

**MİMAR SİNAN GÜZEL SANATLAR ÜNİVERSİTESİ  
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**OKUL TERCİHİNE YÖNELİK  
ORİJİNAL BİR WEB SİTESİ TASARIMININ  
TEKNOLOJİ KABUL MODELİ İLE KULLANICI DENEYİMİ ANALİZİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Deniz CANCA**

**Enformatik Anabilim Dalı  
Bilgisayar Ortamında Sanat ve Tasarım Programı**

**Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Nazım Ziya PERDAHÇI**

**OCAK 2021**

**MİMAR SİNAN GÜZEL SANATLAR ÜNİVERSİTESİ  
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**OKUL TERCİHİNE YÖNELİK  
ORİJİNAL BİR WEB SİTESİ TASARIMININ  
TEKNOLOJİ KABUL MODELİ İLE KULLANICI DENEYİMİ ANALİZİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Deniz CANCA**

**Enformatik Anabilim Dalı  
Bilgisayar Ortamında Sanat ve Tasarım Programı**

**Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Nazım Ziya PERDAHÇI**

**OCAK 2021**





## İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ .....	vii
ÖZET .....	viii
ABSTRACT .....	ix
KISALTMALAR .....	x
TABLO LİSTESİ .....	xi
ŞEKİL LİSTESİ .....	xii
<b>1. GİRİŞ</b>	
1.1. Çalışmanın Amacı .....	1
1.2. Üniversitelere Giriş Sınavı ve Tercih Aşaması .....	1
1.2.1. YKS .....	1
1.2.2. Okul ve Program Tercihleri .....	2
1.3. Tercih Rehberliği Siteleri ve “O Okul” Sitesi .....	3
1.3.1. Güncel Tercih Rehberliği Sitelerine Genel Bir Bakış .....	3
1.3.2. Farklı Bir Yapıdaki “O Okul” Sitesi .....	5
<b>2. KURAMSAL ÇERÇEVE</b>	
2.1. “O Okul” Sitesinin Tasarım, Kurgu ve Kurulumu .....	6
2.1.1. “O Okul” Tasarımının Ortaya Çıkışı ve Kurgusu .....	6
2.1.1.1. Fikir .....	7
2.1.1.2. İsim .....	7
2.1.1.3. Logo .....	8
2.1.1.4. Kurgu .....	8
2.1.2. Sitenin Kurulumu .....	9
2.1.2.1. Platform ve Kullanılan Temalar .....	9
2.1.2.2. Arayüz Tasarımı .....	10
2.2. Bilgi Mimarisi ve Teknoloji Kabul Modeli .....	11
2.2.1. Bilgi Mimarisi .....	12
2.2.1.1. İçerik Tasarımı .....	12
2.2.1.2. Görsel Tasarım ve Kullanılabilirlik .....	12
2.2.1.3. Görsel Tasarım ve Estetik .....	13
2.2.1.4. Kullanıcı Deneyimi .....	13
2.2.1.5. Kullanıcı ve Kullanılabilirlik Testleri .....	14
2.2.2. Teknoloji Kabul Modeli .....	14

<b>3. YÖNTEM</b>	
3.1. Metodoloji .....	16
3.1.1. Araştırmanın Deseni .....	16
3.1.2. Araştırmanın Sınırlılıkları ve Varsayımları .....	16
3.2. Araştırmanın Modeli .....	17
3.3. Araştırmanın Hipotezleri .....	17
3.4. Örneklem .....	18
3.5. Veri Toplama Araçları .....	18
3.5.1. Bilgi Mimarisine İlişkin Maddeler .....	19
3.5.2. Teknoloji Kabul Modeline İlişkin Maddeler .....	19
3.6. Veri Toplama Süreci .....	20
3.6.1. Kullanılan Test Türü .....	20
3.6.2. Tarih Aralığı .....	20
3.7. Veri Analizi .....	21
<b>4. BULGULAR</b>	
4.1. Merkezi Dağılım Değerleri ve Doğrulayıcı Faktör Analizi .....	22
4.2. İlk Modelin Kurulumu, Model Uyum Değerleri ve İkinci Modele Geçiş ...	24
4.3. Hipotezlere İlişkin Yordama Bulguları .....	27
<b>5. SONUÇ VE ÖNERİLER</b>	
5.1. Model Bazında Sonuçlar .....	28
5.2. Faktör ve Madde Bazında Sonuçlar .....	30
5.3. Öneriler .....	30
<b>EKLER</b>	
<b>Ek A:</b> Sitenin Farklı Mobil Cihazlardaki Görünümü .....	31
<b>Ek B:</b> Anket Sayfası Örneği .....	32
<b>Ek C:</b> Uygulama İzin Yazıları .....	33
<b>Ek D:</b> Site Hakkında Öğrenci Paylaşımları .....	35
<b>KAYNAKLAR</b> .....	37
<b>AKADEMİK ÖZGEÇMİŞ</b> .....	40

## ÖNSÖZ

Bir hocadan fazlası ve çok şey öğrendiğim bir abi olarak gördüğüm **Nazım Hocam'a**, bu araştırmanın uygulamasında, gerekli katılımın çok gerisindeyken, sihirli bir değneği varmış gibi sayıyı 3'e katlayarak ideal sınırları da aşmamızı sağlayan, ilkokuldan oyun arkadaşım, şimdinin çok sevilen öğretmeni **İsmet Perihan Yaman'a**, işlemsel olarak beni aşan bir şeyler var gibi gördüğümde ilk danıştığım ve analizin kritik yerlerinde bana gene harika kısa paslar veren istatistik üstadı arkadaşım **Erhan Çene'ye**, ve de elbette kurulumda deneyimleriyle bana rehberlik eden kardeşim **Cansu'ya**, çalışmama katkılarından dolayı çok teşekkür ederim.

Bu araştırmaya katılmayı isteyerek, çalışmada önemli yeri olan **Beşiktaş Atatürk Anadolu ve Sakıp Sabancı Anadolu Liseleri'nden** 256 öğrenci arkadaşımız adına TEMA Vakfı'yla Elazığ Dutpınar sahasına 25 🌳 dikilmiştir.

Tüm okullarda tez kopyalarının mümkün olduğu kadar basılı kağıt yerine dijital ortamda dağıtılması dileğiyle...

## ÖZET

Bu çalışmada, üniversite seçiminde okul tercihine yönelik tasarlanan orijinal bir web sitesinin kullanıcı deneyimi analizi yapılmıştır. “O Okul” isimli tasarımda, diğer tasarımlardan farklı olarak, farklı iki üniversitede okumuş öğrencilerin o okulları karşıladıkları yorumları bulunmaktadır. Bilgi Mimarisi (BM) temelinde olan ve ilişkisel tarama tekniği ile yapılan araştırmada Teknoloji Kabul Modeli (TKM) kullanılmıştır.

Araştırmanın uygulaması, çalışmaya katılmak isteyen 256 lise öğrencisi üzerinde yapılmıştır. Öğrenci grubuna, internette web sitesinin sunumuyla birlikte, site hakkındaki görüşlerine yönelik literatürden maddelerin bulunduğu bir anket uygulanmıştır. 5’li Likert türü ankette; TKM’den algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı ve kullanım niyeti olmak üzere 3 faktör, BM’den içerik tasarımı ve görsel tasarım olmak üzere 2 faktörden oluşan toplam 24 madde yer almaktadır. Veriler, Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) ile 5 hipotez bağlamında analiz edilmiştir.

Bulgular yoluyla, faktörler arasındaki etkileşim ortaya konarak, hipotezler kontrol edilmiştir. Modelin analiziyle, BM faktörlerinin TKM faktörlerini yordadığı onaylanırken, diğer yandan, tahmin edilenin dışındaki sonuçlara da ulaşılmıştır. Çalışmada, site kurulumunda kullanıcı görüşlerinin hangi noktalar için ek geliştirmeleri işaret ettiği de not edilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Kullanıcı Deneyimi, Web Sitesi, Üniversite Sınavı, Okul Tercihi, Karşılaştırma.



## **ABSTRACT**

In this study, user experience analysis is conducted on an original website designed for school preference in university selection. In the design named “O Okul (That School)”, unlike other designs, there are comments of students who studied at two different universities comparing those schools. The Technology Acceptance Model (TAM) was used in the research, which is based on Information Architecture (IA) and carried out with relational screening technique.

The application of the research was conducted on 256 high school students, who wanted to participate in the study. A questionnaire containing items from the literature regarding their opinions about the website was applied to the student group, together with the presentation of the site through the internet. The 5-point Likert-type questionnaire includes a total of 24 items, consisting of 3 factors; “Perceived Usefulness”, “Perceived Ease of Use”, and “Intention to Use” from TAM, and 2 factors; “Content Design” and “Visual Design” from IA. The data were analyzed by Structural Equation Modeling (SEM), in the context of 5 hypotheses.

By means of the findings, the hypotheses were checked by demonstrating the interaction between the factors. With the analysis of the model, it was confirmed that the IA factors predicted TAM factors, and per contra, results other than those estimated were also achieved. It is also noted in the study for which points user opinions indicate additional improvements in the site setup.

**Keywords:** User Experience, Website, University Exam, School Preference, Comparison.

**KISALTMALAR**

- YKS:** Yükseköğretim Kurumları Sınavı  
**TYT:** Temel Yeterlilik Testi  
**AYT:** Alan Yeterlilik Testi  
**YDT:** Yabancı Dil Testi  
**ÖSYM:** Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi  
**YÖK:** Yükseköğretim Kurulu  
**MEB:** Milli Eğitim Bakanlığı  
**TKM:** Teknoloji Kabul Modeli  
**BAAL:** Beşiktaş Atatürk Anadolu Lisesi  
**SSAL:** Sakıp Sabancı Anadolu Lisesi  
**AF:** Algılanan fayda  
**AKK:** Algılanan kullanım kolaylığı  
**KN:** Kullanım niyeti  
**IT:** İçerik tasarımı  
**GT:** Görsel tasarım  
**YEM:** Yapısal Eşitlik Modellemesi

**TABLO LİSTESİ**

<b>Tablo 1:</b> Güncel tercih rehberliği siteleri ve kullandıkları öğeler .....	4
<b>Tablo 2:</b> Anket maddelerinin uygulamadaki merkezi dağılım değerleri .....	22
<b>Tablo 3:</b> Faktörler arası korelasyon matrisi .....	23
<b>Tablo 4:</b> Ölçme modeline ait faktör yükleri ve yakınsama geçerliliği sonuçları .....	24
<b>Tablo 5:</b> İdeal uyum değerlerine karşılık ilk modelin uyum değerleri .....	25
<b>Tablo 6:</b> İdeal uyum değerlerine karşılık yenilenen modelin uyum değerleri .....	26
<b>Tablo 7:</b> Hipotezlere ilişkin yordama bulguları .....	27

## ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1: Üniversite adaylarının merkezi yerleştirmede kullandıkları yol .....	2
Şekil 2: “O Okul” tasarımının logosu .....	8
Şekil 3: “O Okul” site sayfalarının akış şeması .....	9
Şekil 4: “O Okul” sitesinin giriş sayfası .....	11
Şekil 5: Teknoloji Kabul Modeli’nin temel yapısı .....	15
Şekil 6: Araştırmanın modeli .....	17
Şekil 7: Doğrulayıcı faktör analizi aşamasına ait ölçme modeli .....	23
Şekil 8: İlk modele ilişkin yordama verileri .....	25
Şekil 9: Yenilenen modele ilişkin yordama verileri .....	26

## **1. GİRİŞ**

### **1.1. Çalışmanın Amacı**

Okul seçimi, bireylerin geleceğini doğrudan etkilediğinden hayattaki en önemli birkaç seçimden biri. Her seçimdeki gibi, bu konuda da yardım almanın önemi nedeniyle, internette okul seçimiyle ilgili rehberlik konusunda çeşitli girişimler bulunmakta. Yapı olarak diğer sitelerden farklı bir içerikle yazar tarafından kurgulanan “O Okul” tasarımı da, bu ihtiyaca yönelik bir alternatif olarak sunulan bir çalışma. Bu tasarımda farklı okullar, o okullarda okuyanlar tarafından karşılaştırılıyor. Bu kapsamda bir taraftan, bir okul ile ilgili en doğru yorumların o okulda okumuş olanlardan alınabileceği gerçeği kullanılırken, diğer yandan da bu unsur, öğrencilerin kişisel yorumlarında kendi okulları için taraflı olmalarını önleyecek karşılaştırma yöntemi ile birleştirilmekte. Tasarımın başarıyla hayata geçmesine yönelik bu kullanıcı deneyimi araştırmasıyla, tasarımdaki içerik ve görsel faktörlerin etkinliğinin ortaya konması ve site yapılandırılırken hangi noktalarda değişime ihtiyaç olduğunun belirlenmesi amaçlanmıştır.

### **1.2. Üniversitelere Giriş Sınavı ve Tercih Aşaması**

Ülkemizde üniversitelere giriş sınavı yıllar boyunca kural ve isim değişikliklerine uğramış olsa da, merkezi olması ve genel yapısıyla 1974 yılındaki ilk sınavdan beri aynı kalmıştır. Bu sınav ve sınava ilişkin yerleştirme ile ilgili genel bilgiler aşağıda sunulmuştur.

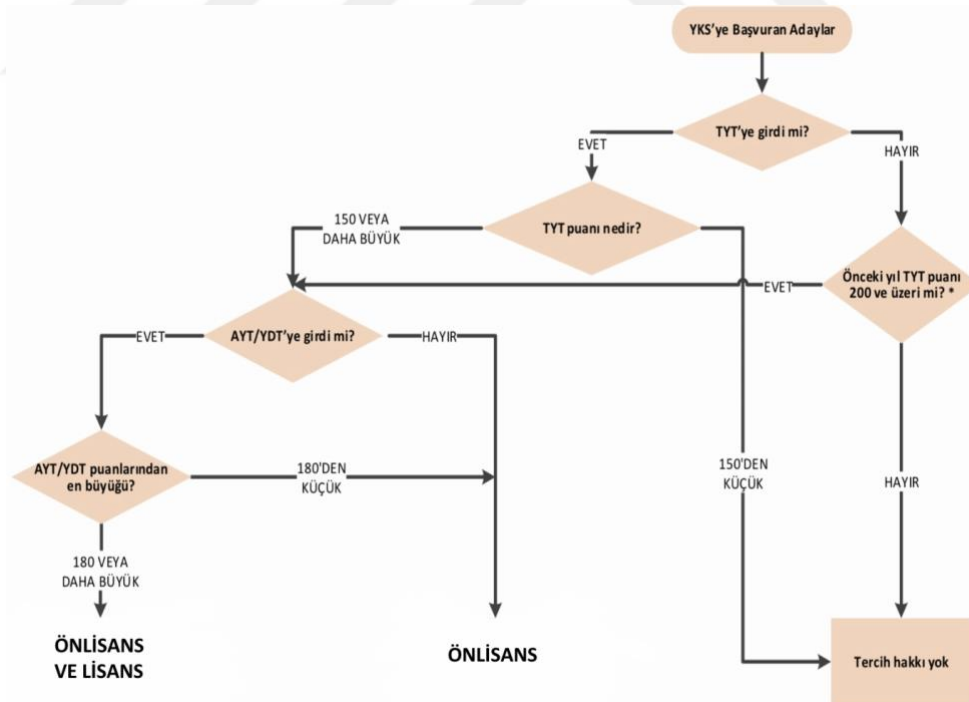
#### **1.2.1. YKS**

2017-2018 eğitim-öğretim yılından itibaren üniversiteye giriş sınavı olarak Yükseköğretim Kurumları Sınavı (YKS) adıyla uygulanan sınav Temel Yeterlilik, Alan Yeterlilik ve Yabancı Dil Testlerinden (TYT, AYT ve YDT) oluşmaktadır. Tercih yapabilmek için, düşünme ve değerlendirme sorularının bulunduğu TYT’den en az 150 puan almak gerekirken, lisans programı tercihi yapabilmek için bu sınavdan 180 puan almak gerekmektedir. TYT’den 1 gün

sonra AYT ve YDT uygulanmaktadır. Lise müfredatından soruların bulunduğu AYT’de farklı alanlardan gelen sorularla farklı alanlar için ayrı puanlar elde edilmektedir. TYT ve AYT/YDT puanlarının toplanmasıyla elde edilen toplam alan puanıyla da okul tercihleri yapılmaktadır. Yenilenen yerleştirme sisteminin belki de en büyük yeniliği, TYT sınavında 200 ve üzerinde puan alan adayların tercih yapmadıkları takdirde, puanlarının 2 yıl geçerli olması kuralı.

