

**T.C.
ERZİNCAN BİNALİ YILDIRIM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TEMEL EĞİTİM ANA BİLİM DALI
SINIF EĞİTİMİ BİLİM DALI**

**İLKOKUL 4.SINIF ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA
KULLANMA ALIŞKANLIKLARININ İNCELENMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

**Hazırlayan
İsa TEMİZEL**

**Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin BULUT**

MAYIS 2023, ERZİNCAN

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK

“İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanma Alışkanlıklarının İncelenmesi” isimli “**Yüksek Lisans**” tezim tarafımda incelenmiştir. Buna göre tezimde bilimsel etik ihlali ve intihal olarak nitelendirilebilecek herhangi bir durum olmadığını taahhüt ederim. Bu çalışmadaki tüm bilgilerin, akademik ve etik kurallara uygun bir biçimde elde edildiğini; aynı zamanda bu kural ve davranışların gerektirdiği gibi, bu çalışmanın özünde olmayan tüm materyal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans gösterdiğimi beyan ederim.

İsa TEMİZEL

T.C.
ERZİNCAN BİNALİ YILDIRIM ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Ana Bilim Dalı : Temel Eğitim
Program Adı : Tezli Yüksek Lisans
Tez Başlığı : İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanma Alışkanlıklarının İncelenmesi

Yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının a) Giriş b) Ana bölümler ve c) Sonuç kısımlarından oluşan (Kapak, Ön söz, Özet, İçindekiler ve Kaynakça hariç) toplam hariç) toplam 105 sayfalık kısmına ilişkin 25/05/2023 tarihinde **Turnitin** intihal programından aşağıda belirtilen filtreleme uygulanarak alınmış olan özgünlük raporuna göre tezin benzerlik oranı %15'tir.

Filtrelemeye tırnak içerisindeki alıntılar dahil edilmiştir. Filtrelemede yedi (7) kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç tutulmuştur.

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez İntihal Raporu Uygulama Esaslarını inceledim ve bu uygulama esaslarında belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmasının herhangi bir intihal içermediğini, aksinin tespit edilmesi durumunda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini bilgilerinize arz ederim. 26/05/2023

Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin BULUT

Öğrenci: İsa TEMİZEL

KILAVUZA UYGUNLUK

“İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanma Alışkanlıklarının İncelenmesi” başlıklı Yüksek Lisans Tezi Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Lisansüstü Tez Yazım Kılavuzuna uygun olarak hazırlanmıştır.

Hazırlayan

İsa TEMİZEL

Danışman

Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin BULUT



KABUL VE ONAY TUTANAĞI

Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin BULUT danışmanlığında **İsa TEMİZEL** tarafından hazırlanan “**İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanma Alışkanlıklarının İncelenmesi**” adlı bu çalışma jürimiz tarafından Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Temel Eğitim Ana Bilim Dalı Sınıf Eğitimi Bilim Dalı’nda **Yüksek Lisans Tezi** olarak oy birliği ile kabul edilmiştir.

26/05/2023

JÜRİ:

Danışman	:	Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin BULUT	(İmza)
Üye	:	Doç. Dr. Alper KAŞKAYA	(İmza)
Üye	:	Doç. Dr. Yavuz SÖKMEN	(İmza)

ONAY:

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulu'nun /.... /2023 tarih vesayılı kararı ile onaylanmıştır.

..... /..... /2023

Prof. Dr. Necdet TOZLU

Enstitü Müdürü

ÖN SÖZ

Tez yazım süresince; bilgisi ve tecrübeleriyle bana her konuda destek olan, çalışmamda yoluma ışık tutan, tüm bu süreçte maddi-manevi desteklerini her zaman yanımda hissettiğim, her konuda bana yol gösteren değerli danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin BULUT'a ve çok kıymetli hocam Doç. Dr. Alper KAŞKAYA'ya teşekkür eder, ellerinden öperim.

