, günlük yaşamda önemli rol oynayan ve çoğunluğu gençler olmak üzere her kesimden bireyin kullandığı sosyal ağların sağlayacağı olanaklarla eğitim öğretim bağlamına oturtulmasını, bu araçların bir eğitim teknolojisi aracı olarak kullanılabilmesini, bireylerin bu ortamları eğitsel amaçlarla kullanmasını ve bu süreçteki olası etken faktörleri konu eden çalışmalara ve araştırmalara gereksinim olduğu ileri sürülebilir (Mazman, 2009).

Değişim toplumun her alanında meydana gelecektir. Eğitim alanında meydana gelecek olan değişimin merkezi de okullardır. Günümüz teknolojik gelişmelerle birlikte, okul yöneticileri de bireylerin ihtiyaçlarını karşılayabilme adına teknolojiye ayak uydurmak zorunda kalmıştır. Değişimin hızına ulaşılabilmesi için yöneticilerin de kendilerini devamlı şekilde yenilemeleri gerekmektedir (Ciğerci, 2016). Ayrıca yönetici olarak çalışan bireyler yönetim faaliyetlerini yerine getirirken birtakım rolleri oynamaları da gereklidir. Bu rollerini yerine getirirken mevcut özelliklerini kullanarak yeniliklere açık olmalı ve inovasyon çalışmalarını başarılı bir şekilde yürütebilmelidir (Eraslan, 2014). Örgütü ayakta tutma ve geliştirme görevi bulunan yöneticilerin kısmen kaçınılmaz, kısmen de istendik olan değişim ve yenilikçilik faaliyetleri ve süreçleriyle alakalı daha duyarlı ve bilgili olmaları onların örgüt dinamikleri üzerinde baskın olmalarına yardımcı olacaktır. Uzun dönemli olarak değerlendirildiğinde bir örgütün ayakta kalma şansı, yöneticisinin yenilikçilik konusundaki tutum ve faaliyetleri ile doğrudan ilişkili olduğu görülebilir (Develi,

2015). Tüm bu değişim ve gelişimler doğrutusunda eğitim sektöründe önemli bir yer tutan okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanımlarındaki amaçlar ile yine okul yöneticilerinin bireysel yenilikçilik düzeyleri arasındaki ilişki bu araştırmanın problem cümlesini oluşturmaktadır.

1.1 PROBLEM CÜMLESİ

Okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanımlarındaki amaçlar ile bireysel yenilikçilik düzeyleri arasında ilişki bulunmakta mıdır?

1.2 ALT PROBLEMLER

1. Okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçları ne düzeydedir?
2. Okul yöneticilerinin;
 - a. Cinsiyet,
 - b. Yaş,
 - c. Unvan,
 - d. Eğitim durumu,
 - e. Hizmet yılı,
 - f. Bağlı oldukları kurum,değişkenleri bakımından boyutlara ilişkin sosyal ağları kullanımlarındaki amaçlar arasında anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?
3. Okul yöneticilerinin bireysel yenilikçilikleri ne düzeydedir?
4. Okul yöneticilerinin;
 - a. Cinsiyet,
 - b. Yaş,
 - c. Unvan,
 - d. Eğitim durumu,
 - e. Hizmet yılı,
 - f. Bağlı oldukları kurum,

değişkenleri bakımından boyutlara ilişkin bireysel yenilikçilik düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?

5. Okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçları ile bireysel yenilikçilik düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmakta mıdır?

1.3 ÖNEM

İçinde yaşadığımız çağ ekonomik, sosyal, kültürel, siyasal, toplumsal ve teknolojik açıdan değişimin en hızlı ve en fazla gerçekleştiği ve sürekli olarak yeni gelişmelerin yaşandığı çağlardan birisidir (Erdoğan, 2012). Dünyada yaşanan ve hızla yayılan değişimler tüm sektörlerde olduğu gibi eğitim sektörünü de etkilemektedir (Eraslan, 2014). Günlük hayatın her alanında olduğu gibi teknoloji bilginin hızlı ve kolay yayılması, iletişimin daha pratik sağlanması ve etkileşimin artırılması işlevleri ile eğitim-öğretime yönelik ihtiyaçları gidermede etkin bir araç olarak eğitimin de bir parçası haline gelmiştir (Mazman, 2009). Özellikle son yıllarda hızla yayılan ve büyük bir bölümünün öğrencilerin oluşturduğu milyonlarca kullanıcısı bulunan (Lenhart ve Madden, 2007; Selwyn, 2007: akt. Çavdar, 2012) sosyal ağlar sahip oldukları özellikler sayesinde etkin bir şekilde farklı amaçlarla kullanılmaktadır.

İnovasyon (yenilikçilik) tüm dünyada rekabetin ve gelişmenin ana unsuru haline gelmiştir. İnovasyon konusunda lider bir ülke konumuna gelmek içinse bu konunun önemini kavramış, nitelikli insan gücüne ihtiyaç vardır (Kurtuluş, 2012). Ayrıca inovasyon çalışmalarına önem veren ve inovasyon yeterliliği olan bir okul yöneticisi, başarılı bir liderlik yaparak hem çalışanların motivasyonunu yükseltip daha başarılı ve verimli çalışmalarını sağlamak hem de öğrencilerin yenilikçi anlayışa sahip başarılı öğrenciler yetiştirilmesi için uygun ortam oluşmasını sağlamaktadır (Top, 2011). Ortaya çıkan değişim ve yeniliklere ayak uydurmak için okul yöneticileri, kendilerinde var olan bilgi ve becerilerle okulun geleceğini planlamakta ve okuldaki değişim ve inovasyon faaliyetlerini gerçekleştirmeleri zorunlu olmakta (Ağaoğlu, Altinkurt, Yılmaz ve Karaköse, 2012; Eraslan, 2014) ve bu sebeple yöneticilerin bireysel yenilikçilik düzeyleri önemli hale gelmektedir.

Literatür tarandığında Türkiye’de okul yöneticilerinin inovasyona bakışını irdeleyen kapsamlı bir çalışma yapılmadığı görülmektedir. Bu açıdan, okul yöneticilerinin

sahip olması gereken yeterliklerinin yanı sıra bireysel yenilikçilik düzeyleri de incelenmelidir. Söz konusu bu çalışmanın bu konuda, alan yazında var olan boşluğu doldurması beklenmektedir. Yine yapılan alan yazın taramalarında sosyal ağlarla ilgili çeşitli çalışmalara rastlanılmasıyla birlikte zorunlu eğitim her kademesindeki okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçları ile ilgili araştırmaların olmadığı dikkat çekmektedir. Bu araştırma zorunlu eğitimin her kademesinde görev yapan okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanımlarındaki amaçlar ile yine okul yöneticilerinin bireysel yenilikçilik düzeyleri arasındaki ilişkiyi incelemesi bakımından önemlidir. Bu nedenle ilgili araştırma ile elde dileycek bulguların ve sonuçların, konuyla ilgili inceleme ve düzenleme çalışmalarına büyük bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Özellikle birbiriyle bağıntılı olabilecek bu iki konunun bir arada incelenmesinin, alan yazına katkı sağlaması, durum tespiti yapılarak okul yöneticisi yeterliklerinde gereken birtakım düzenlemelerin yapılabilmesinin yolunu açabilmesi düşünülmektedir.

1.4 VARSAYIMLAR

Araştırma için kullanılan örneklem grubunun evrenin bütününe temsil ettiği varsayılmaktadır.

Araştırmaya katılacakların görüşlerini nesnel olarak belirttiği varsayılmaktadır.

1.5 SINIRLILIKLAR

Bu araştırma;

1. 2016-2017 eğitim-öğretim yılında Sakarya ilinde çalışmakta olan okul yöneticileri ile sınırlıdır.
2. Araştırmada veri toplamak aracı ile ölçek kullanılmıştır. Ölçeğe okul yöneticileri tarafından verilen cevapların güvenilirliği ile sınırlıdır.

1.6 TANIMLAR

Sosyal Ağ: İnsanların tanışmak, tartışmak, ortak ilgi grupları ile iletişime geçmek, örgütlenmek gibi sosyal ilişkilerin yaşandığı sanal ortam.

Yenilikçilik: Yenilikçi olma durumu.

Okul Yöneticileri: Araştırma verilerini toplamak üzere başvurulan, kamu ve özel okulların tüm eğitim kademelerinde okul yönetimi işiyle uğraşan müdür ve müdür yardımcılardır.

1.7 SİMGELER VE KISALTMALAR

SPSS = Statistical Package for Social Sciences

PDA = Personal Digital Assistant

WWW = World Wide Web

HTML = Hypertext Markup Language

SMS = Short Message Service

MMS = Multi Media Messaging Service

OECD = Organisation for Economic Co-operation and Development
(Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü)

AB = Avrupa Birliği

GII = Global Innovation Index

BÖLÜM II

ARAŞTIRMANIN KURAMSAL ÇERÇEVESİ VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1 ARAŞTIRMANIN KURAMSAL ÇERÇEVESİ

2.1.1 Sosyal Ağlar

2.1.1.1 İnternet

İnternet, “dünya üzerinde mevcut birçok ağın ortak bir protokol çerçevesinde birbirleriyle iletişim kurmasını ve birbirlerinin kaynaklarını da paylaşmasını sağlayan bir *ağlar-arası-ağ*” olarak tanımlanabilir (Akın, 1996). Başka bir ifadeyle internet, birden fazla bilgisayarın birbirlerine bağlanıp etkileşim kurabildikleri büyük bir bilgi ağıdır (Bakioğlu, 2009). İnternet, “yapısı gereği birbirine bağlı bilgisayarların dijital olarak bilgi paylaştıkları ve çoğunlukla da güncel dilde sanal alem” olarak ifade edilebilir. Ayrıca internet, tüm dünyada kullanılan bilgisayarların belirli bir bağlantı aracılığıyla birlikteliğini anlatan iletişim olarak da adlandırılabilir. İnternetin yayılmasıyla kullanıcı kitlesi çeşitlenmiş ve kullanım amaçları da farklılaşmıştır (Altun, 2005).

İnternetin, devrimsel karakteri ve harekete geçiren gücü olarak da bilinen en temel özelliği “interaktivitedir”. “İnteraktivite en genel anlamda, çevrimiçi durumdaki kullanıcıların üçüncü partilere “aktif” bilgi göndermesi ve aynı anda da seçtiği sitelerden bilgi elde etmek için online araştırma yapabilmeleridir”. İnteraktivite kullanıcılar ile onların ortaya çıkarıp paylaştıkları içerikleri izleyen takipçiler arasındaki ilişkiyi farklılaştırmaktadır. Aynı zamanda interaktivite bilgiyi

öznelleştirme ve isteğe göre düzenleme için de imkan sağlar (Yılmazel ve diğerleri, 2013). Bilginin sadece yerel alanlar ya da kuruluşlar içinde değil aynı zamanda ülkeler arasında da en verimli yolla paylaşımını, güncel ve doğru bilgiye ulaşımı sağlayan “INTERNET”, günümüzde bilginin taşınması için en önemli alt yapıyı oluşturmuştur (Çağıltay, 1997). İnternet; insanların araştırmaları yönetme yeteneğini, iş görme performansını, uluslararası kütüphanelere ulaşımını, bankacılık işlemlerini, alışveriş veya tatil planı yapmaları vb. gibi pratik uygulamaları kolaylaştırmaktadır. (Chou, Condron ve Belland, 2005; akt. Çakır ve Horzum, 2008)

İnterneti diğer medya biçimlerinden farklılaştıran temel özellikleri ise şunlardır (Yılmazel ve diğerleri, 2013):

- Bilginin, ortaya çıktığı yerden bağımsız olarak küresel boyutta dağıtımı ve yayılımı,
- Bilginin, dolaylı yollar yerine doğrudan iletimi ve böylece haber üretim döngüsünün kısalması; üretim, dağıtım ve alım arasındaki sınırların silikleşip nispeten ucuzlaması,
- İletimin aşırı hızı ve yayılımı ki bu internetin devrimsel karakteri olan interaktiviteyi tanımlaması,
- İnternetin baskın yapısal özelliği olan interaktivite, bir noktadan başka bir noktaya, bir noktadan çoklu noktalara veya çoklu noktalardan çoklu noktalara gibi haberleşme türlerini desteklemesi,
- Metin, ses, resim ve görüntünün birbiriyle bütünleşmesi, yani multimedya,
- Dinamik, değişken, zaman ve mekanın kısıtlamalarını aşmaya eğilimli olan hiper metin, klasik metnin durağan kavramının önüne geçer.

2.1.1.2 Web 2.0

Web 2.0 teknolojileri, internet tabanlı uygulamalara yönelik yapılan bir sınıflandırmayı, felsefi bir bakış açısını ifade etmektedir (Çoklar, 2014). Web 2.0 ve günlük yaşantıya kattığı uygulamalar “Oku/Yaz Web” olarak da tanımlanabilmektedir. Web 2.0 kavramı ilk kuşak web araçlarından farklı özelliklere sahip World Wide Web (www)’in ikinci kuşağını ifade etmek için kullanılmaktadır (Ajjan ve Hartshorne, 2008: akt. Akkoyunlu, İşman ve Odabaşı, 2015).

İlk olarak 2004'te Oreilly medya uzmanı Tim Berners-Lee tarafından Web 2.0 kullanıldı. Bu terim internetin artık karşılıklı iletişime yönelik çalışacak yeni bir düzleme geldiğini belirtir (Nizam ve Cabiroğlu, 2014). Kısaca O'Reilly'nin tanımlamış olduğu "Web 2.0 kavramı; katılımlı bir ortam ve yapı oluşturmaya imkan sağlayan bir dizi yeni uygulama ve hizmetlerin toplamıdır". Web 2.0 şemsiye bir kavramdır ve içinde birçok uygulamayı kullanmayı sağlayan araçlar bulundurmaktadır. Halihazırda Web 2.0 fikrini oluşturan fikirler tek bir araçla hayata geçirilemeyecek kadar fazladır. Bu araçlar sosyal araçlar olarak da ele alınmaktadır (Horzum ve Ayas, 2010; Akkoyunlu ve diğerleri, 2015). Web 2.0 katılımcı teknolojileri, sosyal ağ siteleri, bloglar, wikiler, anlık mesajlaşma yazılımları, açık video paylaşım siteleri, sosyal işaretleme yazılımları gibi hızla yayılmakta olan teknolojilerdir (Çoklar, 2014). Bu yeni teknolojiler oluşturulan içeriklerin kullanıcılar tarafında paylaşılmasını ve aynı zamanda içeriğin önceden daha kolay bir şekilde kullanılmasını, dağıtılmasını ve oluşturulmasını sağlamaktadır (Selwyn, 2007: akt. Akkoyunlu ve diğerleri, 2015).

Web 2.0 araçlarını diğer teknolojilerden farklı kılan dört özellik vardır. Bunların ilki teknik bilgi gereksinimini fazla gerektirmemeleri ve bu sayede kolay tasarlanabilmeleridir. Diğer özelliği ise içerik aktarımı için sunucu bilgisayar barındırma hizmetine gerek duymayarak sadece üyelik karşılığında hizmetler kullanıcılara ücretsiz olarak sağlanmasıdır. Web 2.0 teknolojilerinin diğer bir özelliği ise yükleme ve güncelleme kolaylığı olmasıdır. Son olarak da Web 2.0. teknolojileri çoklu etkileşime olanak sağlamaktadır. Bu sayede kullanıcılar ve içerik sınırlı olarak aktif hale gelerek, tek bir sayfaya birden fazla kişi paylaşım yapabilmekte, yapılan paylaşımlara istenildiği kadar yorum yapılabilmektedir. Sayılan bu özellikler, Web 2.0 teknolojilerini oldukça popüler bir konuma taşımıştır (Çoklar, 2014). Web 2.0 teknolojileri ile birlikte günlük yaşantıya dahil olan en önemli uygulamalardan biri ise sosyal ağlardır (Akkoyunlu ve diğerleri, 2015).

2.1.1.3 Sosyal medya

Sosyal medya olarak isimlendirilen kavram, blogları, tartışma panolarını, moblogları (Özellikle PDA ve Cep telefonlarında kullanım için tasarlanmış ses, resim, film ve fotoğraf içeren siteler.) ve sosyal ağ sitelerini içermektedir (Mangold ve Foulds,

2009: akt. Akkoyunlu ve diğeri, 2015). Sosyal medya mecraları, insanlar arası etkileşim, bilgi paylaşımı ve mesajlaşma gibi sosyal faaliyetleri internet ortamında yürütmek için oluşturulan sanal ağlardır (Nizam ve Cabiroğlu, 2014). Bir başka tanımda ise “sosyal medya kullanıcılarına etkileşim, iletişim ve paylaşım olanağı veren dijital medya” olarak tanımlanırken başka bir görüŖe göre ise “sosyal medya kullanıcı kaynaklı içeriklerin paylaşıldığı YouTube, Flickr ve Digg gibi siteler” olarak ifade edilmektedir.

Son dönemlerde sosyal medyanın; “iletişim merkezli sosyal medya”, “iş birliği ve bilgi paylaşımı merkezli sosyal medya” ve “zengin medya içeriğinin paylaşımını hedef alan sosyal medya” şeklinde üç ana ortamda gelişme kaydettiğini söylenebilir. İletişim merkezli sosyal medya içerisinde; web günlükleri, mikrobloglar, sosyal ağ siteleri ve grupları denilen uygulamalar görölmektedir. Web günlükleri aslında kişisel web sayfaları olarak tanımlanabilir. Mikrobloglar ise bir ağ grubu içinde yer alan üyelerin birbirlerine kısa mesajlar yollayabildiği uygulamadır. Günümüzde en çok bilineni Twitter’dır. Sosyal ağ siteleri ve grupları ise farklı paylaşımlarda bulunmaya olanak sağlayan, fotoğraflardan mesajlara ve özel mesajlaşmaya kadar birçok uygulamada bulunmaya yardımcı olan Facebook ve YouTube gibi sosyal ağ ortamlarıdır.

İş birliği ve bilgi paylaşımı merkezli sosyal medya içerisinde ise; wiki siteleri ve sosyal işaretleme siteleri olarak ifade edilen ana uygulamalar görölmektedir. Wiki siteleri okunabilir ve yazılabilir web siteleri olarak açıklanabilir. Günümüzde en yaygın ve dikkat çeken wiki sitesi çeşidi Wikipedia’dır. Sosyal işaretleme siteleri ise bir kullanıcının beğendiği bir sayfayı diğer kullanıcılarında görmesi amacıyla internet ortamında kaydetmesini sağlayan “del.icio.us” gibi uygulamalardır.

Zengin medya içeriğinin paylaşımını hedef alan sosyal medya içerisinde de; fotoğraf, resim ve benzeri farklı çalışmaların paylaşıldığı siteler, video, müzik ve ses dosyalarının paylaşıldığı siteler, canlı yayın siteleri, hazır sunum paylaşım siteleri, sanal gerçeklik siteleri olarak ifade edilen temel uygulamalar görölmektedir. Fotoğraf, resim ve benzeri farklı çalışmaların paylaşıldığı sitelerden günümüzde en dikkat çekenleri içerisinde “DevianArt ve Flickr” gelmektedir. Video, müzik ve ses dosyalarının paylaşıldığı sitelerde en temel aktivite YouTube’da olduğu gibi üretilen içeriğin ve beğenilen içeriğin paylaşılmasıdır. Canlı yayın sitelerinde ise internette veya internet dışında gerçekleşen ses ve görüntüye bir arada sahip olan değişik

içerikler paylaşılmaktadır. Hazır sunum paylaşım sitelerinde farklı kişiler tarafından farklı konularda çeşitli sunumlar paylaşılmaktadır. Günümüzde en yaygın olarak SlideShare ve Scribd adlı siteler kullanılmaktadır. Sanal gerçeklik içeren siteler ise farklı deneyimlerinin benzerlerinin ortaya çıkarıldığı ve oyun-tekrar yaklaşımına göre hareket eden kullanıcılara aktarıldığı uygulamalardır. Günümüzde en dikkat çeken uygulama “Second Life”tır. Sosyal medya; geniş kapsamda ve erişilebilir teknolojileri kullanmak ve yer vermek, insanların farklı gruplarla ve insan toplulukları ile iletişim kurmasını sağlamak, belli konularda etki yaratabilme gibi avantajlar sağlamaktadır (Yılmazel ve diğerleri, 2013).

2.1.1.4 Sosyal ağlar

Kişinin kendisini tanıtan bir profil tanımından sonra arkadaşlarıyla paylaşımı, mesaj ve beğeni gibi yöntemlerle iletişime geçmesi için altyapı sağlayan web siteleridir. Web 2.0’ın en belirleyici özelliğidir (Nizam ve Cabiroğlu, 2014). Çoklar’a (2014) göre de sosyal ağlar, üyelik sistemi ile çalışan ve kullanıcılar arasında, resim, yazı, video, link, yorum paylaşımı gibi etkileşim imkanları sunan Web 2.0 araçlarıdır.

Sosyal ağ, insanların ortak bir amaca yönelik düşüncelerini paylaşmalarını ve birbiriyle etkileşim kurmalarını kolaylaştıran internet üzerindeki toplulukları belirtmektedir (Preeti, 2009: akt. Akkoyunlu ve diğerleri, 2015). Sosyal ağ siteleri ise, insanlara kendilerini ifade etme, tanıdıkları sosyal kullanıcılarla iletişim, tanımadıkları sosyal kullanıcılarla yeni ilişkiler kurmalarına olanak sunmaktadır (Akkoyunlu ve diğerleri, 2015).

2009 yılında araştırmalara göre sosyal ağ siteleri dünya nüfusunun %70’ine erişmiştir. Dünya nüfusunun büyük bir çoğunluğunun kullandığı sosyal ağlar, bireyler ve gruplar arasındaki karşılıklı etkileşimi daha kolay hale getiren ve güçlendiren, sosyal dönüt için değişik imkanlar sunan yazılımlar olarak tanımlanmıştır (Boyd, 2003: akt. Akkoyunlu ve diğerleri, 2015). Sosyal ağlar, bireylere isteklerine göre herkese açık profil oluşturma, daha önceden tanıdığı kişilerle iletişim kurma veya yeni kullanıcılarla tanışma ve yapılan ayarlamalara göre sosyal ağı kullanan kişilerin sistemdeki diğerleri ile olan bağlantılarını takip ve izleme fırsatı veren web tabanlı uygulamadır (Boyd ve Ellison, 2007: akt. Akkoyunlu ve diğerleri, 2015). Clude Mitchell’in tanımına göre “Sosyal ağ belli grup insanın

belirli bir ağ ile birlikte ve bu ağa belirli özellikler yükleyerek bu sürece katılan bireylerin sosyal davranışlarını yorumlamaya yarayan bağlantılardır.” Wasserman ve Faust’a (t.y.) göre ise “Sosyal ağlar sınırlı yapıdaki katılımcıların ve onların ilişkilerinin birbirileri ile etkileşimlerinin üzerinden yeniden tanımlanmasıdır.” Richter ve Koch (t.y.) ise “Sosyal ağ sitelerinin bir tür uygulama siteleri olduğunu ve kullanıcılara kendi kimliklerini ve ilişkide kalabilmelerini yönetebilmeleri için işlevler sunan ağlar” olarak tanımlamaktadırlar (Yılmazel ve diğerleri, 2013).

Sosyal ağlar bilgi paylaşımı aracı ve sosyal destek kaynağı olması bakımından sosyal öğrenme ortamı olarak kullanılmakta, öğrenenler arasında paylaşım ve iş birliğini destekleyen sosyal bağlantıların kurulmasına imkan sağlamaktadır (Cadima, Ojeda ve Monguet, 2012; Cho ve diğerleri, 2007: akt. Akkoyunlu ve diğerleri, 2015). Bireylerin sosyal ağlarda neden bulduklarını bilgi alışverişi amacıyla kullanım (fikir alma, yeni şeyler kazanma, yeni teknolojileri keşfetme, farkındalık, hisleri ifade yolu bulma), sosyal amaçla kullanım (öğüt alma, duyguları ifade etme ve başkalarını destekleme), arkadaşlık amacıyla kullanım (aynı değerlere sahip insanlarla iletişim, benzer ilgideki kişilerle konuşma, eğlenceli olduğunu düşünme ve toplulukla birşeyler paylaşmaktan keyif alma) şeklinde gruplanabilir (Yılmazel ve diğerleri, 2013).

2.1.1.5 Sosyal ağ siteleri

Günümüzde daha farklı internet ortamlarının kullanılmaya başlanmasının sebebi sosyal etkileşimi, iş birliğini ve paylaşımı ön planda tutan Web 2.0 teknolojilerinin gelişmesi ve online grupların kullanımına olanak sağlamasıdır. İlgili ortamlardan biri de, Web 2.0 teknolojisinin önemli bileşenlerinden ve en çok rağbet gören paylaşım ortamlarından biri olarak bilinen sosyal ağ siteleridir (Karal ve Kokoç, 2010). Ayrıca, bu siteler, kültürel etkinlikler, resim, grup adresleri, kitap, müzik, sinema, video, arkadaşlık, kişisel düşünceler gibi daha birçok bilginin ve etkinliğin paylaşıldığı online araçlar olarak kullanılmaktadır (Lewis, Kaufman, Gonzales, Wimmer ve Christakis, 2008; akt. Arabacıoğlu ve Çakır, 2017). Başlıca sosyal ağ siteleri ise şunlardır:

- Facebook,
- Twitter,

- Blog,
- LinkedIn,
- Google+,
- YouTube,
- Flickr,
- Viki.

2.1.1.5.1 Facebook

“Facebook, insanların arkadaşlarıyla iletişim kurmasını ve bilgi alışverişini sağlayan sosyal bir ağıdır” (Alper ve diğerleri, 2012). Harvard Üniversitesi öğrencisi olan *Mark Zuckerberg* tarafından 2004 yılında kurulmuştur. Kişisel profil tanımlama, arkadaş ekleme, görüş, fotoğraf, olay, video ve dosya paylaşımı gibi temel servisler sunar. En önemli özelliklerinden birisi temel uygulamalar yanında, kullanıcıların kendi uygulamalarını geliştirme ve paylaşımlarını sağlayan bir altyapı sunmasıdır. Facebook gönüllü kullanıcılar vasıtasıyla 70 dile çevrilmiş ve yayın yapmaktadır (Nizam ve Cabiroğlu, 2014). Facebook kullanıcıları tasarım olarak herhangi bir işlem yapmasına gerek bulunmayarak, üyeler doğrudan bilgi paylaşabilmektedirler. Daha çok iletişim ve eğlence amaçlı kullanılan Facebook, eğitim amaçlı olarak da kullanım potansiyeline sahiptir (Çoklar, 2014). Facebook kullanım nedenleri üzerinde alanyazında pek çok araştırma bulunmakla beraber Sheldon’a (2008) göre bireysel arası iletişim ilk sırada yer almaktadır (akt. Arabacıoğlu ve Çakır, 2017). Yurtdışında yapılan çalışmalara göre Facebook’un kullanıcıları arasında en çok yaygın kullanım nedenleri şu şekildedir (Alper ve diğerleri, 2012);

- Var olan ilişkileri korumak,
- Yeni insanlarla tanışmak,
- Zaman geçirmek,
- Kendini ifade edebilmek,
- Öğretimde kullanmaktır.

2.1.1.5.2 Twitter

Twitter, “ilgi çekici bulduğunuz konularda en son bilgilere ulaşmanızı sağlayan gerçek zamanlı bir bilgi ağıdır”. Twitter’ın anahtar kavramı, “Tweet” adı verilen küçük bilgi parçalarıdır. Her bir Tweet’in karakter sınırı vardır. Bu da en fazla 140 karakter uzunluğundadır. Resmi olarak Ekim 2006’da kurulmuştur. Kurucu şirket Obvious Corporation, en popüler mikro-blog servsidir.

Twitter, “Şu anda neler oluyor?” sorusunu kullanıcılarına soran ve kullanıcıların hayatlarına dair anlatmak istediklerini 140 karakter ile paylaşmasını isteyen bir sosyal paylaşım sitesidir. Bir diğer tanımı ile Twitter, 140 karakterden oluşan “tweet” adı verilen kısa mesajların gönderilebildiği ve diğer üyelerin mesajlarının takip edilebildiği, okunabildiği bir mikro-blog servsidir (Alper ve diğerleri, 2012).

Twitter 140 karakterden oluşan kısa mesaj esasına göre çalışan özellikle akıllı telefonlara uygun bir sosyal medya servsidir. Arkadaş yerine takipçi kavramı kullanılır ve Facebook’a göre takipçi olmak oldukça kolaydır. Tekrar gönder (Retweet) özelliği ile mesajlar çok yayılabilir. Twitter birçok özelliği ile bloga benzer ancak klasik blogda mesajda karakter ve resim sınırı yoktur. Twitter mesajları sınırladığından dolayı mini blog (Micro-blogging) olarak isimlendirilir.