### 1.2.2. Okul ve Program Tercihleri

Yükseköğretim programlarına yapılan merkezi yerleştirme işlemine giren adaylar, ÖSYM web sitesindeki YKS Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu’ndan faydalanarak tercih bildiriminde bulunmaktadır. TYT puanı en az 150 olan adaylar, yerleştirmede kullanılacak Y-TYT ve varsa Y-SAY, Y-SÖZ, Y-EA, Y-DİL puanlarını göz önünde tutarak bu kılavuzdaki açıklamalara göre tercih bildirimini internetten bireysel olarak yapmaktadır. Adayların, puanlarını ve mezun oldukları okul türlerini göz önünde tutarak ne şekilde tercih yaptıkları Şekil 1’de gösterilmiştir (ÖSYM, 2019).



Şekil 1. Üniversite adaylarının merkezi yerleştirmede kullandıkları yol

Adaylar ön lisans ve lisans programlarına;

- a) TYT ve/veya SAY, SÖZ, EA, DİL yerleştirme puanları,
- b) Yükseköğretim programları ile ilgili tercihleri,
- c) Yükseköğretim programlarının kontenjanları ve koşulları göz önünde tutularak yerleştirilmektedir.

Tercih sırası YKS’de çok önemlidir. Öğrenim görmek istenen programların tercih listesindeki sırasını belirlerken bu programlar hakkında detaylı bilgi sahibi olmak ve çok dikkatli seçim yapmak gerekmektedir.

### **1.3. Tercih Rehberliği Siteleri ve “O Okul” Sitesi**

Üniversite giriş sınavına yönelik okul seçimi rehberliği için günümüzde çeşitli web siteleri bulunmaktadır. Bunlar yapı olarak benzerliklere sahip olmakla birlikte, öne çıkma amacıyla çeşitli yenilikçi öğeler de kullanmaktadır. Bu sitelerin ve “O Okul” sitesinin tercih rehberliğine hangi açılardan yaklaştığı ve kullandıkları öğelerden hangilerinin ön planda olduğu genel olarak aşağıdaki gibi özetlenebilir.

#### **1.3.1. Güncel Tercih Rehberliği Sitelerine Genel Bir Bakış**

Tercih rehberliği siteleri, yapılarına göre, öğrencilere okul seçiminde puan açısından kılavuz olan ve “tercih robotu”, “tercih motoru”, “tercih sihirbazı” gibi isimlerle de yardımcı olan biçimlerle karşımıza çıkmaktadır. Rehberlik sitelerinin başarısında şart olan unsur, sitenin güncel olması, diğer bir deyişle, son yılın sınav bilgileri ve okullarla ilgili son bilgileri verebiliyor olması. Tercih rehberliğinde en çok takip edilen sitelere bakıldığında, bu sitelerin güncelliğini koruyanlar olduğunu görmekteyiz. Bunun yanında, öne çıkan site sayısının fazla olmadığı da görülmekte. 2020 sınav döneminde sitelere bakıldığında; dogrutercih.com.tr, universitetercihleri.com, hangiuniversitehangibolum.com, genctercih.com ve tercihgo.com, bu grubun içinde daha sık kullanılanlar olarak karşımıza çıkmakta. Bunların yanında, Yeditepe Üniversitesi’nin gelecegiplanla.com sitesi tercihleri filtreleme ve karşılaştırma öğeleriyle, Boğaziçi Üniversitesi’nin tanitim.boun.edu.tr sitesi ise okul hakkında tanıtım yorumlarıyla göze çarpıyor. YÖK de yokatlas.gov.tr sitesi ile öğrencilere yardımcı olmaktadır. Kullanılan öğeler kapsamında tercih rehberliğindeki belli başlı siteler Tablo 1’de verilmiştir.

	Puan hesabı	Tercih robotu	Köşe yazıları	Haberler/gündem	Okullar rehberi	Meslekler rehberi	Öğrenci yorumları	Üyelik
Doğru tercih .com.tr	Var	Var	Var	Var	Var	Var	-	Var
Üniversite tercihleri .com	Var	Var	-	-	-	-	Var	-
Hangi üniversite hangibölüm .com	Var	Var	Var	-	-	-	Var	-
Tercih go .com	Var	Var	-	-	-	-	-	Var
Genç tercih .com	Var	Var	Var	-	-	-	-	Var
YÖK atlas .gov	Var	Var	-	-	Var	Var	-	-

**Tablo 1.** Güncel tercih rehberliği siteleri ve kullandıkları öğeler

Bu sitelerde iyi kurgulanmış öğeler bulunmakla birlikte, her sitenin kendine özgü sorunlarının varlığı da dikkat çekicidir.

Örneğin, Doğru Tercih'in tercih robotunun filtreleme kısımları farklı mobil cihazlarda aynı etkinlikte çalışmamaktadır. Buna ek olarak, uğraşlı bir şekilde listelenen bölümleri tercih listesine eklemek için üye girişinin gerekli olması ve sayfa yenilendiğinde yapılan tüm seçimlerin sıfırlanabilmesi dikkat çeken diğer önemli noktalaradır.

Tasarım olarak iyi düzenlenmiş olduğunu değerlendirdiğimiz Hangi Üniversite Hangi Bölüm, üniversite öğrencisi yorumlarını öne çıkarmakta. Ne var ki, bu yorumlara ilişkin okul ve bölüm listesindeki eksikler ise bu sitenin zayıf tarafı olarak değerlendirilebilir.

Tercih Go, yalnızca okul puanları ve puan hesaplarına ağırlık verirken, görüntü olarak demode kalmış bir izlenim vermekte. Filtreleme özelliğinin iyi olması, bunun diğer sitelerde bulunan bir özellik olması nedeniyle, kullanıcı tercihinde görseldeki zayıflığın önüne geçemeyecek bir faktör olarak görülmektedir.

Tercih rehberliği siteleri arasında belki de en güçlü yapı ve tasarıma sahip olan Üniversite Tercihleri, ne yazık ki ülkemizin köklü üniversitelerinin yalnızca bir kısmını kapsamakta. Bunun yanında, yazılım alt yapısının yetersiz performansı sayfalara erişim süresinde kendini hissettirmektedir.



Genç Tercih, tercihleri yalnızca puanlar üzerinden yapan, sade bir içeriğe sahip. Dar kapsamlı olmasını, iyi düzenlenmiş filtreleme sistemiyle dengeleyen bu web sitesi ise “En güncel bilgi” mottosuna uymayan bir içerikle karşımıza çıkmaktadır.

YÖK’ün Atlas isimli yokatlas.yok.gov.tr sitesinde en güvenilir sayısal bilgilere rahatlıkla ulaşılabilir. Fakat sitede, doğal olarak, öğrenci görüşleri ve köşe yazıları gibi kişisel yorumlara yer verilmemektedir.

Bunların yanında, internette arama yapıldığında güncel kalamayan sitelere de rastlanmaktadır. İyi Tercih, yalnızca okul puanlarına ve puan hesaplarına ağırlık veren bir site olmasına rağmen, 2019 yılı için güncellenmemiş, meslekler rehberi butonu gibi ekleri çalışmayan bir site olarak kalmıştır. Yurtdışından güçlü bir girişim olarak 2016’da MEB desteğiyle açılan Google Üniversite Seçimim isimli universitesecimim.withgoogle.com sitesi ise 2019’a ulaşamayarak tahminleri yanılmıştır.

### **1.3.2. Farklı Bir Yapıdaki “O Okul” Sitesi**

Tercih siteleri adaylara esas olarak okulları puan aralıklarına göre karşılaştıran yazılımlarıyla tercih sıralamasını yapmakta yardımcı olmaktadır. Bunun yanında bazılarında okulların genel özellikleriyle tanıtıldığı da görülmektedir. Son yıllarda bu sitelerde öğrenciler, mezunlar ve hocaların kendi okulları ile ilgili yorumlarının bulunduğu videolar da yer almaktadır.

“O Okul” sitesi, diğer tercih rehberliği sitelerinden farklı olarak, okul karşılaştırmalarını puanlara göre değil -ki, puanlar en doğru şekliyle ÖSYM sitesinde mevcuttur-, o okullarda okumuş öğrencilerin deneyimlerini paylaşarak yapan bir site. Bu yönüyle de, öğrenci görüşleri ve okul karşılaştırmalarını doğrudan birleştiren farklı bir yapıya sahiptir.

## **2. KURAMSAL ÇERÇEVE**

### **2.1. “O Okul” Sitesinin Tasarım, Kurgu ve Kurulumu**

Tasarım sürecinde ortaya konan ürün belirli bir amaca hizmet etmeli, bilinçli bir düşünce sonucu ortaya çıkarak işlevsel olmalı, işlevsellik veya estetikte alışılmışın dışında ve daha önce yapılmamış ya da benzerlerinden farklı, kendine has -en az- bir özellik taşımalıdır (Önlü, 2004). Tasarım; problem çözümü, yaratıcılık ve estetiğin her üçünü de bünyesinde taşıyan bir süreçtir. Belli bir amaca hizmet etmesi için, fikir, malzeme ve biçimden oluşan bir bütünün organizasyonudur (Whiteley, 1993; Brooks, 2010). “O Okul” projesinde de tasarım, kurgu ve kurulum, mantıksal ve kuramsal bir bütünlük içinde yeni bir bakış açısı ile işlevselliğe yönelik yapılmış, süreç boyunca estetik de hep ön planda tutulmuştur.

#### **2.1.1. “O Okul” Tasarımının Ortaya Çıkışı ve Kurgusu**

Üniversiteye giriş sınavında yüksek puan almak kadar, doğru seçim yapmanın da önemi bilinen bir gerçek. Bu konudaki rehberliğe yönelik girişimler onyıllar boyunca gelişerek ve değişerek günümüzdeki biçimlere ulaşmış durumda. İlk olarak 1980’li yıllarda okulların temel özelliklerini genel olarak tanıtan “okul rehberi” şeklindeki kitaplar ve dersane kitapçıklarıyla başlayan rehberlik uygulamalarının, 1990’lı yıllarda “okul tanıtım günleri” gibi etkinliklerle desteklendiğini görüyoruz. 2000’li yıllarda hem üniversite sayısının ülkemizdeki büyük artışı, hem de internetin etkisiyle birlikte, okulların doğrudan kendi tanıtımları ve reklamlarında büyük artış olmuştur. Bunun yanında, yine üniversiteye hazırlık kurumlarının okul tanıtımları, 2010’lu yıllarda internet kullanımının artışıyla daha özenli ve detaylı bir hale gelmiştir. Bu son dönemde yeni nesil internet siteleri de, farklı rehberlik ve tanıtım tasarımlarıyla ve de puan hesaplama ve röportaj videoları gibi öge eklentileriyle kendisini göstermekte.

Mevcut olan bu durum dikkate alınarak, okulları izlenim olarak doğru bir şekilde yansıtabilecek farklı bir düşünceyle “O Okul” tasarımı ortaya konmuştur. Bu tasarım, yapısı itibarıyla, tasarım odaklı düşünme ve kullanıcı merkezli sistem tasarımının birleştiği bir ürün olarak kabul edilebilir (Owen, 2007; Gulliksen ve ark., 2003).

### 2.1.1.1. Fikir

“O Okul” tasarımı, internette yer alan web sitelerinin yanında, okul tanıtımına farklı bir bakış açısıyla yaklaşmakta. Okullar, 2020 yılı itibarıyla mevcut sitelerde -puan karşılaştırmaları hariç- ayrı ayrı tanıtılırken, “O Okul”da okullar, o okullarda okuyanlar tarafından karşılaştırılmakta. Adayların büyük bölümünün farklı okulları karşılaştırarak seçecekleri okullara karar verdikleri dikkate alındığında, bu tasarımın öğrencilere daha yakın ve doğrudan fikir veren bir yaklaşımla rehber olacağı söylenebilir. Burada bir yandan, bir okul ile ilgili en doğru yorumların o okulda okuyan öğrencilerden alınabileceği gerçeği kullanılırken, diğer taraftan da bu faktör, öğrencilerin yorumlarında kendi okulları için taraflı olmalarını önleyecek karşılaştırma yöntemi ile birleştirilmekte. Bir okulla ilgili resmî, okul dışından, reklam amaçlı, veya okul hocaları ve öğrencilerinin yaptığı yorumlar yerine, iki okulun öğrenci yorumlarıyla karşılaştırılmasıyla, o okulların güçlü ve zayıf yönlerinin bu açıdan öğrenilerek, adaylar için de büyük bir avantaj olacağı düşüncesi, tasarımın ana fikrini oluşturmaktadır.

### 2.1.1.2. İsim

Bir tasarımda isim çok önemlidir. İsmın akılda kalıcı, konu ile ilgili fikir verici ve genelde kısa olması istenen özelliklerdir. Bunların önemi, internet ortamında daha da ön plana çıkar. Söz konusu tasarım bir web sitesine yönelikse, isim “alan adı” olarak adlandırılır. Alan adları, sitelerin ve projelerin bir nevi marka ismi olma önemini taşır. Alan adı belirlerken, yukarıdaki özelliklerin yanında; anlaşılır - uzun vadeli - markasal olma, taklit ve türevden uzak - çekici kelimeler kullanma, noktalama işaretleri - rakamlar - Türkçe karakterleri minimumda tutma, arama motorlarında kelime aranma hacmi ve doğru uzantı seçimi dikkate alınmalıdır (Schaferhoff, 2019; Freedman, 2020).

Tüm bu faktörler dikkate alınarak, bir okuldan bahsederken belki de en çok kullanılan isim tamlaması olan “O Okul” sözü tasarımın ismi olarak, “ookul.net” de tasarımın alan adı olarak belirlenmiştir. Bu ismin web sitesinin kapsamıyla ilgili fikir vermesi ve akılda kalıcı olması da beklenen asıl artı özellikleridir. “Ağ” anlamında olan ve dünya genelinde %3,4, Türkiye’de %7’lik kullanım oranıyla en çok tercih edilen ikinci alan adı uzantısı “.net” (Statistica, 2020; Yandex 2020), en fazla kullanılan “.com” uzantılı ismin alınmış olması nedeniyle hem anlam hem yaygınlık bakımından siteye uygun bulunmuştur. Bu isim ve alan adı yukarıda sözü edilen diğer kriterleri de genel olarak sağlamaktadır.

