

## Dijital yerliler ve bilgi kaynakları \*

**Geliş Tarihi:** 12.05.2017

**Kabul Ediliş Tarihi:** 16.08.2017

Haydar YALÇIN<sup>1</sup>

### ÖZ

Dijital yerliler, teknolojiyi yaşamlarının doğal bir parçasıymış gibi algılayan ve anadili gibi kullanabilen kullanıcı grupları olarak tanımlanabilir. Dijital yerlilerin kendine has özellikleri ile yarattığı etki; eğitim sistemlerinin kullanıcıların aşına oldukları ortamlara dönüştürülmesine, geleneksel ortamda yürütülen eğitim faaliyetlerinin elektronik ortama taşınmasına neden olmaktadır. Bu çalışmada İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi'nde öğrenim gören birinci ve ikinci sınıf öğrencilerinin dijital yerlilik özelliklerinin ve beklentilerinin belirlenmesi hedeflenmiştir. Araştırmanın amacı dijital yerlilerin eğitime destek veren kuruluşlar olarak bilgi hizmeti sağlayan kurumlar hakkındaki beklentilerini ortaya çıkarmak ve elektronik ortamda eriştikleri bilgi için tercih ettikleri kanalları belirlemektir. Bu bağlamda geleneksel eğitim materyallerinin yalnızca elektronik ortama taşınması değil, aynı zamanda Web 2.0 araçlarıyla da entegre edilmesi gerekliliklerini de beraberinde getirmektedir. Araştırmada betimleme yöntemi, veri toplama tekniği olarak da anket kullanılmıştır. Elde edilen veriler faktör analizine göre alt boyutlara indirgenmiş ulaşılan alt boyutlar da doğrulayıcı faktör analizi ile incelenmiştir.

**Anahtar kelimeler:** Dijital Yerliler, Bilgi Hizmetleri, Sosyal Ağlar, Teknoloji Sahipliği, Kullanıcı Beklentileri

## Digital natives and information sources

### ABSTRACT

Digital natives could be defined as a group of users who perceived technology as a natural part of their lives and who can use technology as their vernacular language. The unique features of effects that have created by digital natives are transformation of education systems into the familiar environment of the users, and the transfer of the educational activities carried out in the traditional environment to the electronic environment. In this study to determine the digital residency characteristics and expectations of the first and second year students who are studying at İzmir Kâtip Çelebi University. The aim of this study to reveal the expectations of digital natives about information service providers as training support organizations and to identify channels. In this study, descriptive method and questionnaire were used as data collection technique. Sub-dimensions that were reduced to sub-dimensions according to the obtained data factor analysis were also examined by confirmatory factor analysis.

**Keywords:** Digital Natives, Information Services, Social Networks, Technology Ownership, User Expectations

---

\* Bu çalışma, Haydar YALÇIN tarafından Prof. Dr. Yaşar TONTA danışmanlığında gerçekleştirilen "Sosyal Ağlar ve Bilgi Hizmetleri: Ağ Kuşağının Kütüphanelerden Beklentileri" başlıklı doktora tez çalışmasından üretilmiştir

<sup>1</sup> Yrd. Doç. Dr., İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, e-posta: haydar.yalcin@ikc.edu.tr

## GİRİŞ

"Dijital yerli", Prensky (2001) tarafından bilgisayarların, cep telefonlarının, video oyunlarının ve Internet'in dijital dilini "anadili" gibi kullanabilen nesle atfen kullanılan bir kavramdır. Dijital yerlinin tanımında, yaşa bağlı bir ölçüt yer alsa da aynı yaş grubuna giren tüm gençler dijital yerli özelliklerine sahip olmayabilir. Bu nedenden ötürü dijital yerliler, yaşlarından çok, teknoloji, bilgi, yetenekleri ile akranları, diğer insanlar ve kurumlarla nasıl etkileşime girdiklerine ilişkin benzer nitelik ve deneyimlerine göre tanımlanmalıdır (Teo, 2013). Prensky'e göre dijital yerliler, teknoloji ile büyüyen, çoklu görevlerle rahat olan, iletişim kurmak için metin yerine grafikleri tercih eden ve anlık memnuniyet ile sık karşılaşılan ödülleri üzerine gelişen nesil olarak tanımlanır. Dijital yerlilerin yaşlılara kıyasla bilgileri temelde farklı şekillerde düşünmesini ve işleme sokmasını diğer nesillerden farklı yollarla yürütmesinin teknolojinin etkisiyle; beyin yapılarında meydana gelen değişimden kaynaklandığını söylemek mümkündür (Teo, 2013). Kendilerini diğer nesillerden ayıran özelliklere paralel süreçlerdeki başarıları, çoklu görevlere olan yakınlıkları ile bilgileri hızlı bir şekilde işlemeye ve grafikleri metinlere tercih etmeleri, çevrimiçi ortamlarda rastgele erişimi tercih etmeleri de eklenebilir (Prensky, 2001). Prensky'nin bu tanımı literatürde kabul görse de son yıllarda dijital yerli tanımında yalnızca yaş üzerine kurulu bir ölçüt kullanılmasından çok teknoloji yeterliliği ve teknolojiye maruz kalma deneyimlerinin de tanımda göz önünde bulundurulması gerekliliğine vurgu yapılmaktadır (Bennett, Maton, ve Kervin, 2008; Tapscoot, 2009)