Hashtag isimli mekanizmayla kullanıcı önemli gördüğü konuyu mesaj içinde # sembolü kullanılarak işaretleyebilir. Bu sayede o konuda *gündem* oluşturulabilmektedir. Gündem ilgilenebilecek Twitter kullanıcılarına otomatik gösterilir. Bu gösterim paylaşım artışı sağladığından birçok firma ve kişi tarafından bu listede olmak ulaşılmaya hedeflenen bir durumdur. Öne çıkan en çok izlenen tweet’ler de (top tweet) tüm ilgili kullanıcılar tarafından izlenebilir (Nizam ve Cabiroğlu, 2014).

Twitter’ın kullanım alanları hakkında birçok konunun altı çizilebilir. Paylaşımlar konusunda herhangi bir sınır olmadığı için çok farklı kullanım alanına sahiptir. İletişimden, reklama, sanattan ticarete, iş dünyasından iş aramaya kadar birçok kullanım alanından bahsedilebilir (Alper ve diğerleri, 2012).

2.1.1.5.2.1 Mikro-blog nedir?

Mikro-blog kullanıcıların istediklerini anlık olarak yazabildikleri paylaşım ağlarına verilen genel isimdir. Normal sosyal paylaşım ağlarından farkı ise yazılacak olan mesajlarda karakter sınırlaması olmasıdır. Dünyanın her neresinde olursa olsun bir gelişme olduğunda bunu en hızlı duyuran platformlar mikro-bloglardır. 140 karakter ile sınırlı içerikleri ile güncellenebilmeleri, mobil cihazlarla rahatca kullanılabilmesi ise içeriğin daha yüksek hızda yayılmasına imkan vermektedir (Alper ve diğerleri, 2012).

2.1.1.5.3 Blog

“Ağ günlüğü” şeklinde tanımlanan blog, HTML bilgisi gerekmeden, dosya transferi işlemlerine ve özel bir yazılıma gerek duymadan web sayfası hazırlama ve düzenleme imkanı sunan web yazarlığı uygulamalarıdır (Altun, 2005). Yani bloglar, insanların herhangi bir programlama bilgisine sahip olmadan herhangi bir konuda diğer insanlarla fotoğraf, haber, video, metin gibi farklı içerik türlerini paylaşabileceği ortamdır. Blog yazan kişiye ise *blogger* denir (Alper ve diğerleri, 2012). Web 2.0 katılım teknolojilerinden biri olan bloglar, kişisel web sayfalarının karşılanması açısından “Web 2.0 araçları” arasında dikkat çekici bir paya sahiptir (Çoklar, 2014).

Ağ günlükleri (blog), istenilen zamanda güncellenebilen ve son girilen maddeden ilk girilen maddeye doğru sıralama yapabilen internet sitesidir. Blog oluşturmak için farklı web sayfaları kullanılabilir. Blogcu ve Blogger bunlardan sayılabilir. Sosyal ağlarla entegre çalışabilen blog servisleri de bulunmaktadır. Tumblr, bu sosyal ağ ve blog sitesi servislerinden birisidir. Kurucu olan David Karp tarafından 2007 yılında servise açılmıştır (Akkoyunlu ve diğerleri, 2015).

Bloglar, kullanım amacına göre farklı türlere ayrılmakla beraber eğitim bloğu amaçlı da kullanılabilir. Eğitim içerikli bloglarda öğrenciler öğrendikleri bilgileri yayımlayarak, paylaşımcı ve tartışmaya açık bir ortam hazırlarlar. Böylece sosyal etkileşim ve iş birliğine dayalı öğrenmeye olanak sağlanmış olacaktır. Bunlarla beraber bloglar, öğrencilere her zaman her yerden erişebilecekleri sanal bir sınıf ortamı gibi ders notlarının tutulması, ödevlerin duyurulması ve ödevler için geri

bildirim sunulması, danışmanlık ve rehberlik hizmetlerinin sağlanması gibi amaçlarla kullanılabilir (Altun, 2005).

2.1.1.5.4 LinkedIn

2003 yılında kurulan LinkedIn, iş hayatına odaklanan bir sosyal ağ sitesidir. İnsanlar bu ağda mesleki geçmişlerini tanımlayarak iş arkadaşları ve diğer meslektaşlarıyla ilişki kurabilirler. Ayrıca firmaların eleman arama ve kişilerin de iş bulmalarını destekleyen bir sitedir (Nizam ve Cabiroğlu, 2014). LinkedIn kullanıcılarının, güvenilir ilişki ve gruplardan oluşan bir ağda buluşmasına, karşılıklı fikir alışverişinde bulunmasına, öğrenmesine, anlaşmalar yapmasına, imkânlar sunmakta ayrıca kullanıcıların çalışanlar bulmasına, çalışmasına ve kararlar almasına yardım etmek üzere hizmetler sunmaktadır (LinkedIn, 2019).

2.1.1.5.5 YouTube

Chad Hurley, Jawed Karim ve Steve Chen tarafından 2005 yılında kurulan YouTube, video paylaşım ve barındırma sitesidir. Kullanıcılar, sitede var olan videoları izleyebildikleri gibi kendi videolarını da yükleyebilmektedirler. YouTube sitesi, kendi yayınlarını yapmak, kullanıcılar arasında iletişim kanalı oluşturmak, yüklenen videoların tüm dünyayla paylaşmak, yeni insanları tanımak, akademik ihtiyaçlarını karşılamak, video hakkında yorum ortamıyla tartışma ve fikir paylaşımında bulunmak, boş zamanlarını eğlenceli bir şekilde geçirmek amacıyla kullanılabilir (Alper ve diğerleri, 2012). Ayrıca, büyüğünden küçüğüne her yaşta bireyin orijinal içerikte yapıtlar ortaya koymakta ve reklamcılar için de bir dağıtım platformu görevi görmektedir. Kullanıcıların çektikleri videoların paylaşımına dayanan bu sitede, video kanalı açmak, video izlemek, video kanallarına abone olmak bu kanalların paylaştıkları videoları takip etmek, videolara yorumlarda bulunmak ve beğenip, beğenilmeyeni oylamak ve paylaşmak mümkündür. Bunların yanı sıra kendi oynatma listelerinizi oluşturabilir ve videoların ne kadar izlendiğini de görebilirsiniz (URL1, 2019).

2.1.1.5.6 Flickr

2004 yılında Ludicorp tarafından yaratılan Flickr, fotoğraf ve kısa video paylaşımına odaklanmış bir sosyal ağ sitesidir. Bu ağda sadece fotoğraf paylaşmakla kalmayıp, arkadaşlar edinebilir, aynı konulara ilgi duyan kişilerle iletişim kurabilir ve arkadaş fotoğraflarına yorumlar yapılabilir. Sosyal bir paylaşım sitesi olan Flickr, çektiğiniz fotoğrafları ya da başkasına ait fotoğrafları arkadaşlar, aile ve tüm dünyayla paylaşılmasını, kısa videolar paylaşılmasını, milyonlarca fotoğraftan oluşan bir fotoğraf havuzunun oluşturulmasını, üyelerin birbirini takip ederek sosyal bir ağ oluşturmasını, belli konularda gruplar oluşturulup fotoğraf eşliğinde tartışma ortamının sağlanmasını ve fotoğraf galerileri oluşturulmasını amaçlamaktadır (Alper ve diğerleri, 2012).

2.1.1.5.7 Viki

Wiki adı WikiWiki kelimesinden türemiştir. Bu kelime Hawaii dilinde çabuk anlamına gelmektedir. Türkçede ise “viki” olarak adlandırılmaktadır (Alper ve diğerleri, 2012). Wikiler bir konu ile ilgili bilgilerin verildiği, çok sayıda yazar tarafından oluşturulan içeriğin paylaşıldığı dijital ansiklopedi şeklinde adlandırılmaktadır (Çoklar, 2014). Wiki, üzerinde herkesin istediği gibi düzenlemeler yapmasına izin veren, bir ansiklopediyi, sözlüğü ya da veri tabanını andıran web siteleridir. Yapısal olarak blog sayfalarıyla benzerlik göstermesine rağmen onlar gibi tek bir yazarı yoktur (Altun, 2005).

Vikiler, “üyelik gerektirmeden ziyaretçilere bazı içerikleri ekleme, düzeltme, silme ve değiştirmeye izin veren, sayfalar arasında köprü kurmayı da sağlayan” bir çeşit web sitesidir (Akkoyunlu ve diğerleri, 2015). Birçok kişi aynı anda bir konuda bilgi ekleyebilir. En ünlüsü Wikipedia’dır (Nizam ve Cabiroğlu, 2014).

Viki ortamlarında dokümanlar, metinler oluşturulabileceği gibi sayfalara videolar, resimler ve slaytlar da eklenebilir. Vikilerin diğer internet sitelerinden ayırıcı özelliği ise çoklu yazarlar tarafından güncellenebilmesi ve bir konu hakkında bilgi sunarken köprülerle (link) farklı bilgilere kolayca ulaşmayı sağlamasıdır (Alper ve diğerleri, 2012).

2.1.1.6 Sosyal ağların eğitimdeki yeri

İçerisinde milyonlarca video bulunan video paylaşım sitelerinin ilki ve en büyüğü olan YouTube eğitimde kullanılabilir çevrimiçi bir değerdir. Playback kontrol imkanı sebebiyle sınıf ortamında avantajlı ve verimli bir şekilde kullanılabilir. Herhangi bir video izlenmesi sırasında sayfada önerilen videoların görünmesi öğrencilerin o anda aklına gelen içeriğe ulaşmasına olanak sağlayabilmektedir. Öğretmen ve öğrenciler bir kanal açabilmektedirler. Bu kanala yüklediği videoları internet ortamında yayımlayıp, favori listesi oluşturabilmekte, ilgi alanlarına uygun yayın yapan kanallara abone olabilmekte, kişisel listeler oluşturabilmekte, başka bir sitede bu videoları paylaşabilmektedirler. Powerpoint gibi yazılımlara YouTube'dan video eklemesi yapılabilmektedir. Bu sayede öğretmen ve öğrenciler sunum hazırlarken konu ile ilgili görsellere etkin bir şekilde yer verebilmektedirler. YouTube mobil kullanım aracılığıyla öğretmen öğrencilerine sınıf ortamı dışında edinilmesini istediği görseli paylaşabilir, öğrenciler sınıf ortamı dışında derslerini takip edebilirler. Sınıf ortamı veya uzaktan eğitimde öğrenciler ve öğretmen, videoya yapılan yorumlarla birbirleriyle fikir alışverişinde bulunabilir, soru sorabilir ve içeriğe katkı sağlayabilir. Sınıf ortamında kendini ifade etmekte zorlanan öğrencilerin derse katılımı konusunda güdüleyici bir araç olabilir. El becerisi gerektiren derslerde öğretmen uygulama basamaklarını anlatan bir videoyu YouTube'a yükleyerek öğrencilerine kılavuzluk yapabilir.

Flickr ise sahip olduğu sayısız resim arşivi sayesinde eğitimin her kademesinde kullanılabilir. Öğrenciler pek çok ders ve konu için resim bulabilir ve bu resimleri paylaşabilir. Öğretmen ve öğrenciler kendi oluşturdukları resimleri, fotoğrafları ve resim formatındaki diğer belgeleri paylaşabilirler. Grup oluşturma özelliği sayesinde öğrenciler sosyal bir ağın parçası haline gelip resimler ve mesajlar aracılığıyla çevrimiçi öğrenmeleri gerçekleştirebilirler. Sanal müze turunun oluşturulması, kelime hazinesinin geliştirilmesi, dijital fotoğraf makinesinin kullanımının öğretilmesi, dijital öykü oluşturma ve boyamalar yardımıyla beyin fırtınası uygulanması örnek sınıf içi veya dışı etkinliklerden birkaçıdır.

Viki'nin eğitimde kullanımı ise öğretmenlerin öğrencilerine yazılı bir dersi anlatmadan önce bir ön okuma ödevi şeklinde olabilir. Ayrıca öğretmenin ders planını yayınlanması için de uygun bir ortam olabilir. Gruplara ayrılan öğrenciler farklı konularda viki sayfaları oluşturarak, grup olarak iş birliği içinde çalışabilir. Bu

tür ortamlar yapılandırmacı yaklaşıma uygun öğrenme modellerini uygulamada da kullanılabilir. Problem durumu, olay ya da senaryo viki sayfalarından sunulduktan sonra her bir oturum için tartışma sayfaları oluşturulabilir. Yapılan tartışmalarla öğrencilerin fikirlerini söylemesi ve başka fikirleri de görmesi yoluyla problem çözülebilir. İşbirlikli öğrenme ortamları oluşturan bu teknolojide kullanıcılar sadece okur değil aynı zamanda da yazar olarak öğrenme ortamına katkıda bulunurlar. Böylece katılımcı bilgiyi sadece okuyan olmaz ve okur-yazar olma yolunda süreç boyunca aktif rol alır (Alper ve diğerleri, 2012).

Elmas ve Geban (2012), Byrne (2009)'ın yapmış olduğu gruplandırmaya bağlı olarak Web 2.0 teknolojilerinin öğrenme ortamlarında kullanılmasının öğretmen, öğrenci ve sınıf ortamı açısından katkılarını aşağıdaki şekilde sıralamıştır (Akkoyunlu ve diğerleri, 2015).

Öğretmen açısından yararları şunlardır:

- Sınıfına canlılık ve hareket katar.
- Değişik değerlendirme imkanları sunar.
- Derslerde daha güncel ve kullanışlı içerikleri kullanır.
- Ortaya konan ürünü kolaylıkla takip eder.

Öğrenci açısından yararları (akt. Akkoyunlu ve diğerleri, 2015);

- Sürekli değişik Web 2.0 araçlarını kullanan öğrenci daha aktif ve zinde kalır. Öğrencilere aktif ve katılımcı bireyler olma olanağı tanırken teknoloji okuryazarlığı becerilerini geliştirir (Pınie ve Cabrera, 2006).
- Öğrenci ürün odaklı çalışarak gösterdiği çaba ve gayretin karşılığını somut olarak alır (O'Reilly, 2007).
- Öğrencilere çalışma saatleri ve ortamları konusunda esneklik sağlar (Prashing, 2006).
- Güncel ve kullanışlı bilgilere ulaşabilir (O'Reilly, 2007).
- Öğrenciler web bağlantıları aracılığıyla daha derinlemesine araştırma yapabilirler (O'Reilly, 2007).
- Öğrencinin web aracı ile geliştirdiği ürünle sınıfa gelmesi aktivitelere katılmak için motivasyonunu artırır (Conole ve Alevizou, 2010; Lu, Lai ve Law, 2010).

- Öğrenciler hazırladıkları ürünle ilgili eleştiriler alabilirler ve bu eleştirilere göre rahatlıkla ortaya koydukları ürünü değiştirebilirler. Bu şekilde öğrenciler üzerlerinde çalıştıkları akademik konularla daha çok özümser ve kendi öğrenmeleri üzerinde kontrolleri artar (Bonk, 2009; Conole ve Alevizou, 2010; Franklin ve van Harmelen, 2007).
- Öğrenciler, grup halinde çalışarak sosyalleşir ve birbirlerinin tecrübe ve bilgilerinden olabildiğince faydalanırlar (Conole ve Alevizou, 2010; Franklin ve van Harmelen, 2007; Lu, Lai ve Law, 2010; O'Reilly, 2007).
- Öğrencilere ders kitaplarından daha fazlasını deneme, içerik oluşturma ve içeriği manipüle etme hakkı tanır; bu da öğrencilerin özgüvenlerinin gelişmesini sağlar (Conole ve Alevizou, 2010).

Sınıf ortamı açısından yararları şunlardır:

- Daha etkin, aktif ve katılım oranı yüksek bir sınıf ortamı oluşmasını sağlar.
- Öğrencilerin sınıf ortamındaki birbirine karşı olan tutum ve davranışlarını olumlu yönde geliştireceği söylenebilir.

Okulların teknoloji ve interneti etkili olarak kullanabilmeleri, okul yöneticilerinin teknolojiye karşı tutumlarıyla ve sorumluluklarının bilincinde olmalarıyla alakalıdır. Okul yöneticilerinin önce kendileri teknolojiyi ve eğitime interneti katmayı iyi bilmelidirler. Böylece öğretmen ve öğrencilere iyi bir model olabilirler. Ayrıca okul yöneticileri, eğitim teknolojilerindeki son değişikliklerle ilgili de bilgi sahibi olmak zorundadır. Okul yöneticilerine düşen diğer bir görev hizmetiçi eğitimlerle teknoloji konusunda istekli öğretmenlerin gelişimine olanak sağlamaktır. Evinde bilgisayar olmayan çoğu öğrenciye etüd saatleri planlayarak okulun veya iş birliği yapabilecek bir kurumun bilgisayarlarıyla bilgiye ulaşma imkanı sağlanması, çalışma saatlerinin planlanması, okulun veya işbirliği yapılan kurumun mesai saatleri dışında da açık kalmasını sağlamak için gerekli düzenlemelerin yapılması da okul yöneticilerinin sorumluluğundadır. Okul yöneticileri, derslerde ve kütüphanede kullanılabilecek merkez bilgisayara kurulmuş kataloglara sahip olmalıdır. Öğretmenlerin internet kullanımı yoluyla öğrencilere proje yaptırabilmesi için kılavuzluk göreviyle ilgili seminerler düzenlenmesini sağlamak okul yöneticilerinin görevleri arasında olmalıdır. Yöneticiler ve öğretmenler, öğrencilerin bilgi üretmelerine teknolojiyi kullanarak nasıl yardımcı olabilecekleri konusuna dikkat etmelidirler. Öğretmenler ve okul yöneticileri değişen rollerini tartışma konusu yaparak geleneksel öğretim

yolları ile internet yoluyla öğretimin nasıl entegre edilebileceğinin ortaya çıkarılmasının önemi göz ardı edilmemelidir.

Merkez örgütündeki yöneticilerin üzerinde durması gereken konulardan biri de eğitimde yeni teknolojilerin eğitsel amaçlı kullanılması için gereken yazılımların uzmanlar tarafından hazırlanması ve okulda kullanılmasının sağlanmasıdır. Günümüzde her türlü iş alanında olduğu gibi eğitim sektöründe de teknoloji ve özellikle internet konusunda kendisini yetiştirmiş bireyler tercih edilmektedir. Eğer kişinin teknoloji konusunda yeterli bilgisi varsa daha iyi pozisyonlar elde edebilir. Çünkü günümüzde bütün kariyer fırsatları bilgisayara ve internete bağımlı hale gelmiştir. Bu yüzden kariyer planlaması yapan yöneticilerin de internetin kendi alanlarında etkili olacağını bilmeleri ve ona göre kendilerini yetiştirmeleri gerekmektedir. Bu doğrultuda yöneticiler internetten daha iyi nasıl yararlanabilecekleri konusunda çaba harcamalıdır (Bakioğlu, 2009).

2.1.2 Bireysel Yenilikçilik

2.1.2.1 İnovasyon (yenilik)

Latince ‘innovatus’ kelimesinden türemiş olan inovasyon; “Toplumsal, kültürel ve idari ortamda yeni yöntemlerin kullanılmaya başlanması” manasına gelmektedir. Webster, inovasyonu “yeni ve farklı bir sonuç” olarak tanımlar. Türkçe’de ‘yenilik’, ‘yenileme’ ve ‘yenilikçilik’ gibi sözcükler kullanılsa da, bu kelimelerin yaptığı çağrışımlar gerçek manada karşılığını verememektedir. İnovasyon, farklılaştırma ve değiştirmeyi kapsayan ekonomik ve toplumsal bir sistemi; yeniliğin kendisinden daha çok sonucunu ifade etmektedir (Elçi, 2007). Yenilik kelimesi, Latince “in (eşsiz ve modaya uygun)” ve “nova (bilinmeyen yeni yıldız)” kelimeleri “innovatus” birleşik kelimesini türetmiştir (Saruhan ve Yıldız, 2013). “Yenilik; bir fikri, satılabilir yeni ya da geliştirilmiş bir ürün veya mal ve hizmete dönüştürmek” demektir. Farklı bir tanımıyla yenilik, bir fikrin buluş aşamasından uygulanmasına kadar geçen süreçtir (Drucker, 1985: akt. İmamoğlu, 1999). İnovasyon; bir süreci (yenilemeyi, yenilenmeyi) kapsadığı kadar bir sonucu (yenilik) da kapsayan bir kavramdır (İmamoğlu, 1999). İnovasyon; teknoloji, düşünce, yeni ürün, üretim yöntemi ve ekipmanı üretme veya pazarlama gibi faaliyetlerin idare edilmesidir

(Korkmaz, 2004). Kavrakoğlu (2006)'na göre inovasyon, yaratıcılık yaparak herhangi bir konuda yenilik meydana getirmektir. İnovasyon, hizmet, iş yapma tarzı veya yeni bir ürünle bir kuruluşa rekabet üstünlüğü veren bir durumdur (Mentor, 2009).

İnovasyon, teknoloji veya yönetim alanında olabilir. Teknolojik inovasyonlar, ürün veya süreç düzeyinde olabilirken yönetim inovasyonları, işletmenin temel iş modeli, stratejisi, liderlik stilleri veya düzenleme kültürü ve adlandırılabilir birkaç değişiklik olabilir (Kılıç, 2013). İnovasyon bir şeyi daha iyi ya da gelişmiş yapmakla sınırlı değildir. İnovasyon önemli farklılıklar yaratmak hatta aşama, basamak atlatmaktır. Öyle bir buluş öyle bir yaratım olmalıdır ki değişim yaratmalıdır (Güngör, 2007: akt. Kılıç, 2013). Ayrıca inovasyon sonuçta farklılaşma getirebilir ancak inovasyonun asıl amacı farklılaşmak değildir (Özkent, 2015). Ateş (2007)'e göre inovasyon en çok görülemediği, bir sır olduğu zaman etkilidir. İnovasyon “muhteşem bir fikir” olmak zorunda değildir. Pek çok önemsiz ilerleme büyük anlam ifade edebilir ve kopyalanmaları da bir o kadar zordur. İnovasyon yüksek teknoloji ürünü olmak zorunda da değildir. İnovasyon aşırı basit ve sıradan olabilir.

2.1.2.1.1 İnovasyon süreci

İnovasyon sürecinin ilk adımı bir fikrin ortaya atılması ile başlar. Bu fikir zihinde durup dururken canlanmış olabilir ya da bir beyin fırtınası esnasında ortaya çıkabilir (Özkent, 2015). İnovasyonlar, zamana ve kaynağa ihtiyaç duyarlar. İnovasyonun planlanması ve uygulanmasında strateji, pazar, ürün/proje, süreç/performans ve kültürle ilişkili alanlar dikkate alınması gereken önemli başarı alanlarıdır. Görev ve sorumlulukların açıkça belirlenmesi inovasyon sürecini destekler. Bu doğrultuda Gerybadze ve arkadaşları (2010), inovasyon sürecini her biri birbirine bağımlı on aşamaya ayırmışlardır. Bu aşamalar;

- Strateji planlaması,
- İnovasyon planlaması,
- Fikirlerin oluşturulması,
- Tarama ve değerlendirme,
- Proje seçimi,
- Projenin geliştirilmesi,

- Pazar testleri,
- Üretim,
- Pazara tanıtım,
- İnovasyon kontrolünden oluşmaktadır.

Desouza ve arkadaşları (2009) da güçlü inovasyon sürecine sahip 30 işletmeyi inceleyerek inovasyon sürecini, fikir geliştirme ve hareketlendirme, fikirlerin savunulması ve tarama, deneme ve prototip oluşturma, ticarileştirme, yayılma ve uygulama olarak belirlemişlerdir. Zaltman ve arkadaşları (1973), başlangıç ve uygulama şeklinde iki temel aşamayı içeren çok genel bir süreç modelini önermektedirler. Mudrak ve arkadaşları (2005) ise inovasyon sürecini, tarama, strateji, kaynak, uygulama ve öğrenme ve yeniden inovasyon olmak üzere beş aşamaya ayırmışlardır. Hansen ve Birkinshaw (2007) inovasyon değer zinciri bağlamında inovasyonu, fikir üretimi, fikir geliştirme ve geliştirilen konseptlerin yayılımı şeklinde ardışık üç aşamaya ayırmaktadır (akt. Kılıç, 2013). Durna (2002) ise yenilik sürecini, ihtiyacın belirmesi, başlama, yürütme şeklinde ifade etmiştir. İhtiyacın belirmesi aşamasında performans açığı belirlenir ve sorunlar kavranır. Başlama aşamasında problemi çözmeye yardımcı olacak fikirler oluşur. Yenilik örgütsel yaşamın içine girdiğinde de yürütme süreci başlamış olur. Herhangi bir konuyu derinlemesine inceleyerek, araştırma yapıp yeni bir bilgi yaratmak anlamında ‘dikey bilgi’ ile başka alanlarda yapılanlardan esinlenerek yenilik yapmak anlamında ‘yatay bilgi’ olmak üzere iki şekilde inovasyon geliştirilebilir (Kavrakoğlu, 2006).

İnovasyon kelimesi duyulduğunda akla, internetten alışveriş ya da akıllı cep telefonları türü çığır açan bir ürün gibi teknolojiye dayalı bir hizmet gelebilir. Ancak inovasyon çok çeşitli şekillerde ortaya çıkabilir. İnovasyonun ortaya çıkabilmesi için sadece, alışılmamış fikirler geliştirilip, paketlenip, konumlandırılıp, tanıtılıp, uygulanması gerekir (Mentor, 2009). İnovasyon her alanda yapılabilir. Akla ilk gelen yeni bir üründür. Ancak sıfırdan bir ürün ortaya çıkarmak da kolay değildir. Ama varolan ürünlerde farklılık yaratmak çok zor değildir. İnovasyonun çok etkili olabileceği bir başka alan ise üretim sürecidir. Aslında bir işletmenin planlama, tedarik, üretim, bakım, sevkiyat, montaj, tanıtım, dağıtım kanalları vb. her alanında inovasyon yapılabilir. Bunun için yapılması gereken, mevcudu veri olarak kabul etmeyerek her şeye geniş açıdan bakabilmektir (Kavrakoğlu, 2006).

İnovasyon adına çok daha doğru girişimlerde bulunabilmek için inovasyon fikirlerini, birdenbire parlayan bir ışığa veya öncül adımları bilinmeyen mistik bir kavrama benzetmek yerine üzerinde çok çalışıp araştırmalar yaptıkça gelişen, bilgi ile beslenen bilgi ağları olarak düşünmek gerekir. Ayrıca inovasyon deyince akla hep yepyeni, dah önce kimseler tarafından düşünülmemiş fikirler gelir. Oysaki gerçekte çoğu zaman inovatif fikirler daha önce bulunmuş fikirlerin ve icatların yeni kombinasyonu ya da bazı yönlerinin geliştirilmesi ile oluşurlar. Çoğu araştırma gösteriyor ki yeni fikirler aslında eski düşüncelerin yeni birleşimlerinden ibarettir (Özkent, 2015).

İnovasyon yapmak için atılacak yedi adımlı süreç aşağıdaki gibi sıralanmıştır (Mentor, 2009).

- İnovasyonunuz için ilham verici bir vizyon geliştirin.
- Yararlarınızı tespit edin.
- Resmi olmayan bir destek şebekesi kurun.
- İş gerekçesi oluşturun.
- Yararlarınızla iletişim kurun.
- Herhangi bir direnişi yönetin.
- İnovasyonunuzla ilgili heyecanınızı yitirmeyin.

İnovasyon süreçlerinden faydalanılarak birbirinden farklı alanları kapsayan inovasyon çalışmaları yapılabilmektedir. Literatüre bakıldığında bu çalışmaların birçok şekilde sınıflandığı görülmektedir.

2.1.2.1.2 İnovasyon türleri

İnovasyon, bir işletmenin ürünlerinde, sunduğu hizmetlerde, yaptığı üretim, dağıtım yöntemlerinde, iş yapış şekillerinde, tasarım ve pazarlama faaliyetlerinde yapılabilir. Bunlar da “ürün inovasyonu”, “hizmet inovasyonu”, “süreç inovasyonu”, “organizasyonel inovasyon” ve “pazarlama inovasyonu” olarak isimlendirilir. *Ürün inovasyonu*, değişik ve yeni bir ürünün ortaya çıkarılması; ya da var olan ürün üzerinde değişiklik, farklılık ve yenilik yapılarak pazara sunulmasıdır. Durna (2002)’ya göre ise ürün yeniliği, “bir işletmenin yaptığı ürünlerde ya da sunduğu hizmetlerdeki değişimlerdir”. *Hizmet inovasyonu*, yeni veya büyük oranda değiştirilmiş bir hizmet yaklaşımı, hizmetin sunum şeklinde ve dağıtımında yenilik

ve farklılık, hizmetin uygulanışında yeni teknolojilerin kullanılması olarak ifade edilebilir. *Süreç inovasyonu*, mevcut yöntemlerin düzenlenip daha gelişken hale getirilmesi veya değişik ve yeni bir üretim ya da dağıtım sisteminin geliştirilmesidir. Durna (2002) ise süreç yeniliğini, hizmetin sunulduğu veya bir ürünün yapılış yöntemindeki değişimler olarak ifade etmiştir. *Organizasyonel inovasyon*, yeni çalışma ve iş yapış sisteminin geliştirilmesi ya da varolan sistemin firma şartlarına revize edilerek kullanılmasıdır. *Pazarlama inovasyonu*, farklı ve yeni tasarımların ortaya çıkması, farklı pazarlama sistemlerinin geliştirilmesi ve uygulanması, ya da mevcut sistemin yenilenerek daha gelişkin hale getirilmesidir.