### 2.1.1.3. Logo

Endüstrileşme ile birlikte 1800’lerde ortaya çıkan logolar, 1900’lerin başından itibaren hemen her on yılda bir dönemsel değişimlere uğramıştır (McArdle, 2018). Başlangıçta ayrıntılı ve siyah-beyaz olan çizimler, 1940’larda renklenmiş, 1950’lerde özgün şekillere geçmiş, 1960’larda parlak ve gösterişli biçimler almış, 1970’lerde çok renkli ve organik formlara girmiştir. 1980’lerde bilgisayarın gelmesiyle birlikte logolarda bilgisayar fontları kullanılmaya başlanmış, 1990’larda çarpıcı olma amaçlı şekiller ortaya çıkmış, 2000’li yıllarda da sadeliğin önemi ile büyük bir değişim yaşanmıştır. Son 10 yılda ise bu sadeliğe, sanat ve yaratıcılık daha fazla eşlik etmektedir.

Etkili logolara bakıldığında, en önde gelen özellikleri olarak; sade ve uyarlanabilir olmaları ile, akılda kalıcı ve ürünle ilgili olmaları görülmektedir (Keith, 2017). İnternet ortamında da son dönemde büyük önem kazanan “sade tasarım”, “boş alan” ve “beyaz ve siyah arka plan modları” gibi tasarım özellikleri de dikkate alınarak, “O Okul” için sade, dengeli ve anlamlı bir logo oluşturulmuştur (Şekil 2). Logodaki “o okul” yazısının sonunda kullanılan yeni nesil noktalama işaretlerinden olan iki nokta; hem karşılaştırılan iki okulu, hem de “o okullar” hakkında söylenecek bir şeyler olduğunu ifade amaçlıdır. Logodaki “O” harflerinde küçük harflerin kullanımı da sondaki iki nokta ile uyuma yöneliktir.

**o okul..**

Şekil 2. “O Okul” tasarımının logosu

### 2.1.1.4. Kurgu

“O Okul” sitesi, diğer tercih rehberliği sitelerinden farklı olarak, okulları karşılaştıran kişisel yorumları içeren bir yapıda tasarlanmıştır. Tüm programlarla ilgili en güvenilir sayısal bilgiler (puanlar, kontenjanlar, vb.) ve tercih robotu YÖK’ün ilgili sayfalarında bulunduğundan, sitede bu bilgiler yer almamaktadır. Kullanım kolaylığı için üyelik, meslekler rehberi gibi eklentiler kullanılmamıştır. Sitenin sade kurgusu, giriş sayfasına geri dönüşler ifade edilmeden, bir akış şeması ile Şekil 3’te verilmiştir.



Şekil 3. “O Okul” site sayfalarının akış şeması

### 2.1.2. Sitenin Kurulumu

“O Okul” web sitesinin kurulumu, hemen her sitenin yapım aşamasında olduğu gibi, domain kaydının ardından web barındırma (hosting) ve platform seçimi ile gerçekleştirilmiştir. Alan (domain) kaydı, isim belirlemenin ardından en uygun ve satın alınmamış uzantılı bir domain bulunması ile tamamlanmıştır. “O Okul” isminin bitişik yazıldığı biçim ve en çok kullanılan uzantılardan “net” uzantısının uygunluğu ile sitenin kaydı “ookul.net” olarak yapılmıştır. Web hosting seçiminde ise yazarın önceden uygulamalarını sorunsuz deneyimlemiş olması nedeniyle Web Hosting Hub seçilmiştir. Bu temel işlemlerden sonra, web sitesinin içeriğine bağlı olarak sonraki adımlar olan platform ve tema seçimine geçilmiş, ardından işlevsellik ve estetik göz önünde tutularak sayfa düzenlemesi ve arayüz tasarımı yapılmıştır. Tasarım bağlamında basitlik ve sadeliğin büyük önemi nedeniyle (Karvonen, 2000; Maeda, 2006), kurulumun tamamında bu faktörler en ön planda tutulmuştur.

#### 2.1.2.1. Platform ve Kullanılan Temalar

Kurulumda platform olarak WordPress seçilmiştir. WordPress, dünyanın en çok tercih edilen site oluşturma ve içerik yönetim sistemi (İYS) (Content Management System: CMS) olarak, 2020’de yayında olan tüm web sitelerinin %50’sinde kullanılmaktadır (Schaferhoff, 2020). Kullanımda büyük avantajları olan WordPress sistemi, Wordpress.com ve Wordpress.org üzerinden farklı özelliklerle sunulmaktadır. Bunlardan “Gerçek Wordpress” olarak da anılan Wordpress.org, açık kaynaklı kod sistemindedir ve herhangi bir kısıtlama olmadan web sitesi oluşturma ve düzenlemeyi sağlamaktadır. Wordpress.com ise WordPress’i destekleyen ayrı bir hosting hizmetidir, fakat, site adının bağımsız olmaması, eklenti ve tema kullanımında sınırlılık, site analizlerine erişim engeli ve reklamları kontrol edememe gibi eksi yönleri bulunmaktadır.

Yukarıda belirtilen nedenlerden dolayı, sitenin kurulumunda platform olarak Wordpress.org sistemi seçilmiştir. Sistemin sunduğu temalar arasından ise aThemes'in basitliği ve sadeliğiyle öne çıkan Cali isimli teması (<https://athemes.com/theme/cali/>) kullanılmıştır.

### 2.1.2.2. Arayüz Tasarımı

Arayüz, bir sistemin, kullanımı için etkileşime geçilmesini sağlayan sınır yazılım ve donanım bütünüdür. Bir arayüz olan ekranda yer alan görseller, işlev olarak, kullanıcıya kullanım için yol gösterici öğeler sunar. Bunun yanında, etkili bir arayüz tasarımı hem öğrenilebilir hem de keyifli bir ortam sağlamalıdır. İyi bir arayüz tasarımı kullanıcının ihtiyaç, yetenek ve sınırlarını mümkün olan en etkin şekilde karşılayan giriş ve çıkış mekanizmalarını içerirken, kullanıcının kullanılan mekanizmalara değil, hedefe odaklanmasını sağlar (Stone ve ark., 2005; Galitz, 2007). Arayüz tasarımında çok çeşitli unsurların önemi var olduğundan, ideal tek bir kriterler bütünü yoktur. Bu konuda genel kabul kazanmış kavramlar; kontrol edilebilirlik, tutarlılık, sadelik, basitlik ve doğrudanlık, netlik, tahmin edilebilirlik, yerleşim, renk ve doku uygunluğu, estetik, anlaşılabilirlik, verimlilik, tolere edilebilirlik olarak sıralanabilir. Bunlarla birlikte, sitede bulunabilecek özgün unsurlar da beğeni aldıkları takdirde, bu faktörler kadar önem kazanmaktadır (Garrett, 2010; Johnson, 2010).

“O Okul” web sitesinin de bu unsurlara uygun olarak tasarlandığı kolaylıkla görülebilir. Site, kullanıcının arayüzün kumanda merkezine yerleştirildiği görsel planıyla, kullanıcıya sistemi kontrol ettiği farkındalığını vermektedir. Sistem, tutarlı olarak baştan sona aynı görünüp aynı şekilde çalışmaktadır. İşlevlerin yalın tutulması, dolaylı yolların kullanımından uzak durularak sade bir akışla zihinsel iş yükünün azaltılmasıyla basitlik ve doğrudanlık sağlanmıştır. Netlik için görsel unsurlar, açıklamalar ve ifadeler kullanıcıya açık ve sade bir şekilde sunulmaktadır. Site, estetik olarak kullanıcıların dikkatini ve beğenisini kazanma ilkeleriyle düzenlenmiş, öğelerin simetrik yerleşimi ile dengeli, boyutların birbiriyle uyumlu olması ile orantılı, gözün rahat takip edebileceği şekilde yerleşimi ile devamlı, renk, biçim, doku, boşluk ve gruplamalarla uyumlu bir şekilde tasarlanması ile bütünsel olması sağlanmıştır. Anlamalı bir sistem akışı, öğelerin işlevleri ile ilgili ipuçları ve bilgilendirmeler ile anlaşılır bir yapı oluşturulmuştur. Sistemin hızlı ve etkin çalışabilmesiyle verimlilik sağlanmıştır. Kullanıcının potansiyel deneyimleriyle arayüzdeki öğelerin örtüşmesi ve bilindik bir komut yapısıyla tahmin edilebilirlik korunmuştur. Sistemin kullanıcıya hata yapma ihtimalini hemen hiç bırakmaması ve hatalara duyarlı olmamasıyla tolere edilebilirlik sağlanmıştır.

Site yapılandırılırken sayfa düzeninde esas alınan öge sadelik olmuştur. Sitede, yorumlar dışında yalnızca site kimliğinin paylaşıldığı “Hakkımızda” ve “Okul ismine göre arama” bölümleri yer almaktadır. Yorumlar, en başta, “kayan kutucuklar” veya “carousel” adı verilen belirli süre aralıklarıyla duran hareketli bir yapıyla sunulmaktadır. Kayan kutularda hangi okulların karşılaştırıldığını gösteren okul logoları ve isimleri ile yorum başlıkları yer almaktadır. Kutular tıklandığında, ilgili yorumun bulunduğu sayfa açılmaktadır. Kayan kutuların altında ise tüm yorumlar ikili gruplar halinde sıralanmaktadır. Sitenin bilgisayarda görünen sayfa yapısı Şekil 4’teki gibidir. Tablet ve telefondaki sayfa yapıları da Ek A’da sunulmuştur.



Şekil 4. “O Okul” sitesinin giriş sayfası

## 2.2. Bilgi Mimarisi ve Teknoloji Kabul Modeli

Bilgi mimarisi, günümüzdeki büyük bilgi yüküne erişimde ve bu bilgilerin kullanımında karşılaşılan sorunların çözümü üzerine olan tasarım tabanlı disiplinlerarası ve uygulamalı bir alandır (Resmini ve Rosati, 2011). Bu alanda, günümüz teknolojisindeki hızlı ve büyük gelişmelere uyumu etkileyen faktörleri ortaya koymaya yönelik etkin modellerden biri de Teknoloji Kabul Modeli (TKM)’dir.

### **2.2.1. Bilgi Mimarisi**

Bilgisayar sitemlerinin tasarımıyla başlayan ve ilk defa 1995’te kullanılan “bilgi mimarisi” terimi; veriyi potansiyel kullanıcıların zihnine göre düzenlemeyi, karmaşık olanı anlaşılır hale getirmeyi, insanların bilgiye ulaşma yolunu kendi deneyimleriyle bulabileceği şekilde bilgiyi düzenlemeyi ifade eder. İnternet ortamındaki bilgi mimarisi ise sitelerin yapısal tasarımıyla kullanılabilirliğe yönelik bilgileri şekillendirme sanatı ve bilimi olarak tanımlanmaktadır (Morville ve Rosenfeld, 2006).

Bilgi mimarisinde bir ürünün veya sistemin kullanım kolaylığı düzeyi olan kullanılabilirlik ve bilginin kendisi olan içerik, mimarinin esas unsurlarıdır. Bunun yanında, bağıl olarak zaman zaman aynı derecede önem kazanan estetik de bu kapsamda bir diğer mimari unsurdur. Web sitesi ve mobil uygulamalarda içerik, kullanılabilirlik ve estetik, bir bütün olarak kullanıcı memnuniyetini etkilemektedir.

#### **2.2.1.1. İçerik Tasarımı**

Web sitelerinde içerik, kullanıcıyı çeken ve siteyi rakiplerinden ayıran esas unsurdur. Bilgi mimarisi kapsamında içeriğin; hedef kitle ihtiyaçlarını karşılayan, yaş ve cinsiyet gibi kullanıcı özelliklerine uygun, anlaşılır ve ilgi çekici bir yapıda olması gerekir. Kullanılan kelimeler ve mottolar, arama motorlarını ve hedef kitleyi çekmede etkilidir. Web sitelerinde içerik, 2019’da Google tarafından arama motoru optimizasyonu için bir numaralı faktör olarak gösterilmiştir (Sparktoro, 2019).

Web sitelerinin başarısı temel olarak içerikleri ile belirlenirken, görsel tasarım ve estetik bileşenleri içeriğin destekleridir. İyi bir içeriğin kullanıcılar tarafından kabul görmesi, ancak iyi bir görsellik ile mümkün olmaktadır.

#### **2.2.1.2. Görsel Tasarım ve Kullanılabilirlik**

Kullanılabilirlik -veya göstergesi olan ifadesiyle kullanım kolaylığı- bir ürünün hedef kullanıcı kitlesi tarafından belirli amaçlara yönelik kullanımındaki etkinlik derecesidir. Kullanılabilirlik çok önemlidir, çünkü kullanıcılar bir ürünle istenen şekilde etkileşime giremezlerse doğal olarak üründen uzaklaşırlar (Kurosu ve Kashimura, 1995; Norman, 2002).



Web siteleri ve mobil uygulamalarda kullanım kolaylığı düzeyi esas olarak görsel tasarıma dayanmaktadır. Bir ürünün kullanılabilirliğini, o ürünün görsel kontrol özellikleri ve bunların işlevselliği belirler (Telek, 2013).

### **2.2.1.3. Görsel Tasarım ve Estetik**

Kullanıcı ilgisi ve memnuniyetine, içerik ve kullanım kolaylığının yanında, estetik de etki etmektedir. Estetik ile kullanım arasındaki ilişkinin varlığının yanında, estetik unsurların, kullanıcının uygulamayı daha kolay öğrenmesini ve kullanmasını sağlayabilecek kadar güçlü etkilere sahip olabildiği de vurgulanmaktadır (Tractinsky ve ark., 1997; Norman, 2002).

Bu kapsamda, tasarım ürünlerinde işlevsellik şartına eşlik eden estetik niteliklere de büyük önem verilmelidir. Estetik unsurlar zaman zaman işlevselliğin dahi önüne geçmekte, hatta bazıları kült marka olma yolunu dahi açmaktadır; Apple ve Mini gibi markalar, Google ve YouTube gibi web siteleri buna iyi uç örneklerdir. Estetik unsurlar, kullanım kolaylığında olduğu gibi, yine görsel tasarıma dayanmaktadır.

### **2.2.1.4. Kullanıcı Deneyimi**

Kullanıcı deneyimi, kullanıcının, bir ürün, sistem veya hizmetin kullanımından veya beklenen kullanımından kaynaklanan algı ve tepkileridir. Bu tanıma göre kullanıcı deneyimi, kullanım öncesi, sırası ve sonrasında kullanıcıların duygu, inanç, tercih, algı, fiziksel ve psikolojik tepki, davranış ve başarılarını içerir. (ISO, 2018)

Bir ürünü geliştirirken, kullanıcının o ürünle ilgili fiziksel ve duygusal tepkilerinin değerlendirilmesi ürünü en iyi hale getirmede son derece önemlidir. Kullanıcı deneyimi, ürünlerdeki işlemleri kullanıcının basit ve sorunsuz şekilde yapıp yapamadığını ve ürünle ilgili ne hissettiğini göstererek, ürünü doğru şekilde geliştirebilmeyi sağlar (Norman, 2002). İnsanların davranışlarına neyin neden olduğunu anlamadan tasarım yapmak, yeni bir şehri rehbersiz keşfetmek gibidir, farkında olduğumuz veya olmadığımız birçok faktör son çıktıya etki etmektedir (Weinschenk, 2011).

