



Lise Öğrencilerinin İnternet Ortamında Fazla Vakit Geçirme Nedenleri Üzerine Bir İnceleme: İstanbul Köy Hizmetleri Anadolu Lisesi Örneği

Celal Hayır*

orcid.org/0000-0003-4652-2683

Öz

Kitle iletişim araçlarında yaşanan yapısal dönüşüm yeni medya, internet teknolojilerinin gelişmesine önayak olmuştur. İnternet iletişim teknolojilerinde sağlanan ilerlemeler toplumsal değişim ve dönüşümü de kaçınılmaz bir şekilde etkilemiştir. İnternet olgusu bugün artık günlük hayatın vazgeçilmezleri arasında yerini sağlamlaştırmıştır. Bugün neredeyse dünyanın her köşesinde internet kullanılmaktadır. Çeşitli istatistik veriler, dünyanın birçok yerinde internet kullanım oranlarının her geçen gün artmakta olduğunu göstermektedir. 2018 yılı itibariyle Türkiye’de internet kullanım oranı %64 civarındadır. TÜİK verilerine göre Türkiye’de her 10 gençten 9’u internet kullanmaktadır. “Milenyum kuşağı” olarak adlandırılan, lisede okuyan günümüz gençlerinin internette vakit geçirme süreleri her geçen gün daha da artmakta olduğu tespit edilmiştir. Bu duruma sosyal, psikolojik, fiziki (çevresel), ekonomik ve enformasyon (bilgi-haber) gibi çeşitli faktörlerin sebep olduğu gözlemlenmiştir. Bu çalışmada; Milenyum kuşağının temsilcilerinden lise öğrencilerinin internet ortamında fazla vakit geçirme nedenlerini belirlemek amacıyla, Nisan 2019 tarihinde rastgele örnekleme yöntemi kullanılarak İstanbul Anadolu Köy Hizmetleri Lisesi’nde öğrenim gören 235 lise öğrencisi ile yüz yüze anket gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler analiz edilerek değerlendirilmiştir.

Gönderilme Tarihi

24.06.2019

Kabul Tarihi

28.08.2019

Anahtar Kelimeler: İnternet, internet kullanımı, internet bağımlılığı, internete bağlanma, lise öğrencileri

Investigation of the Reasons of High School Students Spending More Time on the Internet: A Case Study on İstanbul Köy Hizmetleri Anatolian High School

Abstract

The structural transformation in the mass media has paved the way for the development of new media and Internet technologies. The advances in Internet communication technologies has inevitably influenced social change and transformation. The Internet phenomenon has now secured its place among the indispensables of daily life. Today, the Internet is used in almost every corner of the world. Various statistical data show that Internet usage rates are increasing every passing day all around the world. As of 2018, Internet usage rate in Turkey is approximately 64%. According to Turkish Statistical Institution data, 9 out of every 10 young people in Turkey use the Internet. It has been determined that the time spent on the Internet by today’s young people studying in high school, which is called the Millennium Generation, is increasing day by day. This has been observed to be caused by various factors such as social, psychological, physical, economic and informational (information-news) factors. In this study, a face-to-face survey was conducted with 235 high school students, selected using a randomized sampling method among the ones attending İstanbul Köy Hizmetleri Anatolian High School in January 2019, in order to determine why high school students, as the representatives of the Millennium Generation, spend more time in Internet environment. The collected data were analyzed and evaluated.

Keywords: Internet, Internet use, Internet addiction, Internet connection, high school students

1. Giriş

İnsanlar tarihin her aşamasında yaşadıkları dönemin şartlarına ve ruhuna uygun biçimde iletişim halinde olmuşlardır. İletişim süreçlerinde yaşanan ilerlemeler toplumsal gelişmeyi hızlandırmıştır. Günümüzde kitle iletişim araçları, yeni iletişim teknolojileri insan yaşamı için son derece önemli bir yere sahiptir.

İletişim araçlarında sağlanan yapısal dönüşüm modern toplumların günlük yaşam pratiklerini ve bireyin ihtiyaçlarını, alışkanlıklarını kökten değiştirmiştir (Babacan, 2017: 123, 33). Bu değişimi tetikleyen en önemli etmen ise, “internet” (International Network) olarak adlandırılan bilgisayar merkezli ağ sisteminin geliştirilmesidir. Genel olarak, internet milyonlarca bilgisayarın 190’den fazla ülkede birbirine bağlandığı küresel bir ağdır (Beal, 2016: 1). Dünya bu küresel ağlar üzerinden yeniden şekillenmiştir. İnternet merkezli oluşan bu toplumsal duruma Manuel Castells (2005) “ağ toplumu” kavramıyla açıklık getirmektedir. Dünyanın çeşitli yerlerindeki bilgisayarları bir ağ yardımıyla birbirine bağlayarak, kullanıcıların birbirleriyle iletişim kurmasını sağlamaktadır (Yalçın, 2003: 77).

İnternet, teknolojik olarak alt yapısı soğuk savaş döneminde ABD Savunma Bakanlığı tarafından bilgisayarların birbirleriyle bağlantılı olduğu bir ağ sistemi şeklinde geliştirilmiştir (Capron ve Johnson, 2004: 227). Kökenleri 1960’lı yıllara uzanan bu iletişim teknolojisi (Anar, 2000: 158) ilk dönem ARPANET olarak adlandırılmıştır (Hauben, 1995). “ARPANET ve İnternet ABD dışındaki ülkeleri de içeriyordu...1980’lerde internetin altyapısı etkileyici bir biçimde gelişti” (Crowley ve Heyer, 2017: 474). İnterneti önemli yapan ve gerçek anlamda uluslararası bir ağa dönüştüren teknoloji ise World Wide Web sisteminin keşfidir. Bu sistem Tim Berners Lee tarafından 6 Ağustos 1991’de Mosaic ismiyle browserla başlatılmış, ilerleyen süreçte gittikçe geliştirilmiş ve büyütülmüştür (Bell, 2009’ dan aktaran Çakır, 2015: 24). World Wide Web ile sistemin kullanıcı sayısında ve internet kullanımında önemli derecede artış sağlanmıştır. Web sayısı, Ocak 1993’te 50 iken; kısa sürede, hızlı bir artışla Mart 1993’te bu sayı 500’e yükselmiştir (Karaca ve Altınbaşak, 2009: 466). “Web, paylaşılar, sözleşmeler ve standartlar üzerinde kurulan internette, içeriği yönetmenin bir yöntemidir”. Bell (2009) bu durumu; her türlü materyale ulaşabilmek, o materyali toplayabilmek, her türlü bilgisayarla internete bağlanabilmek (aktaran Çakır, 2015: 24) ve bu sistem üzerinden çeşitli belge, bilgilerin paylaşılmasını gerçekleştirebilmek şeklinde açıklamıştır. Geline aşamada “internet ve yeni iletişim teknolojilerinin hizmete girmesiyle birlikte içerik ve enformasyon üretimi çoğalmış; enformasyon, alışverişi yapılabilir bir meta haline dönüşmüştür” (Akbiçak, 2017: 51).