### Literatür Özeti

Litaretüre bakıldığında dijital yerlinin tanımına yönelik birçok araştırma olduğunu görmek mümkündür. Helsper ve Eynon (2010), dijital yerlileri tanımlarken yaş belirleyici faktör olarak almanın, gençler ile yaşlılar arasındaki dijital uçurumun belirlenmesinde faydası olacağını belirtirken, eğitimcilerin her zaman öğrencilerinden daha yaşlı olacakları için bu uçurumun eğitim üzerinde bir etkisi olacağını savunmaktadırlar. Dijital yerliler teknoloji sahipliği açısından değerlendirildiğinde geniş bir araç yelpazesine sahip olsalar da bu durum evrensel bir şekilde genellenememektedir (Kennedy, Judd, Churchward, Gray, ve Krause, 2008). Dijital yerlilerle aynı dönemde doğmuş olsalar da dijital araç kullanımına odaklanan meslek grupları da dâhil olmak üzere dijital yerli olarak tanımlanan bu neslin akranları teknoloji yeterliliği açısından yetersiz bir profil çizmiştir (Cameron, 2005). Birinci sınıf üniversite öğrencileri üzerinde yürütülen çalışmalarında öğrenme yetileri açısından bakıldığında dijital yerli tanımı uyan öğrencilerin çoğunun çevrimiçi öğrenmeye karşı direnç gösterdikleri ve bazı teknoloji alanlarına yabancı olduğu gözlenmiştir. Bennett ve Maton (2010) ve Li ve Ranieri (2010) gibi araştırmacılar dijital yerli tanımının yaş ölçütüne uysalar bile nesil içindeki farklılıkların ortaya konulması gerektiğini belirtmektedirler. Bu nesil literatürde "Millennials" (Howe ve Strauss, 2009), "Ağ Kuşağı" (Oblinger, 2003; Tapscoot, 2009), "Dijital Yerli" (Palfrey ve Gasser, 2008; Prensky, 2001; Prensky ve Berry, 2001), "Generation Y" (Jorgensen, 2003;

McCordle, 2003; Weiler, 2005) olarak adlandırılan bir nesildir. Hızlı mesajlaşma teknolojilerini çok yoğun kullandıklarından dolayı “IM Generation” (Lenhart, 2003), oyun becerilerinden ötürü “Oyun Nesli” (Carstens ve Beck, 2005) olarak tanımlandıkları da görülmektedir. Günümüzde bu terimlere “Google Nesli/Google Generation” (Rowlands vd. , 2008) ve “i-Generation” (Rosen, 2010) da eklenebilir. Araştırmamızda bu kavramlar arasında “dijital yerli” kavramı tercih edilmiştir. Dijital yerlilere yönelik büyük ölçekli çalışmalar arasında yer alan Don Tapscott’un projesinde 6000 ağ kuşağı üyesi denekle görüşmeler yapılmış ve ağ kuşağına yönelik bir profil çıkarılmıştır (Tapscot, 2009). Tapscott’a göre dijital yerliler; 2,6 yılda bir iş değiştirmektedir. Herhangi bir ürün ya da hizmet satın almadan önce akranlarının tecrübelerinden faydalananan nesil, özgürlük beklentilerini gündelik yaşamın her aşamasına yansıtarak, geleneksel çalışma ortamlarının dışında serbest ve gündelik çalışma saatlerinden bağımsız hareket etmek istemektedirler (Tapscot, 2009). Teknolojinin dilini kendi anadili gibi konuşabildiğinden dijital yerliler dijital araçları kişiselleştirmeyi, onları kendilerinin bir uzantısıymış ya da kendilerini ifade etmenin bir aracıymış gibi düzenlemeyi istemektedirler (Tapscot, 2009). Çalışma ortamına dair kişiselleştirme isteklerinin olduğu gözlemlenen dijital yerliler 9-5 çalışma saatlerini tercih etmemektedir (Junco ve Mastrodicasa, 2007). Dijital yerliler ister ders amaçlı ister iş ya da sadece eğlence amaçlı olsun bu nesil edindiği her tecrübeyi arkadaşlarıyla çevrimiçi ortamlarda paylaşmayı tercih etmektedir (Peltekoğlu, 2012; Tapscot, 2009). Dijital yerlilerin iş birliğine yatkın yapısı ve üretimin her aşamasında sürece dâhil olma isteği topluluk zekâsından (wisdom of crowd) faydalanılması konusunda şirketleri harekete geçirmiş ve reklam kampanyalarının nasıl yürütüleceğinden, çözümlenemeyen çok büyük kimyasal problemlerin çözülmesine olanak sağlayan platformların geliştirilmesine kadar birçok uygulamanın ortaya çıkmasına neden olmuştur (Surowiecki, 2005). Dijital yerliler, etkileşime girdiği konuda karşı taraftan beklentilerinin bir an önce karşılanmasını beklemektedir. Cevap aramak yerine soru sormayı tercih eden sordukları sorulara hızlı cevaplar alabilmeyi bekleyen bu neslin kullandıkları iletişim kanalları da farklılık göstermektedir (De Rosa, Gauder, Cellantini, Dalrymple, ve Olzewski, 2011). Sürekli bağlantılı olma arzusundan dolayı akıllı telefonlarını kapatmaktan bile çekinen dijital yerliler için çok hızlı geribildirim almak oldukça önemlidir (Tapscot, 2009). Bu nedenden ötürü dijital yerlilerle iletişimde bulunurken onların bu gereksinimlerine uygun bir kanal seçilmesi gerekmektedir. Güncel gelişmeleri ve yenilikleri yakından takip etmeyi arzulayan bir kullanıcı grubu olan bu nesil, kendi sosyo-ekonomik durumlarıyla bağlantılı olarak yeni teknolojiye sahip olmak isteyen bir yapıyı temsil etmektedir. En son teknolojiye sahip olmak onlar için arkadaş çevrelerinde statülerine olumlu katkı sağlamaktadır. Dijital yerliler iş ortamında geleneksel hiyerarşik yapıyı görmezden gelen, yaratıcılığa ve yenilikçiliğe önem verilmesinin tecrübe ve liyakate göre daha önemli olduğunu düşünürler (Tapscot, 2009).