Ayrıca inovasyona teknolojik boyuttan bakıldığında “teknolojik inovasyon” ve “teknolojik olmayan inovasyon” sınıflandırmasına gidilebilir. En az teknolojik inovasyon kadar önemli bir derecesi olan organizasyonel inovasyon ve pazarlama inovasyonu, teknolojik olmayan inovasyon sınıfındadır.

İnovasyonun sadece ekonomiyle alakalı olmadığı, aynı zamanda toplumsal bir yapısının olduğu gerçeğinden yola çıkarak “toplumsal inovasyon” kavramından da söz edilebilir. *Toplumsal inovasyon*, toplumda yer alan herkese yarar sağlayacak yenilik, değişiklik ve iyileştirme çalışmalarının ortaya çıkarılması ve uygulanması olarak açıklanabilir.

İnovasyon, kapsadığı farklılığın, yeniliğin ve değişikliğin oranına göre de “radikal” veya “artımsal” olmak üzere ikiye ayrılabilir. İnovasyon, ya radikal düşüncelerden dolayı daha önce yapılmamış ürün, hizmet veya yöntemlerin ortaya çıkarıldığı büyük atılımlarla oluşur (*radikal inovasyon*), ya da adım adım yapılan, bir dizi geliştirme ve iyileştirmeleri kapsayan faaliyetlerin bir sonucu olarak ortaya çıkar (*artımsal inovasyon*) (Elçi, 2007). Radikal bir yeniliğin en önemli olan özelliği her şeyiyle yeni olmasıdır. Bununla birlikte yüksek düzeyde risklidirler. Ancak başarıya ulaştığında da ilk olmanın avantajıyla yüksek fayda sağlamaktadır (Durna, 2002).

Korkmaz (2004)’a göre inovasyon; süreç, ürün, hizmet, organizasyonel, ticari/pazarlama ve üretim yönetimi inovasyonu şeklinde çeşitli alanlarda örneklendirilebilir. Ateş (2007) inovasyon türlerini; farklılaştırıcı üretim inovasyonu, pazar geliştiren ve şirket dışından gelen yenilikçilik, pazarı yeniden tanımlama, finansal hizmet sistemi, pazarlamada fark uyandıran yenilik, serviste örnek yenilikçilik, ürün geliştirme buluşçuluğu, hedef kitle inovasyonu, ambalaja dair

yenilikçilik, vaat yenileme inovasyonu, müşteriyle buluş yapma ve değer yaratma yaklaşımı, gelecek yaratma inovasyonu, yeniden tanımlama yenilikçiliği, çözüm bulma inovasyonu, yeni kategori yenilikçiliği, değer yükseltme inovasyonu, pazarlama inovasyonu, alternatif ürün ortaya çıkarma, işleyiş yenileme modeli şeklinde sıralamaktadır.

Erdoğan (2003) ve Saruhan ve Yıldız'a (2013) göre ise yenilik türleri aşağıdaki gibi sınıflanmıştır.

- Hizmet yeniliği, internet bankacılığı, hasta kabul sistemi gibi hizmetlerde yapılan geliştirmelerdir.
- Mamul yeniliği, yeni veya geliştirilmiş ürünleri ifade etmektedir. Cep telefonu ilk çıkışı ürün yeniliğidir.
- Dizayn yeniliği, bir ürün/hizmet yeniliği çeşidi olmakla birlikte oldukça çok kullanılan bir yenilik türüdür. Örnek olarak cep telefonu bilinen bir ürünken farklı tasarımlarla ürünün dizaynının değiştirilmesi ya da bir ürün paketinin, renklerinin ve logosunun değiştirilmesi verilebilmektedir.
- Süreç yeniliği, işletmedeki mevcut süreçlerde meydana getirilen bir yenilik türüdür. Örneğin hareketli bant sistemi üretim sürecine getirilmiş bir yenilik türüdür.
- Örgütsel yenilik, iletişim-haberleşme, ücretlendirme, performans değerlendirme gibi bir takım örgütsel süreçlerdeki yenilikleri ifade etmektedir. Örnek olarak, yeni bir maliyetlendirme sistemi, yeni bir haberleşme (intranet) sistemi ya da yeni bir bilgi teknolojileri sistemi verilebilmektedir.
- Strateji yeniliği, işletmenin belirlediği genel ve alt stratejilerdeki yeniliklerdir. Örneğin, yeni bir satış, yeni risk yönetimi teknikleri strateji yeniliği olarak sayılabilmektedir.

Farklı alanları kapsayan inovasyon türleri, inovasyon çalışmalarının yürütülmesinde yol gösterici olabilmektedir. Bu çalışmalar zamanla, ilgilendiren tüm sektörlerde uygulanmaya başlanmaktadır. Zamanla nasıl bir yayılım gösterdiği ise Rogers (2003) tarafından araştırılarak bir teori olarak ortaya konmuştur.

2.1.2.2 Yeniliklerin yayılması teorisi

Yayımlım, “yeni ile ilgili olarak toplumsal sistemin üyeleri arasında zaman içinde belli kanallar aracılığıyla iletişimde bulunma süreci” olarak tanımlanmıştır (Rogers, 2003: akt. Akkoyunlu ve diğerleri, 2015). Buna göre yayılım kuramının dört temel ögesi vardır. Bunlar;

1. Yenilik,
2. İletişim kanalı,
3. Zaman,
4. Sosyal sistemdir.

2.1.2.2.1 Yenilik (innovation)

Yenilik, “birey ya da benimseyici birimler tarafından yeni olarak algılanan bir fikir, uygulama ya da nesnedir” (Rogers, 2003: akt. Akkoyunlu ve diğerleri, 2015). Drucker yeniliği, “bir örgütte birlikte çalışan farklı bilgi ve yetenekteki insanları verimli hale getirmek adına onlara ilk defa olanak sağlayan yararlı bilgi” olarak tanımlamıştır. Kuczarski (t.y.) yeniliği, “işletmelere, mevcut zamanın ötesini görebilme ve gelecek vizyonu oluşturma fırsatı veren yaygın bir tutum” olarak ifade etmiştir. Ayrıca yenilik bir gecede ortaya çıkmaz. Zaman, sabır ve uzun süreçli bir performans gerektirir. Rastogi (t.y.)’ye göre ise yenilik, “mal ve hizmetlerin arz ve üretimine yeni bilginin uygulanmasından ortaya çıkan yeni ve geliştirilmiş malları, ürünleri, donanımları, malzemeleri, hizmetleri, makineleri, süreçleri ve diğer ekonomik olarak uygun değişimleri” ifade eder. Damanpour (t.y.)’a göre yenilik, “çevreye uyum sürecini kolaylaştırmak için bir örgütün, çıktı, yapı veya süreçlerinde yapılan bir değişim aracı”dır. Tushman ve Nadler (t.y.) göre de başarılı yeniliklerin çoğu, azar azar artan değişimlerin toplam etkisine veya mevcut teknik, fikir ve yöntemlerin yaratıcı bileşimine bağlıdır (akt. Durna, 2002). Yenilik kavramı “değişim” ve “gelişme” ile de ilgilidir. Değişim yeni şeylerin var olmaya başladığını, gelişme ise bu yeni şeylerin olumlu yönde olduğunu gösterir (Yıldırım, 1998). Bazı yenilikler birkaç yıl içerisinde yayılırken bazıları daha uzun sürelerde gerçekleşebilir. Yayılma sürelerindeki meydana gelen bu farklılıkları Rogers (2003), yeniliğin özelliklerine bireylerin yeniliğe dair algıları açısından bakılarak açıklanabileceğini

ifade etmiştir. Göreli yarar, uygunluk, karmaşıklık, denenebilirlik, gözlemlenebilirlik yeniliğin algılanan özelliklerindedir (akt. Akkoyunlu ve diğerleri, 2015).

Yenilik, ticarileştirmeden bilimsel araştırmaya ve icada kadar yeni bir üretim süreci veya ürün yaratmadaki faaliyetlerin tümüdür. Başka bir ifadeyle yenilik, “yeni süreç, ürün, organizasyon yapısı ve yöntemlerini aramak, keşfetmek, geliştirmek, iyileştirmek, adapte etmek ve ticarileştirmektir”. Yenilik, her aşaması etkileşim halinde olan yanında pek çok faaliyeti de içeren araştırma-geliştirme çalışmalarıdır (Korkmaz, 2004).

Drucker (t.y.)’a göre; beklenmedik oluşumlar, işleyiş gereği, endüstri ve pazardaki değişimler, nüfus yapısındaki ve algılamadaki değişiklikler, uyumsuzluklar ve yeni bilgi şeklinde yedi tane yenilik kaynağı vardır. Morden (t.y.), bu kaynaklara pazarlar ve tüketicileri de eklemiştir (akt. Durna, 2002).

Yeniliğin ödüllendirilmesi ve takdimi, yönetim tarafından değişim için rol modelleri ve pozitif tutumlar, statükoya meydan okuma beklentisi, yeniliği geliştiren *risk almaya ve değişime karşı destek* normunu oluşturur. Hataların işin normal bir parçası olarak kabul edilmesi, insanlara değişim yapma özgürlüğü verilmesi, “üzülmektense güvende olmak daha iyidir” kabul edilemez bir düşünce olması da yeniliği geliştiren normlardan biri olan *hataların hoş görülmesini* oluşturur. Takım çalışması üzerinde durulması, insanların genel hedeflerini paylaşması ve bilginin açıkça paylaşılmasıyla sağlanan *etkin grup fonksiyonu* yeniliğin uygulanmasını geliştiren normlardandır. Aynı zamanda kararların hızla alınması, esneklik ve uyarılma üzerinde durulması ve uygulamayı sağlama almak için yeterli bir özerklik verilmesiyle oluşan *eylemin hızı* da yeniliğin uygulanmasını geliştiren normlardandır (Durna, 2002).

Yeniliği destekleyen bir kültürün özellikleri ise şunlardır (Durna, 2002):

- Gruplar arasında yaratıcı bir iş birliği geliştirmek,
- Açık yaratıcı tartışmaları teşvik etmek,
- Tüketicinin isteklerini göz önünde bulundurmamak,
- Yeniliği tepe yönetimden itibaren başlatmak,
- Ayıplama ve cezalandırma korkusunu elimine etmek ve bunlar yerine karşılıklı desteği yerleştirmek,
- Politikaları ve kendine hizmet eden davranışları elimine etmek ve bunlar yerine güven ve dürüstlüğü yerleştirmek,

- Fikirlerin direneceği ve patronlar tarafından engellenmeyeceği bir ortam oluşturmak,
- Yenilik personelinin örgüt kültürü hakkında gerçekten ne düşündüğünü öğrenmek için bir araştırma yapmak.

Yeniliği destekleyen bir kültür bu özelliklerle onun yayılımını da kolaylaştırmaktadır. Yayılım kuramının en başta gelen ögesi olan yeniliğin yayılımına yardımcı olan araç ise iletişim kanallarıdır.

2.1.2.2.2 İletişim kanalları

Bir yenilikle hakkında bilgisi ve deneyimi olan kişi ya da diğer sahiplenici birimler ile bilgisi olmayan (birey-birim) birimler birbirine iletişim kanallarıyla bağlanarak yeniliğin yayılmasını sağlarlar. Yeniliğe karar verme aşamasında; bilgi sürecinde kitle iletişim araçları, ikna sürecinde kişiler arası iletişim kanalları görece olarak daha etkilidir. Yine bu süreçte görece olarak kozmopolit kanallar bilgi aşamasında daha önemlidir. Kitle iletişim kanalları neredeyse tamamıyla kozmopolitken, kişiler arasındaki iletişim kanalları hem kozmopolit hem de yerel olabilirler (Akkoyunlu ve diğerleri, 2015).

2.1.2.2.3 Zaman

Yayıma sürecinde zamanın yeri; yeniliğe karar verme, benimseyen sınıflamaları, benimseme hızı olmak üzere üç nokta şeklindedir. Yeniliğe karar verme, bir kişinin ya da bir karar biriminin bir yeniliğin ilk bilgisinden, bu yeniliğe yönelik bir tutum geliştirmesine, bu yeniliğin kabul görmesi ya da ret etmesine yönelik bir karar vermesine, yenileşmeyi faaliyete geçirmesine ve bu kararı onaylamaya geçiş süreci olmak üzere beş aşamadan oluşmaktadır. Benimseyen sınıflaması, yenilikçiliğin göstergesi, kişi ya da birimlerin yeniliği sistemdeki diğerlerinden görece olarak daha önce benimsemesidir. Buna göre Rogers bireylerin normal dağılım gösterdiği varsayımından hareketle, bireylerin yüzdesi de yer alacak şekilde benimseyenlerin beşli sınıflamasını yapmıştır. Benimseyenlerin sınıflamasını ve bu sınıflamada yer alacak bireylerin yüzdesini; “yenilikçiler” %2,5, “öncüler” %13,5, “erken çoğunluk” %34, “geç çoğunluk” %34, “geride kalanlar” %16 olarak belirlemiştir. Benimseme hızı, kişi ve birimlerden çok yeninin sistemde ne kadar kullanıldığının ölçülmesidir.

Sosyal sistemin üyeleri arasında yeninin görelî olarak benimsenme hızıdır (Akkoyunlu ve diğeri, 2015).

2.1.2.2.4 Sosyal sistem

Dördüncü öge ortak bir amacı gerçekleştirmek için bir araya gelmiş bir dizi ilişkisiz birim olan sosyal sistemdir (Demir, 2006). Ortak bir amaca ulaşabilmek için ortak problem çözümleriyle ilgilenen birbirleriyle ilişkili birimlerin tümüdür. Sosyal sistemin üyeleri kişi, grup, örgütler vs. olabilir (Akkoyunlu ve diğeri, 2015).

Rogers (1995), sosyal sistemde uyum sağlayanları beş kategoride ele almıştır: yenileşmeciler, ilk benimseyenler, ilk çoğunluk, geç çoğunluk ve geride kalanlar. Rogers (1995), bu uyum kategorilerini evrendeki görelî dağılımlarına göre, karşılaştırmalar yapılabilecek biçimde oluşturmuştur. Her kategori baskın özellikler içerir. Bu özelliklerle yenileşmeye uyum veya reddin teorik açıdan formüle edilmesini amaçlar.

2.1.2.3 Yenilikçilik

Yeni uygulamalar ya da bir fikrin yaygın anlamda kullanılarak pratiğe dökülmesi “yenilikçilik” olarak tanımlanabilir (Özçer, 2005). Yenilikçilik, kendine has anlamı “yeni yapmak” ya da “yeni bir şey yapmak”tır. Ancak bunla bile muğlaktır. Yaratma süreci anlamında ya da yaratmanın bizzat kendisi anlamında da kullanılabilir (Barker, 2002). Zaltman (1973), yenilikçiliği “uygulayıcılar tarafından yeni olarak algılanan herhangi bir yaklaşım, fikir ya da pratik” olarak tanımlamaktadır. Myers ve Marguis (1969)’a göre yenilikçilik, yeni bir fikrin kavramsal aşamadan bir sorunun çözümünün yönelimini içeren, ekonomik veya sosyal değer üreten kompleks bir aktivitedir. Drucker (1985) yenilikçiliği yeni ürünlerin, süreçlerin, hizmetlerin ve fikirlerin kabul görmesi, uygulamaya alınması ve üretilmesi olarak açıklamaktadır. Kanter (1983), yeni ve sorun çözücü her türlü fikrin uygulamaya alınmasını yenilikçilik olarak tanımlar (akt. Özçer, 2005).

Yenilikçilik, kişisel ve toplumsal ihtiyaçların daha gelişmiş oranda giderilmesine yardımcı olur. Aynı zamanda girişimcilik ruhu içinde olmazsa olmazdır (Korkmaz, 2004). Bu bağlamda bireysel yenilikçilik kavramı ön plana çıkmaktadır. Bireysel

yenilikçilik, kişinin hayatında ve özellikle işinde yeni ve faydalı fikirleri, ürünleri, prosedürleri ve süreçleri kullanma yönündeki gayret ve uygulamalar olarak ifade edilebilir (Özçer, 2005). Farr ve Ford bireysel yenilikçiliği, değişim için algılanan istek, yeni fikir ve uygulama oluşturabilecek teknik bilgi ve deneyim, değişim oluşturabilecek iç isteklilik ve yetkinlik ve değişim sonunda oluşacağı var sayılan fayda faktörlerinden oluşan bir fonksiyon olarak tanımlar (akt. Özçer, 2005).

2.1.2.3.1 Yenilikçilik kategorileri

Teknolojik ürün, teknolojik proses inovasyonları ve organizasyonel inovasyonlar olarak kategorilenebilir. Teknolojik bir ürünün inovasyonunda geliştirilen şey “teknolojik olarak yeni bir ürün” veya “teknolojik olarak geliştirilmiş bir ürün” şeklinde görülebilir. Teknolojik proses inovasyonları da aynı bunun gibidir. Burada kullanılan proses, “bir üretim süreci” veya “bir dağıtım süreci” olabilir. Bunlar “üretim yönetimi” ve “dağıtım yönetimi” olarak da okunabilir. Organizasyonel inovasyon ise organizasyon yapısının büyük oranda değiştirilmesi, üst düzey yönetim tekniklerinin faaliyete geçirilmesi ve yeni ya da büyük oranda değiştirilmiş stratejilerin uygulanması şeklinde ifade edilebilir (Korkmaz, 2004). Uzkurt (2008) ve Kılıç’a (2013) göre yenilikçi örgütlerin özellikleri; yenilik isteği ve vizyon, eğitim ve gelişme, örgüt yapısı uygunluğu, yenilikçi bireyler, liderlik, fazla oranda katılım, aktif takım çalışması, yaratıcı iklim, dışa odaklanma, yaygın iletişim, öğrenen örgüttür.

2.1.2.4 Eğitimde yenilikçilik

İnovasyon kavramı paraya dönüştürülen yenilik olarak tanımlanmakta ve ağırlıklı olarak ekonomi ile ilişkilendirilerek kullanılmaktadır (Kırım, 2009). Ancak günümüzde inovasyon yaşamın her alanında kendisine yer bulmaktadır. İnovasyon kavramının ilk olarak iktisat alanında tanımlanması ve “değer taşıyan yenilik” olarak algılanması nedeniyle eğitim alanında üzerine çalışılan bir kavram olarak görülmemekte ya da yalnızca “yenilik” olarak algılanması nedeniyle kullanılmamaktadır. Oysaki eğitim programlarının geliştirilmesi, öğretmenlere yönelik hizmet içi eğitimler, yeni öğretim yöntem ve tekniklerin öğrenci başarısı üzerinde etkisinin ölçülmesi, okul binalarının, sınıflarının öğrencilerin psikolojik

özelliklerine göre düzenlenmesi vb. birçok çalışma aslında eğitimde inovasyona yönelik örneklerdir.

Eğitimciler iktisat kökenli bu sözcüğün anlamının eğitim sistemini de bir fabrika gibi algılanmasına neden olacağını düşünerek yalnızca yenilik olarak kullanmayı tercih ediyor olabilirler. OECD'nin inovasyon tanımı açısından; amacın, yapılan yenilenmelerin, buluşların ticari yarara dönüşmesi ve pazarlanması söz konusu olacağı için eğitimde inovasyon değil yenilenme veya reformdan bahsetmenin daha doğru olacağını ifade etmektedir. Yapılan çalışmalar inovasyonun, başta ekonomik kalkınma olmak üzere toplumsal refah ve yaşam kalitesini arttırdığını, işsizlik ve eşitsizlik gibi sorunların ortadan kalkmasında etkili olduğunu ifade etmektedir (Elçi, 2007).

The Global Innovation Index (GII) 2015 verilerine göre Türkiye, Dünya genelinde 160 ülke arasında 57. Avrupa sıralamasında ise sondan 5. sıradadır. İndekse göre İsviçre birinci sırada yer almaktadır (Dutta, Lanvin ve Wunsch-Vincent, 2016). Bu liste incelendiğinde en yaşanılabilir ülkeler arasında yer alan ülkelerin dereceleri ile inovasyon derecelerinin birbirine paralel olduğu görülmektedir.

İnovasyon, eşitsizliklerin ortadan kaldırılmasında da en önemli araçların başında gelir. Birleşmiş Milletlerin Milenyum Projesi kapsamında yürütülen çalışmalar, iyi bir bilim, teknoloji ve inovasyon politikası olmadan sağlık ve çevre alanlarında ilerlemenin mümkün olmayacağını ortaya koymaktadır. Aynı şekilde, iyi hazırlanmış ve başarıyla uygulanan inovasyon politikası, eğitim, kadın-erkek eşitliği ve yaşam şartlarının iyileştirilmesi konularında büyük kazanımları beraberinde getirmektedir (Elçi, 2007).

Eğitimde 21. yüzyıl öğrenme reformu hareketi, eğitimsel organizasyonlarının sosyal değişimde daha fazla sorumluluk üstlenmesi ve dünyadaki ekonomik düzenin devam ettirilmesi için gereken katkıları yapabilecek eğitim hizmetlerini desteklenmesi talep etmektedir. Uluslar eğitim sisteminde gerçek değişiklikler isterken bu isteğin ancak doğru inovasyon karşılanabileceğini belirtilmektedir. Bu nedenle ekonomik rekabette geri kalmak istemeyen politika yapıcılar eğitim sistemine büyük önem vermekte ve inovatif eğitim sistemlerine kaynaklar ayırmaktadırlar.

Her bir eğitim süreci sonucu itibarıyla bir üretim ya da geliştirme sürecidir. Eğitim programlarının hedefleri ve amaçları doğrultusunda öğrenciye kazandırılması

beklenen özellikler, nitelikler, beceriler bulunmaktadır. Teknolojideki hızlı gelişmelere ve bu gelişmelerin toplum üzerindeki önemli etkilerine rağmen eğitim sisteminde yenileşmeyi düşünmemek yaşamdan kopuk ve –mış gibi yapılan bir duruma dönüşmektedir. Bu durum eğitim sisteminde inovasyon uygulamalarının yapılmasını zorunlu kılmaktadır. Gelişmiş ekonomik büyüme isteyen çoğu ülkenin ulusal eğitim politikaları aşağıdaki temalar etrafında sıralanmaktadır (Keleşoğlu, 2017):

- Temel sonuçlarda, özellikle de aritmetik ve okuma-yazmada düzeyi geliştirmek için standartlara dayalı stratejiler,
- Temel performans göstergelerine dayalı raporlama, değerlendirme ve hesap verilebilirlik için çerçeveler,
- Okul binalarının modernizasyonu, bilgi iletişim teknolojileri donanımı ve ağ altyapısını da kapsayan yeni alt yapı,
- Sınıfların azaltılması ve yeni öğretmenlerin eğitimi,
- Yüksek performanslı eğitim liderlerinin tespiti, eğitilmesi ve ödüllendirilmesi,
- Yükseköğrenimi genişleterek, yeni okul–iş yolları ve yüksek mesleki nitelikler yaratarak zorunlu eğitim sonrasına katılımın artırılması,
- Eğitim iş gücünü; esneklik, mesleki gelişim, mesleki uzmanlık ve yardımcı personelin rollerinin belirlenmesi, performans yönetimi konularına önem verecek yönde şekillendirmek,
- Gençler arasında sivil dayanışma ve vatandaşlık duygusunu geliştirme,
- Özel ve yoksun sosyal gruplar ve kentsel veya kırsal alanlardaki uç gruplar arasındaki düşük performans ile mücadele etmektir.

Avrupa'daki eğitim sistemleri ile karşılaştırıldığında, AB üyeliğini hedefleyen Türkiye'de kamu okullarının kaynaklar, okul personelinin görevlendirilmesi, ders kitabı seçimi, öğretim zamanının tahsisi, öğretilecek programların seçimleri konularında en az özerkliğe sahip olduğu görülmektedir. Bu durum eğitimle ilgili inovasyonların daha çok ders anlatımları üzerinde şekillenmesine sebep olmaktadır.

Ulusal inovasyon sisteminin önemli ayaklarından biri olan MEB inovasyon kültürünün oluşması için öğretim programlarında; yaratıcı düşünme ve girişimcilik becerisini temel beceriler olarak ve Teknoloji ve Tasarım dersine yer vermiştir.

Öğretim programında inovasyon; daha önce çözülmemiş sorunları çözmeye ya da karşılanamamış çözümlere yanıt olan farklı değişik, yeni fikirler geliştirmek ve bunları uygulamak ya da var olan ürünlerin veya hizmet sürecinde yeni yöntemlerin uygulanmaya başlaması ile inovasyonun yapılabileceğini ifade etmektedir (Milli Eğitim Bakanlığı (MEB), 2009)

Türkiye’de eğitimde inovasyon uygulamaların 2004 yılından itibaren özellikle eğitim programlarının geliştirilmesi boyutunda gerçekleştiği görülmektedir. Ancak merkezi olarak geliştirilen öğretim programlarının okullarda ne kadar etkili olabildiğine ilişkin soru işaretleri bulunmaktadır. Bu durum inovasyon kaynaklarının sorgulanmasını gerektirmektedir.

İnovasyonda eğitim, okulöncesi eğitimden üniversiteye kadarki süreci kapsayan eğitim sistemini ve toplumda yaşayan herkesi ilgilendiren yaşam boyu eğitim sistemini kapsar. İnovasyon için gerekli olan insan gücünü yetiştirmek, eğitim politikalarının ve sisteminin buna göre yeniden yapılandırılmasını gerektirir. Bu doğrultuda, inovasyon ve inovasyona bağlı girişimcilik bilincinin kişilere en erken yaşta kazandırılması ve tüm eğitim yaşamı boyunca canlı tutulması sağlanır. Eğitim sistemi, farklılaşan isteklere kısa zamanda cevap verecek ve inovasyon ekonomisinin ortaya çıkardığı yeniliklere hızla ayak uyduracak şekilde işler.

İnovasyonu temel alan kalkınma politikasını benimsemiş bir ülkede hayat boyu eğitim olanakları, maliyet ve ulaşılabilirlik bakımından toplumdaki her kesimin erişimine açıktır. Bu eğitimleri toplumdaki herkes için cazip hale getirmek, devletin ve eğitim veren her kurumun başlıca görevleri arasındadır. Mesleki eğitim veren okullar ve üniversiteler, bireylerin değişen gereksinimlerine göre tekrar eğitim almalarını sağlamak için kısa ve yoğun içerikli eğitim programları geliştirirler. Bu eğitimlerin verilmesi, yaygınlaştırılması ve uzaktan eğitim imkanlarının sunulmasında bilişim teknolojileri aktif olarak yer alır (Elçi, 2007).

Sonuç itibariyle, Türkiye Bilgi Çağı’nın dinamosu olan yenilik felsefesi ve uygulamaları boyutunda henüz uluslararası düzeye ulaşamamasına karşın, eğitim öğretim ve araştırma kurumlarında artan kalite ve mezun sayısı, 21. Yüzyıla umutla bakışın göstergesidir. Orta ve yükseköğretimde kalitenin daha da yükseltilmesi, mesleki eğitimin çağdaş ölçeklerde gerçekleştirilmesi, fen ve mühendislik bilimleri

alanlarında öğrencilerin ve araştırmacıların desteklenmeleri; yenilikçi toplum yaratılması için atılan çok önemli adımlardır (İmamoğlu, 1999).

2.2 İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.2.1 Yurt İçinde Yapılan Araştırmalar

Kılıçer (2011) Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi (BÖTE) okuyan öğretmen adaylarının yenilikçilik düzeylerinin ve yenilikçiliğin önünde engel olarak gördükleri durumların belirlemek için yaptığı araştırmasında; BÖTE okuyan öğretmen adaylarının genel olarak üçte ikisinin yenilikçilik bakımından yüksek ve orta düzeyde olduğu, üçte birinin yenilikçilik bakımından düşük düzeyde olduğu, %88,60'sının yenilikçilik bakımından iyi/ortalamanın üstünde olarak kabul edilen kategorilerde ve en çok sorgulayıcı kategorisinde yer aldığı belirlemiştir. Buna göre, BÖTE okuyan öğretmen adaylarının en güçlü yanlarının; yenilikleri denemeye açık, istekli ve içinde buldukları toplumlarda yeniliklere ilişkin fikir önderliği yapabilir durumda olduğunu belirlemiştir. Yeniliklerin beraberinde getirdiği belirsizliklere karşı risk alma ve yeniliklerle birlikte gelen değişime karşı uyum sağlama özelliklerinin ise, diğerlerine oranla daha az güçlü yanları olduğu ortaya çıkmıştır.

Kurtuluş (2012), öğretmen ve öğrencilerin inovasyona karşı algısı ve yeterliliğinin sorgulanması çalışmasının sonunda öğretmen ve öğrencilerin inovasyon kavramına ve önemine hâkim olmadığını, okullarda ve sınıfta inovasyon fırsatlarını hayata geçirebilmek için teşvik sağlanmasını ve imkânların geliştirilmesi gerektiğini belirlemiştir. Yılmaz'ın (2013) okul öncesi öğretmen adaylarının yenilikçilik seviyelerini ve öğretim amaçlı bilgisayar kullanımına ilişkin algılarını incelediği çalışmasında; okul öncesi öğretmen adayları okul öncesi eğitimde bilgisayar kullanmanın zor olmadığına, gözlenebilir olduğuna ve kendileri için fayda sağlayacağına inandıkları belirlenmiştir. Ayrıca, okul öncesi öğretmen adaylarının yarısından fazlasının düşük yenilikçilik seviyesinde oldukları ve sırasıyla erken çoğunluk, erken benimseyenler, geç çoğunluk, yenilikçiler ve benimsemeyenler kategorisinde yer aldıkları tespit edilmiştir.