Tüm sıkıntılı anlarımda sonsuz desteğiyle her zaman yanımda olan, nazımı çeken, her aradığımda yanımda bulduğum kardeşim Okan GÜÇTEKİN'e; maddi ve manevi destekleriyle hayatımın her anında yanımda olan, her daim dualarıyla yanı başımda olan başta annem ile babam olmak üzere tüm aileme tüm kalbimle teşekkür ederim.

İsa TEMİZEL, Erzincan,2023

İLKOKUL 4.SINIF ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA KULLANMA ALIŞKANLIKLARININ İNCELENMESİ

İsa TEMİZEL

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi,

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Yüksek Lisans Tezi, Mayıs 2023

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin BULUT

ÖZET

Bu araştırma, ilkokul öğrencilerinin sosyal medya kullanma alışkanlıklarının incelenmesi amacıyla 2021-2022 eğitim öğretim döneminde yapılmıştır. Çalışma grubunu, Kars ilinin Arpaçay ilçesindeki ilkokullarda eğitim gören 4. sınıflar oluşturmaktadır. Araştırma için random(rastgele) seçilmiş 4.sınıf öğrencileri ve örneklem yöntemlerinden kolay ulaşılabilir örneklem kullanılarak belirlenen 30 öğrenci ile görüşmeler yapılmıştır. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden olan “durum çalışması” kullanılmış ve araştırma deseni olarak iç içe geçmiş tek durum deseninden faydalanılmıştır. Veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından geliştirilen “İlkokul Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanma Alışkanlıklarının Belirlenmesi” yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Verilerin analizinde Nvivo11 nitel veri analizi programı kullanılmıştır.

Araştırmada ilkokul 4.sınıf öğrencilerinin sosyal medya kullanma alışkanlıkları; sosyal medyayı kullanma sıklıkları, kullanma amaçları, kullanma doygunluğu ve karşılaşılan engeller belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın sonucunda; öğrencilerin izledikleri sosyal medya içerikleri çeşitlerine göre değişiklik gösteriyor olsa da sosyal medya kullanma sebeplerinin genel olarak birbirine benzediği ve genellikle eğitici olması, can sıkıntılarını gidermesi, boş vakitlerini doldurması, eğlendirmesi gibi sebeplerden kullandıkları görülmüştür. Araştırmada elde edilen bulgular sonucunda öğrencilerin yoğun olarak komik ya da eğlenceli videolar izledikleri ve izleme nedeni olarak ise en çok aile etkisi ile boş zamanlarını gösterdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İlkokul, Medya, Sosyal Medya, Medya Okuryazarlığı.

EXAMINATION OF SOCIAL MEDIA USING HABITS OF PRIMARY SCHOOL 4th GRADE STUDENTS

İsa TEMİZEL

Erzincan Binali Yıldırım University

Graduate School of Social Sciences

Master Thesis May 2023

Supervisor: Asst. Prof. Dr. Hüseyin BULUT

ABSTRACT

This research was conducted in the 2021-2022 academic year in order to examine the social media usage habits of primary school students. The study group consists of 4th graders studying in primary schools in Arpaçay district of Kars province. For the research, interviews were conducted with randomly selected 4th grade students and 30 students determined by using easily accessible sample from sampling methods. In the research, “case study”, which is one of the qualitative research methods, was used and the nested single case desing was used as the research desing. As a data collection tool, a semistructured interview form “Determination of Social Media Usage Habits of Primary School Students” developed by the researcher was used. Nvivo11 qualitative data analysis program was used in the analysis of the data.

Social media usage habits of primary school 4th grade students; The frequency of using social media, the purposes of using it, the saturation of use and the obstacles encountered were tried to be determined. As a result of the research; Although the social media content that students watch varies according to the types, it has been observed that the reasons for using social media are generally similar and they are generally used for reasons such as being educational, relieving boredom, filling free time, entertaining. As a result of the findings obtained in the research, it was concluded that the students watched funny or entertaining videos intensively and that they mostly showed the family effect and their spare time as the reason for watching.

Keywords: Primary School, Media, Social Media, Media Literacy.