Özetle, dijital yerlilerin özgürlük isteyen, kullandığı her şeyi kişiselleştirebilmeyi isteyen, geleneksel iş ortamları yerine mekâna bağımlı olmadan, mesai saatleri

arasında çalışmak istemeyen, süreçten çok sonuç odaklı çalışmayı isteyen bir kullanıcı grubu olduğunu söylemek mümkündür. İnternet üzerinde araştırma yapıp, kendi tecrübelerini paylaşmayı seven bu kullanıcı grubu kendi görüşlerine değer verilmesini bekleyen, kendi akranlarının görüş ve önerilerine kendi ebeveynlerinin görüşlerinden daha çok değer veren bir davranış sergilemektedir. Dijital yerliler, dürüstlüğe önem verirken aynı zamanda da geribildirimlerinin göz önüne alındığını görekerek sürece dâhil olma arzusu da göstermektedirler. Geribildirimlerinde hız onlar için önemlidir ve yenilikçi bir yapıda güncel değişiklikleri yakından takip ederler. Bu özellikleri ile düşünüldüğünde dijital yerlilerin etkileşimde bulunduğu her sistemi de değişime uğrattığını söylemek mümkündür. Bu değişim çalışma saatlerinin revizyonundan, iş ortamı kavramının değişmesine ve iletişimde tercih edilen araç ve teknolojilerin değiştirilmesine kadar oldukça geniş yelpazede değerlendirilebilir. Kendilerinden önceki nesillerden tamamen farklı düşünen, farklı öğrenen ve farklı yollarla sosyalleşen bu nesil farklı beklentileriyle etkileşimde bulunduğu her sistemi etkilemektedir (Prensky, 2001). Bu bakımdan değerlendirildiğinde dijital yerlilerin nitelikleri ile davranışlarını anlamının hem öğretim hem de öğrenme teknikleri üzerinde yürütülecek iyileştirme çabalarına olumlu katkı sağlayacağı söylenebilir.

## YÖNTEM

Çalışmada betimleme yöntemi kullanılmıştır. Veri toplama tekniği olarak anket tekniğinden faydalanılmıştır. Araştırmamızda kullanılan anket yazar tarafından gerçekleştirilen “Sosyal Ağlar ve Bilgi Hizmetleri: Ağ Kuşağının Kütüphanelerden Beklentileri” başlıklı doktora tez çalışmasında kullanılan ankettten faydalanılarak geliştirilmiştir. Araştırma kapsamında İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Fakültesi birinci ve ikinci sınıf öğrencilerinin dijital yerli neslin birer üyesi olarak; İnternet erişim modeli, İnternet kullanım amaçları, teknoloji sahipliği, sık kullandıkları sosyal medya türleri ile en sık kullandıkları sosyal medya araçları belirlenmiştir. Ankette yer alan demografik bilgilerle ilgili soruların analizi için yaş, cinsiyet, İnternet erişim şekli, teknoloji sahipliği, kullanılan sosyal medya türleri ayrıca incelenmiştir. Elde edilen veriler IBM Statistics (Versiyon 20) ve MS Excel yazılımları kullanılarak incelenmiştir. Yapılan Faktör analizi sonucunda ulaşılan boyutlar AMOS 23 yazılımı ile doğrulayıcı faktör analizine tabi tutulmuş, ulaşılan alt boyutlar doğrulandıktan sonra öğrencilerin bu boyutlara göre vermiş oldukları cevaplar incelenmiştir.

## BULGULAR

### Demografik Bilgiler

Araştırmaya 349 katılımcı katkıda bulunmuştur. Katılımcıların %50,1'i (175) kadınsa 174'ü erkektir. 44 (%12,6) katılımcı bir işte çalıştığını belirtirken, çalışmayanların oranı %87,4'tür. Katılımcıların hemen hemen hepsinin geniş bant İnternet erişimine sahip olduğu gözlenmiştir.

### **İnternet Kullanım Amaçları**

Çalışmaya katkıda bulunan öğrencilerin İnternet'i yoğun olarak Sosyal ağlar (Facebook, MySpace vb.), Gündelik bilgi arama, Serbest zamanları değerlendirme, Araştırma bilgisi ve İletişim amacıyla kullandıkları görülmektedir (Tablo 1).

Tablo 1. *İnternet Kullanım Amacı*

İnternet Kullanım Amacı	N	%
Sosyal ağlar (Facebook, MySpace vb.)	284	81.4
Gündelik bilgi arama	250	71.6
Serbest zamanları değerlendirme	225	64.5
Araştırma bilgisi (ödev vb.)	215	61.6
İletişim (e-mail vb.)	201	57.6
Alışveriş	172	49.3
Nasıl yapılır bilgisi arama	147	42.1
Fatura ödeme	91	26.1
Bankacılık	88	25.2
Kütüphane Web Sitesi	79	22.6
İş	35	10.0

### **Teknoloji Sahipliği**

Ankete katılan öğrencilerin mobil teknolojilere (akıllı telefon ile Dizüstü bilgisayarlar) sahipliğinin yüksek oranda olduğu görülmektedir (Tablo 2).