Kuzu (2014), bilişim teknolojileri öğretmen (BTÖ) adaylarının çevrimiçi sosyal ağların (ÇSA) öğretim amaçlı kullanımını değerlendirmeye ilişkin araştırmasında, Bilgisayar ve

Öğretim Teknolojileri Eğitimi (BÖTE) bölümü öğrencilerinin ÇSA'ları öğretim amaçlı olarak kullanmaya ilişkin olumlu yaklaşım sergiledikleri gözlemiştir. Keskin'in (2014) öğretmen, öğretmen adayı ve öğrencilerin Facebook'u kullanım amaçlarını ve benimseme süreçlerini incelemek amacıyla yaptığı çalışmasında; öğretmen, öğretmen adayı ve öğrencilerin sosyal ağ kullanım tercihlerine bakıldığında en çok Facebook'u tercih ettiklerini tespit etmiştir. Facebook'u kullanım amaçları bakımından öğretmenler, öğretmen adayları ve öğrencilerin "iletişimi sürdürme" amacı dışındaki tüm kullanım amaçlarına –araştırma, iş birliği, iletişim kurma, iletişimi başlatma, içerik paylaşma, eğlence – ilişkin gruplar arasında anlamlı bir farklılık olduğunu belirlemiştir.

Köroğlu (2014) okul öncesi öğretmen adayları ve öğretmenlerin bilişim teknolojileri öz yeterlik düzeyleri, teknolojik araç gereç kullanımına dair algıları ve bireysel yenilikçilik seviyeleri arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla yaptığı araştırma sonucunda öğretmenlerin teknolojik araç gereç kullanımına dair tutumlarının, bilişim teknolojileri öz yeterlik algılarının yüksek düzeyde olduğunu ve "Öncü" grubunda yenilikçi olduklarını ortaya koymuştur. Ayrıca aday öğretmenlerin bilişim teknolojilerine karşı öz yeterlik algılarının, teknolojik olan araç gereçlerin kullanımına dair tutumlarının yüksek düzeyde olduğu, öğretmen adaylarının orta düzeyde yenilikçi ve "Sorgulayıcı" kategorisinde olduklarını da tespit etmiştir.

Eraslan (2014), ortaöğretim okul yöneticilerinin inovasyon yeterlilikleri adlı araştırmasında, öğretmenler, okul yöneticilerinin değişime olan gereksinimi açık bir şekilde dile getirdiklerini, okul yöneticilerinin personelin yenilikleri benimsemesini özendirmediğini ifade ettiklerini belirtmiştir. Ayrıca erkek öğretmenler, kadın öğretmenlere kıyasla okul müdürlerinin inovasyon düzeylerini daha yeterli, sınıf öğretmenleri ise branş öğretmenlerine oranla okul müdürlerinin "okul dışı iletişim" inovasyon düzeylerini daha yeterli bulduklarını tespit etmiştir.

Kuzu (2014), bilişim teknolojileri öğretmen (BTÖ) adaylarının çevrimiçi sosyal ağların (ÇSA) öğretim amaçlı kullanımını değerlendirmeye ilişkin araştırmasında, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi (BÖTE) bölümü öğrencilerinin ÇSA'ları öğretim amaçlı olarak kullanmaya ilişkin olumlu yaklaşım sergiledikleri gözlemiştir. Keskin'in (2014) öğretmen, öğretmen adayı ve öğrencilerin Facebook'u kullanım amaçlarını ve benimseme süreçlerini incelemek amacıyla yaptığı çalışmasında; öğretmen, öğretmen adayı ve öğrencilerin sosyal ağ kullanım tercihlerine bakıldığında en çok

Facebook'u tercih ettiklerini tespit etmiştir. Facebook'u kullanım amaçları bakımından öğretmenler, öğretmen adayları ve öğrencilerin “iletişimi sürdürme” amacı dışındaki tüm kullanım amaçlarına –araştırma, iş birliği, iletişim kurma, iletişimi başlatma, içerik paylaşma, eğlence – ilişkin gruplar arasında anlamlı bir farklılık olduğunu belirlemiştir.

Gündüz (2014), sınıf yönetime yönelik bir sosyal ağ uygulaması geliştirilmesi üzerine yaptığı çalışmada, sınıf yönetiminde yararlanılmak üzere bir sosyal ağ sitesi hazırlamış ve ardından bir grup öğrenci tarafından kullanılmasını sağlayarak eğitsel kullanımının ve kullanılabilirliğinin test etmiştir. Araştırma sonucunda hazırlanan eğitsel sosyal ağ sitesini kullanan öğrenciler eğitsel sosyal ağın iletişim, iş birliği ve kaynak ve materyal paylaşımı yapmak için kullanılabileceğini, kullanımının kolay olduğunu ve tasarım olarak kendi yaş gruplarına uygun olduğunu ifade etmişlerdir. Ciğerci de (2016) ortaöğretim kurumlarında çalışan öğretmenlerin mesleki gelişimlerinde sosyal ağların etkisine dair çalışmada; Gündüz (2014) tarafından geliştirilen eğitsel sosyal ağın öğretmenlerin mesleki gelişimlerini sağlamada etkililiğini bir grup öğretmen tarafından uygulayarak tespit etmiştir. Çalışma sonucunda araştırmaya katılan öğretmenler geliştirilen eğitsel sosyal ağ sitesinin mesleki gelişimlerini sağlamada yararlı olduğunu belirtmişlerdir. Öğretmenler eğitsel sosyal ağın iletişim, iş birliği ve kaynak ve materyal paylaşımı yapmak amacıyla kullanılabileceğini, kullanımının kolay olduğunu ve tasarım olarak uygun olduğunu ifade etmişlerdir. Bununla birlikte uygulamada öğrenme ve öğretme teknikleri hakkında farklı bilgiler edindiklerini ve tartışmalara katılmalarının yeni bilgiler edinmelerini sağladığını belirtmişlerdir. Uslu da (2016) çalışmada aynı sosyal ağ sitesinin öğretmenlerin mesleki gelişimlerini sağlamaya yönelik bir grup öğretmen tarafından kullanılması sağlayarak öğretmenlerin mesleki gelişimleri üzerindeki etkililiğinin ve kullanılabilirliğinin test etmiştir. Hazırlanan eğitsel sosyal ağ sitesini kullanan öğretmenler, eğitsel sosyal ağ uygulamasının mesleki gelişimleri açısından etkili ve faydalı olduğunu, bunun yanında eğitsel sosyal ağı genel anlamda kullanışlı bulduklarını belirtmişlerdir. Benzer şekilde Urfalıoğlu (2015) ortaokullarda sınıf yönetiminde sosyal ağ uygulaması adlı çalışmada geliştirilen sosyal ağ uygulamasını kullanarak, araştırmaya katılan öğrencilerin eğitsel sosyal ağın iletişim, iş birliği ve materyal paylaşımı yapmak için yararlı olduğu, kullanımının kolay olduğu, mobil cihazlardan bağlanmayı yararlı buldukları ve ödüllendirme sistemini beğendikleri sonucuna ulaşmıştır. Bununla birlikte öğrenciler derslerinin olmadığı

günlerde bile ders öğretmeni ile iletişimi sürdürme yolu olarak kullanılmasının çok beğenildiği görüşünü belirtmişlerdir. Karabuğa (2015) ise meslek liselerinde sınıf yönetiminde eğitsel sosyal ağların etkinliğini geliştirilen aynı sosyal ağ sitesiyle test etmiştir. Çalışma sonucunda siteyi kullanan öğrenciler; iletişim, iş birliği ve materyal paylaşımı konusunda sitenin yararlı olduğu, kullanımının kolay olduğu görüşünü belirtmişlerdir. Ayrıca sitenin başka derslerde de kullanılmasının faydalı olacağı şeklinde görüş bildirmişlerdir. Uygulama öğretmeni ise, kullanılan site sayesinde; iyi iletişim kuramayan öğrencilerin daha rahat iletişime geçtikleri, grup çalışmalarında artış gözlemlendiği ve istenmeyen davranış gösteren öğrenci sayısında azalma olduğunu belirtmiştir.

Yalçın (2015) öğretmen adaylarının sosyal ağların eğitimdeki yerine ilişkin görüşlerini incelediği araştırmasında, öğretmen adaylarının sosyal ağların eğitimdeki yerine ilişkin görüşlerinde, cinsiyet, sınıf ve sosyal ağlara giriş yapılırken tercih edilen araca göre anlamlı farklılık bulmamıştır. Ancak üye olunan sosyal ağ sitesi sayısı, sosyal ağları kullanım amaç sayısı ve sosyal ağlarda günlük geçirilen süre değişkenlerinde anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca daha detaylı bilgilere ulaşmak amacıyla yapılan yapılandırılmış görüşmeler sonucunda, öğretmen adaylarının sosyal ağları kullanım amaçlarının; iletişim, gündemden haberdar olma, fotoğraf ve video paylaşımı, eğitim amaçlı kullanma, önemli kurum ve kuruluşları takip etme, vakit geçirme ve arkadaşlarla önemli anlarını paylaşma şeklinde olduğu bulunmuştur. Öğretmen adayları, sosyal ağların eğitimde kullanımı ile ilgili genel olarak sosyal ağları yerinde ve zamanında kullanıldığında yarar sağlayacağı görüşündedirler.

Çetintaş (2016) öğretmenlerin sosyal ağları kullanım durumları ile ilgili yaptığı araştırmasında, kurumlarına ait sosyal ağlarda grupları olan, sosyal ağların eğitimde etkin kullanılacağını ve kaliteyi arttıracığını düşünen öğretmenlerin sosyal ağları eğitsel anlamda kullanım konusunda görüşlerinin daha olumlu olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca öğretmenlerin sosyal ağlara giriş sıklığı ve sosyal ağlarda kalınan süre arttığında sosyal ağları eğitsel anlamda kullanımı ve iletişim konusunda görüşlerinin daha olumlu olacağını da tespit etmiştir.

Şahin (2016), temel amacı öğretmen adaylarının bilişim teknolojileri kabul seviyeleri ile bireysel yenilikçilik seviyeleri arasındaki ilişkiyi incelemek olan çalışmasında; öğretmen adaylarının bireysel yenilikçilik düzeylerinin orta düzeyde, yenilikçilik

bakımından iyi/ortalamanın üzerinde olarak görülen kategorilerde ve en çok "Sorgulayıcı" kategorisinde yer aldığını tespit etmiştir. Bunun yanı sıra öğretmen adaylarının bilişim teknolojileri kabul seviyeleri ile bireysel yenilikçilik seviyeleri arasında pozitif orta düzeyde anlamlı ilişki olduğu bulgusuna ulaşmıştır. Özbek (2014) öğretmenlerin bireysel yenilikçilik düzeylerinin “teknolojik pedagojik alan bilgisi” (TPAB) yeterlikleri üzerine etkisi incelemesinde, öğretmenlerin büyük çoğunluğunun kendilerini sorgulayıcı ve öncü olarak gördükleri sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca bireysel yenilikçiliğin TPAB eğitim yeterliklerinin önemli bir yordayıcısı olduğu sonucuna da ulaşmıştır.

2.2.2 Yurt Dışında Yapılan Araştırmalar

Şahin ve Thompson (2006), “Using Rogers' theory to interpret instructional computer use by coe faculty (Rogers'ın Modeli Çerçevesinde Eğitim Fakültesi Öğretim Elemanlarının Bilgisayar Kullanımlarının İncelenmesi)” yapmış oldukları araştırmada, Rogers (1995)'in “Diffusion of Innovation - Yeniliklerin Yayılması” modeli çerçevesinde öğretim elemanlarının öğretim amaçlı bilgisayar kullanımını incelemiştir. Türkiye'deki bir üniversitenin eğitim fakültesinde görev yapan öğretim elemanları üzerinde gerçekleştirilen araştırma sonucunda, öğretim elemanlarının düşük düzeyde öğretim amaçlı teknoloji kullandıkları ve teknoloji kullanım düzeyleri ile bilgisayar becerileri, bilgisayara erişim, bilgisayara karşı tutum, teknik destek ve yenilikçilik kategorileri değişkenleri arasında anlamlı ilişki olduğu bulunmuştur.

Brahier (2006), “Examining a model of teachers' technology adoption decision making: An application of diffusion of innovations theory (Öğretmenlerin Teknolojiyi Benimsemeye Karar Verme Modelinin İncelenmesi: Yeniliklerin Yayılımı Teorisinin Uygulanması)” yapmış olduğu doktora tezinde, 60 ilköğretim öğretmenine bir yenilik olarak dijital not alma yazılımı (RepliGoTM) vermiş ve bu yeniliği öğretmenlerin benimsemelerinde ve sınıflarında kullanmalarında etki eden faktörler incelenmiştir. Araştırmada görüşme ve anketler yardımıyla öğretmenlerin yenilikçilik karakteristikleri ve yenilik algıları ölçülmüştür. Çalışma sonucunda yeniliğe ilişkin görece yarar, güncel iş uygulamalarıyla uyumluluk ve denenebilirlik özelliğinin yeniliklerin benimsenmesinde baskın özellikler olduğu belirlenmiştir. Ayrıca dijital not alma yazılımının öğretimin niteliğini artırmada ve değerlendirmede yararlı olarak görüldüğü ve bu nedenle benimsendiği belirlenmiştir. Sonuç olarak

örgütün yenilikçi görüntüsünün, bireyin yenilik algısının ve bireyin teknolojiyle etkileşim süresinin teknolojik yeniliği benimseme veya reddetme üzerinde etkisinin olduğu bulunmuştur.

Hsu, Lu ve Hsu (2007) yapmış oldukları “Adoption of the mobile internet: An empirical study of multimedia message service (Mobil İnternet’in Benimsenmesi: Multimedya Mesaj Servisi Üzerine Ampirik Bir Çalışma)” araştırmada, 207 MMS (Multi Media Messaging Service) kullanıcısı bireye çevrimiçi anket uygulayarak, MMS’in algılanan özelliklerinin, yenilikçilik kategorileri açısından nasıl değiştiği incelenmiştir. Araştırmaya göre yenilik olarak MMS’i benimseyen kullanıcılar açısından yeniliğe ait görelî yarar, uyumluluk ve gözlenebilirlik özelliklerini yeniliği benimsemedeki en önemli etkenler olduğu belirlenmiştir. Yenilikçiler/öncüler için yeniliğe ait görelî yararın %52,40 oranında, sorgulayıcılar için görelî yarar, uyumluluk ve gönüllü kullanımın %68,20 oranında, kuşkucular için görelî yarar, uyumluluk ve gözlenebilirliğin %53,40 oranında tercih nedeni olduğunu ifade ederken, gelenekçiler açısından, yeniliğin algılanan önemli bir özelliğinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Mazer, Murphy ve Simonds (2007), yılında öğretim üyelerinin Facebook’ta kendini ifade etme becerisinin öğrenci motivasyonuna, duygusal öğrenmeye ve sınıf iklimine etkisini araştırmayı amaçladıkları çalışmalarında sosyal ağların yalnızca öğrenciler tarafından değil öğretim üyeleri tarafından da yaygın şekilde kullanıldığı tespit edilmiş olup öğretim üyelerinin yüksek kendini ifade etme becerilerinin öğrencilerde yüksek düzeyde motivasyona ve duygusal öğrenmeye neden olduğu, ayrıca daha rahatlatıcı sınıf iklimine katkı sağladığı gözlenmiştir.

Könings, Brand-Gruwel ve Merriënboer (2007), “Teachers’ perspectives on innovations: Implications for educational design (Öğretmenlerin Yeniliklere Bakış Açıları: Eğitim Tasarımı İçin Çıkarımlar)” isimli araştırmalarında Hollanda’da bulunan ve ikinci kademedeki görev yapan 142 öğretmenin öğrenme ortamlarında yapılan yeniliklere ilişkin algılarını incelemişlerdir. Araştırmada yenilikçi öğrenme ortamlarının hazırlanmasında ve uygulanmasında eğitim tasarımcılarının ve öğretmenlerin işbirliği yapmaları gerektiği, böylelikle daha nitelikli eğitim uygulamalarının gerçekleştirilerek yenilikçi bireylerin yetiştirilebileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Goldfarb, Pregibon, Shrem ve Zyko (2011), eğitime sosyal ağların entegrasyonunu faydalar ve endişeler üzerinden ele aldıkları çalışmalarında, sosyal ağların faydalarını şu şekilde ifade etmiştir; eğitimciye sınıf içinde ve dışında öğrenciyle direkt olarak ve hızlı şekilde eğitsel rehberlik yapabilme imkânı sunar, geleneksel eğitime ilave olarak iş birliğine dayalı öğretime yönelik tartışma ve paylaşım ortamları sağlar, öğrenciler sosyal ağ çevrelerini eğlenceli bulduğundan bu yolla edindikleri eğitim materyallerini de daha olumlu karşılar, öğrenciler sosyal ağlar üzerinde gerçekleştirilen eğitimsel tartışmalara daha rahat katılım sağlar ve kendilerini daha iyi ifade edebilme olanağı bulur, eğitimciler öğrencilerin profilleri sayesinde onların okul dışı ilgi alanlarını keşfederek derslerinde bundan fayda sağlayabilir, öğrencilerin çalışmalarını sunma ve paylaşma imkânları başarı duygusu hissetmelerini sağlar, video, resim ve ses dosyaları gibi farklı medyalar kullanmak eğitimcilerin bilgi yönetimini kolaylaştırır, eğitimcinin sınıf ortamında iletişim kurmakta zorlandığı öğrenciler ile sağlıklı iletişim kurmasını sağlar. Sosyal ağların eğitim ortamlarında kullanılması ile ilgili endişeler ise internet kullanımı dolayısıyla gerçekleştirilebilecek legal olmayan durumlar, eğitimcilerin sosyal ağlardaki profillerinde özel hayatlarını paylaşmaları nedeniyle öğrenci-öğretmen ilişkisindeki saygının zarar görmesi, evlerinde bilgisayar ve internet imkânına sahip olan öğrenciler ile olmayan öğrenciler arasında oluşabilecek ayırım, eğitimcilerin sosyal ağları eğitim ortamlarında doğru kullanmak için yeterli bilgi ve beceriye sahip olmamasıdır.

Ranieri, Manca ve Fini (2012), öğretmenlerin sosyal ağlara niçin ve nasıl katıldıklarını araştırmışlardır. Araştırmada öğretmenlerin grup üyeliği mekanizmaları ve katılım dinamikleri araştırılarak öğretmenlerin sosyal ağları mesleki kullanımları incelenmiş ve yaşam boyu öğrenmeye yönelik öneriler getirilmiştir. İtalya’da gerçekleştirilen bu araştırmaya okul ile ilgili olan beş Facebook grubunun kurucusu ve bu grupların 1107 üyesi katılmıştır. İki aşamalı olarak gerçekleştirilen bu araştırmanın ilk aşamasında grup kurucuları ile görüşülmüştür. İlk aşamada grup kurucularının amaçları, gruplara üyelik kuralları, bu tür gruplara katılmanın mesleki gelişim ve yaşam boyu öğrenmeye yönelik katkıları araştırılmıştır. İkinci aşamada ise grup üyelerinin katılım nedenleri ve grup üyeliklerinde etkili olan mekanizmalar araştırılmıştır. İki aşamada da veriler çevrimiçi anketler aracılığı ile toplanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre öğretmenler genel gruplara bilgi paylaşmak, tematik

gruplara ise duygu ve deneyimlerini paylaşmak amacıyla katılmaktadır. Katılımcıların gruptaki rolleri katılım düzeylerine etki etmektedir. Grup aktivitelerine yönetici rolündeki bireyler normal üyelere göre daha aktif olarak katılmaktadır. Grup üyelik süresi ile yalnızca paylaşımın niteliği arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu saptanmıştır. Buna göre uzun süredir gruba üye olan kişilerin paylaşımlarının üyeler tarafından daha güvenilir olarak kabul edildiği sonucu çıkarılabilir. Üyelik süresi ile aktif katılım arasında anlamlı bir ilişki yoktur. Genel gruplara üye olmak üyelerin gerçek yaşamına etki etmektedir. Ancak tematik gruplara üye olmanın bu yönde bir etkisi bulunmamaktadır. Çünkü genel gruplarda paylaşımlar açısından bir sınırlandırma olmadığından katılımcılar tarafından çok çeşitli paylaşımlar yapılabilmektedir. Bu da katılımcıların gruplar aracılığıyla yeni fikirler edinmesini sağlamaktadır. Ancak tematik gruplarda yapılan paylaşımlar üyelerin önceden ilgilendikleri ve fikir sahibi oldukları konularda yapıldığı için bu grupların gerçek yaşamlarına yansımaları az olmaktadır.

Loogna, Kruusvall ve Ümarik (2012), araştırmalarında Estonya'daki mesleki ortaöğretim ve mesleki yüksek öğretmenleri tarafından bir yenilik olan e-öğrenmenin benimsenmesiyle ilgili olarak yenilikçilik kategorilerini incelemişlerdir. Araştırma Rogers'ın inovasyon yayılım teorisinden esinlenmiştir. Araştırmada e-öğrenme araçlarından faydalanma ile öğretmenlerin dahil oldukları yenilikçilik kategorileri arasında anlamlı bir ilişki belirlenmiştir. Bu bağlamda yenilikçi olan öğretmenlerin e-öğrenme konusunda daha yetkin olduğunu ifade etmişlerdir. Öğretmenlerin yenilikçilik kategorilerin oluşmasında okul yönetimin desteği, e-öğrenmeye dair motivasyon ve e-öğrenmeye ilişkin yeterliliklerin etkili olduğunu belirtmişlerdir. Öğretmenlerinin çalışma ortamı bağlamında e-öğrenme araçlarının gerçek kullanımında boşluklar, farklı beceri ve yeterlilik türleri, erişim ve destek göstergelerini kucaklayan çok boyutlu bir yenilik boşluğunun görüldüğünü belirtilmiştir.

Pihie, Asimiran ve Bagheri (2014) yapmış oldukları "Entrepreneurial leadership practices and school innovativeness (Girişimci Liderlik Uygulamaları ve Okul Yenilikçiliği)" isimli çalışmada okul yöneticilerinin girişimci liderlik uygulamaları ile yenilikçi davranışların öğretmenler tarafından algılarını incelemişlerdir. Araştırmaya göre öğretmenler okuldaki yenilikçi uygulamalarının, okul müdürlerin yönetim becerileri ve eğitimine bağlı olduklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca

araştırmadaki retmenlere göre müdürlerin girişimcilik uygulamaları ile okuldaki yenilikçiliği arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

BÖLÜM III

YÖNTEM

Bu bölümde araştırma modeli, evren ve örneklem, veri toplama araçları, verilerin toplanması ve analizine dair alt başlıklara yer verilmiştir.

3.1 ARAŞTIRMA MODELİ

Araştırma, ilişkisel tarama modelinde olup, betimsel bir nitelik arz etmektedir. Tarama modeli, geçmişte ya da günümüzde var olan bir durumu olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlamaktadır. İlişkisel tarama modeli ise iki ve daha çok sayıdaki değişken arasında birlikte değişim varlığını ve/veya derecesini belirlemeyi amaçlayan araştırma modelidir (Karasar, 2012). Araştırma kapsamında okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçları ile bireysel yenilikçilik düzeyleri çeşitli değişkenler açısından belirlenmiştir.

3.2 EVREN VE ÖRNEKLEM

Araştırmanın evrenini, 2016-2017 eğitim öğretim yılında Sakarya ilinde tüm eğitim kademelerindeki okullarda müdür ve müdür yardımcısı düzeyinde görev yapan toplam 1104 okul yöneticisi oluştururken çalışmanın örneklemini ise bu evrenden zaman ve maliyet tasarrufu ilkelerine göre gönüllük esasına dayalı olarak basit tesadüfî örnekleme yöntemi ile seçilen toplam 478 okul yöneticisi oluşturmaktadır. Örneklem hata payı, $p < .05$ anlamlılık düzeyinde %3 olarak hesaplanmıştır. $\alpha = 0.05$

için ± 0.03 , ± 0.05 ve ± 0.10 örnekleme hataları için farklı evren büyüklüklerinden çekilmesi gereken örneklem büyüklükleri hesaplama tablosundan (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2014) faydalanılarak örneklem büyüklüğü belirlenmiştir. Örnekleme yer alan okul yöneticilerine ilişkin demografik özelliklere Tablo 1’de yer verilmiştir.

Tablo 1. Araştırmaya katılan okul yöneticilerinin demografik özellikleri

Cinsiyet	N	%	Unvan	N	%
Kadın	77	16,1	Müdür	272	56,9
Erkek	401	83,9	Müdür Yard.	206	43,1
Toplam	478	100	Toplam	478	100,0
Yaş	N	%	Hizmet Yılı	N	%
20-30 yaş	21	4,4	0-5 yıl	27	5,6
31-40 yaş	180	37,7	6-10 yıl	60	12,6
41 -50 yaş	179	37,4	11-15 yıl	99	20,7
51 yaş ve üstü	98	20,5	16-20 yıl	111	23,2
Toplam	478	100,0	21 ve üzeri yıl	181	37,9
			Toplam	478	100,0
Eğitim Durumu	N	%	Bağlı Olduğunuz Kurum	N	%
Ön Lisans	25	5,2	Devlet	454	95,0
Lisans	350	73,2	Özel	24	5,0
Lisansüstü mezunu	103	21,5	Toplam	478	100,0
Toplam	478	100,0			

Araştırmanın örneklemini 478 okul yöneticisi oluşturmakta ve örneklem içerisinde yer alan okul yöneticilerinin demografik özellikleri Tablo 1 ve Tablo 2’ de yer almaktadır. Katılımcıların cinsiyet değişkeni açısından %16,1’i (77) kadın, %83,9’u (401) erkek olduğu, katılımcıların %56,9’u (272) “Müdür”, %43,1’i (206) “Müdür Yardımcısı” olarak görev yaptığı tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların %4,4’ü (21) “20-30 yaş” aralığında, %37,7’si (180) “31-40 yaş” aralığında, %37,4’ü (179) “41-50 yaş” aralığında ve %20,5’i (98) “51 yaş ve üzeri” aralığında oldukları tespit edilmiştir. Katılımcıların hizmet yıllarına göre dağılımları ise; %5,6’sının (27) “0-5 yıl” hizmet yılı, %12,6’sının (60) “6-10 yıl” hizmet yılı, %20,7’sinin (99) “11-15 yıl” hizmet yılı, %23,2’sinin (111) “16-20 yıl” hizmet yılı ve %37,9’unun ise (181) “21 ve üzeri yıl” olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırmaya katılan okul yöneticilerinin %5,2’si (25) “Ön Lisans” mezunu, %73,2’si (350) “Lisans” mezunu ve %21,5’i

(103) ise “Lisansüstü” mezunu olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların %95,0’ı (454) “Devlet” okulunda ve %5’i (24) de “Özel” okulda görev yaptıklarını ifade etmişlerdir.

Tablo 2. Araştırmaya katılan okul yöneticilerinin sosyal ağ kullanımı

Kullanılan Sosyal Ağlar	N	%	Kullanılan Sosyal Ağlar	N	%
2-3-4-5-6	1	,2	5	2	,4
2-3-4-5-6-7-8	1	,2	2	3	,6
2-3-4-5-7	1	,2	2-3-5-7	3	,6
2-3-4-5-7	1	,2	2-3-4-5-6	4	,8
2-3-4-5-7-8	1	,2	2-3-8	4	,8
2-3-4-5-8	1	,2	3	4	,8
2-3-4-6	1	,2	3-8	6	1,3
2-3-5-7-8	1	,2	3-5	8	1,7
2-3-6-7	1	,2	8	8	1,7
2-5	1	,2	3-4-5	9	1,9
3-4-5-6	1	,2	3-4	12	2,5
3-4-6	1	,2	2	15	3,1
3-7	1	,2	2-3-4	34	7,1
2-3-4-5	2	,4	2-3-5	56	11,7
2-3-4-5-6-8	2	,4	2-3-4-5	60	12,6
2-3-4-7	2	,4	3	84	17,6
2-3-4-8	2	,4	2-3	143	29,9
2-3-7	2	,4			
Toplam				478	100,0

(1) Hiçbiri (2) Facebook (3) WhatsApp (4) Twitter (5) Instagram (6) Periscope (7) LinkedIn (8) Diğer:...

Tablo 2’ye bakıldığında araştırmaya katılan okul yöneticilerinden elde edilen verilere göre sosyal ağ kullanımı olarak en çok “Facebook” ve “WhatsApp” uygulamalarının tercih edildiği belirlenmiştir (%29,9).