İÇİNDEKİLER

İLKOKUL 4.SINIF ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA KULLANMA ALİŞKANLIKLARININ İNCELENMESİ

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK	i
TEZ ÖZGÜNLÜK SAYFASI.....	ii
KILAVUZA UYGUNLUK	iii
KABUL VE ONAY TUTANAĞI.....	iv
ÖN SÖZ	v
ÖZET	vi
ABSTRACT	vii
İÇİNDEKİLER.....	viii
SİMGELER VE KISALTMALAR LİSTESİ	xii
TABLolar LİSTESİ	xiii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiv
GRAFİK LİSTESİ.....	xv
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL AÇIKLAMALAR VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

1.1.Kuramsal Açıklamalar	7
1.1.1.Medya.....	7
1.1.2. Sosyal Medya	21
1.2. Sosyal Medya ve Çocuk.....	32
1.2.1. Çocukların Sosyal Medya Kullanma Nedenleri.....	33
1.2.2. Çocukların Sosyal Medya Kullanma Alışkanlıklarının Belirlenmesinde Ailenin Rolü	34

1.2.3. Ebeveyn Tutumlarının Medya Kullanımı Üzerine Etkileri.....	37
1.1.4. Sosyal Medyanın Çocuklar Üzerindeki Olumlu ve Olumsuz Etkileri	39

İKİNCİ BÖLÜM

İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. Sosyal Medya Kullanma Alışkanlıkları İle İlgili Yurt İçi Çalışmalar	42
2.2. Sosyal Medya Kullanma Alışkanlıkları İle İlgili Yurt Dışı Çalışmalar.....	46

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

3.1. Araştırma Modeli	48
3.2. Çalışma Grubu	48
3.3. Veri Toplama Aracı	51
3.4. Verilerin Toplanması	51
3.5. Araştırmanın Geçerliği ve Güvenirliği	51
3.6. Verilerin Analizi	52

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

4.1. Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanma Davranışları	53
4.2. Öğrencilerin Engellerle Karşılaşma Durumu.....	76
4.3. Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımlarındaki Ortak Yaşantıları.....	85
4.4. Öğrenci Tutumları.....	90
4.5. Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanma Farkındalıkları(Fayda/Zarar).....	95

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

5.1. Sonuç ve Tartışma.....	99
-----------------------------	----

5.1.1. İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Kendilerine Ait Sosyal Medya Hesaplarının Bulunup Bulunmamasına Yönelik Bulguların Tartışılması	100
5.1.2. İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Hafta İçi Günlerinde Sosyal Medyada Vakit Geçirdikleri Saat Aralıklarına Yönelik Bulguların Tartışılması	101
5.1.3. İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Hafta Sonu Günlerinde Sosyal Medyada Vakit Geçirdikleri Saat Aralıklarına Yönelik Bulguların Tartışılması	102
5.1.4. İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Hafta İçi ve Hafta Sonu Günlerinde Sosyal Medya Kullanma Sürelerine Yönelik Bulguların Tartışılması	103
5.1.5. İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Kullanmış Oldukları Sosyal Ağlara Yönelik Bulguların Tartışılması.....	104
5.1.6. İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medyada İzlemeyi Tercih Ettikleri İçeriklere Yönelik Bulguların Tartışılması	104
5.1.7. İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Hesaplarını Kullanma Amaçlarına Yönelik Bulguların Tartışılması	107
5.1.8. İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Hesaplarını Birlikte Kullanmayı Tercih Ettikleri Kişilere Yönelik Bulguların Tartışılması.....	107
5.1.9. İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya İçeriklerinden Akıllarında Kalan İfade ve Sahnelere Yönelik Bulguların Tartışılması	109
5.1.10. İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanmanın Yarar/Yararlarına Yönelik Bulguların Tartışılması	111
5.1.11. İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanmanın Zarar/Zararlarına Yönelik Bulguların Tartışılması.....	112
5.1.12. İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medyadaki Kişilere Bakış Açıklarına Yönelik Bulguların Tartışılması.....	113
5.1.13. İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanırken Karşılaştığı Engellere Vermiş Olduğu Tepkilere Yönelik Bulguların Tartışılması	114
5.2. Öneriler	115
KAYNAKÇA.....	118