Yaşadığımız çağı şekillendiren internetin kitlelerin kullanımına sunulması toplumda “devrim” etkisi yaratmıştır. İnternet kurumsal, toplumsal, kitlesele ve bireysel iletişim süreçlerini tamamen değiştirmiştir. Dijital çağ olarak adlandırılan günümüz dünyasında, internet aracılığıyla dünyanın diğer köşesinde cereyan eden olaylara anında ulaşmanın yanı sıra, o olaylara anında interaktif bir biçimde katılma ve karşılıklı etkileşimde bulunmak çağımızın günlük sıradan bir aktivitesi olarak görülmektedir. İnternet olgusu bugün artık günlük hayatın vazgeçilmezleri arasında

yerini sağlamlaştırmıştır. İnternetle birlikte insan hayatında bütün pratikler değişmiştir; bireysel alışkanlıklar, yaşam biçimi, insan ilişkisi, aşk evlilik ilişkisi, aile ilişkisi, alış-veriş alışkanlıkları, zaman geçirme alışkanlıkları, yeme-içme alışkanlıkları, eğitim alışkanlıkları, okuma-yazma alışkanlıkları, eğlence ve hobi edime alışkanlıkları vs. gibi kısaca bütün geleneksel alışkanlıklar değişmiştir. Kültürel-sosyal -siyasal-çevresel ve finansal yaşama dair bütün geleneksel kurum ve kuruluşlar kendini yeniden yapılandırma ihtiyacı duymuştur. Kısaca, internet toplumun her kesimini dönüştürmüş ve dünyanın birçok yerinde toplumsal değişimin öncüsü olmuştur.

“Günümüzde en azından bir İnternet bağlantısı bile olmayan birkaç ülke kalmamıştır” (Crowley ve Heyer, 2017: 472). Artık neredeyse dünyanın her köşesinde internet kullanılmaktadır.

2018 istatistik verilerine göre dünya genelinde internet kullanım oranlarının gittikçe arttığı yönündedir. 1990’lı yıllarda internet kullanıcı sayısı 3,5 milyon civarında (Briggs ve Berke, 2005: 244-246) iken; bugün, 2018 yılı itibarıyla internet kullanıcısı 4 milyarı aşmıştır. Bu oran dünya nüfusunun yarısından fazlası anlamına gelmektedir. Mobil internet kullanıcı sayısı ise 3,72 milyar civarındadır. İnternet kullanımının yaşa göre dağılımı ise şöyledir: %64 oranla 16-64 yaş grubu oluştururken, %27 oranla 0-15 yaş grubu oluşturmaktadır. İnternete hangi iletişim araçlarıyla bağlanıldığı istatistiklerine bakıldığında ise; bilgisayar bağlanma %43, mobil iletişim araçlarıyla bağlanma %52 olduğu tespit edilmiştir. Türkiye genelinde ise; Ocak 2018 itibarıyla, 54,3 milyon kişinin internet kullanmakta olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu, oransal olarak nüfusun yaklaşık %64’ne tekabül etmektedir. Türkiye’de, insanlar internette bir günde ortalama 7 saat vakit geçirmektedir (<https://dijilopedi.com/2018-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>).

Yukarıdaki istatistik verilerinde görüldüğü gibi gerek dünyada gerekse Türkiye genelinde internet kullanımı gittikçe artmaktadır. Özellikle Türkiye’de, internette geçirilen süre oldukça yüksektir. Günümüzün modern dünyasında insanların çok farklı sebeplerle internete bağlandığı ve internette geçirilen sürenin her geçen gün artmakta olduğu gözlemlenmiştir. Bilimsel literatürde bu durum “internet bağımlılığı” kavramıyla açıklanmaktadır.

Toplumda internet bağımlılığını oluşturan web kaynaklarına erişim şu sebeplerle ilişkilendirilmektedir: Formel iletişim (e- posta vb.), Sosyal medya (Facebook, Twiter, Instagram, WhatsApp vb.), Video paylaşımı (Youtube vb.), Yurttaşlık işleri (e-devlet vb.), Yasal yayınlar (Netflix, çevrimiçi TV, eğlence kanalları vb.), Ticari kullanım (çevrimiçi alışveriş vb.), Eğitsel ve akademik kullanım (ULAKNET vb.), Spor, hobi ve eğlence, Oyun (Çevrimiçi oyunlar, fantezi rol oynama vb.), Pornografi, Korsan yayınlar, Kumar ve bahis siteleri (Çatalpınar, 2017: 10). Bunun dışında, üniversite gençliğinin internet kullanım nedenleri (internet bağımlılığı) üzerine yapılan bir araştırmada farklı sonuçlar ortaya çıkmıştır. Gençler; sosyal medyaya girmek dizi film izlemek, haberleşmek, bilgi edinmek, gazete okumak fan sitelerinde dolaşmak gibi nedenler ileri sürmüşlerdir (Çakır, 2015: 48).