3.3 VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

3.3.1 Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği

Sosyal ağların kullanım amaçlarının tespit edilmesi ve hipotezlerin test edilmesine dair yapılan tanımlayıcı araştırma için ihtiyaç duyulan verilerin toplanmasında anket aracından faydalanılmıştır. Anket soruları için Usluel ve diğerleri (2014) tarafından geliştirilen “sosyal ağların kullanım amaçları ölçeği” kullanılmıştır. Ölçek, araştırma, iş birliği, iletişimi başlatma, iletişimi sürdürme, iletişimi kurma, içerik paylaşma ve

eğlence olmak üzere 7 alt boyuta ayrılan toplam 26 sorudan meydana gelmektedir. Araştırma alt boyutu 3 maddeden (1-3), işbirliği alt boyutu 6 maddeden (4-9), iletişimi başlatma alt boyutu 3 maddeden (10-12), iletişim kurma alt boyutu 2 maddeden (13-14), iletişimi sürdürme alt boyutu 4 maddeden (15-18), içerik paylaşma alt boyutu 5 maddeden (19-23) ve eğlence alt boyutu 3 maddeden (24-26) oluşmaktadır. Sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğinin Cronbach alfa güvenirlik katsayısı ise .92 olarak belirlenmiştir. Ölçeğin faktörlerinin güvenirlik katsayılarının .67 ile .87; ölçeğin madde toplam korelasyonların ise .331 ile .717 arasında değiştiği tespit edilmiştir. Ölçeğin sorularına verilecek cevaplar “Kesinlikle katılıyorum” (7) ile “Kesinlikle katılmıyorum” (1) arasında değişmektedir. Ölçekten en fazla 182, en az 26 puan alınabilmektedir. Herhangi bir kullanım amacı faktörünün aritmetik ortalama olarak yüksek değere sahip olması, bireyin sosyal ağları söz konusu amaç için daha yoğun kullandığı şeklinde yorumlanmaktadır.

Çalışmada ölçeğin Cronbach Alfa Güvenirlik Katsayısı ise .87 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin faktörlerinin güvenirlik katsayılarının .72 ile .85; ölçeğin madde toplam korelasyonların ise .338 ile .645 arasında değiştiği tespit edilmiştir.

3.3.2 Bireysel Yenilikçilik Ölçeği

Okul yöneticilerinin yenilikçilik düzeylerini ve yer aldıkları yenilikçilik kategorilerini tespit etmeye yönelik veriler Hurt ve diğerleri (1977) tarafından geliştirilen “Individual Innovativeness” ölçeğinin Kılıçer ve Odabaşı (2010) tarafından Türkçe’ye kültürel uyarlaması yapılmış, geçerlik ve güvenirlik değerlendirmeleri yapılmış hali ile toplanmıştır. Ölçeği oluşturan maddelerin 12’si pozitif (1,2,3,5,8,9,11,12,14,16,18,19), 8’i negatif (4,6,7,10,13,15,17,20) ifadelerden meydana gelmektedir. Bireysel Yenilikçilik Ölçeği’nin (BYÖ) Türkçe formunun dört faktörlü bir yapıdan oluştuğu görülmüştür. Belirlenen bu faktörlere literatür ve maddelerin özellikleri dikkate alınarak sırasıyla “Değişime direnç”, “Fikir önderliği”, “Deneyime açıklık” ve “Risk alma” adları verilmiştir. Değişime direnç alt boyutu 8 maddeden (4, 6, 7, 10, 13, 15, 17 ve 20), fikir önderliği alt boyutu 5 maddeden (1, 8, 9, 11 ve 12), deneyime açıklık alt boyutu 5 maddeden (2, 3, 5, 14 ve 18) ve risk alma alt boyutu 2 maddeden (16 ve 19) oluşmaktadır. Bireysel Yenilikçilik Ölçeği’nin (BYÖ) Türkçe formunun geneline ilişkin iç tutarlık katsayısı $\alpha=0.82$, her bir faktör

açısından ise sırasıyla $\alpha=0.81$, $\alpha=0.73$, $\alpha=0.77$ ve $\alpha=0.62$ olarak belirlenmiştir. Ölçeğin özgün formunun geneline ilişkin güvenilirliğinin 0.89 olduğu (Hurt ve diğerleri, 1977) bulunmuştur. Ölçek yardımıyla yenilikçilik puanı; pozitif maddelerden alınan toplam puandan negatif maddelerden alınan toplam puanın çıkarılmasıyla elde edilen puana 42 puan eklenmesiyle bulunmaktadır. Ölçek sonucunda en düşük 14, en yüksek ise 94 puan alınabilmektedir. Ölçek yardımıyla hesaplanan puanlara göre bireyler yenilikçilik bağlamında sınıflara ayrılabilir. Buna göre bireyler; hesaplanan puan 80 puan üstünde ise “Yenilikçi”, 69 ve 80 puan arasında ise “Öncü”, 57 ve 68 puan arasında ise “Sorgulayıcı”, 46 ve 56 puan arasında ise “Kuşkucu”, 46 puan altında ise “Gelenekçi” olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca ölçek yardımıyla hesaplanan puana göre genel olarak bireylerin yenilikçilik düzeyleri hakkında da değerlendirilmede bulunulabilmektedir. Buna göre; 68 üstü puan alan bireyler oldukça yenilikçi olarak değerlendirilirken, 64 altı puan alan bireyler yenilikçilikte düşük olarak yorumlanmaktadır.

Çalışmada ölçeğin Cronbach Alfa Güvenirlik Katsayısı ise .79 olarak bulunmuştur. Ölçeğin faktörlerinin güvenilirlik katsayılarının .68 ile .76 arasında değiştiği bulunmuştur.

3.4 VERİLERİN TOPLANMASI VE ANALİZİ

Bu araştırmada veri toplama amacıyla kullanılan ölçekler, bizzat araştırmacı tarafından araştırma örnekleminde bulunan okul yöneticilerine dağıtılmış ve doldurulduktan sonra tekrar toplanmıştır. Araştırmada toplanan veriler, SPSS20.0 paket programından faydalanılarak analiz edilmiştir. Verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini test etmek için Kolmogorov-Smirnow Testi yapılmış, verilerin normal dağılmadığı saptandığından non-parametrik testler kullanılmıştır (Tablo 3).

Tablo 3. Verilerin dağılım istatistikleri

Alt Boyutlar	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	İstatistik	Serbestlik derecesi	p	İstatistik	Serbestlik derecesi	p
Araştırma	,104	478	,000**	,962	478	,000**
İş birliği	,081	478	,000**	,977	478	,000**
İletişimi Başlatma	,159	478	,000**	,875	478	,000**
İletişimi Sürdürme	,117	478	,000**	,940	478	,000**
İletişim Kurma	,064	478	,000**	,974	478	,000**
İçerik Paylaşma	,061	478	,000**	,990	478	,002**
Eğlence	,080	478	,000**	,984	478	,000**
Değişime Direnç	,055	478	,001**	,992	478	,012*
Fikir Önderliği	,110	478	,000**	,967	478	,000**
Deneyime Açıklık	,116	478	,000**	,950	478	,000**
Risk Alma	,153	478	,000**	,948	478	,000**

*p <.05; ** p <.01

Tablo 3'e göre ölçek verilerinin anlamlılık değerlerinin 0,05'den küçük olması nedeniyle verilerin normal dağılıma uygunluk göstermediği söylenebilir. Alt problemlere bağlı olarak verilerin çözümlenmesinde yüzde, frekans, aritmetik ortalama, standart sapma, Spearman's korelasyon testi, Kruskal Wallis testi ve Mann Whitney U Testi kullanılmıştır. Farklılıkların anlamlı olup olmadığının test edilmesinde .05 anlamlılık düzeyi kabul edilmiştir.

BÖLÜM IV

BULGULAR

Aşağıda verilerin analizi sonucunda elde edilen bulgular, araştırmanın alt problemleri ve bu problemlerin sırası göz önünde bulundurularak verilmiştir.

4.1 SOSYAL AĞLARIN KULLANIM AMAÇLARI ÖLÇEĞİNE İLİŞKİN BETİMSSEL İSTATİSTİKLER

Okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçlarına ilişkin veriler betimsel istatistik kullanarak değerlendirilmiş ve tespit edilen bulgular Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Sakarya ilinde görev yapan okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçlarına ilişkin görüşleri

Alt Boyutlar	Maddeler	Kesinlikle Katılmıyorum				Kesinlikle Katılıyorum				\bar{X}						
		N	%	N	%	N	%	N	%							
Araştırma	1 Sosyal ağları herhangi bir sorunla ilgili çözüm yolları bulmak için kullanırım.	61	12,76	53	11,09	55	11,51	98	20,50	91	19,04	48	10,04	72	15,06	4,12
	2 Sosyal ağları merak ettiğim ya da ilgi duyduğum bir konu hakkında bilgi aramak için kullanırım.	42	8,79	35	7,32	58	12,13	56	11,72	2	0,42	96	20,08	87	18,20	4,68
	3 Sosyal ağları görüşlerimi destekleyecek materyaller (fotoğraf, video ve yazı vb.) bulmak için kullanırım.	47	9,83	50	10,46	51	10,67	70	14,64	101	21,13	85	17,78	74	15,48	4,42

Tablo 4. Sakarya ilinde görev yapan okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçlarına ilişkin görüşleri (devam)

Alt Boyutlar	Maddeler	Kesinlikle Katılmıyorum				Kesinlikle Katılıyorum				\bar{X}						
		N	%	N	%	N	%	N	%							
İşbirliği	4 Sosyal ağları arkadaşlarımla herhangi bir konu ya da durum hakkında iş birliği yapmak için kullanırım.	24	5,02	33	6,90	38	7,95	60	12,55	97	20,29	109	22,80	117	24,48	5,03
	5 Sosyal ağları ortak ilgi alanına sahip kişilerle bir araya gelmek için kullanırım.	41	8,58	34	7,11	50	10,46	87	18,20	107	22,38	83	17,36	76	15,90	4,54
	6 Sosyal ağları belli bir amaçla ilgili görev paylaşımı için kullanırım.	32	6,69	36	7,53	46	9,62	73	15,27	3	0,63	91	19,04	113	23,64	4,75
	7 Sosyal ağları sosyo-kültürel etkinlik düzenlemek için kullanırım.	52	10,88	54	11,30	62	12,97	87	18,20	5	1,05	81	16,95	84	17,57	4,17
	8 Sosyal ağları ortak bir amaç oluşturmak için kullanırım.	49	10,25	38	7,95	55	11,51	88	18,41	6	1,26	101	21,13	86	17,99	4,34
	9 Sosyal ağları etkinliklerden haberdar olmak için kullanırım.	25	5,23	29	6,07	28	5,86	60	12,55	103	21,55	3	0,63	121	25,31	5,08
	10 Sosyal ağları yeni arkadaşlıklar kurmak için kullanırım.	171	35,77	74	15,48	7	1,46	62	12,97	52	10,88	49	10,25	36	7,53	2,89
	11 Sosyal ağları arkadaşlarıma yüz yüze söyleyemediğim şeyleri söylemek için kullanırım.	283	59,21	58	12,13	1	0,21	36	7,53	31	6,49	33	6,90	20	4,18	2,16
	12 Sosyal ağları samimi olmadığım arkadaşlarımla iletişim kurmak için kullanırım.	255	53,35	63	13,18	1	0,21	34	7,11	42	8,79	45	9,41	16	3,35	2,36
İletişim Kurma	13 Sosyal ağları arkadaşlarımla sohbet etmek (anlık iletişim, sesli ve görüntülü iletişim) için kullanırım.	49	10,25	30	6,28	40	8,37	89	18,62	3	0,63	85	17,78	89	18,62	4,62
	14 Sosyal ağları arkadaşlarımla mesaj alış-verişi için kullanırım.	20	4,18	23	4,81	43	9,00	59	12,34	103	21,55	3	0,63	112	23,43	5,10
İletişimi Sürdürme	15 Sosyal ağları iletişim bilgilerini bilmediğim arkadaşlarıma ulaşmak için kullanırım.	83	17,36	46	9,62	75	15,69	69	14,44	92	19,25	54	11,30	59	12,34	3,92
	16 Sosyal ağları eski arkadaşlarımla bulmak için kullanırım.	58	12,13	52	10,88	58	12,13	81	16,95	3	0,63	95	19,87	63	13,18	4,19
	17 Sosyal ağları arkadaşlarımla iletişimimi sürdürmek için kullanırım.	31	6,49	26	5,44	41	8,58	80	16,74	5	1,05	107	22,38	102	21,34	4,81
	18 Sosyal ağları arkadaşlarımla bağlantımı koparmamak için kullanırım.	34	7,11	30	6,28	51	10,67	81	16,95	4	0,84	103	21,55	91	19,04	4,68

Tablo 4. Sakarya ilinde görev yapan okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçlarına ilişkin görüşleri (devam)

Alt Boyutlar	Maddeler	Kesinlikle Katılmıyorum				Kesinlikle Katılıyorum				\bar{X}						
		N	%	N	%	N	%	N	%							
İçerik Paylaşma	19 Sosyal ağları herhangi bir konu hakkında içerik (resim, video ve metin vb.) oluşturmak için kullanırım. Sosyal ağları görüşlerimi desteklemek için	49	10,25	45	9,41	58	12,13	98	20,50	2	0,42	97	20,29	79	16,53	4,23
	20 oluşturduğum görselleri (resim ve video vb.) paylaşmak için kullanırım. Sosyal ağları fotoğraf albümü oluşturmak için kullanırım.	70	14,64	42	8,79	62	12,97	97	20,29	1	0,21	96	20,08	58	12,13	4,03
	21 Sosyal ağları video albümü oluşturmak için kullanırım.	138	28,87	80	16,74	78	16,32	65	13,60	60	12,55	27	5,65	30	6,28	3,06
	22 Sosyal ağları kişisel etkinlik günlüğü oluşturmak için kullanırım.	20	4,18	23	4,81	43	9,00	59	12,34	103	21,55	3	0,63	112	23,43	5,10
	23 Sosyal ağları komik paylaşımlara (söz ve karikatür vb.) bakmak için kullanırım. Sosyal ağları mutsuz olduğumda beni mutsuz eden etkenlerden uzaklaşmak için kullanırım. Sosyal ağları komik paylaşımlar (söz ve karikatür gibi) yapmak için kullanırım.	41	8,58	34	7,11	50	10,46	87	18,20	107	22,38	83	17,36	76	15,90	4,54
Eğlence	24 Sosyal ağları komik paylaşımlara (söz ve karikatür vb.) bakmak için kullanırım. Sosyal ağları mutsuz olduğumda beni mutsuz eden etkenlerden uzaklaşmak için kullanırım. Sosyal ağları komik paylaşımlar (söz ve karikatür gibi) yapmak için kullanırım.	255	53,35	63	13,18	1	0,21	34	7,11	42	8,79	45	9,41	16	3,35	2,36
	25 Sosyal ağları komik paylaşımlara (söz ve karikatür vb.) bakmak için kullanırım. Sosyal ağları mutsuz olduğumda beni mutsuz eden etkenlerden uzaklaşmak için kullanırım. Sosyal ağları komik paylaşımlar (söz ve karikatür gibi) yapmak için kullanırım.	58	12,13	52	10,88	58	12,13	81	16,95	3	0,63	95	19,87	63	13,18	4,19
	26 Sosyal ağları komik paylaşımlara (söz ve karikatür vb.) bakmak için kullanırım. Sosyal ağları mutsuz olduğumda beni mutsuz eden etkenlerden uzaklaşmak için kullanırım. Sosyal ağları komik paylaşımlar (söz ve karikatür gibi) yapmak için kullanırım.	52	10,88	54	11,30	62	12,97	87	18,20	5	1,05	81	16,95	84	17,57	4,17

Genel Ortalama: 4,13 Standart Sapma: ,86

Ölçüt Aralığı 1–1,85 “Kesinlikle Katılmıyorum”; 1,86–2,71 “Katılmıyorum”; 2,72–3,57 “Biraz Katılmıyorum”; 3,58–4,43 “Kararsızım”; 4,44–5,29 “Biraz Katılıyorum”; 5,30–6,15 “Katılıyorum”; 6,16–7 “Kesinlikle Katılıyorum”.

Tablo 4’teki bulgulara göre Sakarya ilinde görev yapan okul yöneticilerinin sosyal ağların kullanım amaçlarına yönelik görüşleri incelendiğinde görüşlerin “Kararsızım” (Genel Ortalama \bar{X} =4,13; standart sapma: ,86) seviyesinde olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4 incelendiğinde, en yüksek ortalamaya (\bar{X} =5,10) sahip maddelerin, “Sosyal ağları arkadaşlarımla mesaj alış-verişi için kullanırım.” ve “Sosyal ağları video

albümü oluşturmak için kullanırım.”, en yüksek ikinci ortalamaya ($\bar{X}=5,08$) maddenin, “Sosyal ağları etkinliklerden haberdar olmak için kullanırım.”, en yüksek üçüncü ortalamaya ($\bar{X}=5,03$) sahip maddenin ise “Sosyal ağları arkadaşlarımla herhangi bir konu ya da durum hakkında işbirliği yapmak için kullanırım.” maddesinin olduğu görülmüştür.

En düşük ortalamaya ($\bar{X}=2,16$) sahip maddenin, “Sosyal ağları arkadaşlarıma yüz yüze söyleyemediğim şeyleri söylemek için kullanırım.”, en düşük ortalamaya ($\bar{X}=2,36$) sahip ikinci maddenin, “Sosyal ağları samimi olmadığım arkadaşlarımla iletişim kurmak için kullanırım.” ve “Sosyal ağları komik paylaşımlara (söz ve karikatür vb.) bakmak için kullanırım.”, en düşük ortalamaya ($\bar{X}=2,89$) sahip üçüncü maddenin ise “Sosyal ağları yeni arkadaşlıklar kurmak için kullanırım.” maddesinin olduğu görülmüştür.

4.2 BİRİNCİ ALT PROBLEME İLİŞKİN BULGULAR

Çalışmanın birinci alt problem cümlesi “*Okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçları ne düzeydedir?*” şeklindedir.

Okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçları ölçeğinden aldıkları puanların ortalamaları ve standart sapmaları Tablo 5’te gösterilmiştir.

Tablo 5. Okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçları puanlarına ait aritmetik ortalama puanları ve standart sapmaları

Alt Boyutlar	N	\bar{X}	Ss
Araştırma	478	4,40	1,63
İş birliği	478	4,65	1,38
İletişimi Başlatma	478	2,46	1,47
İletişimi Sürdürme	478	4,40	1,60
İletişim Kurma	478	4,86	1,52
İçerik Paylaşma	478	4,19	1,22
Eğlence	478	3,57	1,24
Toplam	478	4,13	,86

Sosyal ağları kullanım amaçları ölçeğinin boyutlarından “Araştırma” ortalaması $\bar{X} = 4,40$, “İş birliği” ortalaması $\bar{X} = 4,65$, “İletişimi başlatma” ortalaması $\bar{X} = 2,46$, “İletişimi sürdürme” ortalaması $\bar{X} = 4,03$, “İletişimi kurma” ortalaması $\bar{X} = 3,91$, “İçerik paylaşma” ortalaması $\bar{X} = 3,98$ ve “Eğlence” ortalaması $\bar{X} = 3,95$ olduğu tespit edilmiştir. Ölçeğin tamamından alınan ortalama puan $\bar{X} = 4,13$ olarak tespit edilmiştir.

Ölçeğin alt boyutları için aritmetik ortalamalara bakıldığında okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçları arasında “**İletişim Kurma**” boyutunun en yüksek puana sahip olduğu, “**İletişimi Başlatma**” alt boyutunun ise en düşük puana sahip olduğu da bulunmuştur.

4.3 İKİNCİ ALT PROBLEME İLİŞKİN BULGULAR

Çalışmanın ikinci alt problem cümlesi, “*Okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçları, bağımsız değişkenlere (cinsiyet, yaş, unvan, eğitim durumu, hizmet yılı ve çalıştığı kurum) göre anlamlı bir şekilde farklılaşmakta mıdır?*” şeklindedir.

Bu alt problem doğrultusunda aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

- a) *Okul yöneticilerinin cinsiyet değişkeni bakımından boyutlara ilişkin sosyal ağları kullanım amaçları arasında anlamlı bir farklılaşma var mıdır?*

Erkek ve kadın okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin sosyal ağları kullanım amaçları arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan Mann Whitney U Testi değerleri Tablo 6’da gösterilmiştir.

Tablo 6. Okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin sosyal ağların kullanım amaçları ölçeği puanlarının cinsiyet değişkeni açısından farklılığını gösteren Mann Whitney U Testi tablosu

Boyutlar	Cinsiyet	N	\bar{X}	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
Araştırma	Kadın	77	14,93	290,55	22372,50	11507,500	,000**
	Erkek	401	12,89	229,70	92108,50		
İş birliği	Kadın	77	28,96	256,54	19753,50	14161,500	,237
	Erkek	401	27,70	236,23	94727,50		

Tablo 6. Okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin sosyal ağların kullanım amaçları ölçeği puanlarının cinsiyet değişkeni açısından farklılığını gösteren Mann Whitney U Testi tablosu (devam)

Boyutlar	Cinsiyet	N	\bar{X}	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
İletişimi	Kadın	77	6,60	210,82	16233,00	13230,000	,045*
Başlatma	Erkek	401	7,56	245,01	98248,00		
İletişimi	Kadın	77	9,23	224,91	17318,00	14315,000	,002**
Sürdürme	Erkek	401	9,81	242,30	97163,00		
İletişim	Kadın	77	15,75	195,36	15043,00	12040,000	,308
Kurma	Erkek	401	17,95	247,98	99438,00		
İçerik	Kadın	77	21,00	237,90	18318,50	15315,500	,912
Paylaşma	Erkek	401	20,95	239,81	96162,50		
Eğlence	Kadın	77	10,55	230,30	17733,00	14730,000	,522
	Erkek	401	10,75	241,27	96748,00		

*p <.05; ** p <.01

Tablo 6'ya göre, Mann Whitney U Testi sonucunda okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin sosyal ağların kullanım amaçları ölçeği puanlarında sadece "Araştırma", "İletişimi Başlatma" ve "İletişim Kurma" boyutlarında cinsiyet değişkeni açısından anlamlı bir farklılık bulunmuştur (p<.05). "Araştırma" alt boyutunda kadınların ölçekten aldıkları puan ortalamaları ($\bar{X} = 14,93$; p = ,000) istatistiksel olarak erkeklere göre anlamlı derecede yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca göre kadınların sosyal ağları erkeklere göre daha çok araştırma amacıyla kullandıkları söylenebilir. Ayrıca ölçeğin "İletişimi Başlatma" ($\bar{X} = 7,56$; p = ,045) ve "İletişimi Sürdürme" ($\bar{X} = 9,81$; p = ,002) alt boyutlarında da erkeklerin ölçekten aldıkları puan ortalamaları kadınlara göre istatistiksel açılarından anlamlı oranda yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu sonuca göre erkeklerin sosyal ağları kadınlara göre daha çok iletişimi başlatma ve iletişimi sürdürme amacıyla kullandıkları söylenebilir.

b) Okul yöneticilerinin yaş değişkeni bakımından boyutlara ilişkin sosyal ağları kullanım amaçları arasında anlamlı bir farklılaşma var mıdır?

Farklı yaş gruplarındaki okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin sosyal ağları kullanım amaçları arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını ortaya çıkarmak amacıyla yapılan Kruskal Wallis testi değerleri Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7. Okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin sosyal ağları kullanım amaçları ölçeği puanlarının yaş değişkeni açısından farklılığını gösteren Kruskal Wallis Testi tablosu

Boyutlar	Yaş	N	\bar{X}	Sıra Ort.	sd	χ^2	p	Anlamlı Fark
Araştırma	20-30 yaş	21	13,22	268,71	3	8.60	,035*	2-3
	31-40 yaş	180	27,90	259,49				
	41-50 yaş	179	7,40	219,96				
	51 yaş ve üstü	98	9,72	232,22				
İş birliği	20-30 yaş	21	17,59	254,17	3	10,560	,014*	2-3
	31-40 yaş	180	20,96	260,84				
	41-50 yaş	179	10,72	214,34				
	51 yaş ve üstü	98	13,22	243,12				
İletişimi Başlatma	20-30 yaş	21	27,90	270,50	3	3,997	,262	
	31-40 yaş	180	7,40	240,35				
	41-50 yaş	179	9,72	226,45				
	51 yaş ve üstü	98	17,59	255,14				
İletişimi Sürdürme	20-30 yaş	21	20,96	285,33	3	7,911	,144	
	31-40 yaş	180	10,72	255,19				
	41-50 yaş	179	13,22	229,97				
	51 yaş ve üstü	98	27,90	218,27				
İletişim Kurma	20-30 yaş	21	7,40	265,95	3	5,409	,048*	1-4 2-4
	31-40 yaş	180	9,72	245,34				
	41-50 yaş	179	17,59	221,71				
	51 yaş ve üstü	98	20,96	255,60				
İçerik Paylaşma	20-30 yaş	21	10,72	286,88	3	10,071	,018*	1-3 2-3
	31-40 yaş	180	13,22	258,67				
	41-50 yaş	179	27,90	219,74				
	51 yaş ve üstü	98	7,40	230,22				
Eğlence	20-30 yaş	21	9,72	272,62	3	6,323	,097	2-3
	31-40 yaş	180	17,59	251,78				
	41-50 yaş	179	20,96	220,22				
	51 yaş ve üstü	98	10,72	245,06				

*p < .05; ** p < .01 1: “20-30 yaş”; 2: “31-40 yaş”; 3: “41-50 yaş”; 4: “51 yaş ve üstü”.

Tablo 7’deki Kruskal Wallis testi değerlerine bakıldığında, okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin sosyal ağların kullanım amaçları ölçeği puanlarının katılımcıların yaşlarına göre anlamlı farklılığın olduğu bulunmuştur ($p < .05$). Bu farkın hangi grup lehine anlamlı olduğunu görebilmek amacıyla yapılan Mann Whitney U Testi sonuçlarına göre, yaşları “31-40” yaş aralığında olanlar ile yaşları “41-50” yaş aralığında olanların sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğinin “Araştırma” ($\chi^2 = 8,60$; $p = ,035$) ve “İş Birliği” ($\chi^2 = 10,560$; $p = ,014$) alt boyut puan ortalamalarında yaşları “31-40” yaş aralığında olanların lehine istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur. “İçerik Paylaşma” ($\chi^2 = 10,071$; $p = ,018$) ve “Eğlence” ($\chi^2 = 6,323$; $p = ,097$) alt boyutlarında ise yaşları “41-50” yaş aralığında olanların lehine istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur.

Yaşları “51 yaş ve üstü” olanlar ile yaşları “20-30 yaş” ve “31-40 yaş” olanların sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğinin “İletişim Kurma” alt boyut puan ortalamalarında yaşları “51 yaş ve üstü” aralığında olanların lehine istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur ($\chi^2 = 5,409$; $p = ,048$). Okul yöneticilerinin yaşları arttıkça sosyal medyayı iletişim kurma amaçlı kullandıkları söylenebilir.

Ayrıca yaşları “20-30” yaş aralığında olanlar ile yaşları “41-50” yaş aralığında olanların sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğinin “İçerik Paylaşma” alt boyut puan ortalamalarında yaşları “41-50” yaş aralığında olanların lehine istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur ($\chi^2 = 10,071$; $p = ,018$).

c) Okul yöneticilerinin unvan değişkeni bakımından boyutlara ilişkin sosyal ağları kullanım amaçları arasında anlamlı bir farklılaşma var mıdır?

Okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin sosyal ağları kullanım amaçları arasında anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığını tespit etmek amacıyla yapılan Mann Whitney U Testi dair değerler Tablo 8’de gösterilmiştir.