EKLER	124
ÖZ GEÇMİŞ	130



SİMGELER VE KISALTMALAR LİSTESİ

MEB : Milli Eğitim Bakanlığı

TDK : Türk Dil Kurumu

BİT : Bilgi ve İletişim Teknolojileri

TUİK : Türkiye İstatistik Kurumu

DSÖ : Dünya Sağlık Örgütü

APA : American Psychological Association

Nvivo : Nitel Veri Analiz Yazılımı



TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1.1.: Medya Tanımları	8
Tablo 1.2.: Yaygın Medya Okuryazarlığı Tanımları	20
Tablo 1.3.: Sosyal Medya Araçlarının Sınıflandırılması	24
Tablo 4.1.: Çalışma Grubunun Bireysel Özellikleri.....	49
Tablo 4.2.: Öğrencilere Göre Sosyal Medyanın Faydaları ve Zararları	96



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1.: Riley ve Riley Modelinde İletişim Sistemi ve Toplumsal Yapı İlişkisi	16
Şekil 4.1.: Öğrencilerin Sosyal Medya İçeriklerini İzleme Nedenleri.....	68
Şekil 4.2.: Öğrencilerin İzledikleri İçeriklerden Akıllarında Kalan İfadeler	73
Şekil 4.3.: Aile Üyelerinin ve Arkadaşlarının Sosyal Medya Hesapları Var Mı?	74
Şekil 4.4.: Ailen Sosyal Medya Kullanmana Kızıyor Mu, Neden?	77
Şekil 4.5.: Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımlarının Engellendiği Durumlar	80
Şekil 4.6.: Öğrencilerin Ailelerinden Gizli Sosyal Medyaya Giriş Yapmama Nedenleri	83
Şekil 4.7.: Öğrencilerin Aileleriyle Sosyal Medyada Vakit Geçirirken Hissettiği Duygular	86
Şekil 4.8.: Öğrencilere İzlettirilen Sosyal Medya İçerik Türleri.....	87
Şekil 4.9.: Ailelerin Çocukları Sosyal Medyaya Yönlendirdiği Durumlar	88
Şekil 4.10.: Öğrencilerin Kendini Yerde Olmayı Hayal Ettiği Kişiler	94
Şekil 4.11.: Öğrencilerin Sosyal Medyadan Gelen Mesajlara Verdikleri Tepkiler ve Nedenleri	97

GRAFİK LİSTESİ

Grafik 4.1.: Öğrencilerin Uyuma Saatleri	54
Grafik 4.2.: Öğrencilerin Okul Günlerinde Medya Araçlarında Vakit Geçirdikleri Zaman Aralıkları.....	55
Grafik 4.3.: Öğrencilerin Hafta Sonu Medya Araçlarında Vakit Geçirdikleri Zaman Aralıkları.....	56
Grafik 4.4.: Öğrencilerin Kullandıkları Sosyal Medya Araçları(Platformları).....	58
Grafik 4.5.: Öğrencilerin İzlemeyi Tercih Ettikleri Sosyal Medya İçerikleri	63
Grafik 4.6.: Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanma Süreleri	84
Grafik 4.7.: Öğrencilerin Boş Zaman Aktiviteleri	92

GİRİŞ

Sosyal medyanın, geleneksel medyadan dikkat çeken en önemli farkı kullanıcılarının anlık dönüt alabilmelerine olanak veren, bilgi aktarımından, eğlenceye kadar birçok işleve sahip olan ve kullanıcıların kimlik ya da kendilerine ait gerçek ya da sahte birer profil oluşturabildikleri bir iletişim aynı zamanda da etkileşim ortamı da sağlaması olarak gözümüze çarpmaktadır. Bu yönden bakıldığında sosyal medya, kalabalık insan gruplarına ulaşarak, bu gruplar tarafından beğeni alan ve takdir edilen profillerin oluşturulduğu ortamlar olarak da kabul görmektedir.