Dijital yeni medya mobil iletişim teknolojilerinin geliştirilmesi, çeşitli sosyal medya platformlarının çoğalması, özellikle genç nüfus arasında internet kullanımını yaygınlaştırmıştır. Araştırmalar, özellikle üniversite öğrencilerinin sosyal medyada fazla vakit geçirdikleri sonucunu ortaya koymuştur. Üniversite öğrencilerinin günlük bir oturumda ortalama sosyal medya sosyal medya kullanım süresinin 47,41 dakika olduğu anlaşılmıştır (İnce ve Koçak, 2017: 12)

Hanehalkı bilişim teknolojileri araştırma verilerine göre Türkiye’de her 10 geçten 9’u internet kullanmaktadır. 2016 yılında 16-24 yaş arası gençlerin %87,5’u internet kullanırken bu oran 2017’de %90’a yükseldiği tespit edilmiştir (TUIK 16 Mayıs 2018 Haber Bülteni). “Milenyum kuşağı” olarak adlandırılan lise düzeyinde okuyan gençlerin, günlük yaşamlarında internette vakit geçirme süreleri istatistiksel olarak gittikçe artma yönündedir. Lise gençlerinin günümüzde internette fazla vakit geçirmesine; enformasyon edinme (bilgi-haber), hoşça vakit geçirme, fiziki çevre, sosyal, psikolojik ve ekonomik vs. gibi çeşitli faktörler sebep olmaktadır. Dolayısıyla bu bağlamda, hangi faktörlerin lise gençlerini internette fazla zaman geçirmesine etki ettiği anket yöntemine başvurularak sorgulanmıştır.

2. İnternet Kullanımının Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı İle İlişkisi

Modern dünyanın karmaşık sisteminde yeni medya iletişim araçları insanların hayatlarını doğrudan etkisi altına almış durumda. İnternet kullanımı modern dünyanın her köşesinde temel bir ihtiyaca dönüşmüştür. Mobil iletişim teknolojilerinin her geçen gün yenilenerek geliştirilmesi internet kullanımını gittikçe artırmakta olduğu çağımızın yadsınamaz bir gerçeğidir.

İnternet teknolojisinin yoğun kullanımın durumunu “Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı’nın kurucu isimlerinden Elihu Katz’ın kuramı (Özçetin, 2018: 112) ile ilişkilendirmek ve açıklamak mümkündür. Bu iletişim kuramını ilk dile getiren akademisyenlerden biri olan Elihu Katz, Berelson’un öne sürdüğü “iletişim araştırmaları alanı ölmüş görünüyor” düşüncesine karşı çıkmış ve asıl ölmekte olanın ikna araştırmaları olduğunu belirtmiştir. Katz’a göre, o zamana dek yapılan iletişim araştırmalarında “iletişim araçlarının halka ne yaptığı” sorunsalı üzerinde durulmuş, fakat asıl dikkat edilmesi gereken şeyin aslında “halkın bu araçlarla ne yaptığı” sorusudur. Katz, iletişim alanındaki araştırmaların “İnsanlar medya ile ne yapıyor?” sorusuna cevap arayarak daha sağlıklı sonuçlar bulabileceğini belirtmiştir (Severin ve Tankard 1994:474). Katz’ın saptamasına göre insanların toplumsal ve psikolojik kökenli ihtiyaçları vardır. Bu ihtiyaçların giderilmesi noktasında medya içeriklerini kullanma gereksinimi duyarlar. Medya içeriklerinin kullanımı sonucunda ihtiyaçlar doyurulmuş olur (Yaylagül, 2010: 70-71).

“Kullanımlar ve doyumlar araştırmaları incelendiğinde izleyicilerin/kullanıcıların medya mesajlarını sadece alan, pasif bir kitle olmaktan öte, bu mesajları ya da içerikleri belirli ihtiyaçları karşılayabilmek maksadıyla aktif olarak -bizzat-arayan bireyler oldukları sonucuna ulaşıldığı da görülmektedir (Koçak ve İnce, 2019: 796). Böylece kullanıcılar (internet ve /veya sosyal medya) kullandıkları ölçüde ihtiyaçlarının karşılandığını düşünmektedirler.

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımının üç temel amacı olduğu ileri sürülmüştür. Bunlardan birincisi; “insanların ihtiyaçlarını karşılama için kitle iletişim araçlarını nasıl kullandıkları sorusuna cevap bulmak”, ikincisi; “insanların kitle iletişim araçlarını kullanımlarında altta yatan güdülerini keşfetmek” ve üçüncü olarak da “bireysel kitle iletişim aracı kullanımının olumlu ve de olumsuz sonuçlarını belirlemek” şeklinde sıralanmıştır (www.utwente.nl’den aktaran Özçetin, 2018: 114).

Erdoğan ve Alemdar (2010: 156-157) kullanımlar ve doyumlar yaklaşımını 4 ana başlıkta; gereksinimler, kullanımlar, doyumlar ve fonksiyon şeklinde sınıflandırmıştır:

Gereksinimler: Kişilerin davranışlarla karşılanan toplumsal ve bireysel gereksinimleri vardır... kişisel ve çevre ilgili olanaklar yetersiz olduğu zaman bu gereksinimler kitle iletişim araçları üzerinden giderilir.

Kullanımlar: Kitle iletişim aracını kullanmanın “nedenleri” sorun olarak deneyimlenen toplumsal ve psikolojik koşullarda yatar.

Doyumlar: Kişilerin iletişim araçlarını belli gereksinimlerini gidermek için kullanmaları belli doyumlar aradıklarını gösterir... McQuail, Blumler ve Brown (1972) duyumları; vakit geçirme, kişisel ilişki, kişisel özdeşlik ve gözlem veya gözetme şeklinde dört gruba ayırmıştır.

Fonksiyon: İletişim araçlarının fonksiyonu, belli faydalı işlevler görmesi anlamında kullanılmaktadır.

İnternet kullanımına yönelik olumlu yaklaşımların yanında internete yönelik eleştirel yaklaşımlarda söz konusudur. Bu eleştirilerin başında; internetin küresel bir pazar ortamına kullanıcıların ise müşterilere dönüşmesi, küresel sanal ortamda pek çok işlemin atık ticari kaygularla yapıyor olması gelmektedir. İnternet, günümüzde küresel sermayenin ticari faaliyetlerini yürüttüğü, gelirlerini kat be kat artırdığı uluslararası bir pazar alanına dönüşmüştür. İnternet artık ilk dönemdeki o özgür ve paylaşımcı ortamını, yapısını kaybetmiş olduğu yönünde eleştirilmektedir (Çakır, 2015: 34).