Tablo 2. *Teknoloji Sahipliği*

	N	%
Akıllı Telefon (iOS ya da Android)	307	88.0
Dizüstü Bilgisayar	245	70.2
Masaüstü Bilgisayar	104	29.8
Tablet Bilgisayar (iPad, Galaxy Tab vb.)	104	29.8
Cep telefonu	94	26.9
Dijital Kamera	73	20.9
MP3 çalar	68	19.5
Video Kamera	34	9.7
Netbook	19	5.4
e-kitap okuyucu (Kindle, Reeder vb.)	15	4.3
Diğer	11	3.2

### **Kullanılan Sosyal Medya Araçları**

Dijital yerli neslin birer üyesi olarak ankete katkı sağlayanlar arasında en sık tercih edilen sosyal medya araçları Video Paylaşım Siteleri, Sosyal Ağlar ile Resim Paylaşım sitelerinden oluşan multimedya bakımından zengin, içeriğin son kullanıcı tarafından oluşturulduğu Web 2.0 uygulamaları gelmektedir (Tablo 3).

Tablo 1: Kullanılan Sosyal Medya Araçları

	N	%
Video paylaşım siteleri (YouTube vb.)	270	77.4
Sosyal Ağlar (Facebook, MySpace vb.)	265	75.9
Resim Paylaşım siteleri (yFrog, Instagram vb.)	213	61.0
Mikro web günlükleri (Twitter vb.)	156	44.7
Doküman Paylaşımı (GoogleDocs vb.)	64	18.3
Web günlükleri (Blogger, WordPress vb.)	51	14.6
Çevrimiçi Takvimler (iCalendar, GoogleCalendar vb.)	24	6.9
Telekonferans	15	4.3
Sosyal imleme uygulamaları (del.icio.us vb.)	11	3.2
Diğer	9	2.6

### Faktör Analizi

Araştırmamızda Likert ölçeği kullanılan sorulara alınan cevapların hangi faktörler altında toplandığını belirlemek amacıyla faktör analizi uygulanmıştır. Örneklem büyüklüğü faktörleştirmeye uygundur (KMO=0,878) Bu bulgu doğrultusunda örneklem büyüklüğünün faktör analizi yapmak için “iyi düzeyde yeterli” olduğu söylenebilir (Çokluk, Şekercioğlu, ve Büyüköztürk, 2014). Dijital yerlilerin bilgi hizmetlerinden beklentilerinin faktör desenini ortaya koymak amacıyla grupların ayrıştırılabilmesi için Temel Bileşen Analizi (TBA) (Principal Component Analysis); döndürme yöntemi olarak da dik döndürme yöntemlerinden maksimum değişkenlik (Varimax) seçilmiştir. Otuz beş sorudan oluşan ölçeğimizin güvenilirlik düzeyinin de uygun olduğu görülmüştür (Cronbach  $\alpha = .864$ ). Faktör analizi sonucu Eigen değeri 1’in üzerinde olan 3 faktör olduğu gözlenmiştir. Varimax rotasyon sonrası oluşan faktörler tablo 4’te verilmiştir. Ulaşılan Cronbach değerleri  $0,60 < \alpha < 0,80$  ise ölçek oldukça güvenilirdir (Türkan, Manisalı, ve Çelikkol, 2009). Litaretür incelendiğinde faktör yüklerinin 0,30’un altında olmaması ve açıklanan varyans miktarının %40’ın üstünde olması yeterli görülmektedir. Çalışmamızda rotasyon sonrasında oluşan üç faktörün varyansına yaptıkları toplam katkı %54,829’dur (Tablo 4). Faktör analizi sonucunda boyutlar; birinci faktör için “Bilgi Sistemleri ve içerik”, ikinci faktör için “Sosyal Ağların Kurumsal Bağlamda Kullanımı” ve son olarak üçüncü faktör için de “Web Kaynaklarına Duyulan Güven” olarak adlandırılmıştır. Faktör analizi sonucunda ortaya çıkan bu boyutlarıyla belirlenen modeli doğrulayabilmek adına doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi, model ile veri uyumunun incelendiği ve değişkenler arasındaki ilişkilere dair hipotezlerin test edildiği süreçlerden oluşmaktadır (Gülbahar ve Büyüköztürk, 2008; Kline, 1994; Tabachnik ve Fidell, 2001). Model veri uyumu için GFI ve AGFI değerlerinin. 90’dan yüksek olması, RMS ya da standartlaştırılmış RMS ile RMSEA değerlerinin ise. 05’in altında olması

beklenir (Kline, 2005; Şimşek, 2007; Sümer, 2000). Diğer yandan GFI değerinin 0.85'ten, AGFI değerinin 0.80'den yüksek ve RMS değerinin ise 0.10'dan düşük çıkması modelin gerçek verilerle uyumu için birer ölçüt olarak da kabul edildiği çalışmalar da bulunmaktadır (Anderson ve Gerbing, 1984; Kline, 1994; Marsh, Balla, ve McDonald, 1988; Şimşek, 2007; Sümer, 2000)