İnsanların sosyal medya ortamlarında yer edinmesi, yeni medya ortamında aktif olma ve kendini başkalarına kabul ettirme çabasının bir yoludur. Günümüzde yeniden var olma terimi doğrultusunda, insanlar hayatlarını ve kimliklerini sanatsal ve yaşamsal bir mükemmellik üzerine yeniden şekillendirme ihtiyacı içerisinde oldukları açıkça görülmektedir. Küresel dünya ile oluşmuş olan tüketim kültürü ile popüler kültürün insanlar üzerinde oluşturmuş olduğu baskı bireylerin, dâhil oldukları sosyal yapı ve yapılar içerisinde kabul edilme arzusu eyleme geçirmekte, kendinden söz ettirme arzusu oluşturmaktadır.

Sosyal medya, diğer medya araçları gibi hem karmaşık bilgisayar bilgisi istememesi hem de hayatımızın her alanında kullanılıyor olması itibariyle, yaşadığımız zaman diliminde hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Özakpınar, 2018: 151). İçinde bulunduğumuz şartlar gereği internet kullanımı hızla artarken, buna bağlı olarak sosyal medya kullanım sayı ve yüzdesi de hızla artmaktadır. Bunun temel sebebi kullanıcıların geçen her gün daha fazla işlevle sosyal medyaya başvuruyor olması ve sosyal medya kullanmaya yönlendirilmesi açıkça görülmektedir (Sey, 2012:131). Bu kadar kullanımına sık başvuru sosyal medyada kullanıcı bireyler, günlük hayatlarından ve anlık durumlarından kesitler paylaşmaya başlayarak hızla artırmaktadırlar. Sosyal medya kullanıcılarına, pek çok fırsat sunar ama aynı zamanda onlar için bazı baskıları da beraberinde getirmektedir. Örneğin arkadaşlarından ve ya diğer kullanıcılardan daha az içerik ürettiği zaman ya da daha az bir izleyici ve takipçi kitlesine sahip olduğu için sosyal medya omları şu baskı altına almaktadır; ‘’senden daha fazla gönderi yayınlayan, içerik oluşturan kullanıcılar var’’ bu baskı altına girmeye başlayan kullanıcılar sosyal medyada daha çok vakit geçirmeye başlamakta bu vakit

geçirme zamanla yerini bir alışkanlığa ve bir adım ötesi olan bağımlılığa bırakmaktadır (Şahin, 2013: 5).

Medya araçlarına ulaşım imkânı arttığından ve sosyal medya kullanımında ciddi bir artış olmasından dolayı sosyal medya kullanımı da küçük yaşlara kadar sirayet etmiştir. Medya araçlarına erişim kolaylığı ve internetin yaygın kullanımı ilkökul çağındaki çocuklar arasında da sosyal medya kullanımını ve sosyal medya ortamlarında geçirilen süreyi arttırmıştır. Bu artış ile günlük yaşamdaki alışkanlıklar değişim göstermekle birlikte beraberinde birçok sorunu da hayatımızın bir parçası haline getirmiştir. Bu sorunların bir kartopu gibi giderek büyüdüğünü ve zararlarının arttığını daha önce alanda yapılmış olan birçok çalışma gözler önüne sermiştir. En bariz örneklerinden biri olan kişisel bilgilerin gizliliği konusunda pek çok sosyal medya kullanıcısı endişe duymaya ve korkmaya başlayınca sosyal medya platformları tarafından kullanıcılara kişisel bilgilerin gizliliği ve korunması adına güvence verilerek kendi profillerini ya da hesaplarını “gizli” yapma özelliği getirilerek bu konuda rahatlamalarını sağlamıştır. Fakat buna rağmen sahte hesaplar ve hesap çalma olaylarından dolayı hala sosyal medya kullanımı konusunda endişeler duysa da sosyal medya kullanımının dünya genelinde giderek arttığı gerçeğini değiştirmemektedir.