Tablo 8. Okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin sosyal ağların kullanım amaçları ölçeği puanlarının unvan değişkenine açısından farklılığını gösteren Mann Whitney

U Testi tablosu

Boyutlar	Unvan	N	\bar{X}	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
Araştırma	Müdür	272	13,21	237,97	64727,50	27599,500	,780
	Müdür Yrd.	206	13,22	241,52	49753,50		

Tablo 8. Okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin sosyal ağların kullanım amaçları ölçeği puanlarının unvan değişkenine açısından farklılığını gösteren Mann Whitney U Testi tablosu (devam)

Boyutlar	Unvan	N	\bar{X}	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
İş birliği	Müdür	272	28,63	251,19	68324,50	24835,500	,033*
	Müdür Yrd.	206	26,93	224,06	46156,50		
İletişimi Başlatma	Müdür	272	7,18	233,52	63518,00	26390,000	,272
	Müdür Yrd.	206	7,70	247,39	50963,00		
İletişimi Sürdürme	Müdür	272	9,45	227,68	61929,50	24801,500	,854
	Müdür Yrd.	206	10,07	255,10	52551,50		
İletişimi Kurma	Müdür	272	17,54	238,49	64868,50	27740,500	,030*
	Müdür Yrd.	206	17,66	240,84	49612,50		
İçerik Paylaşma	Müdür	272	20,72	233,78	63589,50	26461,500	,298
	Müdür Yrd.	206	21,28	247,05	50891,50		
Eğlence	Müdür	272	10,87	246,26	66982,00	26178,000	,217
	Müdür Yrd.	206	10,52	230,58	47499,00		

*p < .05; ** p < .01

Tablo 8'e göre, Mann Whitney U Testi sonucunda okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin sosyal ağları kullanım amaçları ölçeği puanlarında sadece "İş birliği" ve "İletişimi Sürdürme" alt boyutlarında unvan değişkeni bakımından anlamlı bir farklılık bulunmuştur (p<.05). "İş birliği" alt boyutunda okul müdürlerinin ölçekten aldıkları puan ortalamaları müdür yardımcılara göre istatistiksel açıdan anlamlı derecede yüksek bulunmuştur ($\bar{X} = 28,63$; p = ,033). Bu sonuca göre okul müdürleri sosyal ağları müdür yardımcılara göre daha çok iş birliği amacıyla kullandıkları söylenebilir. "İletişimi Kurma" alt boyutunda ise müdür yardımcılarının ölçekten aldıkları puan ortalamaları okul müdürlerine göre istatistiksel açıdan anlamlı derecede yüksek bulunmuştur ($\bar{X} = 17,66$; p = ,030). Bu sonuca göre de müdür yardımcılarını sosyal ağları okul müdürlerine göre daha çok iletişimi kurma amacıyla kullandıkları bulunmuştur.

d) Okul yöneticilerinin eğitim durumu değişkeni bakımından boyutlara ilişkin sosyal ağları kullanım amaçları arasında anlamlı bir farklılaşma var mıdır?

Farklı eğitim düzeylerine sahip okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin sosyal ağları kullanım amaçları arasında anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığını tespit etmek amacıyla yapılan Kruskal Wallis testinin değerleri Tablo 9’da verilmiştir.

Tablo 9. Okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin sosyal ağların kullanım amaçları ölçeği puanlarının eğitim durumu değişkenine göre farklılığını gösteren Kruskal Wallis Testi değerleri tablosu

Boyutlar	Eğitim	N	\bar{X}	Sıra Ort.	sd	χ^2	p	Anlamlı Fark
Araştırma	Ön Lisans	25	12,24	210,00	2	1,427	,490	
	Lisans	350	13,21	239,49				
	Lisansüstü	103	13,47	246,71				
İş birliği	Ön Lisans	25	27,96	245,06	2	4,275	,118	
	Lisans	350	27,52	231,96				
	Lisansüstü	103	29,19	263,79				
İletişimi Başlatma	Ön Lisans	25	7,44	234,42	2	1,025	,599	
	Lisans	350	7,34	236,31				
	Lisansüstü	103	7,61	251,56				
İletişimi Sürdürme	Ön Lisans	25	8,94	199,62	2	12,953	,269	
	Lisans	350	9,51	230,25				
	Lisansüstü	103	10,61	280,60				
İletişim Kurma	Ön Lisans	25	17,00	236,66	2	2,625	,002**	1-3 2-3
	Lisans	350	17,34	233,97				
	Lisansüstü	103	18,61	258,97				
İçerik Paylaşma	Ön Lisans	25	18,64	186,38	2	11,998	,002**	1-3 2-3
	Lisans	350	20,64	232,43				
	Lisansüstü	103	22,61	276,40				
Eğlence	Ön Lisans	25	10,08	227,68	2	1,013	,603	
	Lisans	350	10,67	236,98				
	Lisansüstü	103	11,03	250,94				

*p <.05; ** p <.01 1:Ön Lisans; 2:Lisans; 3:Lisansüstü

Tablo 9’daki Kruskal Wallis testi değerlerine bakıldığında, okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin sosyal ağların kullanım amaçları ölçeği puanlarının katılımcıların eğitim durumlarına göre anlamlı farklılığın olduğu bulunmuştur (p<.05). Bu farkın hangi grup lehine anlamlı olduğunu görebilmek amacıyla yapılan Mann Whitney U

Testi sonuçlarına göre eğitim durumları “Lisansüstü” olanlar ile eğitimleri “Ön Lisans” ve “Lisans” olanların sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğinin “İletişim Kurma” ($\chi^2 = 2,625$; $p = ,002$) ve “İçerik Paylaşma” ($\chi^2 = 11,998$; $p = ,002$) alt boyutlarının puan ortalamalarında eğitim durumları “Lisansüstü” olanların lehine istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur. Eğitim durumları artıkça okul yöneticilerinin sosyal medyayı iletişim kurma ve içerik paylaşma amaçlı kullandıkları söylenebilir.

e) Okul yöneticilerinin hizmet yılı değişkeni bakımından boyutlara ilişkin sosyal ağları kullanım amaçları arasında anlamlı bir farklılaşma var mıdır?

Farklı hizmet yılları olan okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin sosyal ağları kullanım amaçları arasında anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığını tespit etmek amacıyla yapılan Kruskal Wallis testinin değerleri Tablo 10’da gösterilmiştir.

Tablo 10. Okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin sosyal ağların kullanım amaçları ölçeği puanlarının hizmet yılı değişkenine açısından farklılığını gösteren Kruskal Wallis Testi tablosu

Boyutlar	Hizmet Yılı	N	\bar{X}	Sıra Ort.	sd	χ^2	p	Anlamlı Fark
Araştırma	0-5 yıl	27	15,51	303,70	4	10,008	,040*	1-4
	6-10 yıl	60	13,85	258,56				
	11-15 yıl	99	13,56	248,53				
	16-20 yıl	111	12,65	227,77				
	21 yıl ve üstü	181	12,82	225,86				
İş birliği	0-5 yıl	27	31,00	283,24	4	10,003	,040*	1-4 2-4
	6-10 yıl	60	29,93	269,16				
	11-15 yıl	99	27,91	240,74				
	16-20 yıl	111	26,04	211,67				
	21 yıl ve üstü	181	27,90	239,53				
İletişimi Başlatma	0-5 yıl	27	8,25	250,78	4	3,093	,542	
	6-10 yıl	60	7,81	253,53				
	11-15 yıl	99	6,69	226,00				
	16-20 yıl	111	7,23	228,47				
	21 yıl ve üstü	181	7,64	247,31				
İletişimi Sürdürme	0-5 yıl	27	10,70	283,09	4	8,127	,102	
	6-10 yıl	60	10,40	270,28				
	11-15 yıl	99	9,72	241,40				

Tablo 10. Okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin sosyal ağların kullanım amaçları ölçeği puanlarının hizmet yılı değişkenine açısından farklılığını gösteren Kruskal Wallis Testi tablosu (devam)

Boyutlar	Hizmet Yılı	N	\bar{X}	Sıra Ort.	sd	χ^2	p	Anlamlı Fark
İletişimi Sürdürme	16-20 yıl	111	9,55	235,61	4	8,127	,102	
	21 yıl ve üstü	181	9,44	224,14				
İletişimi Kurma	0-5 yıl	27	20,21	294,22	4	7,717	,087	
	6-10 yıl	60	18,08	250,95				
	11-15 yıl	99	17,93	243,42				
	16-20 yıl	111	16,62	216,94				
	21 yıl ve üstü	181	17,45	239,23				
İçerik Paylaşma	0-5 yıl	27	23,66	290,91	4	14,291	,006**	1-3
	6-10 yıl	60	23,08	289,43				1-4
	11-15 yıl	99	20,72	232,04				1-5
	16-20 yıl	111	20,37	227,22				2-3
	21 yıl ve üstü	181	20,96	226,90				2-4
Eğlence	0-5 yıl	27	11,85	272,91	4	6,922	,140	2-5
	6-10 yıl	60	11,60	267,02				
	11-15 yıl	99	10,70	236,58				
	16-20 yıl	111	10,12	217,35				
	21 yıl ve üstü	181	10,63	240,58				

*p <.05; ** p <.01 1: “0-5 yıl”; 2: “6-10 yıl”; 3: “11-15 yıl”; 4: “16-20 yıl”; 5: “21 yıl ve üstü”

Tablo 10’deki Kruskal Wallis testi değerlerine bakıldığında, okul yöneticilerinin sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğinin sadece “Araştırma”, “İşbirliği” ve “İçerik Paylaşma” alt boyut puanlarında katılımcıların hizmet yılları açısından anlamlı farklılığın olduğu bulunmuştur (p<.01; p<.05). Bu farkın hangi grup lehine anlamlı olduğunu görebilmek amacıyla Mann Whitney U Testi uygulanmıştır. Sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğinin “Araştırma” alt boyutunda; hizmet yılları “0-5” yıl aralığında olanlar ile hizmet yılları “16-20” yıl aralığında olanların puan ortalamalarında hizmet yılları “0-5” yıl aralığında olanların lehine istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur ($\chi^2 = 10,008$; p = ,040).

Sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğinin “İş birliği” alt boyutunda; hizmet yılları “16-20” yıl aralığında olanların puan ortalamaları ile hizmet yılları “0-5” yıl ve “6-10” yıl aralığında olanların puan ortalamaları arasında hizmet yılları “0-5” yıl ve “6-

10” yıl aralığında olanların lehine istatistiksel açıdan anlamlı fark olduğu bulgusuna ulaşılmıştır ($\chi^2 = 10,003$; $p = ,040$). Buna göre okul yöneticilerinin hizmet yıllarının ilk 10 yıllındaki sosyal medyayı kullanım amaçları iş birliğini sağlama şeklinde olduğu söylenebilir.

Sosyal ağları kullanım amaçları ölçeğinin “İçerik Paylaşma” alt boyutunda; hizmet yılları “0-5” yıl aralığında olanların puan ortalamaları ile hizmet yılları “11-15 yıl”, “16-20 yıl” ve “21 yıl ve üstü” aralığında olanların puan ortalamaları arasında hizmet yılları “0-5” yıl aralığında olanların lehine istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur ($\chi^2 = 14,291$; $p = ,006$). Benzer sonuç hizmet yılları “6-10” yıl aralığında olanların puan ortalamaları ile hizmet yılları “11-15 yıl”, “16-20 yıl” ve “21 yıl ve üstü” aralığında olanların puan ortalamaları arasında da hizmet yılları “6-10” yıl aralığında olanların lehine istatistiksel açıdan anlamlı fark olduğu bulgusuna ulaşılmıştır ($\chi^2 = 14,291$; $p = ,006$). Buna göre okul yöneticilerinin 11. hizmet yıllarından sonra sosyal medyayı içerik paylaşma amaçlı kullanımlarının azaldığı söylenebilir.

f) Okul yöneticilerinin bağlı oldukları kurum değişkeni bakımından boyutlara ilişkin sosyal ağları kullanım amaçları arasında anlamlı bir farklılaşma var mıdır?

Bağlı oldukları kuruma göre okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin sosyal ağları kullanım amaçları arasında anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığını tespit etmek amacıyla yapılan Mann Whitney U Testi değerleri Tablo 11’de gösterilmiştir.

Tablo 11. Okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin sosyal ağları kullanım amaçları ölçeği puanlarının bağlı oldukları kurum değişkenine açısından farklılığını gösteren Mann Whitney U Testi değerleri tablosu

Boyutlar	Bağlı Oldukları Kurum	N	\bar{X}	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
Araştırma	Devlet	454	13,22	239,73	108836,50	5344,500	,875
	Özel	24	13,08	235,19	5644,50		
İşbirliği	Devlet	454	27,87	239,31	108646,00	5361,000	,895
	Özel	24	28,47	243,13	5835,00		
İletişimi Başlatma	Devlet	454	7,48	241,94	109838,50	4342,500	,090
	Özel	24	5,91	193,44	4642,50		
İletişimi Sürdürme	Devlet	454	9,68	238,14	108115,50	4830,500	,192
	Özel	24	10,37	265,23	6365,50		

Tablo 11. Okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin sosyal ağları kullanım amaçları ölçeği puanlarının bağlı oldukları kurum değişkenine açısından farklılığını gösteren Mann Whitney U Testi değerleri tablosu (devamı)

Boyutlar	Bağlı Oldukları Kurum	N	\bar{X}	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
İletişimi Kurma	Devlet	454	17,51	237,61	107874,50	4589,500	,346
	Özel	24	19,15	275,27	6606,50		
İçerik Paylaşma	Devlet	454	20,91	238,24	108159,00	4874,000	,383
	Özel	24	21,87	263,42	6322,00		
Eğlence	Devlet	454	10,74	240,37	109128,50	5052,500	,547
	Özel	24	10,33	223,02	5352,50		

*p < .05; ** p < .01

Tablo 11'e göre, Mann Whitney U Testi sonucunda okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin sosyal ağların kullanım amaçları ölçeği puanlarında bağlı oldukları kurum değişkeni açısından anlamlı olan bir fark bulunmamıştır (p> .05). Bu sonuca göre devlet ya da özel okullarda görevli olan okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçlarının değişmediği söylenebilir.

4.4 BİREYSEL YENİLİKÇİLİK DÜZEYLERİNE İLİŞKİN BETİMSSEL İSTATİSTİKLER

Okul yöneticilerinin bireysel yenilikçilik düzeylerine dair veriler betimsel istatistik yöntemlerle değerlendirilmiş ve ortaya çıkan bulgular Tablo 12'de verilmiştir.

Tablo 12. Sakarya ilinde görev yapan okul yöneticilerinin bireysel yenilikçiliğe yönelik görüşleri

Alt Boyutlar	Maddeler	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Ortadayım		Katlıyorum		Kesinlikle Katlıyorum		\bar{X}
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Değişime Direnç	4 Genellikle yeni fikirleri kabullenmekte temkinliyimdir.	34	7,11	117	24,48	9	1,88	157	32,85	109	22,80	3,06
	6 Yeni icatlara ve yeni düşünce tarzlarına karşı şüpheciyimdir.	15	3,14	81	16,95	3	0,63	137	28,66	168	35,15	3,43
	7 Çevremdeki insanların büyük bir çoğunluğunun kabul ettiğini görene kadar yeni fikirlere pek itibar etmem.	15	3,14	64	13,39	2	0,42	121	25,31	191	39,96	3,56

Tablo 12. Sakarya ilinde görev yapan okul yöneticilerinin bireysel yenilikçiliğe yönelik görüşleri (devam)

Alt Boyutlar	Maddeler	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Ortadayım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum		\bar{X}	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%		
Değişime Direnç	4	Genellikle arkadaş grubum içinde yeni bir şeyi kabul eden son kişilerden biri olduğumu düşünüyorum.	17	3,56	68	14,23	1	0,21	104	21,76	184	38,49	3,61
	13	Çevremdeki bireylerde işe yaradığımı görene kadar bir işi yapmanın yeni yollarını kabullenmekte isteksiz davranırım.	10	2,09	70	14,64	3	0,63	127	26,57	184	38,49	3,54
	15	Eski usul yaşam tarzının ve işleri eski yöntemlerle yapmanın en iyisi olduğunu düşünürüm.	16	3,35	67	14,02	4	0,84	115	24,06	175	36,61	3,58
	17	Yenilikleri dikkate almadan önce diğer insanların o yeniliği kullandığını görmeliyim.	20	4,18	110	23,01	1	0,21	149	31,17	143	29,92	3,22
	20	Yeni fikirlere karşı çoğunlukla şüpheciyimdir.	12	2,51	66	13,81	1	0,21	139	29,08	174	36,40	3,53
Fik. Ön.	1	Arkadaşlarım öneri veya bilgi almak için sık sık bana başvururlar.	19	3,97	24	5,02	155	32,43	205	42,89	75	15,69	3,61
	8	Arkadaş grubum içinde etkili bir birey olduğumu düşünürüm.	6	1,26	15	3,14	124	25,94	4	0,84	250	52,30	3,80
Fikir Önderliği	9	Düşüncelerimde ve davranışlarımda kendimi yaratıcı ve özgün görürüm.	4	0,84	19	3,97	119	24,90	11	2,30	241	50,42	3,82
	11	Yaratıcı bir kişiliğe sahibimdir. Ait olduğum grubun liderlikle ilgili sorumluluklarımı almaktan hoşlanırım.	5	1,05	17	3,56	152	31,80	3	0,63	222	46,44	3,74
	12	Sorumluluklarımı almaktan hoşlanırım.	3	0,63	32	6,69	89	18,62	4	0,84	236	49,37	3,90
Deneyime Açıklık	2	Yeni fikirlere denemekten hoşlanırım.	11	2,30	21	4,39	92	19,25	1	0,21	231	48,33	3,91
	3	Bir şeyi yapmanın yeni yollarını ararım.	9	1,88	19	3,97	69	14,44	232	48,54	1	0,21	4,03
	5	Bir sorunu çözerken yanıt açık olmadığı zaman çözüm için çoğu kez yeni yöntemler geliştiririm.	4	0,84	20	4,18	98	20,50	7	1,46	262	54,81	3,87
	14	Düşüncelerimde ve davranışlarımda özgün olmayı heyecan verici bulurum.	7	1,46	20	4,18	87	18,20	3	0,63	259	54,18	3,90
	18	Yeni fikirlere açığım.	7	1,46	17	3,56	36	7,53	234	48,95	1	0,21	4,19
Risk Alma	16	Belirsizlikler ve çözülmemiş problemler beni güdüler.	15	3,14	49	10,25	135	28,24	6	1,26	208	43,51	3,55
	19	Cevabı belirsiz sorular beni heyecanlandırır.	14	2,93	60	12,55	139	29,08	4	0,84	202	42,26	3,49
Genel Ortalama: 3,66 Standart Sapma: ,27													

Ölçüt Aralığı 1-1,79 “Hiç katılmıyorum”; 1,80-2,59 “Katılmıyorum”; 2,60-3,39 “Kararsızım”; 3,40-4,19 “Katılıyorum”; 4,20-5,0 “Kesinlikle Katılıyorum” şeklindedir.

Tablo 12’deki bulgulara göre Sakarya ilinde görev yapan okul yöneticilerinin bireysel yenilikçiliğe yönelik görüşleri incelendiğinde görüşlerin “Katılıyorum” (Genel Ortalama \bar{X} =3,66; standart sapma: ,27) seviyesinde olduğu belirlenmiştir.

Tablo 12 incelendiğinde, en yüksek ortalamaya ($\bar{X}=4,19$) sahip maddenin, “Yeni fikirlere açığımdır.”, en yüksek ikinci ortalamaya ($\bar{X}=4,03$) maddenin, “Bir şeyi yapmanın yeni yollarını ararım.” ve en yüksek üçüncü ortalamaya ($\bar{X}=3,91$) sahip maddenin ise “Yeni fikirleri denemekten hoşlanırım.” maddeleri olduğu görülmüştür.

En düşük ortalamaya ($\bar{X}=3,06$) sahip maddenin, “Genellikle yeni fikirleri kabullenmekte temkinliyimdir.”, en düşük ortalamaya ($\bar{X}=3,22$) sahip ikinci maddenin, “Yenilikleri dikkate almadan önce diğer insanların o yeniliğı kullandığını görmeliyim.” ve en düşük ortalamaya ($\bar{X}=3,43$) sahip üçüncü maddenin ise “Yeni icatlara ve yeni düşünce tarzlarına karşı şüpheliyimdir.” maddesinin olduğu görülmüştür.

4.5 ÜÇÜNCÜ ALT PROBLEME İLİŞKİN BULGULAR

Çalışmanın üçüncü alt problem cümlesi “*Okul yöneticilerinin bireysel yenilikçilik düzeyleri nasıldır?*” şeklindedir.

Okul yöneticilerinin bireysel yenilikçilik düzeyinin saptanması amacıyla ortalama, frekans ve yüzde dağılımları hesaplanmıştır. Ölçekte belirtildiğı üzere yenilikçilik puanı bakımından bireysel yenilikçilik puanı 68’den büyükse yüksek düzeyde yenilikçi, 68 ile 64 arasındaysa orta düzeyde yenilikçi ve 64’den küçükse düşük düzeyde yenilikçi şeklinde ele alınmıştır. Okul yöneticilerinin bireysel yenilikçilik düzeyleri Tablo 13’te gösterilmiştir.

Tablo 13. Okul yöneticilerinin bireysel yenilikçilik düzeyleri

Yenilikçilik Düzeyi	N	%
Yüksek Düzeyde Yenilikçi	140	29,3
Orta Düzeyde Yenilikçi	56	11,7
Düşük Düzeyde Yenilikçi	282	59,0
Toplam	478	100

Tablo 13'e bakıldığında katılımcıların %29,3'ü yüksek düzeyde yenilikçi, %11,7'si orta düzeyde yenilikçi, %59'unun da düşük düzeyde yenilikçi olduğu görülmektedir.

Okul yöneticilerinin bireysel yenilikçilik puanları ölçekte belirtildiği gibi 42 + (1, 2, 3, 5, 8, 9, 11, 12, 14, 16, 18. ve 19. maddelerin puanlarının toplamı) – (4, 6, 7, 10, 13, 15, 17. ve 20. maddelerin puanlarının toplamı) şeklinde hesaplanmış verilen aralıklara göre sınıflara ayrılmıştır. 80 üstü puan alanlar Yenilikçi (Innovators) olarak gruplandırılır. 69 ve 80 arası puan alanlar Öncü (Early Adopters) olarak gruplandırılır. 57 ve 68 arası puan alanlar Sorgulayıcı (Early Majority) olarak gruplandırılır. 46 ve 56 arası puan alanlar Kuşkucu (Late Majority) olarak gruplandırılır. 46 altı puan alanlar Gelenekçi (Laggards) olarak gruplandırılır.

Tablo 14. Okul yöneticilerinin bireysel yenilikçilik puan ortalaması

	N	\bar{X}	Ss
Bireysel Yenilikçilik Puanı	478	70,30	9,28

Tablo 14'e göre okul yöneticilerinin Bireysel Yenilikçilik Puan Ortalaması 70,30 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 15. Okul yöneticilerinin yenilikçilik gruplarına göre dağılımı

Yenilikçilik Kategorisi	N	%
Yenilikçiler	66	13,8
Öncüler	183	38,3
Sorgulayıcılar	198	41,4
Kuşkucular	30	6,3
Gelenekçiler	1	,2
Toplam	478	100,0

Tablo 15'te okul yöneticilerinin kategorilere göre dağılımının %13,8'inin Yenilikçi, %38,3'ünün Öncü, %41,4'ünün Sorgulayıcı, %6,3'ünün Kuşkucu ve %0,2'sinin de Gelenekçi olduğu görülmektedir.

4.6 DÖRDÜNCÜ ALT PROBLEME İLİŞKİN BULGULAR

Çalışmanın dördüncü alt problem cümlesi, “Okul yöneticilerinin bireysel yenilikçilik düzeyleri, bağımsız değişkenlere (cinsiyet, yaş, unvan, eğitim durumu, hizmet yılı ve çalıştığı kurum) göre anlamlı bir şekilde farklılaşmakta mıdır?” şeklindedir.

Bu alt problem doğrultusunda aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

- a) *Okul yöneticilerinin cinsiyet değişkeni bakımından boyutlara ilişkin bireysel yenilikçilik düzeyleri arasında anlamlı bir farklılaşma var mıdır?*

Erkek ve kadın okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin bireysel yenilikçilik düzeyleri arasında anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığını belirlemek amacıyla uygulanan Mann Whitney U Testi değerleri Tablo 16’da gösterilmiştir.

Tablo 16. Okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin bireysel yenilikçilik ölçeği değerlerinin cinsiyet değişkeni açısından farklılığını gösteren Mann Whitney U Testi tablosu

Boyutlar	Cinsiyet	N	\bar{X}	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
Değişime	Kadın	77	28,22	257,73	19845,00	14035,000	,206
Direnç	Erkek	401	27,38	236,00	94636,00		
Fikir	Kadın	77	19,38	266,61	20529,00	13351,000	,058
Önderliği	Erkek	401	18,77	234,29	93952,00		
Deneyime	Kadın	77	20,18	253,16	19493,50	14386,500	,340
Açıklık	Erkek	401	19,84	236,88	94987,50		
Risk	Kadın	77	7,00	239,99	18479,00	15401,000	,973
Alma	Erkek	401	7,04	239,41	96002,00		

*p < .05; ** p < .01

Tablo 16’ya göre, Mann Whitney U Testi sonucunda okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin bireysel yenilikçilik ölçeği puanlarında cinsiyet değişkeni bakımından istatistiksel açıdan farklılığın anlamlı olmadığı tespit edilmiştir (p > ,05). Buna göre

kadın ve erkek okul yöneticilerinin bireysel yenilikçilik düzeylerinin benzer oldukları söylenebilir.

b) Okul yöneticilerinin yaş değişkeni bakımından boyutlara ilişkin bireysel yenilikçilik düzeyleri arasında anlamlı bir farklılaşma var mıdır?

Farklı yaş gruplarındaki okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin bireysel yenilikçilik düzeyleri arasında anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığını tespit etmek amacıyla yapılan Kruskal Wallis testinin sonuçları Tablo 17’de verilmiştir.

Tablo 17. Okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin bireysel yenilikçilik ölçeği puanlarının yaş değişkeni açısından farklılığını gösteren Kruskal Wallis Testi tablosu

Boyutlar	Yaş	N	\bar{X}	Sıra Ort.	sd	χ^2	p	Anlamlı Fark
Değişime Direnç	20-30 yaş	21	27,47	243,12	3	10,523	,015**	2-3 2-4
	31-40 yaş	180	28,46	264,53				
	41-50 yaş	179	27,13	227,71				
	51 yaş ve üstü	98	26,47	214,29				
Fikir Önderliği	20-30 yaş	21	19,14	252,79	3	6,105	,107	
	31-40 yaş	180	19,30	256,60				
	41-50 yaş	179	18,39	221,41				
	51 yaş ve üstü	98	18,90	238,29				
Deneyime Açıklık	20-30 yaş	21	20,51	260,07	3	8,195	,042**	2-3
	31-40 yaş	180	20,38	259,00				
	41-50 yaş	179	19,35	218,85				
	51 yaş ve üstü	98	19,86	236,99				
Risk Alma	20-30 yaş	21	7,04	238,02	3	2,533	,469	
	31-40 yaş	180	7,03	241,62				
	41-50 yaş	179	6,91	228,78				
	51 yaş ve üstü	98	7,26	255,51				

*p < .05; ** p < .01 1: “20-30 yaş”; 2: “31-40 yaş”; 3: “41-50 yaş”; 4: “51 yaş ve üstü”

Tablo 17’deki Kruskal Wallis Testi değerlerine bakıldığında, okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin bireysel yenilikçilik ölçeği puanlarının katılımcıların yaşları açısından farklılığın anlamlı olduğu bulunmuştur ($p < .05$). Bu farkın hangi grup lehine anlamlı olduğunu görebilmek amacıyla yapılan Mann Whitney U Testi sonuçlarına göre, yaşları “31-40” yaş aralığında olanlar ile yaşları “41-50” yaş aralığında ve “51 yaş ve üstü” olanların bireysel yenilikçilik ölçeğinin “Değişime Direnç” alt boyut puan ortalamalarında yaşları “31-40” yaş aralığında olanların aleyhine istatistiksel açıdan anlamlı olarak farklılaştığı bulgusuna ulaşılmıştır ($\chi^2 = 10,523$; $p = ,015$). Bu sonuca göre okul yöneticilerinin yaşları arttıkça bireysel yeniliklere olan değişime direnç düzeylerinin de azaldığı görülmüştür.

Ayrıca yaşları “31-40” yaş aralığında olanlar ile yaşları “41-50” yaş aralığında olanların bireysel yenilikçilik ölçeğinin “Deneyime Açıklık” alt boyut puan ortalamalarında da yaşları “31-40” yaş aralığında olanların lehine istatistiksel açıdan anlamlı fark tespit edilmiştir ($\chi^2 = 8,195$; $p = ,042$). Buna göre “31-40” yaş aralığında olan okul yöneticilerinin yaşları “41-50” yaş aralığında olanlara göre daha çok bireysel yeniliklerde deneyime açıklık gösterdiği görülmüştür.

c) Okul yöneticilerinin unvan değişkeni bakımından boyutlara ilişkin bireysel yenilikçilik düzeyleri arasında anlamlı bir farklılaşma var mıdır?

Okul yöneticilerinin boyutlara dair bireysel yenilikçilik düzeyleri arasında anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığını tespit etmek amacıyla yapılan Mann Whitney U Testi değerleri Tablo 18’de gösterilmiştir.

Tablo 18. Okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin bireysel yenilikçilik ölçeği değerlerinin unvan değişkenine açısından farklılığını gösteren Mann Whitney U Testi tablosu

Boyutlar	Unvan	N	\bar{X}	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
Değişime Direnç	Müdür	272	27,72	242,21	65880,50	27279,500	,622
	Müdür Yrd.	206	27,24	235,92	48600,50		
Fikir Önderliği	Müdür	272	19,13	250,57	68156,00	25004,000	,043**
	Müdür Yrd.	206	18,53	224,88	46325,00		
Deneyime Açıklık	Müdür	272	20,13	249,27	67800,50	25359,500	,074
	Müdür Yrd.	206	19,58	226,60	46680,50		
Risk Alma	Müdür	272	7,07	239,07	65028,00	27900,000	,937
	Müdür Yrd.	206	6,99	240,06	49453,00		

* $p < .05$; ** $p < .01$

Tablo 18'e bakıldığında, Mann Whitney U Testi sonucunda okul yöneticilerinin bireysel yenilikçilik ölçeğinin sadece "Fikir Önderliği" alt boyut puanlarında, okul müdürlerinin lehine farklılık anlamlı olarak bulunmuştur ($p < .05$). Bu sonuca göre okul müdürlerinin ($\bar{X} = 29,75$) müdür yardımcılara ($\bar{X} = 27,39$) göre bireysel yeniliklerde fikir önderliğini daha fazla gösterdikleri söylenebilir.

d) Okul yöneticilerinin eğitim durumu değişkeni bakımından boyutlara ilişkin bireysel yenilikçilik düzeyleri arasında anlamlı bir farklılaşma var mıdır?