### 2.2.1.5. Kullanılabilirlik ve Kullanıcı Testleri

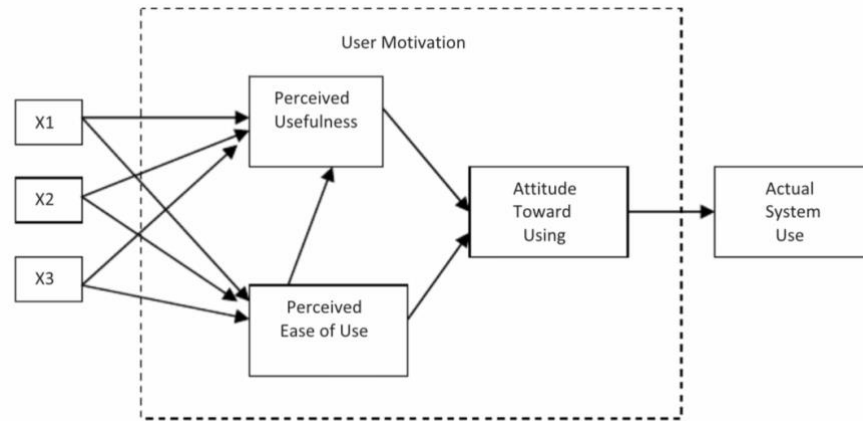
Kullanılabilirlik ve kullanıcı deneyimine ilişkin bilgiler kullanıcı testleri ile elde edilmektedir. Kullanıcı testi -veya diğer ifadesiyle, kullanılabilirlik testi-, verimliliğe, etkinliğe, kullanıcı memnuniyetine ilişkin ölçümü sağlamak için yeni ürünle belirli işlevleri gerçekleştiren hedef kitleden kullanıcıları içeren değerlendirmedir (ISO, 2013). Ürünün kullanıma ne kadar uygun olduğunun yanında, ihtiyacı ne derece karşıladığı gibi daha temel değerlendirme maddeleri de teste dahil edilebilir. Kullanıcı testi, varsayımları test etmeyi, varsa sorunları ortaya çıkarmayı ve objektifliği sağlayarak risklerin azaltılmasına, tasarımın güçlendirilmesine ve kullanıcı memnuniyetinin artırılmasına katkıda bulunur. İstenen performansa ulaşmak için tasarımcılar veri ve ipuçlarını toplayarak, doğru yapılandırma için çalışırlar. Bu yolla, önceden tahmin edilemeyen faktörler dahi ortaya çıkabilmekte, düzenlemelerin içinde yer alabilmektedir (Göransson ve Gulliksen, 2003).

Kullanıcı testi çeşitli şekillerde yapılabilir. Test, araştırmanın amacı, hedef kitle, süre ve kaynaklar dikkate alınarak; yöneticili veya serbest, uzaktan veya gerçek ortamda yüz yüze, fikir almaya veya değerlendirmeye veya karşılaştırmaya yönelik olabilir.

“O Okul” sitesinin kullanılabilirliği için de uzaktan test yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın başında, 2019 yılındaki planda, katılımcı sayısını daha yüksek tutmak amacıyla verilerin sınıf ortamında toplanması planlanmıştır. Bundaki en önemli etken, okul dışında ankete katılma oranının düşük olduğu bilgisidir. Bunun yanında, konum olarak birbirine yakın iki lisenin seçilmesinin bir nedeni de bu yöntemin kullanılacak olmasıdır. Ne var ki, Covid-19 pandemisi nedeniyle gelen sınırlamalar sonucu, uzaktan test yöntemine geçilmiştir. Bu geçişle birlikte anket, uygulama için internet ortamına taşınmış ve veriler bir web sitesi yoluyla toplanmıştır. Kullanıcılara sunulan anket maddeleri değerlendirmeye dönüktür. Çalışma böylece; uzaktan, serbest ve uygulamaya yönelik bir test olarak gerçekleştirilmiştir.

### 2.2.2. Teknoloji Kabul Modeli

Bir ürünün günümüz teknolojisindeki hızlı ve büyük gelişmelere ne derece uyum sağladığını ve uyum sürecini etkileyen faktörleri belirlemeye yönelik çeşitli modeller oluşturulmuştur. 1986 yılında Fred Davis tarafından doktora çalışmasıyla ortaya konan Teknoloji Kabul Modeli (TKM) de bu kapsamda geliştirilen modellerden biridir (Şekil 5).



Şekil 5. Teknoloji Kabul Modeli'nin temel yapısı

Halen büyük kabul gören bu model, temelinde “perceived usefulness (algılanan fayda)” ve “perceived ease of use (algılanan kullanım kolaylığı)” değişkenleri ile, bunların etki ettiği “attitude toward using (kullanım niyeti)” değişkenini içermektedir. Bu faktörler, TKM'nin “user motivation (kullanıcı motivasyonu)” yapısını oluşturmaktadır. Bu yapıdaki algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığına dış faktörler etki ederken, kullanım niyeti de doğrudan “actual system use (gerçek kullanım)” çıktısını belirlemektedir. (Davis, 1986).

Model üzerine yapılan farklı çalışmalar da, bu modelin bu konudaki diğer modellerden daha üstün olduğunu ve faktörlerin deneyimli ve deneyimsiz kullanıcılar için anlamlı yordamalarda bulunduğunu göstermiştir (Taylor ve Todd, 1995). Ortaya çıkışından günümüze kadar TKM birçok çalışmaya konu olmuş ve zamanla geliştirilmiştir. İlk model, kullanım niyeti varyansını %40 oranında açıklamaktaydı (Davis 1989). Model, zamanla başka etkenlerin de varlığının belirlenmesiyle geliştirildi. Önce, algılanan faydaya etki eden faktörlere odaklı çalışmalarla varyansı %37-%52 oranına getiren TKM 2 oluşturuldu (Venkatesh ve Davis, 2000). Daha sonra, algılanan kullanım kolaylığına etki eden faktörlere odaklı çalışmalarla ise varyansı %40-%53 oranına çıkararak TKM 3 ortaya kondu (Venkatesh ve Bala, 2008). Günümüzde TKM, teknoloji kullanımının benimsenmesine yönelik çeşitli çalışmalarda etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Mevcut veya yeni geliştirilen bir ürünü test etmenin yanında, modeli TKM ile geliştirmeye yönelik araştırmalar da literatürde görülmektedir.

### 3. YÖNTEM

#### 3.1. Metodoloji

Oluşturulan web sitesinin etkinliği ve hedef kitle tarafından benimsenmesine yönelik olan bu araştırma ilişkisel tarama türünde bir çalışmadır. Bu tür taramada, iki veya daha fazla değişken arasında birlikte değişimin varlığı ve derecesinin belirlenmesi amaçlanır (Karasar, 2000).

##### 3.1.1. Araştırmanın Deseni

Bu çalışmada, farklı bir bakış açısına sahip yeni bir web sitesinin yapılandırılmasında hangi noktaların ne derece güçlü ve hedef kitleye uygun düzenlendiği araştırılmıştır. Tasarımın okul tercihine yönelik olması, hem eğitimle doğrudan ilişkisinden dolayı olan öneminden, hem de aynı konuda internet ortamında farklı tasarımlar da bulunduğundan, bu tür bir çalışma için çok uygun bir form olarak kendini göstermektedir. Bu amaçla, literatürde kabul gören bir model ile, tasarımdaki içerik ve görsel faktörlerin etkinliği incelenmiştir.

##### 3.1.2. Araştırmanın Sınırlılıkları ve Varsayımları

Araştırmanın sınırlılıkları açısından bu araştırma;

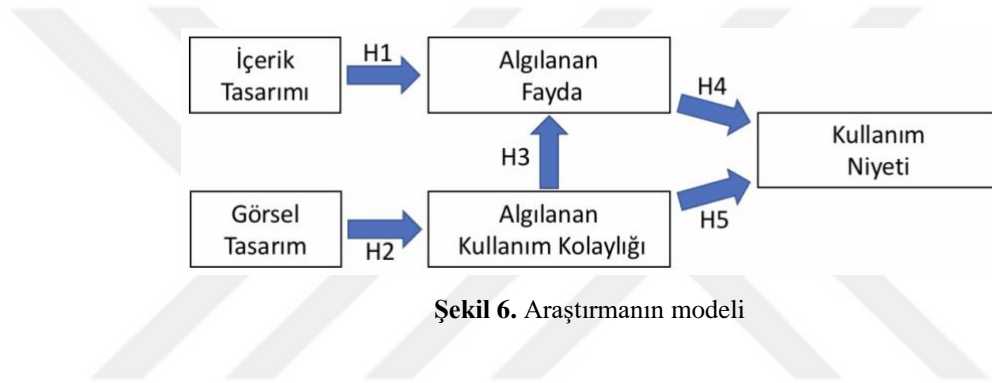
- TKM ve belirlenen bilgi mimarisi faktörleriyle,
- 2020-2021 eğitim öğretim yılıyla,
- Yazar tarafından yeni kurulan orijinal web sitesiyle,
- Bu web sitesini ilk defa deneyimleyen Beşiktaş Atatürk Anadolu Lisesi (BAAL) ve Sakıp Sabancı Anadolu Lisesi (SSAL) öğrencileriyle sınırlıdır.

Araştırmanın varsayımları açısından bu çalışmada;

- Uygulama grubundaki öğrencilerin kurulan web sitesini dikkatle inceledikleri,
- Uygulama grubundaki öğrencilerin sunulan ölçeği içtenlikle cevapladıkları varsayılmaktadır.

### 3.2. Araştırmanın Modeli

Araştırmada model olarak doğrudan Fred Davis'in geliştirdiği orijinal model esas alınmıştır. Bu temel modeldeki bağımlı değişkenler; algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı ve kullanım niyeti faktörleridir. Bunlara, dışarıdan bağımsız değişkenler olarak içerik tasarımı ve görsel tasarım faktörleri yansıtılmıştır. Bu kapsamda oluşturulan model üzerinde hipotezler de ilişki olarak tanımlanmıştır (Şekil 6).



Şekil 6. Araştırmanın modeli

### 3.3. Araştırmadaki Tanım ve Hipotezler

Araştırma modelinde 5 faktör ve 5 hipotez bulunmaktadır. Faktörlerden üçü, iç değişkenler olarak orijinal modelin temel faktörleri, diğer ikisi ise dış değişkenler olarak tasarımdan gelen faktörlerdir. dışarıdan etki etmektedir. Değişkenler, aşağıdaki şekilde tanımlanmıştır.

**İçerik Tasarımı:** Bir ürünün bilgilerin, kullanıcı ihtiyacını karşılayacak ve bunu mümkün olan en iyi şekilde sunacak biçimde kurulumu. (Richards, 2014)

**Görsel Tasarım:** Bir ürünün estetik çekiciliği ve kullanılabilirliğinin, uygun öğeler, tipografi, alan, düzen ve renklerle oluşturulması. (IDF, 2020)

**Algılanan Fayda:** Bir kişinin, belli bir sistemi kullanmasının çalışma performansını arttıracığına inanma derecesi. (Davis, 1986)

**Algılanan Kullanım Kolaylığı:** Bir kişinin, belli bir sistemi kullanmasının fiziksel ve zihinsel çaba gerektirmeyeceğine inanma derecesi. (Davis, 1986)

**Kullanım Niyeti:** Bir kişinin belirli gelecekteki davranışı yapmayı veya yapmamayı düşünme derecesi. (Warshaw ve Davis, 1985)

Araştırmanın hipotezleri ise aşağıdaki şekilde tanımlanarak, bu bölümden sonraki kısımlarda eklerindeki kısaltmalarla da ifade edilecektir.

**H1:** Sitedeki içerik tasarımının algılanan fayda üzerinde olumlu etkisi vardır. (**IT>AF**)

**H2:** Sitedeki görsel tasarımın algılanan kullanım kolaylığı üzerinde olumlu etkisi vardır. (**GT>AKK**)

**H3:** Siteye yönelik algılanan kullanım kolaylığının algılanan fayda üzerinde olumlu etkisi vardır. (**AKK>AF**)

**H4:** Siteye yönelik algılanan faydanın kullanım niyeti üzerinde olumlu etkisi vardır. (**AF>KN**)

**H5:** Siteye yönelik algılanan kullanım kolaylığının kullanım niyeti üzerinde olumlu etkisi vardır. (**AKK>KN**)

### 3.4. Örneklem

Araştırmanın evreni yüksek taban puana sahip Anadolu Liseleri öğrencileri, örnekleme ise BAAL ve SSAL öğrencileridir. Örneklem, uygun örnekleme ile belirlenmiştir. Bu örnekleme, zaman, para ve işgücü açısından sınırlılıklar nedeniyle örneklemin kolay ulaşılabilir ve uygulama yapılabilir birimlerden seçilmesidir (Büyüköztürk ve ark., 2016). Bölüm 2.2.1.5'te anlatıldığı gibi, okullara ulaşım kolaylığı ve okul konumlarının birbirine yakınlığından dolayı çalışma için seçim bu yönde olmuştur.

### 3.5. Veri Toplama Araçları

Çalışmada TKM kapsamlı literatürden derlenerek düzenlenen 24 maddenin kullanıldığı 5'li Likert türü bir anket hazırlanmıştır. Maddelerde, sitedeki hangi unsurların güçlü olduğunun ve sitenin hangi noktalarında değişim ihtiyacı gerektiğinin saptanması amaçlanmıştır. Anketin görsel anlaşılabilirliği ve kullanılan madde sayısındaki sınır, araştırmalardan elde edilen bulgular kullanılarak oluşturulmuştur (Canca ve Altun, 2011; Canca, 2011; Ek B).

Ankette TKM'nin temel faktörlerine yönelik 16 madde, bu faktörlere yansıtılan bilgi mimarisi faktörlerine yönelik ise 8 madde yer almaktadır. Modeldeki faktörler bazında tüm maddeler aşağıda sunulmuştur.

### 3.5.1. Bilgi Mimarisine İlişkin Maddeler

İçerik tasarımı:

- Bence “O Okul” web sitesindeki içerik güncel ve doğru.
- Bence “O Okul” web sitesindeki içerik kullanıcı ihtiyaçlarına uygun.
- Bence “O Okul” web sitesindeki içerik kullanışlı ve işe yarar.
- Bence “O Okul” web sitesindeki içerik güvenilir.

Görsel tasarım:

- Bence “O Okul” web sitesi kolay kullanıma uygun olarak düzenlenmiş.
- Bence “O Okul” web sitesi hız açısından çok iyi (tıklanan sayfaların açılması gibi).
- Bence “O Okul” web sitesi içeriğindeki bilgilerin organizasyonu açık bir şekilde tasarlanmış.
- Bence “O Okul” web sitesi güzel ve kaliteli bir görünüme sahip.