Tablo 2: Faktör Analizi Sonrası Faktörler

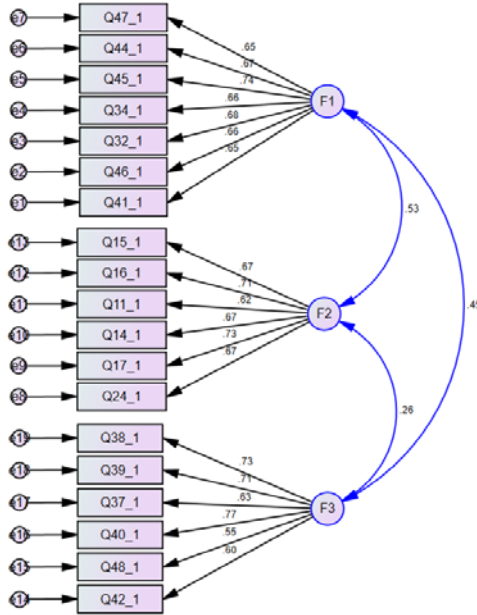
	Rotasyon Sonrası Faktörler		
	1	2	3
S_47	.750		
S_44	.729		
S_45	.701		
S_34	.686		
S_32	.604		
S_46	.562		
S_41	.468		
S_15		.813	
S_16		.757	
S_11		.756	
S_14		.705	
S_17		.666	
S_24		.413	
S_38			.797
S_39			.758
S_37			.697
S_40			.683
S_48			.518
S_42			.512
Eigen değeri	5.874	2.643	1.900
Varyans (%)	30.92	13.908	10.003
$\alpha$	.849	.838	.808

Tablo 4'te de kolayca görüleceği üzere, "Bilgi Sitemleri ve İçerik" faktörü 7 maddeden oluşmakta ve faktör yükleri 0,750-0,468 arasında değişmektedir. "Sosyal Ağların Kurumsal Bağlamda Kullanımı" faktörü 6 maddeden oluşurken, faktör yükleri 0,813-0,413 arasında değişmektedir. Altı maddeden oluşan "Web ve Yeni Medya Araçlarına Duyulan Güven" faktör yükleri ise 0,797 ile 0,512 arasında değişmektedir.

**Doğrulayıcı Faktör Analizine Dair Bulgular:** Açıklayıcı faktör analizi sonucunda üç faktörden oluştuğu tespit edilen ölçeğin faktör yapısının doğrulanması için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi gözlenen ile gözlenemeyen değişkenler arasındaki bağlantıların birer hipotez olarak ele alınıp test edilmesi ilkesine dayanmaktadır (Şahin ve Korkmaz, 2011). Yapılan doğrulayıcı faktör analizinde ulaştığımız sonuçları şu şekilde sıralamak mümkündür;

$[\chi^2 (d=149, N=349)= 350,37, p<.01, RMSEA= 0.062, S-RMR= 0.038, GFI= 0.908, CFI= 0.918, NNFI= 0.755, IFI= 0.919]$ .

Bu değerleri literatürdeki çalışmalarda yer alan kabul edilebilir değerler bağlamında değerlendirdiğimizde;  $X^2/d<3$ ;  $0<RMSEA<0.05$ ;  $0\leq S-RMR\leq 0.05$ ;  $0.97\leq NNFI\leq 1$ ;  $0.97\leq CFI\leq 1$ ;  $0.95\leq GFI\leq 1$ ;  $0.90\leq AGFI\leq 1$  ve  $0.95\leq IFI\leq 1$  aralıklarında olması mükemmel uyumu;  $4<X^2/d<5$ ;  $0,05<RMSEA<0.08$ ;  $0,05\leq S-RMR\leq 0.1$ ;  $0.95\leq NNFI\leq 0,97$ ;  $0.95\leq CFI\leq 0,97$ ;  $0.90\leq GFI\leq 0,95$ ;  $0.85\leq AGFI\leq 0,90$  ve  $0.90\leq IFI\leq 0,95$  aralıkları ise kabul edilebilir uyumu gösterdiği şeklinde yorumlanabileceği belirtilmektedir (Kline, 2005; Şimşek, 2007; Sümer, 2000). Bu bilgiler ışığında ölçeğimizde gözlenen değerlerinin kabul edilebilir uyum gösterdiğini söylemek mümkündür (Şekil 1).



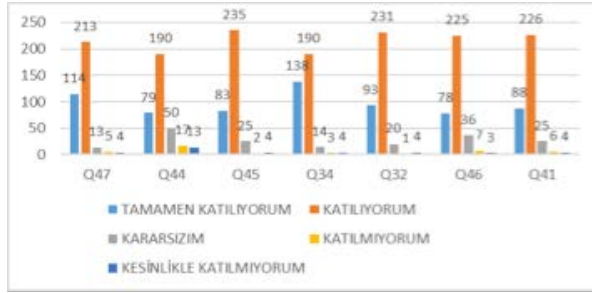
Şekil 1: Ölçeğin Birinci Düzey Doğrulayıcı Faktör Analizi Bağlantı Diyagramları