Farklı eğitim düzeylerine sahip okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin bireysel yenilikçilik düzeyleri arasında anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığını tespit etmek amacıyla yapılan Kruskal Wallis testinin değerleri Tablo 19'da verilmiştir.

Tablo 19. Okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin bireysel yenilikçilik ölçeği değerlerinin eğitim durumu değişkeni açısından farklılığını gösteren Kruskal Wallis Testi tablosu

Boyutlar	Eğitim	N	\bar{X}	Sıra Ort.	sd	χ^2	p	Anlamlı Fark
Değişime Direnç	Ön Lisans	25	26,85	219,44	2	2,197	,333	
	Lisans	350	27,34	236,11				
	Lisansüstü	103	28,24	255,90				
Fikir Önderliği	Ön Lisans	25	18,79	245,10	2	7,618	,022*	2-3
	Lisans	350	18,65	229,56				
	Lisansüstü	103	19,66	271,91				
Deneyime Açıklık	Ön Lisans	25	20,31	247,52	2	9,537	,008**	2-3
	Lisans	350	19,65	228,31				
	Lisansüstü	103	20,61	275,58				
Risk Alma	Ön Lisans	25	7,20	258,42	2	1,549	,461	
	Lisans	350	6,97	234,94				
	Lisansüstü	103	7,21	250,40				

* $p < .05$; ** $p < .01$ 1:Ön Lisans; 2:Lisans; 3:Lisansüstü

Tablo 19'daki Kruskal Wallis Testi değerlerine bakıldığında, okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin bireysel yenilikçilik ölçeği puanlarının katılımcıların eğitim durumları açısından farklılığın anlamlı olduğu bulunmuştur ($p < .05$). Bu farkın hangi

grup lehine anlamlılık gösterdiğini bulabilmek amacıyla yapılan Mann Whitney U Testi sonuçlarına göre, eğitim durumu “Lisans” olanlar ile eğitim durumları “Lisansüstü” olanların bireysel yenilikçilik ölçeğinin “Fikir Önderliği” ($\chi^2 = 7,618$; $p = ,022$) ve “Deneyime Açıklık” ($\chi^2 = 9,537$; $p = ,008$) alt boyut puan ortalamalarında eğitim durumu “Lisansüstü” olanların lehine istatistiksel açıdan farklılığın anlamlı olduğu bulunmuştur. Buna göre lisansüstü mezunu olan okul yöneticilerinin bireysel yeniliklerde fikir önderliği ve deneyime açıklık düzeyleri lisans bitirmiş okul yöneticilerine göre daha fazla olduğu söylenebilir.

e) Okul yöneticilerinin hizmet yılı değişkeni bakımından boyutlara ilişkin bireysel yenilikçilik düzeyleri arasında anlamlı bir farklılaşma var mıdır?

Farklı hizmet yılları olan okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin bireysel yenilikçilik düzeyleri arasında anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığını tespit etmek amacıyla yapılan Kruskal Wallis testinin değerleri Tablo 20’de verilmiştir.

Tablo 20. Okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin bireysel yenilikçilik ölçeği puanlarının hizmet yılı değişkenine açısından farklılığını veren Kruskal Wallis Testi tablosu

Boyutlar	Hizmet Yılı	N	\bar{X}	Sıra Ort.	sd	χ^2	p	Anlamlı Fark	
Değişime Direnç	0-5 yıl	27	28,00	252,50	4	3,393	,494		
	6-10 yıl	60	27,35	238,81					
	11-15 yıl	99	27,91	251,44					
	16-20 yıl	111	27,98	249,00					
	21 yıl ve üstü	181	26,99	225,43					
Fikir Önderliği	0-5 yıl	27	18,55	227,48	4	4,837	,304		
	6-10 yıl	60	19,34	252,16					
	11-15 yıl	99	19,31	261,88					
	16-20 yıl	111	18,69	235,13					
	21 yıl ve üstü	181	18,64	227,54					
Deneyime Açıklık	0-5 yıl	27	19,76	215,83	4	11,090	,026*	2-4	2-5
	6-10 yıl	60	20,73	273,85					
	11-15 yıl	99	20,50	265,61					
	16-20 yıl	111	19,50	227,21					
	21 yıl ve üstü	181	19,55	224,90					
Risk Alma	0-5 yıl	27	6,70	214,31	4	2,865	,581		
	6-10 yıl	60	6,93	236,96					
	11-15 yıl	99	7,24	256,33					
	16-20 yıl	111	6,95	231,53					
	21 yıl ve üstü	181	7,05	239,78					

* $p < .05$; ** $p < .01$ 1: “0-5 yıl”; 2: “6-10 yıl”; 3: “11-15 yıl”; 4: “16-20 yıl”; 5: “21 yıl ve üstü”

Tablo 20’deki Kruskal Wallis testi değerlerine bakıldığında, okul yöneticilerinin bireysel yenilikçilik ölçeğinin sadece “Deneyime Açıklık” alt boyut puanında katılımcıların hizmet yılları açısından farklılığın anlamlı olduğu bulunmuştur ($p < .05$). Bu farkın hangi grup lehine anlamlılık gösterdiğini bulabilmek amacıyla yapılan Mann Whitney U Testi sonuçlarına göre bireysel yenilikçilik ölçeğinin “Deneyime Açıklık” alt boyutunda; hizmet yılları “6-10” yıl aralığında olanlar ile hizmet yılları “16-20” ve “21 yıl ve üstü” aralığında olanların puan ortalamalarında hizmet yılları “6-10” yıl aralığında olanların lehine istatistiksel olarak anlamlı fark bulunmuştur ($\chi^2 = 11,090$; $p = ,026$). Benzer sonuç hizmet yılları “11-15” yıl aralığında olanların puan ortalamaları ile hizmet yılları “16-20” yıl ve “21 yıl ve üstü” aralığında olanların puan ortalamaları arasında da hizmet yılları “11-15” yıl aralığında olanların lehine istatistiksel açıdan farkın anlamlı olduğu bulgusuna ulaşılmıştır ($\chi^2 = 11,090$; $p = ,026$). Buna göre okul yöneticilerinin hizmet yıllarının ilk yıllarındaki (ilk 15 yıl) bireysel yenilikte deneyime açıklık düzeylerinin sonraki yıllara göre fazla olduğu şeklinde yorumlanabilir.

f) Okul yöneticilerinin bağlı oldukları kurum değişkeni bakımından boyutlara ilişkin bireysel yenilikçilik düzeyleri arasında anlamlı bir farklılaşma var mıdır?

Bağlı oldukları kuruma göre okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin bireysel yenilikçilik düzeyleri arasında anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığını tespit etmek amacıyla yapılan Mann Whitney U Testi değerleri Tablo 21’de gösterilmiştir.

Tablo 21. Okul yöneticilerinin boyutlara ilişkin bireysel yenilikçilik ölçeği puanlarının bağlı oldukları kurum değişkeni açısından farklılığını veren Mann Whitney U Testi tablosu

Boyutlar	Ünvan	N	\bar{X}	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	U	p
Değişime Direnç	Devlet Özel	454 24	27,39 29,75	236,23 301,40	107247,50 7233,50	3962,500	,024*
Fikir Önderliği	Devlet Özel	454 24	18,86 19,12	238,49 258,67	108273,00 6208,00		
Deneyime Açıklık	Devlet Özel	454 24	19,84 20,83	237,35 280,25	107755,00 6726,00	4470,000	,135
Risk Alma	Devlet Özel	454 24	7,05 6,66	239,99 230,21	108956,00 5525,00	5225,000	,730

* $p < .05$; ** $p < .01$

Tablo 21'e göre, Mann Whitney U Testi sonucunda okul yöneticilerinin bireysel yenilikçilik ölçeğinin sadece "Değişime Direnç" alt boyut puanlarında, bağlı oldukları kurum değişkeni açısından devlet okullarda görev yapan okul yöneticilerinin lehine istatistiksel bakımdan farkın anlamlı olduğu bulgusuna ulaşılmıştır ($p < .05$). Buna göre özel okullarda görevli olan okul yöneticilerinin ($\bar{X} = 29,75$; $p = ,024$) devlet okulunda görevli olan okul yöneticilerine ($\bar{X} = 27,39$; $p = ,024$) göre bireysel yeniliklerde değişime daha fazla direnç gösterdikleri söylenebilir.

4.7 BEŞİNCİ ALT PROBLEME İLİŞKİN BULGULAR

Çalışmanın beşinci alt problem cümlesi "*Okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçları ile bireysel yenilikçilik düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?*" şeklindedir.

Tablo 22. Okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçları ile bireysel yenilikçilik düzeyleri arasındaki Spearman' s korelasyon (r) değerleri

	Araştırma	İş birliği	İletişimi Başlatma	İletişimi Kurma	İletişim Sürdürme	İçerik Paylaşma	Eğlence	Değişime Direnç	Fikir Önderliği	Deneyime Açıklık	Risk Alma
Araştırma	1										
İş birliği	,481**	1									
İletişimi Başlatma	,053	,129**	1								
İletişimi Kurma	,208**	,367**	,140**	1							
İletişim Sürdürme	,261**	,352**	,328**	,524**	1						
İçerik Paylaşma	,386**	,565**	,409**	,522**	,546**	1					
Eğlence	,262**	,522**	,626**	,325**	,627**	,543**	1				
Değişime Direnç	,032	,080	,177**	,166**	,000	-,026	-,070	1			
Fikir Önderliği	,195**	,311**	,048	,158**	,147**	,273**	,203**	,175**	1		
Deneyime Açıklık	,214**	,312**	,058	,282**	,285**	,337**	,239**	,269**	,680**	1	
Risk Alma	,179**	,230**	,110*	,150**	,204**	,234**	,222**	,124**	,469**	,515**	1

* $p < .05$; ** $p < .01$

Tablo 22'ye bakıldığında yenilikçilik boyutunda değişime direnen okul yöneticilerinin “iletişimi başlatma”, “içerik paylaşma” ve “eğlence” amacıyla sosyal medyayı kullanmadıkları ayrıca değişime dirençle iletişimi sürdürme arasında bir ilişki olmadığı saptanmıştır. Genel olarak boyutlar arasında ilişki pozitif yönlü düşük düzeydedir. Okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçları ile bireysel yenilikçilik düzeyleri arasında düşük düzeyde, pozitif yönlü ve ilişkinin anlamlı olduğu görülmüştür ($r = ,265$; $p < ,01$). Başka bir ifadeyle, okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım düzeyleri arttıkça bireysel yenilikçilik düzeylerinin de artacağı söylenebilir. Ayrıca okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçları ölçeğinin alt boyutu olan *iletişime başlama* ile bireysel yenilikçilik ölçeğinin boyutu olan *risk alma* arasında zayıf/düşük düzeyde, pozitif yönlü ve anlamlı olan bir ilişki vardır ($r = ,110$; $p < ,01$). Bu sonuca göre katılımcıların sosyal ağları iletişime başlama amaçlı kullanma amaçları arttıkça kendilerini yenilemede risk alma düzeylerinin de az da olsa artacağı söylenebilir. Ayrıca determinasyon katsayısı ($r^2 = ,01$) dikkate alındığında, okul yöneticilerinin sosyal ağları “iletişime başlama” amacıyla kullanmalarındaki nedenlerin %1'inin bireysel yenilikçilikteki “risk alma” faktöründen kaynaklandığı söylenebilir.

Okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçları ölçeğinin alt boyutu olan *içerik paylaşma* ile bireysel yenilikçilik ölçeğinin boyutu olan *deneyime açıklık* arasında orta düzeyde, pozitif yönlü ve anlamlı olan bir ilişki vardır ($r = ,337$; $p < ,01$). Buna göre katılımcıların sosyal ağları içerik paylaşma amaçlı kullanmaları arttıkça kendilerini yenilemede deneyime açıklık düzeylerinin de artacağı söylenebilir. Ayrıca determinasyon katsayısı ($r^2 = ,11$) dikkate alındığında, okul yöneticilerinin sosyal ağları “içerik paylaşma” amacıyla kullanmalarındaki nedenlerin %11'inin bireysel yenilikçilikteki deneyime açıklık faktöründen kaynaklandığı söylenebilir.

Tablo 23. Okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçları ölçeği toplam puanları ile bireysel yenilikçilik ölçeği toplam puanları arasındaki Spearman' s korelasyon (r) değerleri

	Sosyal Ağları Kullanım Amaçları	Bireysel Yenilikçilik
Sosyal Ağları Kullanım Amaçları	1	,253**
Bireysel Yenilikçilik	,253**	1

** $p < ,01$

Tablo 23'e bakıldığında okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçları ile bireysel yenilikçilik düzeyleri arasında zayıf, düşük düzeyde ve pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunduğu belirlenmiştir ($r = ,253$; $p < ,01$). Buna göre katılımcıların sosyal ağları kullanım amaçları artıkça bireysel yenilikçilik düzeylerinin de artacağı söylenebilir. Ayrıca determinasyon katsayısı ($r^2 = .06$) dikkate alındığında, okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçlarının %6' sının bireysel yenilikçilik isteklerinden kaynaklandığı söylenebilir. Geri kalan %94'lük düzey başka değişkenlerle ilişkili olduğu söylenebilir.

BÖLÜM V

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu bölümde okul yöneticilerinin önce sosyal ağların kullanım amaçlarıyla ilgili, daha sonra da bireysel yenilikçilik düzeyleriyle ilgili, son olarak da sosyal ağların kullanım amaçları ile bireysel yenilikçilik düzeyleri arasındaki ilişkiyle ilgili tartışma, sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

5.1 SONUÇ VE TARTIŞMA

Okul yöneticilerinin sosyal ağların kullanım amaçlarıyla ilgili görüşlerinden elde edilen bulgulara dayanarak araştırmada ulaşılan sonuçlar ve tartışmalar şunlardır:

Araştırmaya katılan okul yöneticilerinden elde edilen verilere göre sosyal medya kullanımı olarak en çok “Facebook” ve “WhatsApp” uygulamalarının tercih edildiği belirlenmiştir. Keskin (2014)’de sosyal ağların kullanım amaçları ölçeğini kullanarak yaptığı araştırmasında, sosyal ağ tercihi olarak en çok Facebook’un tercih edildiğini ifade etmiştir. Yine Kuzu (2014)’nin öğretmen adayları üzerinde yaptığı araştırma sonuçlarına göre öğretmen adaylarının günlük yaşamlarında sıklıkla kullandıkları ilk ağ Facebook olarak ifade edilmiştir. Çavdar (2012) da benzer bir şekilde en çok zaman geçirilen sosyal ağı Facebook olarak bulmuştur. Farklı kitlelerde yapılan pek çok araştırmaya göre de sosyal ağlar arasında en çok kullanılan uygulamanın Facebook olduğu görülmüştür (Luckin ve diğerleri, 2009; Leila ve Khodabandelou, 2013). Tüm bu sonuçlara göre sosyal medya kullanımı olarak en çok Facebook’un tercih edildiği öne sürülebilir.

Okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçları arasında en yüksek puan “İletişim Kurma” boyutunda, en düşük puan ise “İletişimi Başlatma” boyutunda olduğu tespit edilmiştir. Keskin (2014) ise öğretmen, öğretmen adayları ve öğrenciler üzerinde yaptığı araştırmasında, sosyal ağların kullanım amaçlarına ilişkin en yüksek puanların iletişim kurma ve iletişim sürdürme amaçlı kullanıma ait olduğunu, en düşük ortalama puanların ise iletişimi başlatma, içerik paylaşma ve araştırma amaçlı kullanıma ait olduğunu bulmuştur. Çavdar (2012) da araştırmasında sosyal ağların öncelikli olarak iletişim kurma amacıyla kullanıldığını tespit etmiştir.

Kadın okul yöneticilerinin sosyal ağları, erkeklere göre daha çok araştırma amacıyla kullandıkları söylenebilir. Çavdar (2012) ise öğretmen adaylarından kadınlar, erkeklere göre sosyal ağları daha çok sosyal etkileşim ve eğitsel amaçlı kullandığını ifade etmiştir. Bu belirtilenlere göre de eğitim sektöründeki kişilerin sosyal medyayı daha çok iletişim amaçlı kullandıkları ileri sürülebilir.

Erkek okul yöneticilerinin sosyal ağları kadınlara göre daha çok iletişimi başlatma ve iletişimi sürdürme amacıyla kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Çavdar (2012) da öğretmen adaylarından erkeklerin, kadınlara göre sosyal ağları daha fazla eğlence amaçlı kullandığını bulmuştur. Kırksekiz (2013) ise öğretim elemanları üzerinde yaptığı çalışmasında cinsiyet değişkeni açısından kadınların erkeklere göre Facebook kullanım amacı düzeylerinin daha yüksek olduğunu tespit etmiştir.

“31-40” yaş aralığında olan okul yöneticilerinin sosyal ağları yaşları “41-50” yaş aralığında olanlara göre daha çok araştırma ve iş birliği amacıyla kullandıkları ortaya çıkmıştır. “41-50” yaş aralığında olanların ise sosyal ağları içerik paylaşma ve eğlence amacıyla kullandıkları söylenebilir. Ayrıca okul yöneticilerinin yaşları arttıkça sosyal medyayı iletişim kurma amaçlı kullandıkları belirlenmiştir.

Okul müdürleri sosyal ağları müdür yardımcılara göre daha çok iş birliği amacıyla kullandıkları, müdür yardımcılarının ise sosyal ağları okul müdürlerine göre daha çok iletişimi kurma amacıyla kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçlarının unvana göre farklılaştığı söylenebilir.

Eğitim durumları arttıkça okul yöneticilerinin sosyal medyayı iletişim kurma ve içerik paylaşma amaçlı kullandıkları saptanmıştır. Buna göre sosyal ağların kullanım amaçları eğitim durumuna göre farklılaştığı yorumlanabilir.

Okul yöneticilerinin hizmet yıllarının ilk 10 yılındaki sosyal medyayı kullanım amaçları iş birliğini sağlama şeklinde olduğu sonucuna varılmıştır. Okul yöneticilerinin 11. hizmet yıllarından sonra sosyal medyayı içerik paylaşma amaçlı kullanımlarının azaldığı söylenebilir.

Devlet ya da özel okullarda görevli olan okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçlarının değişmediği belirlenmiştir. Buna göre okul yöneticilerinin bağlı oldukları kurumlar değiştikçe sosyal ağları kullanım amaçlarının değişmediği söylenebilir.

Okul yöneticilerinin bireysel yenilikçilik düzeyleriyle ilgili görüşlerinden elde edilen bulgulara dayanarak araştırmada ulaşılan sonuçlar ve tartışmalar şunlardır:

Okul yöneticilerinin yenilikçiliği çoğunlukla düşük düzeyde olduğu, sırasıyla yüksek ve orta düzeyde yenilikçiliğin bunu takip ettiği bulunmuştur. Benzer bir şekilde Kılıç (2015), ilköğretim branş öğretmenlerinin bireysel yenilikçilik düzeylerini incelediği araştırmasında öğretmenlerin düşük düzeyde yenilikçi olduğunu tespit etmiştir. Yılmaz (2013) da çalışmasında öğretmen adaylarının büyük çoğunluğunun düşük düzeyde yenilikçiliğe sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ancak Kılıçer (2011), öğretmen adayları üzerinde yaptığı araştırmasında yenilikçilik düzeylerinin yüksek olduğunu belirlemiştir. Diğer taraftan öğretmen adaylarının orta düzeyde yenilikçilik düzeyine sahip olduğuna dair araştırmalarda mevcuttur (Şahin F. , 2016; Gürbüz, 2015). Bu sonuçlara bakıldığında okul yöneticilerinin, öğretmenlerin ve öğretmen adaylarının daha çok düşük düzeyde yenilikçi olduğu söylenebilir.

Okul yöneticilerinin kategorilere göre dağılımının sırasıyla Sorgulayıcı, Öncü, Yenilikçi, Kuşkucu ve Gelenekçi olduğu görülmektedir. Şahin (2016) de araştırmasında öğretmen adaylarının yenilikçilik bakımından iyi/ortalamanın üzerinde olarak değerlendirilen kategorilerde ve en çok "Sorgulayıcı" kategorisinde yer aldığını tespit etmiştir. Aynı şekilde Kılıçer (2011) ve Bitkin (2012) öğretmen adaylarının "Sorgulayıcılar" kategorisi içerisinde yer aldıklarını belirlemiştir. Yine benzer olarak Kılıç (2015) ve Özbek (2014) de yenilikçilik kategorileri bakımından öğretmenlerin "Sorgulayıcılar" kategorisinde yer aldığını ifade etmiştir. Köroğlu (2014), öğretmenler ve öğretmen adayları üzerinde yaptığı araştırmasında ise öğretmenlerin "Öncü" grubunda yenilikçi oldukları sonucuna ulaşırken öğretmen adaylarını "Sorgulayıcı" kategorisinde yenilikçi olduğunu görmüştür.

Kadın ve erkek okul yöneticilerinin bireysel yenilikçilik düzeylerinin benzer oldukları ifade edilebilir. Benzer sonuç alan yazındaki çeşitli araştırmalarda da çıkmıştır (Kılıç, 2015; Kılıçer, 2011; Top, 2011).

Okul yöneticilerinin yaşları artıkça bireysel yeniliklere olan değişime direnç düzeylerinin de azaldığı görülmüştür. “31-40” yaş aralığında olan okul yöneticilerinin yaşları “41-50” yaş aralığında olanlara göre daha çok bireysel yeniliklerde deneyime açıklık gösterdiği görülmüştür. Top (2011) ise okul yöneticilerinin yenilik yönetimine ilişkin tutumlarını incelediği çalışmasında yaşın, okul yöneticilerinin yeniliğe ilişkin algılarını etkilemediğini ifade etmiştir.

Okul müdürlerinin, müdür yardımcılarına göre bireysel yeniliklerde fikir önderliğini daha fazla gösterdikleri belirlenmiştir. Buna göre okul yöneticileri arasında unvana göre bireysel yenilikçilik düzeylerinde farklılık olduğu ifade edilebilir.

Lisansüstü mezunu olan okul yöneticilerinin bireysel yeniliklerde fikir önderliği ve deneyime açıklık düzeyleri lisans mezunu olan okul yöneticilerine göre daha fazla olduğu söylenebilir. Top (2011) da çalışmasında yüksek lisans eğitim seviyesinde olan okul yöneticilerinin yeniliğe bakışlarının pozitif olduklarını belirlemiştir.

Okul yöneticilerinin hizmet yıllarının ilk yıllarındaki (ilk 15 yıl) bireysel yenilikte deneyime açıklık düzeylerinin sonraki yıllara göre fazla olduğu söylenebilir. Ancak Kılıç (2015) öğretmenler üzerinde yaptığı çalışmasında kıdem ne olursa olsun bireysel yenilikçilik düzeyi bakımından öğretmenlerin benzer olduklarını ifade etmiştir.

Özel okullarda görevli olan okul yöneticilerinin devlet okulunda görevli olan okul yöneticilerine göre bireysel yeniliklerde değişime daha fazla direnç gösterdikleri belirlenmiştir. Buna göre okul yöneticilerinin bağlı oldukları kurumlara göre bireysel yenilikçilik düzeylerinde fark olduğu belirlenmiştir.

Okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçları ve bireysel yenilikçilik düzeyleri arasındaki ilişkiyle ilgili olarak araştırmada şu sonuçlara ulaşılmıştır:

Okul yöneticilerinin sosyal ağları iletişime başlama amaçlı kullanma amaçları artıkça kendilerini yenilemede risk alma düzeylerinin de az da olsa artacağı söylenebilir. Ayrıca okul yöneticilerinin sosyal ağları “iletişime başlama” amacıyla

kullanmalarındaki nedenlerin bireysel yenilikçilikteki “risk alma” faktöründen kaynaklandığı tespit edilmiştir.

Okul yöneticilerinin sosyal ağları içerik paylaşma amaçlı kullanmaları artıkça kendilerini yenilemede deneyime açıklık düzeylerinin de artacağı söylenebilir. Ayrıca okul yöneticilerinin sosyal ağları içerik paylaşma amacıyla kullanmalarındaki nedenlerin bireysel yenilikçilikteki deneyime açıklık faktöründen kaynaklandığı belirlenmiştir. Köroğlu (2014) ise çalışmasında öğretmenlerin; sosyal paylaşım sitelerinde okul öncesi eğitimle ilgili sayfaları takip etme durumları ile bireysel yenilikçilik düzeyleri arasında anlamlı bir farklılığa rastlamamıştır. Diğer taraftan öğretmenlerin okul öncesi eğitimde teknolojik araç-gereç kullanımına yönelik tutumları ile bireysel yenilikçilik düzeyleri arasında pozitif yönde, yüksek düzeyde anlamlı bir ilişkiye rastlamıştır. Ayrıca öğretmen adaylarının okul öncesi eğitimde teknolojik araç-gereç kullanımına yönelik tutumları ile bireysel yenilikçilik düzeyleri arasında pozitif yönde ve orta düzeyde anlamlı bir ilişki olduğunu ifade etmiştir. Yılmazsoy (2018)’da Facebook üzerine yaptığı çalışmasında, sosyal ağda eğitim için gerekli planlamalar yapıldığında yeni fikir ve görüşlerin ortaya çıkmasına katkı sağladığı sonucuna ulaşmıştır. Öğretmen adayları üzerinde yaptığı araştırmasında Kartal (2018), eğitimde teknoloji kullanımına yönelik tutumların bireysel yenilikçilik düzeylerine göre farklılaştığını belirlemiştir. Buna göre bireysel olarak daha yenilikçi olanlar, teknoloji kullanımına yönelik daha olumlu tutuma sahiptirler. Benzer bir şekilde eğitim teknolojilere karşı tutumlar ile bireysel yenilikçilik arasındaki ilişkiyi inceleyen Yılmaz ve Bayraktar (2014), çalışma sonucunda anlamlı, pozitif yönde ve yüksek bir ilişki bulmuşlardır. Yine Örün, Orhan, Dönmez ve Kurt (2015), bireylerin yenilikçilik profilleri ile teknoloji tutum düzeyleri arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmayı amaçlayan araştırma sonucunda teknoloji tutum puanları ile yenilikçilik puanları arasında pozitif, anlamlı ve kuvvetli bir ilişki bulmuştur.

5.2 ÖNERİLER

5.2.1 Araştırma Sonuçlarına Dayalı Öneriler

Elde edilen sonuçlara göre uygulamaya yönelik öneriler aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Okul yöneticilerinin sosyal ağları daha aktif kullanmaları onların bireysel yenilikçilik düzeylerini arttırabileceği düşünülmektedir.
- Okul yöneticilerinin yenilikçilik kategorileri açısından yoğun olarak “Sorgulayıcı” ve “Öncü” kategorilerinde yer aldığı göz önünde bulundurulur, okul yöneticileri yenilikçilik düzeylerini daha da arttıracak etkinliklere yönlendirilebilir. Özellikle inovasyon, yenilikçilik ve yaratıcılık gibi konularda planlanacak konferans, seminer ve çalıştay benzeri bilimsel faaliyetlere yöneticilerin katılımıyla onların yenilikçilik bakış açısı kazanmaları ve geliştirmeleri desteklenebilir.
- Okul yöneticilerinin çoğunlukla “düşük düzeyde” yenilikçi olduğu göz önünde bulundurulur, okul yöneticilerinin yenilikçilik düzeylerinin farklı çalışmalarla desteklenmesi sağlanabilir.
- Lisansüstü mezunu okul yöneticilerinin lisans mezunu olanlara göre bireysel yenilikçilik düzeylerinin daha fazla olduğunu göz önünde bulundurarak, okul yöneticilerinin lisansüstü eğitim almaları önerilebilir.
- Okullarda değişime açık ve yenilikçiliği destekler nitelikte kurum kültürünün oluşturulması sağlanabilir. Bunun için öğrenci ve öğretmen değişim programları aracılığıyla farklı kültürlerin bir araya geldiği kültürlerarası etkinlikler gerçekleştirilerek öğrencilerin ve öğretmenlerin farklı bakış açıları kazanmaları sağlanabilir.
- Okul yöneticilerinin güncel teknolojileri takip edebileceği, teknoloji bilgilerini arttırabileceği ve bu teknolojileri eğitimle ilişkilendirebileceği kısacası teknopedagojik eğitim deneyimlerini yaşayabileceği ortamlar oluşturulabilir.
- İnovasyon konusunda okul yöneticilerinin katılacağı ulusal ve yerel beyin fırtınaları düzenlenebilir; fikir ve uygulama paylaşımı sağlayabilecekleri resmi ve sürekli platformlar oluşturulabilir ve yurt dışındaki uygulamalar dikkate alınabilir.
- Okul yöneticileri sosyal ağlar hakkında hizmet içi eğitime alınarak ve bilinçli etkinlikler yardımıyla sosyal ağların doğru amaçlarla kullanılması konusunda yönlendirilebilirler.
- Okul yöneticilerinin, okulda yapılan etkinlikleri paylaşması, duyurular yapması, toplantılarda alınan kararların uygulanması vb. bilgileri sosyal ağlar

üzerinden paylaşımları hem okul ve aile iş birliğini güçlendirecek hem de yenilikçi yaklaşım sergilemiş olacaktırlar.