### 3.5.2. Teknoloji Kabul Modeline İlişkin Maddeler

Algılanan fayda:

- Bu siteyi kullanmak okul seçimimde daha çabuk karar vermeme sağlayabilir.
- Bu siteyi kullanmak okul seçimimde daha doğru karar vermeme sağlayabilir.
- Bu siteyi kullanmak verimliliğimi arttıracaktır.
- Bu siteyi kullanmak okul seçimimde etkin olmama olumlu etkileyecektir.
- Bu siteyi kullanmak seçim yapmamı kolaylaştıracaktır.
- Bu siteyi kullanmak okul seçimi için karar vermede işe yarar.

Algılanan kullanım kolaylığı:

- Bu siteyi kullanmayı öğrenmek benim için kolay.
- Bu siteyi kullanırken verdiğim komutlara göre istediğim karşılığı alabiliyorum.
- Bu siteyi rahat bir etkileşim ile kullanabilirim.
- Bu siteyi açık ve anlaşılır buldum.
- Bu siteyi kısa sürede ustaca kullanabilirim.
- Bu siteyi kullanmak kolay olacak.

Kullanım niyeti:

- “O Okul” web sitesini önümüzdeki aylarda da kullanırım.
- “O Okul” web sitesini kullanmak isteyeceğimi pek sanmıyorum.
- “O Okul” web sitesini yardımcı olmak istediğim arkadaşlarıma tavsiye edebilirim.
- “O Okul” web sitesinin beğenileceği için öğrenciler tarafından kullanılacağını düşünüyorum.

### **3.6. Veri Toplama Süreci**

Araştırmanın başında, verilerin sınıf ortamında, ders programına uygun bir zaman aralığında, her bir sınıfta en fazla 20 dakika süre içinde alınması planlanmıştır. Bu sürenin öğrencilerin siteyi inceleyerek anket maddelerini cevaplamaları için yeterli olduğu görülmüştür. Covid-19 pandemisinin ortaya çıkmasıyla, hazırlanan uygulama internet ortamına taşınarak kullanıcılara ulaştırılmıştır.

#### **3.6.1. Kullanılan Test Türü ve Test Ortamı**

Anket için uygulama platformunun seçimi de dünya çapında en çok tercih edilen platformlar arasından yapılmıştır. İlk 10 platformdan Google Forms, Survey Monkey ve Survey Planet'e anket maddeleri yüklenmiş, bunların içinden görselliği nedeniyle Survey Planet seçilmiştir.

Kullanıcıların kişisel bilgileri, kişisel verilerin korunması kanunu nedeniyle alınmamış, yalnızca okul ve sınıf bilgileri alınmıştır. Katılan öğrencilere, 24 maddenin ardından, varsa eksik kalan görüşleri için ek bir sayfa bırakılmıştır. Öğrencilerin anketi içtenlikle tamamladıklarının teyidinin yanında, gerektiği takdirde belli bir katılımcıya paylaşımıyla ilgili ulaşabilmek için anketin sonuna "en sevdiğiniz renk ve meyve" açık uçlu sorusu da eklenmiştir. Cevaplamada sabit bir tekrarda bulunanlar, ya da 21. maddedeki olumlu ifadenin karşıtı niteliğindeki 22. maddeye yine benzer cevap verenlerden gelen veriler araştırma dışında bırakılmıştır.

#### **3.6.2. Tarih Aralığı**

Uygulama için BAAL ve SSAL ile görüşmenin ardından Mart 2020'de MEB sisteminde başvuru süreci başlatılmıştır. Ancak, bu tarihte patlak veren Covid-19 pandemisi nedeniyle ertelenen araştırmanın çalışma planında değişikliğe gidilmiştir. Sonuçta, Ekim 2020'de İstanbul Valiliği ve İl Milli Eğitim Müdürlüğü tarafından onaylanan izinlerle uygulamalar Kasım 2020'de yapılmıştır (Ek C).



### 3.7. Veri Analizi

Veri analizinde yöntem olarak betimsel analiz ve içerik analizi yöntemleri kullanılmıştır. Betimsel analiz, veri setinin önceden oluşturulan temalarla neden-sonuç ilişkileri içinde değerlendirildiği bir yöntemken, içerik analizi de, kavramlaştırılan veriler arasındaki ilişkilerin belirlendiği analiz yöntemidir (Karasar, 2000). Veri seti, SPSS-AMOS (Statistical Package for the Social Sciences - Analysis of Moment Structures) yazılımıyla analiz edilmiştir.

Analizde ikinci nesil veri analiz tekniği olan Yapısal Eşitlik Modellemesi kullanılmıştır. Bu teknik, regresyon gibi birinci nesil tekniklere kıyasla, karmaşık modellerin incelenmesinde problemi tek bir süreçte ele alan, ilişkiler ağına yönelik varsa yeni düzenlemeler tavsiye eden, ölçüm hatalarını hesaba katan özellikleriyle ön plana çıkmaktadır (Dursun ve Kocagöz, 2010).

Veri analizine geçmeden önce, örneklem büyüklüğünün yeterliliği kontrol edilmiştir. YEM analizleri için katılımcı sayısı olarak 100, 150 ve 200 gibi farklı görüşlerin yanında, her madde için en az 5 ve 10 gibi yaklaşımlardır (O'Reilly, 2020). Bu sayılara bakıldığında, çalışmaya katılarak güvenilir paylaşımda bulunan 256 öğrencinin gereken sayının üzerinde olduğu görülmektedir.

## 4. BULGULAR

### 4.1. Merkezi Dağılım Değerleri ve Doğrulayıcı Faktör Analizi

5’li Likert türü ankette görüşlerin 0 ile 4 aralığında alındığı araştırmada, merkezi dağılım ölçülerinden ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 2’de sunulmuştur.

Faktörler	Madde özeti	Ortalama	Standart Sapma
İçerik tasarımı	Güncel ve doğru	2,996	0,874
	Kullanıcı ihtiyaçlarına uygun	3,055	0,944
	Kullanışlı ve işe yarar	3,164	0,914
	Güvenilir	3,004	0,874
Görsel tasarım	Kolay kullanıma uygun	3,219	0,982
	Hızlı	3,047	0,989
	Organizasyonu açık	3,027	1,000
	Görünümü güzel ve kaliteli	2,730	1,145
Algılanan fayda	Daha çabuk karar verme	2,695	1,029
	Daha doğru karar verme	2,902	1,026
	Verimliliği artırma	2,758	1,079
	Seçimde daha etkin olma	2,922	1,007
	Seçimi kolaylaştırma	2,879	1,028
Algılanan kullanım kolaylığı	Karar vermede işe yarama	3,039	0,993
	Kolay öğrenme	3,395	0,952
	Komutlara karşılık alabilme	3,203	0,928
	Rahat etkileşim	3,230	0,906
	Açık ve anlaşılır	3,227	0,922
	Kısa sürede öğrenme	3,324	0,877
Kullanım niyeti	Kolay kullanım	3,402	0,862
	İleride kullanma	2,672	1,089
	İleride kullanmama	1,242	1,076
	Tavsiye etme	2,840	1,049
	Başkalarının benimsemesi	2,977	0,998

**Tablo 2.** Anket maddelerinin uygulamadaki merkezi dağılım değerleri

Tablo incelendiğinde dışsal değişkenler olan “içerik tasarımı” ve “görsel tasarım” faktörlerine ilişkin görüşlerin, 0-4 skalasında 3 ile ifade edilen “kısmen katılıyorum” seçeneği çevresinde toplandığı görülmektedir. İçsel değişkenlere ilişkin görüşlerin ise; “algılanan fayda” faktörü için “kısmen katılıyorum” değerinin biraz altında, “algılanan kullanım kolaylığı” faktörü için de “kısmen katılıyorum” değerinin biraz üzerinde toplandığı görülmektedir. Bunun yanında, modeldeki çıktı ögesi olan “kullanım niyeti” faktörü için de, görüşlerin “kısmen katılıyorum” değerinin biraz altında toplandığı görülmektedir. Dağılıma ilişkin bu genel bilgilerin ardından, doğrulayıcı faktör analizine geçilmiştir.

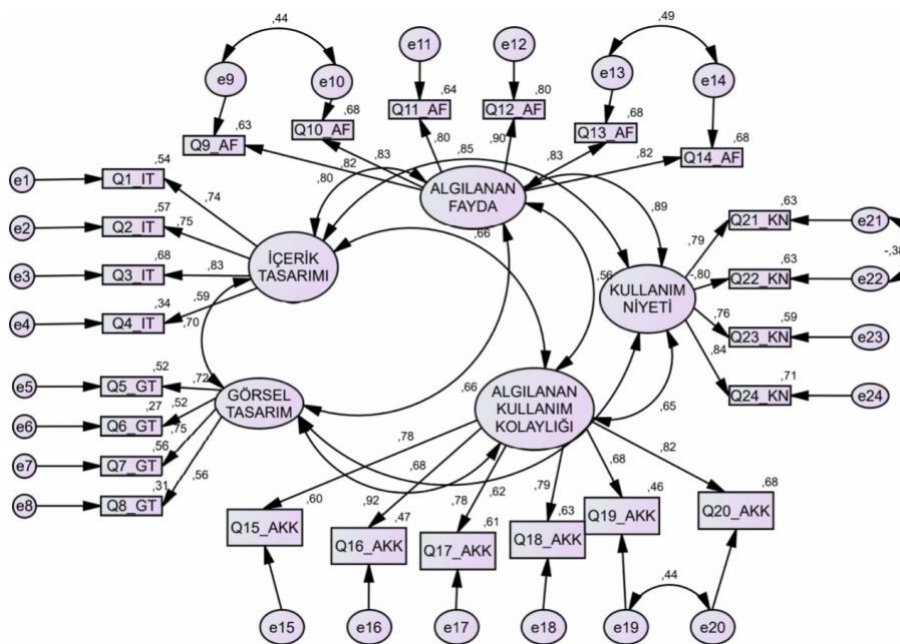
Doğrulayıcı faktör analizi (DFA) (Confirmatory Factor Analysis: CFA), ölçek geliştirme ve geçerlilik analizlerinde veya önceden belirlenmiş bir yapının doğrulanmasında kullanılır (Yaşlıoğlu, 2017). Çalışmadaki veri setinin yapılacak analize uygunluğunun incelenmesinde ilk olarak faktörler arasındaki korelasyonlara bakılmıştır (Tablo 3).

Faktörler	IT	GT	AF	AKK	KN
IT		0,561	0,705	0,563	0,592
GT	0,561		0,573	0,739	0,471
AF	0,705	0,573		0,520	0,687
AKK	0,563	0,739	0,520		0,499
KN	0,592	0,471	0,687	0,499	

**Tablo 3:** Faktörler arası korelasyon matrisi ( $p < 0,001$ )

Korelasyon bulgularına bakıldığında tüm faktörler arasında anlamlı düzeyde ( $p < 0,001$ ) ilişki bulunduğu görülmektedir. Bununla birlikte GT-AKK, IT-AF ve AF-KN faktörleri arasındaki korelasyonların görece yüksek olduğu da görülmektedir. Bunlar da sırasıyla çalışmanın H2, H1 ve H4 hipotezlerine karşılık gelmektedir.

Korelasyon bulgularının ardından, 5 faktörle eşleştirilmiş 24 madde içeren ilişki modeline bakılmıştır (Şekil 7). Modeldeki standartlaştırılmış yüklerin tümü 0,5 değerinin üzerindedir (Tablo 4). Tüm faktörlerin Cronbach's Alpha değerleri uygulamanın güvenilirliği kapsamında (Bademci, 2006) yüksek çıkmıştır.



**Şekil 7:** Doğrulayıcı faktör analizi aşamasına ait ölçme modeli

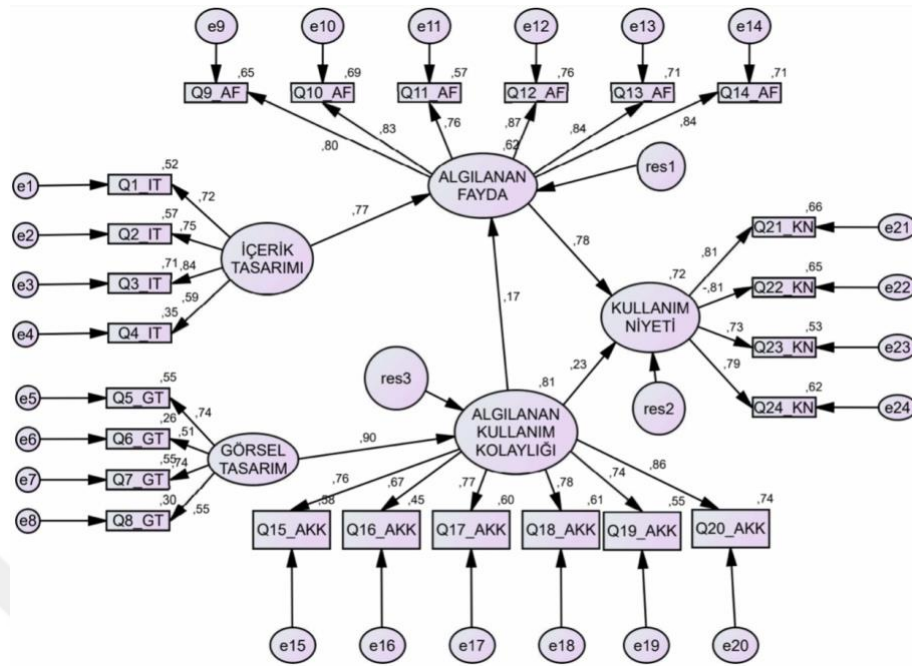
Faktörler	Madde No	Standart olmayan faktör yükü	Standart faktör yükü	Açıklanan varyans	Cronbach's Alpha	Birleşik güvenilirlik (CR)	Ortalama açıklanan varyans (AVE)
İçerik tasarımı	1	1,256	0,736	0,542	0,815	0,727	0,401
	2	1,387	0,753	0,568			
	3	1,473	0,826	0,683			
	4	1,000	0,586	0,344			
Görsel tasarım	5	1,100	0,718	0,516	0,720	0,677	0,352
	6	0,799	0,518	0,268			
	7	1,166	0,748	0,559			
	8	1,000	0,560	0,313			
Algılanan fayda	9	1,000	0,797	0,635	0,935	0,906	0,618
	10	1,032	0,825	0,681			
	11	1,055	0,801	0,642			
	12	1,100	0,896	0,803			
	13	1,035	0,826	0,682			
	14	0,999	0,825	0,680			
Algılanan kullanım kolaylığı	15	1,040	0,776	0,602	0,892	0,874	0,537
	16	0,892	0,683	0,467			
	17	0,996	0,781	0,609			
	18	1,028	0,792	0,627			
	19	0,836	0,677	0,459			
	20	1,000	0,824	0,678			
Kullanım niyeti	21	1,000	0,791	0,625	0,885	0,773	0,440
	22	-0,994	-0,796	0,633			
	23	0,932	0,765	0,585			
	24	0,975	0,841	0,708			

**Tablo 4:** Ölçme modeline ait faktör yükleri ve yakınsama geçerliliği sonuçları

Dağılıma ilişkin bu genel bilgilerin ardından, modelin kurulumuna geçilmiştir.