3. Problemin İfadesi

Bu çalışmanın genel amacı lise öğrencilerinin internet ortamında fazla zaman geçirme alışkanlıklarını incelemeye yöneliktir. Bu kapsamda, yüz yüze anket yönteminden faydalanılarak aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

- 1) Katılımcıların internet bağımlılığı, internete bağlanma sıklığı hangi düzeydedir?
- 2) Katılımcılar internet ortamında günde ortalama kaç saat vakit geçirmektedir?
- 3) Katılımcıların internete yönelmelerini etkileyen enformasyon (haber-bilgi), sosyal, çevresel (fiziki çevre) ve ekonomik faktörler nelerdir?
- 4) Katılımcıların internetsiz bir yaşam ön görüşü var mıdır? bu konudaki görüşleri nedir?
- 5) Katılımcılar internet kullanmasaydı vaktini nasıl değerlendirirdi?

4. Araştırma

4.1. Araştırmanın Amacı

İnternet bağımlılığı, çağımızda diğer bağımlılık türleri kadar tehlikeli olarak görülmeye başlamıştır. Özellikle internet ile içli dışlı büyüyen Y kuşağı ve Milenyum kuşağında internet bağımlılığına ilişkin araştırmalar sıklıkla yapılmaktadır. Bu araştırma, Milenyum kuşağının temsilcilerinden lise öğrencilerinin internet ortamında fazla vakit geçirme nedenlerini belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir.

4.2. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırma amacıyla aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur:

H1: İnternete bağlanma nedeni cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

H2: İnternete bağlanma nedeni, öğrenim görülen sınıfa göre farklılık göstermektedir.

H3: İnternete bağlanma nedeni, internete girme sıklığına göre farklılık göstermektedir.

H4: İnternete bağlanma nedeni, günlük ortalama internette geçirilen vakte göre farklılık göstermektedir.

H5: İnternete bağlanma nedenleri, internete girme sıklığını etkilemektedir.

4.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Bu araştırma lise öğrencileri ile sınırlandırılmıştır. Dolayısıyla araştırmanın evrenini ülkemizdeki tüm lise öğrencileri oluşturmaktadır. Ancak bu denli büyük bir örnekleme ulaşmanın zaman ve maliyet açısından imkansızlığı nedeniyle araştırmada örnekleme yoluna gidilmiştir. Araştırma, Nisan 2019 tarihinde, İstanbul Anadolu Köy Hizmetleri Lisesi'nde öğrenim gören toplam 235 lise öğrencisi ile sınırlandırılmıştır.

4.4. Veri Toplama Aracı

Araştırmada veriler, araştırmacı tarafından oluşturulan anket formu yardımıyla toplanmıştır. Katılımcıların cinsiyeti ve sınıflarının yanı sıra, 26 ifadeden oluşan 5'li Likert tipinde hazırlanmış internete bağlanma nedenleri, yine 5'li Likert tipinde hazırlanmış 7 ifadeden oluşan internete bağlanmak yerine zaman geçirebilecek aktiviteler, 14 farklı aktivite esnasında internete bağlanıp bağlanmadıklarına yönelik bir soru ve araştırmanın amacına uygun olarak hazırlanan çoktan seçmeli 4 sorudan oluşan bir anket formu oluşturulmuştur. Araştırma, bu anket formu ile toplanan veriler ile sınırlıdır.

4.5. Verilerin Çözümlemesi

Verilerin çözümlemesinde iki gruplu sorular için Bağımsız Örneklem T Testinden, ikiden fazla gruplu sorular için ise ANOVA analizinden faydalanılmıştır. ANOVA analizi sonucunda farklılık tespit edilen grupların tespitinde ise Tukey Çözümlemesi'nden faydalanılmıştır. Ayrıca araştırmada Regresyon Analizi'nden

faýdalanılmıştır. Tüm analizler SPSS for Windows 25.0 paket programı yardımıyla gerçekleştirilmiştir.

5. Bulgular

5.1. Kişisel Özellikler

Katılımcıların %46,4'ü erkek, %53,6'sı ise kadındır. Katılımcı öğrencilerin %15,7'si 9. Sınıfta, %25,5'i 10. Sınıfta, %37,4'ü 11. Sınıfta ve %21,3'ü 12. Sınıfta öğrenim görmektedir. Katılımcıların %32,8'i internetsiz yaşamın mümkün olduğunu düşünürken, %45,1'lik bir kesim ise internetsiz yaşamın mümkün olmadığını dile getirmiştir. Konu ile ilgili fikir beyan etmeyenler ise %22,1 düzeyindedir. Katılımcıların %60,9'u internete en çok cep telefonu ile bağlandığını dile getirmiştir. Tabletle bağlananların oranı ise %16,6'dır. Dizüstü bilgisayarlar ile bağlananlar %12,3 ve masaüstü bilgisayar aracılığı ile bağlananlar ise %10,2'dir. Katılımcıların %18,7'si her 20-30 dakikada bir, %17,9'u ise saat başı internete bağlanmaktadır. Katılımcıların %45,1'i internette günde ortalama 2-3 saat vakit geçirdiğini dile getirmiştir.