## TARTIŞMA ve SONUÇ

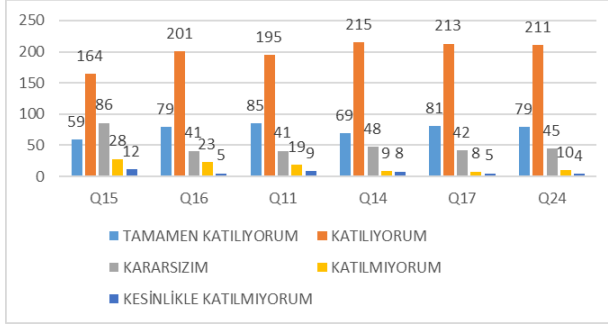
Bu çalışmada dijital yerlilerin literatürde yer alan genel özelliklerine dair saptamalar İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Fakültesi birinci ve ikinci sınıf öğrencilerinin Internet erişim modeli, Internet kullanım amaçları, teknoloji sahipliği, sık kullandıkları sosyal medya türleri ile en sık kullandıkları sosyal medya araçları belirlenmiştir. Faktör analizi ile belirlenen, doğrulayıcı faktör analizi ile de doğrulanan alt boyutlara göre yani ilk faktör için “Bilgi Sistemleri ve içerik”, ikinci faktör için “Sosyal Ağların Kurumsal Bağlamda Kullanımı” ve son olarak üçüncü faktör için de “Web Kaynaklarına Duyulan Güven” boyutlarına dair sergiledikleri profil incelenmiştir. Bu bağlamda 19 maddeden oluşan ölçeğimizde faktörlerde yer alan maddelerin her biri; Kesinlikle katılmıyorum (1), Katılmıyorum (2), Kararsızım (3), Katılıyorum (4), Tamamen Katılıyorum (5) şeklinde ölçeklendirilmiştir. Ölçekte alınabilecek en düşük puan 19, en yüksek puan ise 95’dir. Ölçeğin üç alt boyutu vardır; “Bilgi Sistemleri ve içerik”, “Sosyal Ağların Kurumsal Bağlamda Kullanımı” ve “Web Kaynaklarına Duyulan Güven”.

*Bilgi Sistemleri ve içerik* boyutunda bilgi kaynaklarının öğrencilerin bulunduğu her ortama taşınması, bilgi hizmeti sağlayan kurumların kullanıcılarına verdiği hizmetlerle ilgili tecrübelerini paylaşabilmesine olanak verecek bir altyapı sağlaması, kütüphane kataloglarında okuyucu yorumlarının gösterimine imkân veren bir altyapı sunulması, bilgi hizmetlerine mekândan bağımsız her ortamdan erişim sağlanabilmesi, katalog tarama sayfasının Google vb. arama motorlarının sayfasına benzemesi gibi bilgi sistemlerinin altyapı, mimari ve entegrasyonuna dair konuların öncedeği maddeler, elektronik ortamdan edinilen bilginin kaynağı (kütüphane web sitesi, web arama motoru vb.) verilen önem, erişilen bilginin kalitesini önceleyen maddelerle birlikte yer almaktadır.



*Sosyal Ağların Kurumsal Bağlamda Kullanımı* boyutunda bilgi hizmeti sağlayan kuruluşların sosyal ağları (Facebook, Twitter vb.) kurumsal olarak kullanması gerekliliği, Facebook, Twitter vb. sosyal medya araçlarının bilgi hizmetlerinin daha etkin sunumunda kullanılabilmesi, Sosyal ağlara üzerinde sunulacak bilgi hizmetleri için bilgi hizmeti şablonları tasarlanması, bilgi hizmeti sunan kuruluşlara dair bir sosyal medya politikası, bilgi hizmeti veren kuruluşların hizmetlerini sosyal ağlar üzerine de taşınması, bilgi hizmetlerinin sosyal ağlarla

entegre bir şekilde sunulmasının kullanım kolaylığına etkisi maddelerinden oluşmaktadır.



*Web Kaynaklarına Duyulan Güven* boyutunda ise Bloglar, YouTube, Wikipedi vb. gibi Web 2.0 araçlarına duyulan güven maddeleri ile Web'in, araştırmalarda kullanımı, İnternette aranan bilginin niteliğine göre (gündelik, profesyonel/akademik) kaynak tercihi, bilgi hizmeti sağlayan kuruluşların hizmet vermek için tercih ettikleri kanallar maddelerinden oluşmaktadır.

Sonuç olarak ölçekte elde ettiğimiz değerlerin literatürde yer alan değerler bağlamında kabul edilebilir değer aralıkları arasında yer aldığını söylemek mümkündür. Bu bakımdan dijital yerlilerin birer üyesi olarak veri topladığımız öğrencilerin kendine has özellikleri ile başta eğitim bilimleri olmak üzere eğitime destek sağlayan kütüphaneler ile bilgi hizmeti sağlayan kuruluşlara etki edecek beklentiler içerisinde yer aldığı görülmektedir. Diğer bir ifade ile eğitim materyalleri ile bilgi kaynaklarının öğrencilerin bulunduğu her ortama taşınması, Bloglar, YouTube, Wikipedi vb. gibi Web 2.0 araçlarına güven duyan bu kullanıcı nesli için önemli görülmektedir. Bilgi hizmeti sağlayan kurumların kullanıcılarına verdiği hizmetlerle ilgili tecrübelerini paylaşabilmesine olanak verecek bir altyapı sağlaması, kütüphane kataloglarında okuyucu yorumlarının gösterimine imkân veren bir altyapı sunulması dijital yerlilerin içinde buldukları her süreç dahil olma arzuları ile akran etkisine açık yapılarının birer göstergesi olarak belirtilebilir. Bilgi hizmetlerine mekândan bağımsız olarak her ortamdan erişim sağlayabilme isteğiyle iş ortamlarını yeniden yorumlayan bir beklenti içinde olduğunu gösteren dijital yerliler, katalog tarama vb. gibi bilgi sistemlerinin Google vb. gibi aşına oldukları bilgi sistemlerinin ara yüzüne benzetilmesini beklemektedir. Bu beklentilerin ara yüz tasarımı, ile bilginin sunumuna kadar birçok konuda etkili olduğu görülmektedir. Elektronik ortamda edinilen bilginin kaynağına verilen önem, erişilen bilginin kalitesini önceleyen beklentileri ile geleneksel ortamda yürütülen eğitim faaliyetlerinin elektronik ortama taşınmasını tetiklerken, geleneksel formatta üretilen eğitim materyallerinin yalnızca elektronik ortama taşınmasını değil, aynı zamanda web 2.0 araçlarıyla da entegre edilmesi gerekliliklerini de beraberinde getirmektedir. Görüldüğü üzere dijital yerliler kendilerinden önceki nesillerden farklı beklentilere sahiptir. Bu beklentilerin özelleştirilmiş hizmet tasarımında