#### 4.2. İlk Modelin Kurulumu, Model Uyum Değerleri ve İkinci Modele Geçiş

İstatistik analize, Şekil 6'da görülen orijinal TKM modeline uygun olarak düzenlenen faktörlerin, Yapısal Eşitlik Modellemesiyle AMOS'ta kurulumuyla başlanmıştır. Kurulan modelin çalıştırılması ile, yapısal ilişkilere ilişkin sayısal veriler Şekil 8'deki gibi elde edilmiştir. Bu temel modele ait model uyum ölçüleri ise Tablo 4'te sunulmaktadır. Model uyum ölçüleri, modelin doğruluğu hakkında fikir verir. İyi bir Yapısal Eşitlik Modellemesi modelinin, ideal uyum değerlerine uyması beklenir (Byrne, 2011).



Şekil 8: İlk modele ilişkin yordama verileri

Örnekleme büyüklüğünün 250'den büyük, değişken sayısının da 12 ile 30 arasında olması durumundaki ideal uyum için referans değerlerine göre (Byrne, 2011) ilk modelin uyum değerleri Tablo 5'te verilmiştir.

	Referans değerler	İlk modelin uyum değerleri
CMIN/DF	< 5	2,948
GFI	> 0.90	0,819
CFI	> 0.92	0,887
NFI	> 0.90	0,839
TLI	> 0.90	0,873
RMSEA	< 0.07	0,087

Tablo 5: İdeal uyum değerlerine karşılık ilk modelin uyum değerleri

İlk modelde yalnızca CMIN/DF için olan değer ideal değere uyarken, diğer tüm uyum değerleri ideal değerlere uymamaktadır. Model, bu haliyle zayıf kalmakta, AMOS programının önereceği iyileştirmelerin yapılmasını gerektiğini işaret etmiştir. Buna göre;

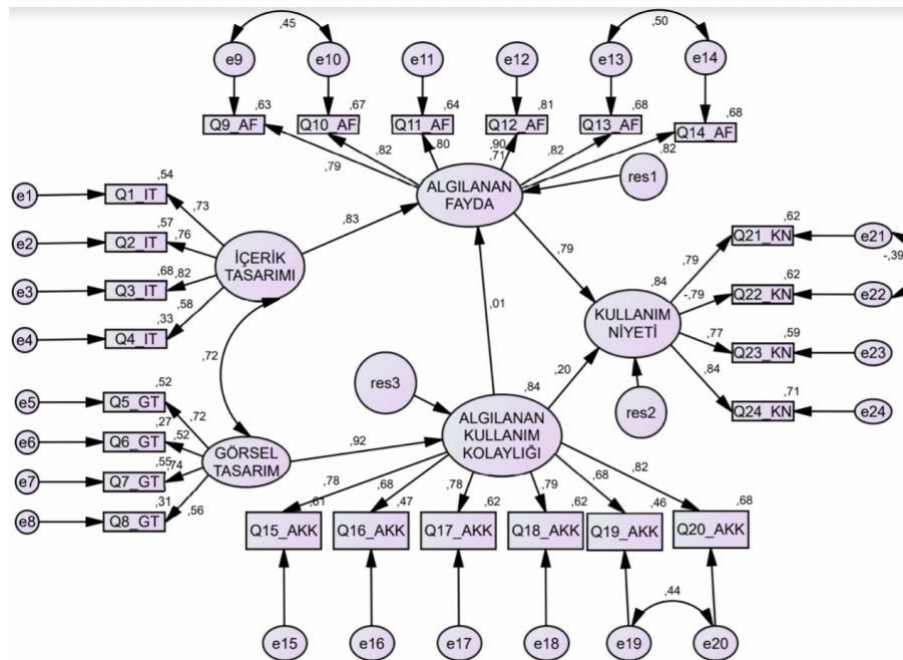
- IT ile GT faktörleri,
- AF faktöründeki 9. ve 10. maddeleri,
- AF faktöründeki 13. ve 14. maddeleri,
- AKK faktöründeki 19. ve 20. maddeleri,
- KN faktöründeki 21. ve 22. maddeleri

arasına çift yönlü ilişki göstergeleri kurulmuştur.

AMOS'un bu değişikliklere işaret etmesi, merkezi dağılım değerlerine ve madde içeriklerine bakılarak da kısmen anlaşılabilir. Dışsal değişkenlerdeki hiçbir madde arasında çift yönlü ilişki getirilmezken, bu faktörlerdeki maddelere ilişkin görüşlerin çok yakın değerlerde toplanması dikkat çekmektedir ve bu, bu faktörlerin arasında çift yönlü ilişki getirilmesine neden olan durumlardan biri olabilir. Bunun yanında, AF faktöründeki 9. ile 10. maddeler arasında kurulan bağın, maddelerdeki ifadelerin birbirine benzerliğinden kaynaklanıyor olması kuvvetle muhtemeldir. Benzer şekilde, aynı faktördeki 13. ile 14. maddeler arasında kurulan bağın, bu maddelerin üzerinde durduğu özelliklerin benzerliğinden oluşturulduğu söylenebilir. AKK faktöründeki 19. ve 20. maddeler arasında kurulan bağın ise, yine bu maddelerin üzerinde durduğu özelliklerin benzerliğinden oluşturulduğu söylenebilir. KN faktöründeki 21. ve 22. maddelerin arasında kurulan bağ ise, bu maddelerdeki ifadelerin birbirinin ters anlamında olduğundan kaynaklanmaktadır. Bu değişiklikler, faktör ilişkileri ve uyum değerlerini genel olarak olumlu etkilemiştir (Tablo 6). Bu şekilde yenilenen model Şekil 9'da sunulmuştur.

	Referans değerler	Yenilenen modelin uyum değerleri
<b>CMIN/DF</b>	< 5	1,829
<b>GFI</b>	> 0.90	0,875
<b>CFI</b>	> 0.92	0,953
<b>NFI</b>	> 0.90	0,902
<b>TLI</b>	> 0.90	0,946
<b>RMSEA</b>	< 0.07	0,049

**Tablo 6:** İdeal uyum değerlerine karşılık yenilenen modelin uyum değerleri



**Şekil 9:** Yenilenen modele ilişkin yordama verileri

İkinci modeldeki GFI değeri hariç tüm değerler modelin ideal uyum için gereken seviyeye ulaştığını göstermektedir. AMOS programının önerdiği düzenlemeler yapıldığında elde edilen bu son modeldeki verilerle hipotezlerin testine geçilmiştir.

### 4.3. Hipotezlere İlişkin Yordama Bulguları

YEM analizinin sonunda, modeldeki değişkenler arasındaki ilişkiler ve regresyon yükleri Tablo 7’de sunulmaktadır.

Yapısal İlişkiler	Regresyon Yükleri	Standart Yükler	t değerleri	p değerleri	Hipotez sonucu
<b>H1:</b> IT > AF	1,347	0,183	7,377	0,000	Kabul
<b>H2:</b> GT > AKK	1,018	0,119	8,528	0,000	Kabul
<b>H3:</b> AKK > AF	-	-	-	0,850	Ret
<b>H4:</b> AF > KN	0,831	0,076	10,926	0,000	Kabul
<b>H5:</b> AKK > KN	0,238	0,064	3,706	0,000	Kabul

**Tablo 7:** Hipotezlere ilişkin yordama bulguları

Tablo 7’de tüm hipotezler kabul görürken, yalnızca H3 hipotezinin reddi dikkat çekmektedir. AMOS’un yönlendirmeleri dışında H3 hipotezinin olası kabul durumu ile ilgili model üzerinde ek testler de yapılmıştır. İlk testte AMOS’un işaret ettiği eklemelerden IT ile AF arasındaki korelasyonel ok kaldırılmıştır. Bundan ayrı bir testte, dış değişkenlerin diğer iç değişkenlere olası etkisi için IT’den AKK’ya ve GT’den AF’ye iki adet yordama oku eklenmiştir. Yine bu denemelerden ayrı olarak, aralarına korelasyonel oklar yerleştirilen benzer madde çiftlerinden birer tanesi, faktörlere olan yüklerdeki değişime göre seçilerek çıkarılmıştır. Her bir durumda, uyum değerleri zayıflarken, H3 için de pozitif yönde anlamlı bir değişim ortaya çıkmamıştır. Bu bulgulara göre, test edilen hipotezlerin, algılanan kullanım kolaylığının algılanan fayda üzerine etkisine ilişkin olan H3 hipotezi hariç, desteklendiği görülmektedir.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

### 5.1. Model Bazında Sonuçlar

Çalışmanın birinci hipotezi (H1), sitedeki içerik tasarımının algılanan fayda üzerindeki etkisine ilişkindir. Bulgular, içerik tasarımının, *beklendiği gibi*, algılanan faydayı olumlu yönde etkilediğini doğrular niteliktedir. Okul tercihi konusunda başvuru alan bir sitedeki içeriğin, hemen her konuda bekleneceği gibi, bu konuda da algılanacak faydayı etkilemesi beklenen bir durumdur. İçerik tasarımının algılanan faydayı olumlu yönde yordaması da sitedeki içerik tasarımının amaca uygun şekilde düzenlendiğini göstermektedir.

Çalışmanın ikinci hipotezi (H2), sitedeki görsel tasarımın algılanan kullanım kolaylığı üzerindeki etkisine ilişkindir. Bulgular, görsel tasarımın, *beklendiği gibi*, algılanan kullanım kolaylığını olumlu yönde etkilediğini doğrular niteliktedir. Okul tercihi konusunda kullanılacak bir sitedeki görsel tasarımın, hemen her konuda bekleneceği gibi, bu konuda da algılanacak kullanım kolaylığını etkilemesi beklenen bir durumdur. Görsel tasarımının algılanan faydayı olumlu yönde yordaması da sitedeki görsel tasarımının amaca uygun şekilde düzenlendiğini göstermektedir.

Çalışmanın üçüncü hipotezi (H3), algılanan kullanım kolaylığının algılanan fayda üzerindeki etkisine ilişkindir. Bulgular, algılanan kullanım kolaylığının, *literatürde belirtilenin aksine*, algılanan fayda üzerinde bir etkisi olmadığını göstermemektedir. Algılanan kullanım kolaylığının algılanan fayda üzerinde anlamlı düzeyde bir etkisinin bulunmaması, üzerinde çalışma yapılan böyle bir site için açıklanabilir bir durumdur. TKM, teknoloji alanındaki çok çeşitli ürüne yönelik oluşturulmuş bir modeldir. Bu nedenle, elbette, belli bir teknolojik ürünün belli bir fayda amacıyla deneyimlenmesinde, kullanım kolaylığının faydaya doğrudan etki etmesi beklenir. Akıllı ev aletleri, otonom araçlar, yüz tanıma sistemleri gibi teknolojik ürünler buna örnektir. Fakat tasarlanan web sitesi için kullanım kolaylığının faydaya doğrudan bir etkisi olduğu söylenemez. Dahası, tasarımdaki sadeliğin bu ilişkiyi en alt düzeyde tuttuğu da muhtemeldir. Test edilen bu ilişkinin anlamlı düzeyde çıkmaması, içerik tasarımı ve görsel tasarım dış etkenleri bağlamında, algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığı faktörlerini bu çalışmada birbirinden oldukça bağımsız bir şekilde ele almamızı göstermektedir.



TKM'ye göre bireyler yeni bir ürünü, kendilerine sağlayacağı fayda ve kullanım kolaylığı düzeylerine ilişkin algıları ölçüsünde kullanma eğilimindeyken, aynı kapsamda, algılanan kullanım kolaylığının algılanan faydaya da etkisi bulunmaktadır (Silva ve Diaz, 2007). Bu iki temel faktör, araştırmalarda birçok yeni faktörün denenmesine rağmen modeldeki en etkili değişkenler olarak kalmaktadır (Avcı ve Gülbahar, 2013). Fakat birçok araştırmada faktörler arası ilişkiler dikkate alınmadan modelin basitliği nedeniyle TKM'ye atıfta bulunduğu da görülmektedir (Ajibade, 2018). Dijital oyun oynama isteğinde bu oyunları zor veya kolay bulma ve zaman kaybı veya zihin jimnastiği olarak görme arasındaki farklarla oluşan algı durumlarına yönelik çalışmalarda TKM'nin kullanılma kararı ve biçimi buna güzel bir örnektir (Charness ve Boot, 2016). Uygulamadaki H3 ile ilgili bulgunun bir nedeni olarak, ürünün kullanımının kullanıcı grubu tarafından kolay bulunmasıyla AKK'nın yüksek düzeyde kalması gösterilebilir. Doğal olarak AKK'nın AF'ye etkisini minimuma indiren bu durumu oluşturan bir unsurun yine tasarımdaki sadelik olduğu söylenebilir. TKM'nin öncelikli savı, kullanıma esas olarak AF ve AKK'nın etki ettiği (Davis ve ark., 1989). H3'ün reddi, AF ve AKK'nın modeldeki temel etkenler olma durumunu da değiştirmemektedir.

Çalışmanın dördüncü hipotezi (H4), algılanan faydanın kullanım niyeti üzerindeki etkisine ilişkindir. Bulgular, algılanan faydanın, *literatürde belirtildiği gibi*, kullanım niyetini olumlu yönde etkilediğini doğrular niteliktedir. Okul tercihi konusunda kullanılacak bir site için algılanan faydanın kullanım niyetine yapı olarak doğrudan bir etkisi vardır ve bu nedenle bu çıktı faktörünü yorduyor olması beklenen bir durumdur.

Çalışmanın beşinci hipotezi (H5), algılanan kullanım kolaylığının kullanım niyeti üzerindeki etkisine odaklanmaktadır. Bulgular, algılanan kullanım kolaylığının, *literatürde belirtildiği gibi*, kullanım niyetini olumlu yönde etkilediğini doğrular niteliktedir. Okul tercihi konusunda kullanılacak bir site için algılanan kullanım kolaylığının kullanım niyetini, yapı olarak algılanan fayda gibi faktöre doğrudan bir etkisi olmasa da dolaylı olarak yorduyor olması beklenen bir durumdur.

Tüm sonuçlar göz önüne alındığında, araştırma kapsamındaki bilgi mimarisi faktörlerinin, üzerinde çalışılan web sitesinin benimsenmesine olumlu yönde etki ettiği görülmektedir. Bu da içerik tasarımı ve görsel tasarımın, hedef kitle de dikkate alınarak, araştırma kapsamındaki kriterlere göre iyi bir seviyede oluşturulduğunu göstermektedir.

## 5.2. Faktör ve Madde Bazında Sonuçlar

Bulgulara faktör bazında bakıldığında, içerik ve görsel tasarımdaki başarının birbirine yakın olduğu söylenebilir. Dış faktörler arasındaki bu benzerlikten farklı olarak, algılanan fayda ve algılanan kullanım kolaylığı düzeyleri arasında da, ölçülen kapsam dahilinde, kullanım kolaylığı lehine fark olduğu görülmektedir.

Bulgulara madde bazında bakıldığında, tasarımın geneli ve bazı noktaları için ek yorumlar da yapılabilir. Bunlardan ilki, sitedeki mezun yorumlarında isim olarak kimlerin yorum yaptığının yazılı olmamasıyla ilgilidir. Site tasarlanırken, yazarlardan içten yazacakları paylaşımlar alabilmek için, kimlik bilgilerinin sitede yer almayacağı bilgisi verilmiştir. Kullanıcılar, yazar bilgisini görmemelerine rağmen, 4 numaralı maddeye ilişkin bulgularda da görüldüğü gibi, siteyi güvenli kabul etmektedirler. Benzer şekilde, yorumlarda mezunların hangi yıl o okullardan mezun oldukları bilgisi de sitede yer almamaktadır. Buna rağmen kullanıcılar, 1 numaralı maddeye ilişkin bulgularda da görüldüğü gibi, sitedeki bilgileri güncel kabul etmektedirler.