Tablo 1. Kişisel Özellikler

Cinsiyet	N	%	İnternet Kullanım Sıklığı	N	%
Kadın	126	53,6	Her dakika	3	1,3
Erkek	109	46,4	Her 3-5 dakikada bir	14	6,0
Sınıf	N	%	Her 5-10 dakikada bir	29	12,3
9. Sınıf	37	15,7	Her 20-30 dakikada bir	44	18,7
10. Sınıf	60	25,5	Her 30-40 dakikada bir	33	14,0
11. Sınıf	88	37,4	Her 40-50 dakikada bir	18	7,7
12. Sınıf	50	21,3	Her 1 saatte bir	42	17,9
İnternetsiz Yaşam...	N	%	Her 2-3 saatte bir	35	14,9
Evet, mümkün	77	32,8	Her 4-5 saatte bir	9	3,8
Hayır, mümkün değil	106	45,1	Her 5 saat ve üzeri	8	3,4
Fikrim yok	52	22,1	İnternette Geçirilen Süre	N	%
İnternete Bağlanılan Araç	N	%	1 Saat ve daha az	22	9,4
Masaüstü Bilgisayar	24	10,2	2-3 Saat	106	45,1
Tablet	39	16,6	4-5 Saat	61	26,0
Dizüstü Bilgisayar	29	12,3	6-7 Saat	42	17,9
Cep Telefonu	143	60,9	8 saat ve daha fazlası	4	1,7
Total	235	100,0	Total	235	100,0

5.2. İnternete Bağlanma Nedenleri

Katılımcıların internete bağlanma nedenleri incelendiğinde, interneti en çok haber, bilgi, eğlence ve araştırma amacıyla kullandıkları görülmektedir (ortalama 4,20 ve standart sapma 0,50746). Sosyal amaçlı kullanım ikinci sırada gelirken (ortalama 3,20 ve standart sapma 0,66385), fiziki çevrenin yetersizliği ise üçüncü sıradadır (ortalama 3,00 ve standart sapma 1,01043). Ekonomik faktörler ise son sırada gelmektedir (ortalama 1,68 ve standart sapma 0,93907).

Tablo 2. İnternete Bağlanma Nedenleri

	Ortalama	St. Sapma
Haber, Bilgi, Eğlence ve Araştırma Amacı	4,20	0,507
Dünya ve Türkiye’de yaşanan gelişmeleri takip ederim	4,01	0,906
İstediğim konularda bilgilere kolayca ulaşma imkânı vardır	4,56	0,739
TV izlerim, gazete, kitap, dergi ve makale vs. okurum	3,91	0,991
Film izlerim, müzik dinlerim ve oyun oynarım	4,54	0,758
Araştırma yaparım, ödev hazırlarım	4,03	0,945
Fiziki Çevrenin Yetersizliği	3,00	1,010
Oturduğum semtte yeterince kütüphane yok, var olanlar ihtiyaçlarımı karşılamamaktadır	3,43	1,428
Yaşadığım semtte park, oyun ve yürüyüş alanları yetersizdir	2,73	1,499
Yaşadığım semtte spor yapma imkanları sınırlıdır	2,84	1,464
Yaşadığım semtte dışarda zaman geçirebileceğim sakin bir alan çok azdır	3,01	1,530
Dışarda arkadaşlarımla buluşabileceğim yerler sınırlıdır	2,63	1,457
Kültürel ve sanatsal aktiviteler yetersizdir	3,35	1,389
Sokakta çok fazla insan var, dışarıyı çok kalabalık	3,43	1,355
Kendimle baş başa kalma olanağı, imkânı neredeyse yok	2,60	1,318
Sosyal Faktörler	3,20	0,663
Evde çok fazla TV izlenmektedir. TV izlemek istemediğim için internete bağlanırım	2,69	1,235
İnternette sosyalleşme imkânı bulmaktayım	3,62	1,208
Arkadaş edinirim	3,76	1,239
Arkadaşlarımla daha çok sanal ortamlarda buluşabilmekteyim	2,39	1,271
Sosyal medya birçok ihtiyacımı karşılamaktadır	3,18	1,288
Yaşadığım çağın gerisinde kalmak istemiyorum	3,86	1,169
Bilgisayar başında kendimle baş başa kalma olanağı buluyorum	2,92	1,407
Çevremdeki bütün arkadaşlarım da benzer şeyler yapmaktadır	3,58	1,106
Boş zamanım çok, internete girmekten başka alternatif bulamıyorum	2,41	1,258
Derslerim çok yoğun, sosyal medyaya girerek kafa dağıtıyorum	3,61	1,175
Ekonomik Faktörler	1,68	0,939
Bir kafede oturacak maddi imkanların sınırlıdır	1,79	1,049
Kültürel, sanatsal ve spor aktivitelerini takip edebilecek maddi koşullarım sınırlıdır	1,74	1,072
Kitap, dergi, gazete alacak imkanların kısıtlıdır	1,53	0,953

5.3. İnternet Yerine Zaman Geçirecek Faaliyetler

Katılımcılara internet kullanmamaları durumunda zamanlarını nasıl geçirecekleri sorulmuştur. Buna göre katılımcılar, internet kullanmak yerine arkadaşlarıyla dışarıda bir yerlerde görüşmek isteyebileceğini (ortalama 4,13 ve st.

Sapma 1,125) ve kendisine daha çok vakit ayıracağını (ortalama 4,07 ve st. Sapma 1,123). Kurs yapma ise katılımcıların internet yerine zaman geçirmek isteyebilecekleri en son aktivite olarak görülmektedir (ortalama 2,94 ve st. Sapma 1,347).

Tablo 3. İnternet Yerine Zaman Geçirilecek Faaliyetler

	Ortalama	St. Sapma
Arkadaşlarımla dışarda bir yerlerde görüşmek isterdim	4,13	1,125
Kendime daha çok vakit ayırırdım	4,07	1,123
Kütüphaneye, sinemaya, tiyatroya, konsere gitmek isterdim	4,03	1,209
Dışarda daha çok zaman geçirmek isterdim, parka giderdim, spor yapardım	3,83	1,138
Kitap, dergi ve gazete satın alıp okumak isterdim	3,78	1,230
Ailemle daha çok sohbet ederdim	3,68	1,249
Kurs yapardım	2,94	1,347

5.4. Aktiviteler Esnasında İnternete Bağlanma

Katılımcılara belirli aktiviteler esnasında internete bağlanıp bağlanmadıkları sorulmuş ve birden fazla yanıt verebilme serbestisi tanınmıştır. Bu nedenle verilen yanıtların toplam sayısı, toplam katılımcı sayısından fazladır. Buna göre katılımcılar en çok okuldan sonra (%12,60), yalnızken (%12,54) ve teneffüslerde (!11,52) internete bağlandığını belirtmiştir. Aileyle bir aradayken (%4,42), okulda, ders esnasında (%2,99) ve bir şeyler okurken (%1,31) ise internete bağlanma tercihi en düşük düzeydedir.