- Günümüzde teknoloji hızlı bir şekilde değişim gösterdiği için okul yöneticileri yeni yazılımları ve teknikleri yakından takip etmelidirler.
- Okul yöneticileri teknolojik gelişmeleri yakından takip edebilmeli ve bunları meslek hayatlarında amacına uygun bir biçimde nasıl verimli kullanabilecekleri konusunda kendilerini geliştirmelidirler.

5.2.2 İleride Yapılacak Araştırmalara Yönelik Öneriler

Elde edilen sonuçlara göre ileride yapılacak araştırmalara yönelik öneriler aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Yenilikçiliğin önündeki bireysel, toplumsal ve kurumsal engeller temel alınarak okul yöneticilerinin yenilikçiliğin önünde bireysel, toplumsal ve kurumsal engel olarak algıladıkları durumları derinlemesine incelemeye yönelik nitel ve nicel araştırmalar yapılabilir.
- Bu veya buna benzer çalışmalar belirli zaman dilimleri içerisinde tekrarlanmalıdır. Çünkü okul yöneticilerinin, hızla ilerleyen ve sürekli değişerek gelişen teknolojiye ne derece adapte olabildikleri konusunda bulgular elde edilmelidir.
- Okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçları ve bireysel yenilikçilik düzeyleri öğretmenler ya da öğrenciler tarafından değerlendirilebilir.
- Okul yöneticilerinin genel bireysel yenilikçilik düzeylerinin yanı sıra, eğitim alanına özgü yöntem, teknik ve teknolojilere yönelik bireysel yenilikçilik düzeyleri de araştırılabilir.
- Bu araştırma öğretmenler ile de uygulanabilir.
- Okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçları ve bireysel yenilikçilik düzeyleri arasındaki ilişki farklı ölçekler kullanılarak da araştırılabilir.
- Araştırmada veri toplama ve analizinde nicel yöntemler kullanılmıştır. Aynı konuda nitel yöntem ve tekniklerden yararlanılarak daha farklı ve açıklayıcı sonuçlara ulaşılabilir.
- Bu araştırmanın başka şehirlerde yapılması araştırmaya daha değişik boyutlar katabilir.

- Okul yöneticilerinin yenilikçiliği nasıl algıladıkları ve yenilikçilikle ilgili kimlerden ne gibi beklentiler içinde olduklarına yönelik nitel ve nicel araştırmalar yapılabilir.
- Okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçları ve bireysel yenilikçilik düzeyleri üzerinde etkisi olabileceği düşünölen değişik faktörlerle olan ilişkisini ortaya çıkaran çalışmalar yapılabilir.
- Okul yöneticilerinin sosyal ağları kullanım amaçları ile bireysel yenilikçilik düzeyleri üzerinde etkisi düşünölen öğretmen, öğrenci, aile ve üst makamlardaki kişiler gibi farklı paydaşlara yönelik çalışmalar düzenlenebilir.

KAYNAKÇA

- Ağaoğlu, E., Altinkurt, Y., Yılmaz, K., ve Karaköse, T. (2012). Okul Yöneticilerinin Yeterliklerine İlişkin Okul Yöneticilerinin ve Öğretmenlerin Görüşleri (Kütahya İli). *Eğitim ve Bilim*, 37(164), 159-175.
- Akın, C. (1996). *Her Yönüyle İnternet*. İstanbul: ALFA Basım Yayım Dağıtım.
- Akkoyunlu, B., İşman, A., ve Odabaşı, H. F. (2015). *Eğitim Teknolojileri Okumaları 2015*. Ankara: Sakarya Üniversitesi.
- Alexa. (2018, Şubat 25). *Alexa*. The top 500 sites on the web: <https://www.alex.com/topsites> adresinden alındı
- Alper, A., Akyol, C., Ünal, E., Aydın, F., Debdağ, G., Öztürk, S., . . . Kemeriz, Z. (2012). *Sosyal Ağlar*. Ankara: Pelikan Yayıncılık.
- Altun, A. (2005). *Eğitimde İnternet Uygulamaları*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Arabacıoğlu, T., ve Çakır, Ö. (2017). Öğretmen Adaylarının Facebook Kullanımının Modellenmesi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(19), 320-340.
- Ateş, M. R. (2007). *İnovasyon Hayat Kurtarır*. İstanbul: Doğan Kitap.
- Bakioğlu, A. (2009). *Çağdaş Sınıf Yönetimi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Barker, A. (2002). *Yenilikçiliğin Simyası*. İstanbul: BZD Yayın ve İletişim Hizmetleri.
- Bitkin, A. (2012). Öğretmen Adaylarının Bireysel Yenilikçilik Düzeyleri ile Bilgi Edinme Becerileri Arasındaki İlişki. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Brahier, B. (2006). Examining a model of teachers' technology adoption decision making: An application of diffusion of innovations theory. *Yayımlanmamış doktora tezi*. University of Minnesota, Faculty of the Graduate School.
- Cheung, C., Chiu, P.-Y., ve Lee, M. (2011). Online social networks: Why do students use facebook? *Computers in Human Behavior*, 1337–1343.

- Ciğerci, M. A. (2016). Ortaöğretim Kurumlarında Görev Yapan Öğretmenlerin Mesleki Gelişiminde Sosyal Ağların Rolü. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Çağıltay, K. (1997). *İnternet*. Ankara: ODTÜ Geliştirme Vakfı Yayıncılık ve İletişim METU PRESS Yayınları.
- Çakır Balta, Ö., ve Horzum, M. B. (2008). İnternet Bağımlılığı Testi. *Eğitim Bilimleri ve Uygulama Dergisi*, 7(13), 87-102.
- Çavdar, O. (2012). Fen Bilgisi Öğretmen Adayları ve İlköğretim Öğrencilerinin Sosyal Ağları Kullanım Amaçları ve Eğitsel Bağlamda Kullanımları. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. Karadeniz Teknik Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Çetintaş, A. (2016). Öğretmenlerin Sosyal Ağları Kullanım Durumları. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çoklar, A. N. (2014). Web Ortamında Çoklu Ortam Tasarımı. Ö. Dursun, ve H. Odabaşı içinde, *Çoklu Ortam Tasarımı* (s. 218-234). Ankara: Pegem Akademi.
- Demir, K. (2006). Rogers'ın Yeniliğin Yayılması Teorisi ve İnternette Ders Kaydı . *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 367-392.
- Develi, A. (2015). Ortaokul Okul Müdürlerinin Yenilikçi ve Değişim Özelliklerinin Öğretmenler Üzerindeki Etkisi. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. Yeditepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Durna, U. (2002). *Yenilik Yönetimi*. Ankara: Nobel Yayın.
- Dutta, S., Lanvin, B., ve Wunsch-Vincent, S. (2016). The Global Innovation Index 2016.
- eBizMBA. (2018, Şubat 25). *eBizMBA*. Top 15 Most Popular Websites: <http://www.ebizmba.com/articles/most-popular-websites> adresinden alındı
- Elçi, Ş. (2007). *İnovasyon: Kalkınmanın ve Rekabetin Anahtarı*. Technopolis Group.

- Eraslan, F. (2014). Ortaöğretim Okul Yöneticilerinin İnovasyon Yeterlilikleri. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Erdoğan, İ. (2003). *Pozitivist Metodoloji*. Ankara: Erk Yayınları.
- Erdoğan, İ. (2012). *Eğitimde Değişim Yönetimi*. Ankara: Pegem Akademi.
- Goldfarb, A., Pregibon, N., Shrem, J., ve Zyko, E. (2011). Informational brief on social networking in education. Nisan 26, 2013 tarihinde http://www.p12.nysed.gov/technology/internet_safety/InformationalBriefonEducationNetworking.html adresinden alındı
- Goldsmith, R., ve Foxall, G. (2003). The Measurement of Innovativeness. *The international handbook on innovation edited by Larisa V. Shavinina*, 321-329. Elsevier Sciences Ltd.
- Gündüz, C. (2014). Sınıf Yönetimi için Bir Sosyal Ağ Uygulaması Geliştirilmesi. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Gürbüz, O. (2015). Öğretmen Adaylarının Yenilikçilikleri ve Problem Çözme Becerileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: ÇOMÜ Eğitim Fakültesi Örneği. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Hew, K. F. (2011). Students' and teachers' use of Facebook. *Computers in Human Behavior*, 662-676.
- Horzum, M. B., ve Ayas, T. (2010). Siber zorba/kurban ölçek geliştirme çalışması. *Akademik Bakış Dergisi*, 1-17.
- Hsu, C.-L., Lu, H.-P., ve Hsu, H.-H. (2007). Adoption of the mobile Internet: An empirical study of multimedia message service (MMS). *The International Journal of Management Science*, 35(6), 715-726.
- Hurt, H. T., Joseph, K., ve Cook, D. C. (1977). Scales For The Measurement Of Innovativeness. *Human Communication Research*, 4: 58-65.
- İmamoğlu, S. Z. (1999, Aralık). Yenilik (İnovasyon). Gebze, İstanbul: Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü.

- Karabuğa, A. (2015). Meslek Liselerinde Sınıf Yönetiminde Eğitsel Sosyal Ağ Kullanımı. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Karal, H., ve Kokoç, M. (2010). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanım Amaçlarını Belirlemeye Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education* , 251-263.
- Karasar, N. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kartal, F. (2018). Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Bireysel Yenilikçilik Düzeyleri ile Eğitimde Teknoloji Kullanımına Yönelik Tutumları Arasındaki İlişkilerin Değerlendirilmesi. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. Kütahya: Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Kavrakoğlu, İ. (2006). *İnovasyon - Yönetimde Devrimin Rehberi*. İstanbul: ALTEO Yayıncılık.
- Keleşoğlu, S. (2017). Öğretmen Eğitiminde Yaratıcı Düşünme ve İnovasyon Eğitim Programının Tasarımı, Denenmesi ve Değerlendirilmesi. *Yayımlanmamış doktora tezi*. Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Keskin, S. (2014). Öğretmen, Öğretmen Adayı ve Öğrencilerin Sosyal Ağları Benimseme Süreçleri ve Kullanım Amaçlarının İncelenmesi. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Kılıç, H. (2015). İlköğretim Branş Öğretmenlerinin Bireysel Yenilikçilik Düzeyleri ve Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri (Denizli İli Örneği). *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Kılıç, S. (2013). *Yeni Ürün Geliştirmede İnovasyon (Yeni Ürün İnovasyonu)*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Kılıçer, K. (2011). Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Öğretmen Adaylarının Bireysel Yenilikçilik Profilleri. *Yayımlanmamış doktora tezi*. Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Kılıçer, K., ve Odabaşı, H. F. (2010). Bireysel Yenilikçilik Ölçeği (BYÖ): Türkçeye Uyarlama, Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması . *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 38: 150-164.

- Kırım, A. (2009). *Arman Kırım'dan İnovasyon Dersleri*. İstanbul: Om Yayıncılık.
- Kırksekiz, A. (2013). Sosyal Ağlardan Facebook'un Kullanımına İlişkin Öğretim Elemanlarının Görüşleri (SAÜ Örneği). *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Koçak Usluel, Y., Çınar, M., ve Demir, Ö. (2014). Sosyal Ağların Kullanım Amaçları . *Eğitim Teknolojileri Araştırmaları*, 1-18.
- Korkmaz, N. (2004). Sorularla Yenilikçilik (İnovasyon). *İşletme Yönetiminde Yeni Eğilimler Dizisid*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası.
- Könings, K., Brand-Gruwel, S., ve Merriënboer, J. (2007). Teachers' perspectives on innovations: Implications for educational design. *Teaching and Teacher Education*, 23(6), 985-997.
- Köroğlu, A. Y. (2014). Okul Öncesi Öğretmenlerinin ve Öğretmen Adaylarının Bilişim Teknolojileri Özyeterlik Algıları, Teknolojik Araç Gereç Kullanım Tutumları ve Bireysel Yenilikçilik Düzeylerinin İncelenmesi. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Kurtuluş, M. F. (2012). Eğitimde İnovasyon; Öğretmen ve Öğrencilerin İnovasyona Bakışı ve Yeterliliğinin Sorgulanması. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimleri Enstitüsü.
- Kuzu, E. B. (2014). Bilişim Teknolojileri Öğretmen Adayları Arasında Çevrimiçi Sosyal Ağların Öğretim Amaçlı Kullanımı. *Yayımlanmamış doktora tezi*. Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Leila, K., ve Khodabandelou, R. (2013). Perspective of Iranian University Students about Academic Use of Social Networking Sites: A Study of Facebook. *International Journal of Academic Research in Progressive Education and Development*, 113-123.
- LinkedIn. (2019). *Kullanıcı Anlaşması*. 05 30, 2019 tarihinde http://www.linkedin.com/static?key=user_agreement adresinden alındı
- Loogma, K., Kruusvall, J., ve Ümarik, M. (2012). E-learning as innovation: Exploring innovativeness of the VET teachers' community in Estonia. *Computers ve Education*, 58(2), 808-817.

- Luckin, R., Clark, W., Graber, R., Logan, K., Mee, A., ve Oliver, M. (2009). Do Web 2.0 tools really open the door to learning? Practices, perceptions and profiles of 11–16-year-old students. *Learning, Media and Technology*, 87–104.
- Mazer, J., Murphy, R., ve Simonds, C. (2007). I'll See You On "Facebook": The Effects of Computer-Mediated Teacher Self-Disclosure on Student Motivation, Affective Learning, and Classroom Climate. *Communication Education*, 1-17.
- Mazman, S. G. (2009). Sosyal Ağların Benimsenme Süreci ve Eğitsel Bağlamda Kullanımı. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. Hacettepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Mentor, P. (2009). *İnovasyon Yapmak*. (M. İnan, Çev.) İstanbul: Optimist Yayınları.
- Milli Eğitim Bakanlığı (MEB). (2009). *Ortaöğretim Girişimcilik Dersi Öğretim Programı*. Ankara.
- Nizam, A., ve Cabiroğlu, G. (2014). *Yönetici ve Son Kullanıcılar İçin Bilişim*. İstanbul: Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi Yayınları.
- Örün, Ö., Orhan, D., Dönmez, P., ve Kurt, A. A. (2015). Öğretmen Adaylarının Bireysel Yenilikçilik Profilleri ve Teknoloji Tutum Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5(1), 65-76.
- Özbek, A. (2014). Öğretmenlerin Yenilikçilik Düzeylerinin TPAB Yeterlikleri Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Özçer, N. (2005). *Yönetimde Yaratıcılık ve Yenilikçilik*. İstanbul: Rota Yayınları.
- Özkent, B. (2015). *Adım Adım İnovasyon*. Ankara: Elma Yayınevi.
- Özmen, F., Aküzüm, C., Sünkür, M., ve Baysal, N. (2011). Sosyal Ağ Sitelerinin Eğitsel Ortamlardaki İşlevselliği. *6th International Advanced Technologies Symposium (IATS'11)*, (s. 42-42). Elazığ.
- Pierce, J., ve Delbecq, A. (1977). Organization structure, individual attitudes and innovation. *Academy of Management Review*, 27-37.

- Pihie, Z., Asimiran, S., ve Bagheri, A. (2014). Entrepreneurial leadership practices and school innovativeness. *South African Journal of Education*, 34(1).
- Ranieri, M., Manca, S., ve Fini, A. (2012). Why (and how) do teachers engage in social networks? An exploratory study of professional use of Facebook and its implications for lifelong learning. *British Journal of Educational Technology*, 43(5), 754-769.
- Roehrich, G. (2004). Consumer innovativeness: Concepts and measurements. *Journal of Business Research*, 671-677.
- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of innovation*. New York: Free Press.
- Rogers, R., ve Wallace, J. (2011). Predictors of Technology Integration in Education: A Study of Anxiety and Innovativeness in Teacher Preparation. *Journal of Literacy ve Technology*, 28-61.
- Saruhan, Ş. C., ve Yıldız, M. L. (2013). *Çağdaş Yönetim Bilimi*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Selwyn, N. (2009). Faceworking: exploring students' education- related use of Facebook. *Learning, Media and Technology* , 157-174.
- SimilarWeb. (2018, Şubat 25). *SimilarWeb*. Top Websites Ranking: <https://www.similarweb.com/top-websites> adresinden alındı
- Şahin, F. (2016). Öğretmen Adaylarının Bilişim Teknolojileri Kabul Düzeyleri ile Bireysel Yenilikçilik Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Şahin, İ., ve Thompson, A. (2006). Using Rogers' Theory to Interpret Instructional Computer Use by COE Faculty. *Journal of Research on Technology in Education*, 39(1), 81-104.
- Top, M. Z. (2011). İlköğretim Okul Yöneticilerinin Yenilik Yönetimine İlişkin Tutumlarının İncelenmesi. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Töremen, F. (2002). Eğitim Örgütlerinde Değişimin Engel ve Nedenleri. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1), 185-202.

- Urfalıoğlu, M. (2015). Ortaokullarda Sınıf Yönetiminde Sosyal Ağ Uygulaması. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- URL1. (2019). 05 30, 2019 tarihinde <https://support.google.com/youtube/answer/6083270?hl=en> adresinden alındı
- Uslu, E. (2016). Öğretmenlerin Mesleki Gelişimini Sağlamada Sosyal Ağların Rolü. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Uzkurt, C. (2008). *Yenilik (İnovasyon) Yönetimi ve Yenilikçi Örgüt*. İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Yalçın, H. (2015). Fen ve Teknoloji Öğretmen Adaylarının Sosyal Ağların Eğitimde Kullanılmasına İlişkin Görüşleri. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. Adıyaman Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Yazıcıoğlu, Y., ve Erdoğan, S. (2014). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yıldırım, R. (1998). *Yaratıcılık ve Yenilik*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Yılmaz, N. (2013). Okul Öncesi Öğretmen Adaylarının Bireysel Yenilikçilik Düzeyleri ve Öğretim Amaçlı Bilgisayar Kullanımına Yönelik Algılanan Özelliklerin Araştırılması. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yılmaz, Ö., ve Mutlu Bayraktar, D. (2014). Teachers' Attitudes towards the Use of Educational Technologies and their Individual Innovativeness Categories. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 3458-3461.
- Yılmazel, Ö., Çağıltay, K., Karakuş, T., Kurşun, E., Orhon, N., Şen, E., . . . Onay, O. (2013). *Temel Bilgi Teknolojileri*. Ankara: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Yılmazsoy, B. (2018, Ocak). Eğitsel Amaçlı Sosyal Medya Kullanımı: Facebook Örneği. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Yuan, F., ve Woodman, R. (2010). Innovative Behavior in the Workplace: The Role of Performance and Image Outcome Expectations. *Academy of Management*, 323-342.

EKLER

Ek 1: İzin Belgesi

T.C.
SAKARYA VALİLİĞİ
İl Millî Eğitim Müdürlüğü

Sayı : 81181707/44/6047555
Konu : Anket Uygulama

02.05.2017

.....KAYMAKAMLIĞINA
(İlçe Millî Eğitim Müdürlüğü)

İlgi : Sakarya Üniversitesi Rektörlüğünün 07/03/2017 tarih ve E.3366 sayılı yazısı .

Sakarya Üniversitesi Rektörlüğü Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Bilimleri EABD Eğitim Yönetimi ve Denetimi Bilim Dalı yüksek lisans 1270Y45006 numaralı öğrencisi Esra SARI tarafından hazırlanan "Okul Yöneticilerinin Sosyal Ağları Kullanım Amaçları ile Bireysel Yenilikçilik (İnavosyon) Düzeyleri Arasındaki İlişki" ölçeğini uygulamak istediğine dair Sakarya Üniversitesi Rektörlüğünün 07/03/2017 tarih ve E.3366 sayılı ilgi yazısına istinaden söz konusu anket çalışmasının, "Millî Eğitim Bakanlığına Bağlı Okul ve Kurumlarda Yapılacak Araştırma Desteğine Yönelik İzin ve Uygulama Yönergesi" doğrultusunda, ilgilinin Sakarya ili tüm okullarda görev yapan öğretmenlere yönergenin 13. Maddesinde belirtilen hususları göz önünde bulundurarak Eğitim-Öğretimin aksamasına mahal vermeden, gönüllülük esasına dayalı olarak, okul yönetiminin belirleyeceği zaman ve şartlarda, 2016/2017 Eğitim Öğretim Yılında çalışmanın yürütülmesi ile ilgili 02/05/2017 tarih ve 6021405 sayılı Valilik Oluru ekte gönderilmiştir.

Bilgilerinizi ve gereğini rica ederim.

Şükrü YILDIZ
Vali a.
İl Millî Eğitim Müdür V.

EK:
- Valilik Oluru (1 Adet)

DAĞITIM:
- 16 İlçe Kaymakamlığına
(İlçe Millî Eğitim Müdürlüğü)

Resmî Daireler Kampüsü
B Blok 54290 Adapazarı / SAKARYA
sakarya.meb.gov.tr-atama54meb.gov.tr

Ayrıntılı bilgi için : T.CANSU YİĞİT Memur
Tel : 0 264 251 36 09
Fax : 0 264 251 36 11

Bu evrak güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır. <http://evraksorgu.meb.gov.tr> adresinden 21bc-ee68-3119-b0d2-367b kodu ile teyit edilebilir.

Ek 2: Kişisel Bilgi Formu

Cinsiyetiniz	()Kadın ()Erkek
Unvanınız	()Müdür ()Müdür Yardımcısı
Hizmet Yılıınız	() 0-5 Yıl () 6-10 yıl () 11-15 yıl () 16-20 yıl () 21 ve üzeri yıl
Yaş Grubunuz	() 20-30 yaş () 31-40 yaş () 41 -50 yaş () 51 ve üstü
Eğitim Durumunuz	() Ön Lisans () Lisans () Lisansüstü mezunu
Bağlı Olduğunuz Kurum	()Devlet ()Özel
Hangi Sosyal Ağları yaygın olarak kullanıyorsunuz?	() Hiçbiri () Facebook () WhatsApp () Twitter () Instagram () Periscope () LinkedIn () Diğer:

Ek 3: Sosyal Ağların Kullanım Amaçları Ölçeği

Bu bölümde *sosyal ağları kullanım amaçlarınızı* belirlemeye yönelik ifadeler yer almaktadır. İlgili ifadenin karşısında “1: Kesinlikle katılmıyorum – 7: Kesinlikle katılıyorum” arasında derecelendirilmektedir. Lütfen sizin için en uygun olan seçeneği işaretleyiniz(X).

LÜTFEN İŞARETSİZ İFADE BIRAKMAYINIZ.								
	Maddeler	1	2	3	4	5	6	7
1	Sosyal ağları herhangi bir sorunla ilgili çözüm yolları bulmak için kullanırım.							
2	Sosyal ağları merak ettiğim ya da ilgi duyduğum bir konu hakkında bilgi aramak için kullanırım.							
3	Sosyal ağları görüşlerimi destekleyecek materyaller (fotoğraf, video ve yazı vb.) bulmak için kullanırım.							
4	Sosyal ağları arkadaşlarımla herhangi bir konu ya da durum hakkında işbirliği yapmak için kullanırım.							
5	Sosyal ağları ortak ilgi alanına sahip kişilerle bir araya gelmek için kullanırım.							
6	Sosyal ağları belli bir amaçla ilgili görev paylaşımı için kullanırım.							
7	Sosyal ağları sosyo-kültürel etkinlik düzenlemek için kullanırım.							
8	Sosyal ağları ortak bir amaç oluşturmak için kullanırım.							
9	Sosyal ağları etkinliklerden haberdar olmak için kullanırım.							
10	Sosyal ağları yeni arkadaşlıklar kurmak için kullanırım.							
11	Sosyal ağları arkadaşlarıma yüz yüze söyleyemediğim şeyleri söylemek için kullanırım.							

12	Sosyal ağları samimi olmadığı arkadaşlarımla iletişim kurmak için kullanırım.							
13	Sosyal ağları arkadaşlarımla sohbet etmek (anlık iletişim, sesli ve görüntülü iletişim) için kullanırım.							
14	Sosyal ağları arkadaşlarımla mesaj alış-verişi için kullanırım.							
15	Sosyal ağları iletişim bilgilerini bilmediğim arkadaşlarıma ulaşmak için kullanırım.							
16	Sosyal ağları eski arkadaşlarımla bulmak için kullanırım.							
17	Sosyal ağları arkadaşlarımla iletişimimi sürdürmek için kullanırım.							
18	Sosyal ağları arkadaşlarımla bağlantımı koparmamak için kullanırım.							
19	Sosyal ağları herhangi bir konu hakkında içerik (resim, video ve metin vb.) oluşturmak için kullanırım.							
20	Sosyal ağları görüşlerimi desteklemek için oluşturduğum görselleri (resim ve video vb.) paylaşmak için kullanırım.							
21	Sosyal ağları fotoğraf albümü oluşturmak için kullanırım.							
22	Sosyal ağları video albümü oluşturmak için kullanırım.							
23	Sosyal ağları kişisel etkinlik günlüğü oluşturmak için kullanırım.							
24	Sosyal ağları komik paylaşımlara (söz ve karikatür vb.) bakmak için kullanırım.							
25	Sosyal ağları mutsuz olduğumda beni mutsuz eden etkenlerden uzaklaşmak için kullanırım.							
26	Sosyal ağları komik paylaşımlar (söz ve karikatür gibi) yapmak için kullanırım.							

Ek 4: Bireysel Yenilikçilik Ölçeği

Bireyler, çevrelerine farklı yollarla tepki verirler. Aşağıdaki ifadeler, bireylerin bu tepkilerinden bazılarını oluşturmaktadır. Her bir ifadeyi inceleyerek, ifadenin size uygunluğunu yandaki seçeneklerden birini işaretleyerek (x)belirtiniz. İfadelerin doğru ya da yanlış yanıtları yoktur, lütfen ifadeyi okuduktan sonraki aklınıza gelen ilk düşünceyi işaretleyiniz.

LÜTFEN İŞARETSİZ İFADE BIRAKMAYINIZ.						
Maddeler		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ortadayım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Arkadaşlarım öneri veya bilgi almak için sık sık bana başvururlar.					
2	Yeni fikirleri denemekten hoşlanırım.					
3	Bir şeyi yapmanın yeni yollarını ararım.					
4	Genellikle yeni fikirleri kabullenmekte temkinliyimdir.					
5	Bir sorunu çözerken yanıt açık olmadığı zaman çözüm için çoğu kez yeni yöntemler geliştiririm.					
6	Yeni icatlara ve yeni düşünce tarzlarına karşı şüpheliyimdir.					
7	Çevremdeki insanların büyük bir çoğunluğunun kabul ettiğini görene kadar yeni fikirlere pek itibar etmem.					
8	Arkadaş grubum içinde etkili bir birey olduğumu düşünürüm.					
9	Düşüncelerimde ve davranışlarımda					

	kendimi yaratıcı ve özgün görürüm.					
10	Genellikle arkadaş grubum içinde yeni bir şeyi kabul eden son kişilerden biri olduğumu düşünüyorum.					
11	Yaratıcı bir kişiliğe sahibimdir.					
12	Ait olduğum grubun liderlikle ilgili sorumluluklarını almaktan hoşlanırım.					
13	Çevremdeki bireylerde işe yaradığını görene kadar bir işi yapmanın yeni yollarını kabullenmekte isteksiz davranırım.					
14	Düşüncelerimde ve davranışlarımda özgün olmayı heyecan verici bulurum.					
15	Eski usul yaşam tarzının ve işleri eski yöntemlerle yapmanın en iyisi olduğunu düşünürüm.					
16	Belirsizlikler ve çözülmemiş problemler beni güdüler.					
17	Yenilikleri dikkate almadan önce diğer insanların o yeniliği kullandığını görmeliyim.					
18	Yeni fikirlere açığım.					
19	Cevabı belirsiz sorular beni heyecanlandırır.					
20	Yeni fikirlere karşı çoğunlukla şüpheliyimdir.					

ÖZGEÇMİŞ VE İLETİŞİM BİLGİLERİ

Adı Soyadı : Esra SARI

Doğum Yeri ve Tarihi : Sakarya / 18.11.1987

Yabancı Dili : İngilizce

Telefon : 0537 423 78 22

E-posta : esbus@live.de

Eğitim Durumu : Altındere İlköğretim Okulu / Sakarya
Akyazı Kız Meslek Lisesi / Sakarya
Selçuk Üniversitesi / Çocuk Gelişimi ve Eğitimi
Öğretmenliği / Konya
Anadolu Üniversitesi / Kamu Yönetimi

İş Deneyimi : Cumayeri Çok Programlı Lisesi / Düzce
Ferizli Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi / Sakarya