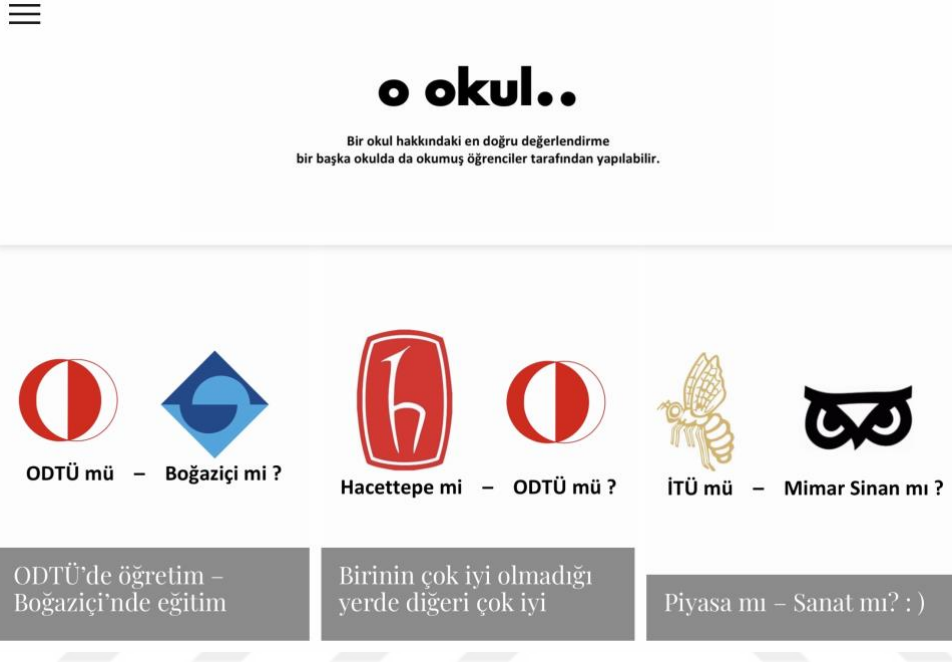
Kullanıcılara anket maddelerinin ardından “Site hakkında -varsa- eklemek istediğiniz görüşleriniz:” maddesini 32 öğrenci cevaplamış, cevapların çoğunun tavsiye içerikli olduğu görülmüştür. Tavsiyeler; farklı tür karşılaştırmaların eklenmesi, arayüz düzenindeki alan oranlarının değişmesi, fotoğraf ve sayısal bilgilere yer verilmesi, yurtdışındaki okulların birbiriyle karşılaştırılması ve yurtdışına başvuru bilgilerinin eklenmesi gibi çeşitlilik göstermektedir. Paylaşımların tümü Ek D’de sunulmuştur.

## 5.3. Öneriler

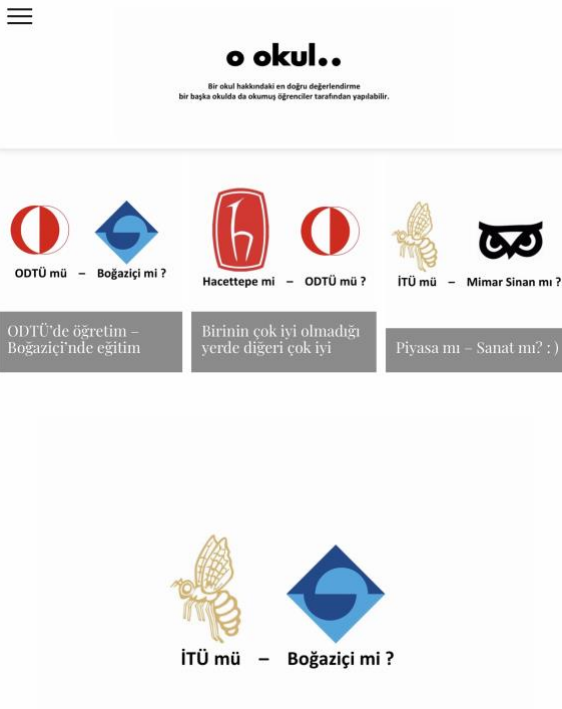
Orijinal bir web sitesi tasarımının daha da iyi seviyelere çıkabilmesi için, kullanıcılardan elde edilen açık uçlu paylaşımlara göre güçlendirmeler ve takibinde yeni ölçümler yapılmalıdır. Araştırmada, TKM’nin temel değişkenlerinden algılanan fayda, algılanan kullanım kolaylığı ve kullanım niyeti ele alınmıştır. Kullanım niyetinin doğrudan etkilediği kabul edilen gerçek kullanım ölçülmemiştir. Ölçüm için daha değişik ve ayrıntılı araçların gerektiği bu faktör de site geliştirme süreçlerinde zaman ve kaynak ayrılarak ölçülebilir.

## Ek A: Sitenin Farklı Mobil Cihazlardaki Görünümü

### Bilgisayarda görünüm



### Tablette görünüm



### Telefonda görünüm



## Ek B: Anket Sayfası Örneği

O Okul
surveyplanet

Değerli BAAL ve SSAL öğrenci arkadaşlarımız;  
Türkiye'de ilk defa sizin görmüş olduğunuz web sitemizin deneme sürümü ile ilgili görüşleriniz bizim için çok çok değerli...!  
Bunun için 3 dakikalık kısa anketimiz karşınızda...😊

Başla

[Privacy Policy](#) | [GDPR](#)


O Okul
surveyplanet

Bence "O Okul" web sitesindeki içerik GÜNCEL VE DOĞRU.\* ✔

Hiç katılmıyorum      Pek katılmıyorum      Kararsızım      Kısmen katılmıyorum      Tamamen katılıyorum

İleri

## Ek C: Uygulama İzin Yazıları



T.C.  
İSTANBUL VALİLİĞİ  
İl Millî Eğitim Müdürlüğü

Sayı : 59090411-20-E.14763157  
Konu : Anket ve Araştırma İzin Talebi

14/10/2020

VALİLİK MAKAMINA

İlgi : a) Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi'nin 15.09.2020 tarihli ve 2988 sayılı yazısı.  
b) Bakanlığımızın 21.01.2020 tarih ve 1563890/ 2020/2 No'lu genelgesi  
c) Müdürlüğümüz Araştırma ve Anket Komisyonunun 12.10.2020 tarihli tutanağı.

Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Lisans Öğrencisi Deniz CANCA'nın "Okul Tercihine Yönelik Bir Web Sitesi için Kullanıcı Deneyimi Analizi ve Site Yapılandırması" konulu tezine dair araştırma çalışmasını Beşiktaş Atatürk Anadolu Lisesi ve Sakıp Sabancı Anadolu Lisesinde Web Sitesi Değerlendirme Anketi uygulama isteği hakkındaki ilgi (a) yazı ve ekleri müdürlüğümüze incelenmiştir.

Araştırmacının söz konusu talebi; bilimsel amaç dışında kullanılmaması, uygulama sırasında bir örneği müdürlüğümüzde muhafaza edilen mühürlü ve imzalı veri toplama araçlarının kurumlarımıza araştırmacı tarafından ulaştırılarak uygulanması, katılımcıların gönüllülük esasına göre seçilmesi, araştırma sonuç raporunun kamuoyuyla paylaşılmaması koşuluyla, okul idarelerinin denetim, gözetim ve sorumluluğunda, eğitim-öğretimi aksatmayacak şekilde ilgi (b) Bakanlık emri esasları dâhilinde uygulanması, işlem bittikten sonra 2 (iki) hafta içinde sonuçtan Müdürlüğümüze istememanket@meb.gov.tr adresine mail yoluyla bilgi verilmesi kaydıyla Müdürlüğümüze uygun görülmektedir.


Makamlarınızca da uygun görülmesi halinde olurlarınıza arz ederim.

Levent YAZICI  
İl Millî Eğitim Müdürü

OLUR  
14/10/2020

Dr. Hasan Hüseyin CAN  
Vali a.  
Vali Yardımcısı

Ek:  
1-İlgi (a) yazı (13 Sayfa)  
2- Genelge (2 Sayfa)  
3- Komisyon Tutanağı (1 Sayfa)



İstanbul Millî Eğitim Müdürlüğü | Strateji Geliştirme Şb. Md.  
birdirek Mh. İmran Öktem Cd. No:1 Sultanahmet - Fatih İstanbul  
Elektronik Ağ: www.istanbul.meb.gov.tr  
E-posta: sgb34@meb.gov.tr

Bilgi için: Yavuz KILIÇ (Şef)  
Tel: 0 (212) 384 36 32  
Faks: 0 ( ) \_\_\_\_\_

Bu evrak güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır. <https://evraksorgu.meb.gov.tr> adresinden 48ab-1dc6-327b-9840-89aa kodu ile teyit edilebilir.



T.C.  
İSTANBUL VALİLİĞİ  
İl Millî Eğitim Müdürlüğü

Sayı : 59090411-44-E.14871950  
Konu : Anket Araştırma İzni

15.10.2020

MİMAR SİNAN GÜZEL SANATLAR ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜNE  
Fen Bilimler Enstitüsü  
(Meclis-i Mebusan Caddesi No: 24 Fındıklı MSGSÜ Fen Bilimleri Enstitüsü Beyoğlu / İstanbul)

İlgi : a) 15.09.2020 tarihli ve 2988 sayılı yazınız.  
b) Valilik Makamının 14.10.2020 tarihli ve 14763157 sayılı oluru.

Üniversiteniz Fen Bilimleri Enstitüsü Lisans Öğrencisi Deniz CANCA'nın "Okul Tercihine Yönelik Bir Web Sitesi için Kullanıcı Deneyimi Analizi ve Site Yapılandırması" konulu tez araştırma çalışması hakkındaki ilgi (a) yazınız ilgi (b) valilik onayı ile uygun görülmüştür.

Bilgilerinizi ve araştırmacının söz konusu talebi; bilimsel amaç dışında kullanmaması, uygulama sırasında bir örneği müdürlüğümüzde muhafaza edilen mühürlü ve imzalı veri toplama araçlarının kurumlarınıza araştırmacı tarafından ulaştırılarak uygulanması, katılımcıların gönüllülük esasına göre seçilmesi, araştırma sonuç raporunun kamuoyuyla paylaşılması koşuluyla, gerekli duyurunun araştırmacı tarafından yapılması, okul idarecilerinin denetim, gözetim ve sorumluluğunda, eğitim-öğretimi aksatmayacak şekilde ilgi (b) Valilik Onayı doğrultusunda uygulanması ve işlem bittikten sonra 2 (iki) hafta içinde sonuçtan Müdürlüğümüze istememanket@meb.gov.tr adresine mail yoluyla bilgi verilmesini arz ederim.

Murat GÖZÜDOK  
İl Millî Eğitim Müdürü a.  
Şube Müdürü

Ek:  
1- Valilik Onayı  
2- Ölçekler



es: İstanbul Millî Eğitim Müdürlüğü | Strateji Geliştirme Şb. Md.  
Büyükdere Mh. İsmail Ökten Cd. No:1 Sultanahmet - Fatih İstanbul  
İletişim Ağı: www.istanbul.meb.gov.tr  
E-posta: sgb34@meb.gov.tr

Bilgi için: Yavuz KILIÇ (Şef)

Tel: 0 (212) 384 36 32  
Faks: 0 ( ) \_\_\_\_\_

Bu evrak güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır. <https://evraksorgu.meb.gov.tr> adresinden 4a14-0ba8-34f9-bff2-3568 kodu ile teyit edilebilir.