Tablo 4. Aynı Anda İnternete Bağlanılan Aktiviteler

	N	%
Okuldan sonra	211	12,60
Yalnızken	210	12,54
Teneffüslerde	193	11,52
Uyumadan önce (yatağıma uzandığımda)	184	10,99
Toplu taşıma araçlarında	179	10,69
Televizyon, film vb. izlerken	115	6,87
Arkadaşlarımla bir yerde otururken	111	6,63
Sabah yataktan kalkmadan önce	92	5,49
Kahvaltı esnasında	79	4,72
Öğlen ve akşam yemeği yerken	78	4,66
Yolda yürürken	77	4,60
Ailemle bir aradayken	74	4,42
Okulda, ders esnasında	50	2,99
Bir şeyler okurken	22	1,31
Toplam	1675	100,00

6. İstatistiksel Analizler

6.1. Cinsiyete Göre İnternete Bağlanma Nedenleri

Katılımcıların internete bağlanma nedenlerinin cinsiyetlerine göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için bağımsız örneklem t testinden faydalanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, katılımcıların internete bağlanma nedenlerinin cinsiyetlerine göre farklılık göstermediği görülmüştür (tüm p değerleri, uç değer olan 0,05'ten büyüktür).

Tablo 5. Cinsiyete Göre İnternete Bağlanma Nedenleri

		N	Ortalama	St.		
				Sapma	t	p
Haber Amaçlı	Kadın	126	4,2190	0,50750	0,314	0,754
	Erkek	109	4,1982	0,50954		
Fiziki Çevrenin Yetersizliği	Kadın	126	3,0060	1,02918	0,080	0,937
	Erkek	109	2,9954	0,99302		
Sosyal Faktörler	Kadın	126	3,1786	0,67083	-0,559	0,576
	Erkek	109	3,2272	0,65781		
Ekonomik Faktörler	Kadın	126	1,7037	1,00772	0,301	0,764
	Erkek	109	1,6667	0,85707		

6.2. Sınıfa Göre İnternete Bağlanma Nedenleri

Katılımcıların internete bağlanma nedenlerinin öğrenim gördükleri sınıfa göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için ANOVA analizinden faydalanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda katılımcıların sosyal ($p=0,008 < 0,05$) ve ekonomik ($p=0,023 < 0,05$) faktörler nedeniyle internete bağlanmaları, öğrenim gördükleri sınıfa göre farklılık göstermektedir. Bu farklılığın kaynağının tespit edilmesi için gerçekleştirilen Tukey çözümlenmesi sonucunda, 12. Sınıf öğrencilerinin, 10. Ve 11. Sınıf öğrencilerine göre daha fazla sosyal faktörler nedeniyle internete bağlandıkları görülmüştür. Ayrıca 12. Sınıf öğrencileri 11. Sınıf öğrencilerine göre daha fazla ekonomik faktörler nedeniyle internete bağlanmaktadır.

Tablo 6. Sınıfa Göre İnternete Bağlanma Nedenleri

		N	Ortalama	St. Sapma	F	p	Farklılık
Haber Amaçlı	9. Sınıf	37	4,0865	0,61921	1,244	0,295	
	10. Sınıf	60	4,2800	0,47329			
	11. Sınıf	88	4,2318	0,43086			
	12. Sınıf	50	4,1760	0,57377			
	Total	235	4,2094	0,50746			
Fiziki Çevrenin Yetersizliği	9. Sınıf	37	3,0574	0,95860	2,270	0,081	
	10. Sınıf	60	2,8417	1,08458			
	11. Sınıf	88	2,9148	0,93992			
	12. Sınıf	50	3,3025	1,03728			
	Total	235	3,0011	1,01043			
Sosyal Faktörler	9. Sınıf	37	3,3369	0,62696	4,049	0,008	10-12
	10. Sınıf	60	3,0767	0,66035			11-12
	11. Sınıf	88	3,0989	0,55263			
	12. Sınıf	50	3,4300	0,80210			
	Total	235	3,2011	0,66385			
Ekonomik Faktörler	9. Sınıf	37	1,5766	1,04423	3,229	0,023	11-12
	10. Sınıf	60	1,6167	0,95042			
	11. Sınıf	88	1,5758	0,71782			
	12. Sınıf	50	2,0467	1,11272			
	Total	235	1,6865	0,93907			

6.3. İnternette Geçirilen Süreye Göre İnternete Bağlanma Nedenleri

Katılımcıların internete bağlanma nedenlerinin internette geçirdikleri süreye göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için ANOVA analizinden faydalanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda katılımcıların haber, bilgi ve eğlence amacı hariç, internete bağlanma nedenlerinin internette geçirdikleri süreye farklılık gösterdiği görülmüştür (sırasıyla $p=0,024 < 0,05$; $p=0,000 < 0,005$ ve $p=0,000 < 0,05$). Bu farklılığın kaynağının tespit edilmesi için ise Tukey çözümlemesinden faydalanılmıştır.

Yapılan analiz sonucunda;

- İnternette 4-5 saat vakit geçirenler, 2-3 saat vakit geçirenlere göre daha fazla fiziki çevrenin yetersizliği nedeniyle internete bağlanmaktadır.
- İnternette geçirilen süre arttıkça, sosyal faktörler nedeniyle internete bağlanma da artış göstermektedir.
- İnternette geçirilen süre arttıkça ekonomik nedenlerle internete bağlanma da artış göstermektedir.