kullanılmak üzere ortaya çıkarılması oldukça önemlidir. Literatürde dijital yerlilere yönelik birçok saptamada bulunulsa da başta bu saptamaların evrenselleştirilemeyeceğinin de altı çizilmektedir (Teo, 2013). Dijital yerlilerin tanımında esas alınan en temel ölçütün yaş olduğu bilinse de bu tür çalışmalarda bölgesel farklılıklar ile iç dinamiklerin ortaya çıkarılması ve cinsiyet, ulus, ırk, teknoloji sahipliği vb. ölçütlere göre yürütülmesi gerekliliği unutulmamalıdır.

## KAYNAKLAR

- Anderson, J. C., ve Gerbing, D. W. (1984). The effect of sampling error on convergence, improper solutions, and goodness-of-fit indices for maximum likelihood confirmatory factor analysis. *Psychometrika*, 49(2), 155-173.
- Bennett, S., ve Maton, K. (2010). Beyond the 'digital natives' debate: Towards a more nuanced understanding of students' technology experiences. *Journal of computer assisted learning*, 26(5), 321-331.
- Bennett, S., Maton, K., ve Kervin, L. (2008). The 'digital natives' debate: A critical review of the evidence. *British Journal of Educational Technology*, 39(5), 775-786.
- Cameron, D. (2005). *The Net Generation Goes to University?* Journalism Education Association sunulmuştur., Gold Coast, Queensland, Australia.
- Carstens, A., ve Beck, J. (2005). Get ready for the gamer generation. *TechTrends*, 49(3), 22-25.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., ve Büyüköztürk, Ş. (2014). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS ve LISREL uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi.
- De Rosa, C., Gauder, B., Cellantini, D., Dalrymple, T., ve Olzewski, L. (2011). *Perceptions of Librarians, 2010: Context and Community. A Report to the OCLC Membership*. Dublin, Ohio: <http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED532601.pdf> Adresinden erişilmiştir
- Gülbahar, Y., ve Büyüköztürk, Ş. (2008). Değerlendirme tercihleri ölçeğinin Türkçeye uyarlanması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 35(35).
- Helsper, E. J., ve Eynon, R. (2010). Digital natives: where is the evidence? *British educational research journal*, 36(3), 503-520.
- Howe, N., ve Strauss, W. (2009). *Millennials rising: The next great generation*. New York: Vintage.
- Jorgensen, B. (2003). Baby Boomers, Generation X and Generation Y? Policy implications for defence forces in the modern era. *foresight*, 5(4), 41-49.
- Junco, R., ve Mastrodicasa, J. (2007). *Connecting to the Net. Generation: What Higher Education Professionals Need to Know about Today's Students*. National Association of Student Personnel Administrators <http://blog.reyjunco.com/pdf/NetGenerationProof.pdf> Adresinden erişilmiştir
- Kennedy, G. E., Judd, T. S., Churchward, A., Gray, K., ve Krause, K.-L. (2008). First year students' experiences with technology: Are they really digital natives? *Australasian journal of educational technology*, 24(1).
- Kline, P. (1994). *An easy guide to factor analysis*. London: Routledge.
- Kline, R. B. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling* (2. ed.). New York: Guilford publications.
- Lenhart, A. (2003). Generation IM: Teens and technology. *Hommoks Middle School PTA, Larchmont, NY yapılan PowerPoint sunumu*. <http://immagic.com/eLibrary/ARCHIVES/GENERAL/PEW/P031008L.pdf> Adresinden erişilmiştir