## Ek D: Site Hakkında Öğrenci Paylaşımları

Date	Answers	
Dec 3, 2020	Sitenin tasarımı çok hoş yazılar harika :)	
Dec 3, 2020	site görsellik yönünden geliştirilebilir:	
Dec 3, 2020	yok	
Dec 3, 2020	azıcık grafik tasarım yapın sanki amongus oynuyorum	
Dec 3, 2020	yok	
Dec 3, 2020	Site daha toplu bir hale getirilebilir. Buna örnek olarak harvardın websitesi göz atabilirsiniz.	Nov 27, 2020
Dec 3, 2020	siteyi nasıl kullanmam gerektiğini anlamadım.	Bence ilk olarak daha fazla içerik gelmeli örnek:mesela üniversite üniversite değerlendirmektense üniversite bölümleri değerlendirmek daha mantıklı olur ya da mesela özel üniversitelere burslu girince parasıyla giren öğrencilerde olacağı için çok refah içinde olmayabilir bunun için özel üniversitelere ful burslu girmek mi ya da devlet üniversitesi tercih etmek mi gibi seçeneklerde gelebilir.Bunun yanında yurtdışı tek bir bölüm olarak değerlendirilmemesi üniversite üniversite değerlendirilmelidir.Yurt dışı üniversitelerine başvuru süreci açıklanabileceği gibi yurtdışından bir üniversiteye girerken yazılacak cv nin nasıl yazılacağı hakkında bilgide verilmelidir ayrıca eğitim siteleri çok güzel olan ülkelerdeki çocuklara yurtdışında bir üniversiteye girerken nasıl kendimizi geliştirebileceğimizi bunu nyanında hangi ders çalışma tekniğinin akılda daha kalıcı olacağı gibi bilgilerde verilebilir.Teşekkürler.
Dec 3, 2020	Daha çok bölümden bahsedilebilir.	Nov 27, 2020
Dec 3, 2020	Arayüz tasarımı başarısız kalan her şey çok iyi	Bahsedilen üniversitelerin kampüs resimlerine yer verilebilir. Okulun kütüphanesi, labları gibi okul içi imkanlardan bahsedilip, fotoğraflarla desteklenebilir.
Dec 3, 2020	İçerikler biraz artırılır ve detaylandırılır çok daha iyi olur.	Nov 18, 2020
Dec 2, 2020	Mükemmel bir site olmuş kıyas yapılarak gidilmesi gerçekten çok hoş	An itibarıyla beklentileri karşılayan bir site değil. Çok eksik bilgileri olan bir sayfa benim kanaatimce şöyle ki; okul ve bölümleri hakkında yeterli bilgilendirme yok okuldan mezun olduğunda iş hayatına yansımaları iş bulma açısından faydası net bir şekilde örnekler ile belirtilmelidir. Okul ve bölümlere ait puan ve yüzdelik dilimlerini gösteren bir arşiv bilgisi olmalı ki öğrenci veya veli bu siteyi ziyaret ettiğinde mukayese edilebilir imkanı olsun.Ayrıca okul ve Kampüs tanıtımı video ve görsellerle desteklenmelidir. Okullardaki hocaların akademik kariyerleri ve okulda kaç as. Prof. kaç ad.Doçent kaç ad.Dr.kaç adet araştırma görevlisi vs.gibi bilgilerinde yine bu sitede olması okul ve bölüm hakkındaki tanıtım destekleri niteliğinde olmalı.Özellikle son zamanlarda devlet okullarında da eğitim kalitesinin düştüğüne şahit olmaktadır bunun sebebi de gerek siyaseten gerekse maddi veya manevi nedenlerle bir çok tecrübeli llyakat hocaların özel üniversitelere gittiği şeklinde duymaktadır ve görmekteyiz.Dolayısıyla bu sitede kanaatimce özellikle kaliteli eğitim veren özel üniversitelerin tanıtım bilgilerinin de yer almasıdır. Saygılarımla
Dec 2, 2020	çok güzel	Nov 18, 2020
Dec 2, 2020	Zamanla daha fazla üniversite daha çok bölüm hakkında detaylar gelirse verimliliği artar	Çok detaylı okul ve bölümleri hakkında bilgiler eksik. Ayrıca daha sonrasında mezunlarının iş bulma imkanlarını kıyaslama yorumları olmalı bununla birlikte okul detay görselleri ile birlikte sayfa desteklenmeli keza puanlama yüzdelik dilimleri ve tercih sıralaması güncel bir şekilde okulların ve bölümlerin kıyaslanabileceği şekilde arşiv bilgileri de Web sitesinde yer almalı okullardaki ders veren hocaların akademik kariyer bilgileri keza detaylı bir şekilde yer almalı çünkü bir çok hocanın gerek siyasi gerekse maddi manevi nedenlerle özel üniversitelere gittiklerini duyuyor ve görüyoruz bu nedenle devlet okullarında ki eğitim öğretim seviyesinin de düştüğüne tanık oluyoruz.Dolayısıyla bu sayfada özel üniversitelere yer verilmesini öneririm.
Dec 2, 2020	Okullar hakkındaki fikirler biraz daha nesnel olabilir :)	Nov 14, 2020
Dec 2, 2020	Siteye bayıldım, hep böyle okulları karşılaştırayabileceğimiz profesyonel bir site istiyordum :)	Gereksiz
Dec 2, 2020	Meslekler için de özel bi alanları olsa ve okullar hakkında daha geniş bi fikir verseler meslek odaklı mühendislik isteyen biri de otdu isteyebilir mimarlık da bu nedenle okulların meslek içi işlevlerini de verseler baya iyi olue	Nov 12, 2020
Dec 2, 2020	Arayüz daha düzenli ve renkli olabilir, biraz soluk olmuş geliştirilmeye ihtiyacı var ve öğrencinin bölümü seçip ona göre yazılar karşısına çıkması lazım, başarılar	Daha detaylı, açık bilgiler sunup kıyaslamaları arttırmamız bizim için çok daha iyi olacaktır. İTÜ mü yurt dışı mı karşılaştırmanın da çok faydalı olacağını düşünüyorum. Belki bir gün yurt dışında kariyer planlaması yapanlar için okul önerileri ve sosyalleşme tavsiyeleri sunarsınız diye düşünüyü siteyi kontrol ediyor olacağız.
Dec 2, 2020	Sitenin hitap ettiği kitlenin içinde bulunduğu yoğunluktan dolayı metinler oluşturulurken az ve öz bilgi verilmesi lafın dolandırılmaması daha etkili olabilir	Nov 10, 2020
Dec 2, 2020	kötü	Başlığın kapladığı alan olması gerekenden büyük olmuş. Onun dışında gayet başarılı bir site.
Dec 2, 2020	O üniversitelerin tanıtım filmlerini koyabilirsiniz veya o üniversitenin öğrencilerinden görüşlerinin alabilirsiniz	Nov 10, 2020
Dec 2, 2020	Tasarımı çok birbirine karışık bir şekilde ve insanların istediği bilgiye ulaşması zor. Daha sade ve kategorize edilmiş bir tasarım kullanmak yararınıza olacaktır.	Nov 10, 2020
Nov 30, 2020	aslında fikir olarak güzel ama çok az bölümü ve okulu kapsıyor, mesela benim istediğim bölüme dair hiçbir şey yoktu. Eğer söz	Nov 10, 2020
Nov 27, 2020	Öncelikle bizleri düşünüp böyle bir site hazırladığınız için çok teşekkürler. Site gayet güzel ve kullanışlı. Gerçekten üniversite seçiminde kararsız kalan öğrenciler için çok yararlı olabilir. Bence teması birazcık daha renkli olursa sitenin genel görünüşü daha da güzelleşebilir. Onun dışında benden mi kaynaklı bilemiyorum ama siteye bilgisayardan girdiğimde anasayfada aşağı inip yazıların olduğu bölüme geldiğimde en sağda bir boşluk oluyor. Dediğim gibi benden kaynaklı mı bilemiyorum ama eğer sitenin tasarımıyla alakalıysa açıklası o sağdaki boşluk beni biraz rahatsız etti. Öyle pek güzel durmuyor bence. Bunlar dışında bence site gayet güzel başta da dediğim gibi. Bir de , bunun için yorumlar kısmı var gerçi ama , öğrencilerin üniversitelerden mezun olanlara mezun oldukları üniversite hakkında akıllarındaki soruları sorabileceği forum gibi bir özellik siteye eklenirse site çok çok daha güzel ve kullanışlı hale gelebilir. Ayrıca bir iki yazıya baktım. Gayet samimi ve eğlenceli bir dille yazılmışlardı bence. İnşallah bundan sonraki yazılar da yine aynı samimiyette ve eğlencede olur :D Şimdilik aklıma gelenler bunlar. Bizi düşünüp bu siteyi hazırladığınız için tekrardan teşekkürler, kolay gelsin :)	Nov 10, 2020

cdn-tema.mncdn.com

BAAL-SSAL ÖĞRENCİLERİ  
ÜLKEMİZİN ÇÖLLEŞMESİNE KARŞI  
YÜRÜTÜLEN MÜCADELEDE,  
ELAZIĞ DUTPINAR  
HATIRA ORMANI'NA






25

ADET FİDAN BAĞIŞLAYARAK  
ÜLKEMİZİN YEŞİL DOKUSUNUN  
GENİŞLETİLMESİNE ANLAMLIL BİR  
KATKIDA BULUNDUNUZ.

ÇEVRECİ YAKLAŞIMINIZI  
KUTLAR, DESTEKLERİNİZİN  
DEVAMINI DİLERİZ.

Deniz Ataç  
Yönetim Kurulu Başkanı

**TEMA**

tema.org.tr |      temavakfi

bagis@tema.org.tr | 0212 291 90 90

9696089\_4



## KAYNAKLAR

- Ajibade, P.** (2018). Technology Acceptance Model Limitations and Criticisms: Exploring the Practical Applications and Use in Technology-Related Studies, Mixed-Method, and Qualitative Researches. *Library Philosophy and Practice*, Summer 2018, 1-13.
- Avcı Yücel, Ü., Gülbahar, Y.** (2013). Technology Acceptance Model: A Review of the Prior Predictors. *Ankara University, Journal of Faculty of Educational Sciences*, 46(1), 89-109.
- Bademci, V.** (2006). Güvenirligi Doğru Anlamak ve Bazı Klişeleri Yıkamak: Bilinenlerin Aksine, Cronbach'ın Alfa Katsayısı, Negatif ve “-1”den Küçük Olabilir. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7(12), 3-26.
- Byrne, B.M.** (2011). *Structural Equation Modeling with AMOS: Basic Concepts, Applications and Programming*. Routledge, Taylor & Francis Group, Abingdon.
- Brooks Jr, F.P.** (2010). *The Design of Design: Essays from a Computer Scientist*. Pearson Education Inc., Boston MA.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş., Demirel, F.** (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara.
- Canca, D.** (2011). Do They Really Agree When They Say “I Agree”? *International Journal of Arts and Sciences, Prague Conference 2011 Proceedings*.
- Canca, D., Altun, S.** (2011). An Approach to the Optimum Length of Research Questionnaires. *International Journal of Arts and Sciences, Prague Conference 2011 Proceedings*.
- Charness, N., Boot, W.R.** (2016). *Technology, Gaming, and Social Networking. Handbook of the Psychology of Aging*. Academic Press, Elsevier Inc.
- Davis, F.D.** (1986). *A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory and Results*. Ph.D. Thesis, MIT.
- Davis, F.D.** (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-40.
- Davis, F.D., Bagozzi R.P., Warshaw, P.R.** (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- Dursun, Y., Kocagöz, E.** (2010). Yapısal Eşitlik Modellemesi ve Regresyon: Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 35, 1-17.
- Freedman, M.** (2020). How to Choose a Domain Name for Your Business. *Business.com Blog*, [business.com/articles/the-perfect-domain-11-important-facts-about-domain-names/](https://business.com/articles/the-perfect-domain-11-important-facts-about-domain-names/)
- Galitz, W.O.** (2007). *The Essential Guide to User Interface Design: An Introduction to GUI Design Principles and Techniques*. John Wiley & Sons, New York.
- Garrett, J.J.** (2010). *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond*. New Riders, Pearson Education, San Francisco, CA.

**Göransson, B., Gulliksen, J.**, (2003). The Usability Design Process – Integrating User-Centered System Design in the Software Development Process. *Software Process Improvement and Practice*, 8(2), 111-131.

**Gulliksen, J., Göransson, B., Boivie, I., Blomkvist, S., Persson, J., Cajander, A.** (2003). Key Principles for User-Centered System Design. *Behavior & Information Technology*, 22(6), 397-409.

**IDF**, (2020). What is Visual Design?, *Visual Design*. [interaction-design.org/literature/topics/visual-design](https://interaction-design.org/literature/topics/visual-design)

**ISO**, (2013). Usability of Consumer Products and Products for Public Use – Part 2: Summative Test Method. [iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:ts:20282:-2:ed-2:v1:en](https://iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:ts:20282:-2:ed-2:v1:en)

**ISO**, (2018). Ergonomics of Human-System Interaction – Part 11: Usability: Definitions and Concepts. [iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9241:-11:ed-2:v1:en](https://iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9241:-11:ed-2:v1:en)

**Johnson, J.** (2010). *Designing with the Mind in Mind: Simple Guide to Understanding User Interface Design Guidelines*. Morgan Kaufmann P., Elsevier Inc., Cambridge, MA.

**Karasar, N.** (2000). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.

**Karvonen, K.** (2000). The Beauty of Simplicity. *Proceedings on the 2000 Conference on Universal Usability*.

**Keith, C.** (2017). What Makes a World Famous Logo? *Colleen Keith Design Blog*, [colleenkeith.com/what-makes-a-world-famous-logo/](https://colleenkeith.com/what-makes-a-world-famous-logo/)

**Kurosu, M., Kashimura, K.** (1995). Apparent Usability vs. Inherent Usability Experimental Analysis on the Determinants of the Apparent Usability. *Mosaic of Creativity, CHI Companion*, Denver, CO

**Maeda, J.** (2006). *The Laws of Simplicity: Design, Technology, Business, Life*. The MIT Press, Cambridge MA and London.

**McArdle, S.** (2018). *Logo Design Evolution*. The Logo Company, [thelogocompany.net/blog/logo-design/logo-design-evolution/](https://thelogocompany.net/blog/logo-design/logo-design-evolution/)

**Morville, P., Rosenfeld, L.** (2006). *Information Architecture for the World Wide Web: Designing Large-Scale Web Sites*. O'Reilly Media, Sebastopol, CA.

**Norman, D.** (2002). *The Design of Everyday Things*. Basic Books, New York

**O'Reilly** (2020). The Rules of Thumb for Sample Size Needed for SEM. [oreilly.com/library/view/structural-equation-modeling/9781118356302/c07anchor-1.html](https://oreilly.com/library/view/structural-equation-modeling/9781118356302/c07anchor-1.html)

**Owen, C.** (2007). Design Thinking: Notes on its Nature and Use. *Design Research Quarterly*, (2)1, 16-27.

**Önlü, N.** (2004). Tasarımda Yaratıcılık ve İşlevsellik. *Atatürk Üniversitesi SBE Dergisi*, 3(1), 85-95.

**ÖSYM** (2019). *YKS Yükseköğretim Programları ve Kontenjanları Kılavuzu*. [dokuman.osym.gov.tr/pdfdokuman/2019/YKS/kontkilavuz\\_18072019.pdf](https://dokuman.osym.gov.tr/pdfdokuman/2019/YKS/kontkilavuz_18072019.pdf)

**Resmini, A., Rosati, L.** (2011). A Brief History of Information Architecture. *Journal of Information Architecture*, 3(2), 33-45.

**Richards, S.** (2014). What is Content Design? *Government Digital Service UK Blog*, [gds.blog.gov.uk/2014/03/14/what-we-mean-when-we-talk-about-content-design/](https://gds.blog.gov.uk/2014/03/14/what-we-mean-when-we-talk-about-content-design/)

**Silva, P.M., Diaz, G.A.** (2007). Theories About Technology Acceptance: Why The Users Accept or Reject the Information Technology

**Schaferhoff, N.** (2019). How to Choose a Domain Name: 10 Recommendations & Tips. Website Setup Blog, [websitesetup.org/choose-domain-name](https://websitesetup.org/choose-domain-name)

**Schaferhoff, N.** (2020). Popular CMS by Market Share. Website Setup Blog, [websitesetup.org/news/popular-cms](https://websitesetup.org/news/popular-cms)

**Sparktoro** (2019). Google Ranking Factors 2019: Opinions from 1500+ SEO's. [sparktoro.com/blog/resources/google-ranking-factors-2019/](https://sparktoro.com/blog/resources/google-ranking-factors-2019/)

**Statistica** (2020). Most Popular Top-Level Domains Worldwide. [statista.com/statistics/265677/number-of-internet-top-level-domains-worldwide/](https://statista.com/statistics/265677/number-of-internet-top-level-domains-worldwide/)

**Stone, D., Jarrett, C., Woodroffe, M., Minocha, S.** (2005). User Interface Design and Evaluation. Morgan Kaufmann Publishers, San Francisco, CA.

**Taylor, S., Todd, P.A.** (1995). Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Models. *Information Systems Research*, 6(2), 144-176.

**Telek, C.** (2013). Kullanılabilirlik Kavramı, Tasarım Süreci İçindeki Yeri ve Benzer Tasarım Yaklaşımları ile İlişkisi. Yüksek Lisans Tezi, MSGSÜ.

**Tractinsky, N., Katz, A.S., Ikar, D.** (2000). What is Beautiful is Usable. *Interacting With Computers*, 13(2), 127-145.

**Venkatesh, V., Bala, H.** (2008). Technology Acceptance Model 3 and a Research Agenda on Interventions. *Decision Sciences*, 39(2), 273-315.

**Vankatesh, V., Davis, F.D.** (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186-204.

**Warshaw P.R., Davis, F.D.** (1985). Disentangling behavioral intention and behavioral expectation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 21(3), 213-228.

**Weinschenk, S.M.** (2011). 100 Things Every Designer Needs to Know About People. New Riders, Pearson Education, San Francisco, CA.

**Whiteley, N.** (1993). Design for Society. Reaktion Books Ltd, London.

**Yandex** (2020). Alan Adları ve Uzantılarına Göre Türkçe Web Siteleri. [yandex.com.tr/company/press\\_center/infographics/domains](https://yandex.com.tr/company/press_center/infographics/domains)

**Yaşhoğlu, M.M.** (2017). Sosyal Bilimlerde Faktör Analizi ve Geçerlilik: Keşfedici ve Doğrulayıcı Faktör Analizlerinin Kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46: 74-85.