Tablo 7. İnternette Geçirilen Süreye Göre İnternete Bağlanma Nedenleri

		N	Ortalama	St. Sapma	F	p	Farklılık
Haber, Bilgi, Eğlence Amaçlı	(1) 1 Saat ve daha az	22	4,0636	0,45518	1,906	0,110	
	(2) 2-3 Saat	106	4,2585	0,47727			
	(3) 4-5 Saat	61	4,1115	0,57680			
	(4) 6-7 Saat	42	4,2714	0,48755			
	(5) 8 saat ve daha fazlası	4	4,5500	0,34157			
	Total	235	4,2094	0,50746			
Fiziki Çevrenin Yetersizliği	(1) 1 Saat ve daha az	22	3,2727	1,05266	2,866	0,024	2-3
	(2) 2-3 Saat	106	2,8172	0,88358			
	(3) 4-5 Saat	61	2,9508	1,01506			
	(4) 6-7 Saat	42	3,3571	1,18764			
	(5) 8 saat ve daha fazlası	4	3,4063	0,94304			
	Total	235	3,0011	1,01043			
Sosyal Faktörler	(1) 1 Saat ve daha az	22	2,8636	0,44992	12,094	0,000	1-3
	(2) 2-3 Saat	106	3,0261	0,55385			
	(3) 4-5 Saat	61	3,2410	0,73493			
	(4) 6-7 Saat	42	3,7071	0,61818			
	(5) 8 saat ve daha fazlası	4	3,7750	0,47170			
	Total	235	3,2011	0,66385			
Ekonomik Faktörler	(1) 1 Saat ve daha az	22	1,7273	0,77416	6,296	0,000	2-4
	(2) 2-3 Saat	106	1,4717	0,71546			
	(3) 4-5 Saat	61	1,6339	0,90412			
	(4) 6-7 Saat	42	2,1746	1,27353			
	(5) 8 saat ve daha fazlası	4	2,8333	1,17063			
	Total	235	1,6865	0,93907			

6.4. İnternete Bağlanma Sıklığına Göre İnternete Bağlanma Nedenleri

Katılımcıların internete bağlanma nedenlerinin internete bağlanma sıklıklarına göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi için bağımsız örneklem t testinden faydalanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda 1 saatte birden daha sık internete bağlananlar daha çok sosyal amaçlarla internete bağlanmaktadır ($p=0,000 < 0,05$). Haber, bilgi, eğlence ve araştırma amacı, fiziki çevrenin yetersizliği ve ekonomik faktörlerle internete bağlanma, internete bağlanma sıklığına göre farklılık göstermemektedir (tüm p değerleri, uç değer olan 0,05'ten büyüktür).

Tablo 8. İnternete Bağlanma Sıklığına Göre İnternete Bağlanma Nedenleri

		N	Ortalama	St. Sapma	t	p
Haber Amaçlı	1 Saatte birden az	52	4,1385	0,52325	-1,142	0,254
	1 Saatte birden sık	183	4,2295	0,50252		
Fiziki Çevrenin Yetersizliği	1 Saatte birden az	52	2,7837	0,84675	-1,766	0,079
	1 Saatte birden sık	183	3,0628	1,04614		
Sosyal Faktörler	1 Saatte birden az	52	2,8109	0,60975	-5,049	0,000
	1 Saatte birden sık	183	3,3120	0,63762		
Ekonomik Faktörler	1 Saatte birden az	52	1,6346	0,81184	-0,451	0,652
	1 Saatte birden sık	183	1,7013	0,97372		

6.5. İnternet Kullanım Nedenlerinin İnternet Kullanım Sıklığına Etkisi

İnternet kullanım nedenlerinin internet kullanım sıklığına etkisini belirlemek için çoklu regresyon analizinden faydalanılmıştır. Çoklu regresyon analizi, birden fazla bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisini ortaya koymada kullanılmaktadır. Araştırma amacıyla oluşturulan hipotezin testinde kullanılan çoklu regresyon analizinin sonuçları Tablo 9'da görülmektedir.

Tablo 9. İnternet Kullanım Nedenlerinin İnternet Kullanım Sıklığına Etkisi

Model 1	Beta	t	p
Haber, Bilgi, Eğlence ve Araştırma Amaçlı	0,040	0,696	0,487
Fiziki Çevrenin Yetersizliği	-0,015	-0,226	0,821
Sosyal Faktörler	-0,481	-8,094	0,000
Ekonomik Faktörler	-0,110	-1,711	0,089
R ² =0,257			
F _(4,230) =21,277			
p=0,000			

Model 1'de internet kullanım nedenlerinin internet kullanım sıklığına etkisi incelenmiştir. Yapılan regresyon analizine göre Model 1'in açıklama gücü düşük (R²=0,257) olmakla birlikte istatistiki olarak anlamlıdır (F_(4,230)=21,277 ve p=0,000<0,005). Analize göre sosyal faktörlerin internet kullanım sıklığı üzerinde istatistiki olarak anlamlı ve olumsuz bir etkisi söz konusudur. Yani, sosyal amaçlarla internet kullanımı, internete bağlanma sıklığını arttırmaktadır.

7. Sonuç

Tarihsel süreçte kitle iletişim araçlarında yaşanan yapısal dönüşüm yeni medya iletişim teknolojileri, mobil iletişim teknolojileri ve internet kullanım teknolojilerinin gelişmesine ön ayak olmuştur. İletişim teknolojilerinde sağlanan bu ilerlemeler toplumsal dönüşümü de kaçınılmaz bir şekilde etkilemiştir. İnternet teknolojisinin kitlelerin kullanımına uygun hale getirilmesi kurumsal, toplumsal, kitlesel ve bireysel iletişim süreçlerini tamamen değiştirmiştir. İnternet kullanımı bireysel alışkanlıkları, yaşam biçimini, insan ilişkisini, aşk evlilik ilişkisini, aile ilişkisini, alış-veriş

alışkanlıklarını, zaman geçirme alışkanlıklarını, yeme-içme alışkanlıklarını, eğitim alışkanlıklarını, okuma-yazma alışkanlıklarını, eğlence ve hobi edime alışkanlıklarını, kısaca insanoğlunun bütün geleneksel alışkanlıklarını değiştirmiştir. Bugün toplumsal değişim-dönüşümün öncüsü konumunda olan internet nerdeyse dünyanın her köşesinde kullanılmaktadır. Gerek dünya da gerekse Türkiye genelinde internet kullanımı her geçen gün artmaktadır. Milenyum kuşağı olarak adlandırılan ve lise düzeyinde okuyan gençlerin artık günlük yaşamlarında sık sık internete bağlandıkları görülmektedir. Buna çeşitli faktörlerin sebep olduğu gözlemlenmiştir. Dolayısıyla bu araştırma lise öğrencilerinin internette fazla vakit geçirme eğilimlerini sorgulama, çeşitli değişkenler açısından ilişkiyi inceleme ve buna sebep olan faktörleri belirlemeye yöneliktir. Bu amaç doğrultusunda araştırmada uygulanan anketten şu bulgular elde edilmiştir:

İnternet, lise gençliği açısından en çok haber okuma, bilgi edinme eğlence ve amacıyla kullanılırken; en az ise ekonomik nedenlerle kullanıldığı tespit edilmiştir. Lise gençlerinin finansal durumları internet kullanımını ciddi oranda etkilememektedir. Katılımcılar, internete bağlanmak yerine en çok arkadaşlarıyla dışarda bir yerlerde görüşmek isteyebileceklerini, en az ise kurs yapacaklarını belirtmiştir. Katılımcıların günün hangi saatlerinde internette bağlanmaktadır sorusuna; en çok okuldan sonra, yalnızken ve teneffüslerde, en az ise aileyle bir aradayken ve bir şeyler okurken bağlandıkları cevabını vermiştir. Lise gençlerinin cinsiyete göre internete bağlanma nedenleri farklılık göstermemektedir. Farklı sınıflarda okuyan öğrenciler arasında internet kullanma sebeplerinde de farklılık olduğu tespit edilmiştir. Lise 12. Sınıf öğrencileri 11. Sınıf öğrencilerine göre daha fazla sosyal faktörler nedeniyle internete bağlanırken, 12. Sınıf öğrencileri 11. Sınıf öğrencilerine göre daha fazla ekonomik faktörlerden dolayı internete bağlandıklarını dile getirmişlerdir. Yaşadıkları şehrin (mahallenin) fiziki çevresinin yetersiz oluşu, dışarda zaman geçirebilecekleri birtakım spor aktivite alanlarının az olması onları internete bağlanmaya, internet kullanmaya sürüklediği gözlemlenmiştir. İnternette 4-5 saat vakit geçirenler, 2-3 saat vakit geçirenlere göre daha fazla fiziki çevrenin yetersiz olmasından yakınmışlardır ve bu nedenle internete bağlandıklarını söylemişlerdir. Lise gençlerinin internette geçirdikleri süre arttıkça, sosyal faktörler nedeniyle internete bağlanma da artış göstermektedir. Öğrencilerin internette geçirdikleri süre arttıkça ekonomik sebeplerle internete bağlanma sürelerinde artış olduğu saptanmıştır. Bir saatten daha az sürede internete bağlanan öğrenciler daha çok sosyal amaçlı internet kullandıklarını belirtmişlerdir. Sosyal amaçlarla internet kullanımı, internete bağlanma sıklığını artırmıştır.

Kaynakça

- Akbıçak, A. (2017). Yeni İletişim Teknolojileri ile Dönüşüme Uğrayan Aktivizm Olgusu: Change.Org ve Avaz.Org Çözümlemeleri (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Anar, E. (2000). *Çağdaş Bir Efsane İnternet*, Özgür Üniversite Forumu. Ankara: Türkiye ve Ortadoğu Forumu Vakfı Yayınları.

- Babacan, E. M. (2017). *Sosyal Medya ve Gençlik*. İstanbul: Bir Yayıncılık.
- Beal, V. (2016). "Internet". 27 Şubat 2019 tarihinde <http://www.webopedia.com/TERM/I/Internet.html>, adresinden erişildi.
- Briggs, A. and Burke, P. (2005). *A social history of the media. from Gutenberg to the internet*, Cambridge: Polity Press.
- Capron, H. L. and Johnson, A.J. (2004). *Computers: Tools for an Information Age*. Colorado: Pearson Education Eight Edition.
- Castells, M. (2005). *Ağ Toplumunun Yükselişi Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür*. Cilt II. Çev: Ebru Kılıç, İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Crowley, D. ve Heyer, P. (2017). *İletişim Tarihi. Teknoloji, Kültür, Toplum* (B. Ersöz Çev.). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Çatalpınar, P. (2017). *İnternet Bağımlılığı: Yeni Bir Tanım Gerekli mi? (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi)*. İstanbul: Beykent Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- Çınar, M. (2015). *İnternette Gösteri ve Gözetim, Eleştirel Bir Okuma*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2010). *Öteki Kuram: Kitle İletişim Kuram ve Araştırmaların Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi*. Ankara: Erk Yayıncılık.
- Hauben, M. (1995). "Behind the Net: The Untold History of the ARPANET and Computer Science". 29 Aralık 2018 tarihinde <http://www.columbia.edu/~rh120/ch106.x07> 29/02/2018, adresinden erişildi.
- İnce, M. ve Koçak, M. C. (2017). *Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi Örneği*, *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (2), 736-749.
- Karaca, E. S., Altınbaşak İ. (2009). *İnternet reklamcılığı ve internet reklamı ölçümlenmesi üzerine bir uygulama*, *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 9 (2): 463-487.
- Koçak, M.C. ve İnce, M. (2019). *Gençlerin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıklarının Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında Değerlendirilmesi*, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12 (64), 795-803.
- Özçetin, B. (2018). *Kitle İletişim Kuramları. Kavramlar, Okullar, Modeller*, İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Severin W. J. ve Tankard, J. W. (1994). *İletişim Kuramları: Kökenleri, Yöntemleri ve Kitle İletişim Araçlarında Kullanımları* (S. Sever ve A. A. Bir Çev.). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Kibele Sanat Merkezi.
- Yaylagül, L. (2010). *Kitle İletişim Kuramları*, Ankara: Dipnot Yayınları.
- TUİK (2018). 16 Mayıs 2018 Haber Bülteni, 2, 27598.
- Yalçın, C. (2003). *Sosyolojik Bir Bakış Açısıyla İnternet*, *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 27(1): 77-89.
- 2018 İnternet Kullanımı ve Sosyal Medya İstatistikleri. 20 Şubat 2019 tarihinde <https://dijilopedi.com/2018-internet-kullanimi-ve-sosyal-medya-istatistikleri/>, adresinden erişildi.