- Li, Y., ve Ranieri, M. (2010). Are 'digital natives' really digitally competent?—A study on Chinese teenagers. *British Journal of Educational Technology*, 41(6), 1029-1042.
- Marsh, H. W., Balla, J. R., ve McDonald, R. P. (1988). Goodness-of-fit indexes in confirmatory factor analysis: The effect of sample size. *Psychological bulletin*, 103(3), 391.
- McCrinkle, M. (2003). Understanding generation Y. *Principal Matters*(55), 28.
- Oblinger, D. (2003). Boomers gen-xers millennials. *EDUCAUSE review*, 500(4), 37-47.
- Palfrey, J. G., ve Gasser, U. (2008). *Born digital: Understanding the first generation of digital natives*. New York: Basic Books.
- Peltekoğlu, F. B. (2012). Sosyal medya, sosyal değişim. T. Kara ve E. Özgen (Eds.), *Sosyal Medya Akademi* içinde (ss. 3-9). İstanbul: Beta Basım.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 1. *On the horizon*, 9(5), 1-6.
- Prensky, M., ve Berry, B. D. (2001). Do they really think differently. *On the horizon*, 9(6), 1-9.
- Rosen, L. D. (2010). *Rewired: Understanding the iGeneration and the way they learn*. New York: Palgrave Macmillan.
- Rowlands, I., Nicholas, D., Williams, P., Huntington, P., Fieldhouse, M., Gunter, B., . . . Tenopir, C. (2008). *The Google generation: the information behaviour of the researcher of the future*. Aslib proceedings.
- Şahin, C., ve Korkmaz, Ö. (2011). İnternet bağımlılığı ölçeğinin Türkçeye uyarlanması. *Selçuk Üniversitesi Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Dergisi*, 32, 101-115.
- Şimşek, Ö. F. (2007). *Yapısal eşitlik modellemesine giriş: Temel ilkeler ve LISREL uygulamaları*. Ankara: Ekinoks.
- Sümer, N. (2000). Yapısal eşitlik modelleri: Temel kavramlar ve örnek uygulamalar. *Türk psikoloji yazıları*, 3(6), 49-74.
- Surowiecki, J. (2005). *The wisdom of crowds*. New York: Anchor Books.
- Tabachnik, B. G., ve Fidell, L. S. (2001). *Using multivariate statistics*. Boston: Allyn & Bacon.
- Tapscoot, D. (2009). *Grown up digital*. New York: Mc Graw-Hill.
- Teo, T. (2013). An initial development and validation of a Digital Natives Assessment Scale (DNAS). *Computers & Education*, 67, 51-57.
- Türkan, Y. S., Manisalı, E., ve Çelikkol, M. F. (2009). Evaluation of critical success factors effect on six sigma project success in Turkey's manufacturing sector. *Journal of Engineering and Natural Sciences*, 27, 105-117.
- Weiler, A. (2005). Information-seeking behavior in generation Y students: Motivation, critical thinking, and learning theory. *The Journal of Academic Librarianship*, 31(1), 46-53.

## **SUMMARY**

### **Introduction**

It is possible to say that; digital natives are a group of users who want freedom, want to be able to personalize everything they use. They do not want to work between working hours without being dependent on the place instead of traditional business environments. This group of users who are interested in researching on the Internet and sharing their own experiences are behaving in ways that value their own peers 'opinions and suggestions more than their own parents' opinions, which are waiting for their opinions to be valued. While digital natives pay attention to honesty, they also show their desire to be involved in the process by seeing their feedback taken into account. In their feedback, speed is important to them and they follow the current changes closely in an innovative structure. With these features, it is possible to say that digital entities change every system they interact with. This change can be evaluated in a wide range from the revision of working hours to the change of the business environment concept and the modification of the tools and technologies used in communication. This generation, which thinks completely differently from its predecessors, is learning differently and socializing in different ways, affects every system it interacts with. From this point of view, it can be said that understanding the qualities and behaviors of digital natives will contribute positively to the efforts to improve both teaching and learning techniques.

### **Method**

Survey method was used in study. The questionnaire developed by the author was used as data collection instrument. Internet access model, internet usage intentions, technology ownership, frequently used social media types and the most frequently used social media tools of undergraduate students, from İzmir Kâtip Çelebi University Faculty of Social Sciences and Humanities, were determined. These students were accepted as digital natives. In order to analyze the questions about demographic information in the questionnaire, age, gender, type of internet access, technology ownership, used social media types were examined.

### **Findings (Results)**

Providing an infrastructure that enables information systems and content-based information resources to be shared by all the students, sharing information about the services provided by the information service providers to their users, providing an infrastructure enabling the display of reader comments in library catalogs, providing access to information services from any environment independent from the space, Scan page, etc. Google. The importance given to infrastructure, architecture and integration issues of information systems such as the pages of search engines, the importance of information obtained from electronic media (library web site, web search engine, etc.), and the quality of the information being accessed.

The necessity of using social networks (Facebook, Twitter, etc.) institutionally for information service providers in terms of usage of social networks in corporate context, Facebook, Twitter etc. The use of social media tools in the more effective presentation of information services, the design of information service templates for information services on social networks, the social media policy on information service providers, the services of information providers on social networks, the integration of information services into social networks To the ease with which it is presented.

Trust in Web Resources is in the dimension of Blogs, YouTube, (Web 2.0), the use of the Web in research, the preferences of resources (daily, professional / academic), the preferences of the information sought on the Internet, and the channels they choose to serve information service providers.

### **Conculusion and Discussion**

As a result, it is possible to say that the values we obtained on the scale are among the acceptable value ranges in the context of the values in the literature. In this respect, it is seen that as a member of the digital natives, the characteristics of the students we collect data are included in the expectations that will affect the libraries providing educational support, especially educational sciences, and information service providers. This impacts the need for convergence of education systems to the familiar environments of users, electronic migration of training activities conducted in the traditional environment, integration of educational materials produced in traditional format not only with electronic migration, but also with web 2.0 tools. It is also emphasized that these findings can not be universalized in the literature, although there are many determinations of digital indigenou (Teo, 2013). Although it is known that the basis of the definition of digital natives is the age of the majority, in such studies regional differences and internal dynamics are revealed and gender, nation, race, technology ownership and so on. It is forgotten that it must be carried out according to the criteria.