Sosyal medya platformlarının bünyesinde ders-konu anlatımlı videolar barındırması, yeni bilgilere ulaşma imkânı sunması, ders konularının ve güncel bilgilerin yer aldığı sayfaları içinde barındırması, bazı sosyal medya platformlarının öğrenciler arasında ve öğrenci-öğretmen arasında bilgi akışını sağlamak ve online ders yapma fırsatı tanınması itibariyle eğitim için sosyal medya ve sosyal medya platformları yeni bir yolu takip etme, fırsatları kullanma imkânı sunmuştur.

1.Problem Durumu

Bu araştırma “İlkokul 4.sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanma Alışkanlıkları Nelerdir?” sorusuna cevap bulmak üzere yapılmıştır. Bu problem cümlesine bağlı olarak araştırmanın alt problemlerini aşağıdaki sorular oluşturmaktadır:

1. İlkokul 4.sınıf öğrencilerinin kendilerine ait sosyal medya hesapları bulunmakta mıdır?
2. İlkokul 4.sınıf öğrencileri hafta içinde hangi saat aralıklarında sosyal medyada vakit geçirmektedir?

3. İlkokul 4.sınıf öğrencileri hafta sonunda hangi saat aralıklarında sosyal medyada vakit geçirmektedir?
4. İlkokul 4.sınıf öğrencilerinin sosyal medya kullanım süreleri hafta içinde ve hafta sonlarında farklılık gösteriyor mu?
5. İlkokul 4.sınıf öğrencilerinin kullandıkları sosyal ağlar nelerdir?
6. İlkokul 4.sınıf öğrencilerinin sosyal medyada izlemeyi tercih ettikleri içerikler nelerdir?
7. İlkokul 4.sınıf öğrencileri sosyal medya hesaplarını hangi amaçla kullanmaktadır?
8. İlkokul 4.sınıf öğrencileri sosyal medya hesabını/hesaplarını kimlerle birlikte kullanmayı tercih etmektedir?
9. İlkokul 4.sınıf öğrencilerinin sosyal medyada izledikleri ya da gördükleri içeriklerden akıllarında kalan ifade ve sahneler nelerdir?
10. İlkokul 4.sınıf öğrencilerinin sosyal medya kullanma yarar/yararlarına yönelik fikirleri nelerdir?
11. İlkokul 4.sınıf öğrencilerinin sosyal medya kullanma zarar/zararlarına yönelik fikirleri nelerdir?
12. İlkokul 4.sınıf öğrencilerinin sosyal medyadaki kişilere bakış açısı nasıldır?
13. İlkokul 4.sınıf öğrencilerinin sosyal medya kullanırken karşılaştığı engellere nasıl tepkiler vermektedir?

2.Araştırmanın Amacı

Globalleşen dünyada artan internet kullanımı ile birlikte yaygınlaşan sosyal medya kullanımının küçük yaşlara kadar sirayet etmiş olmasına bağlı olarak bu araştırmanın amacı ilkokul 4.sınıf öğrencilerinin sosyal medya kullanma alışkanlıklarının belirlenmesidir.

3.Araştırmanın Önemi

Medyanın bir ürünü olan sosyal medya, yaşadığımız çağda toplumsal hayatın her zerresinde kendine yer bulmakta ve insanların fikirlerinin, davranışlarının, değer

yargılarının ve yaşam tarzlarının hatta kimlik oluşumunda önemli bir rol edindiği görülmektedir (Polat, 2016). Günümüzde sosyal medya kapsam, etki ve yönlendirme gibi nitelikleriyle ilk olarak çocukların ve gençlerin üzerinde büyük bir kontrol ve denetim gücünü elinde bulundurmaktadır (İnal, 2009).

Medyanın son ürünlerinden ve en güncelinden yer alan sosyal medya günümüzün en değerli ve aktif iletişim aracı olmuştur. Günümüzde tablet, cep telefonları, internet, bilgisayar ve diğer teknolojik araçlar vasıtasıyla istedikleri zaman rahatlıkla kullanabildikleri sosyal medya biz yetişkinlerin olduğu gibi gençlerin ve çocukların yaşamlarının da koparılamaz bir parçası haline gelmiştir. Nitekim yeni arkadaşlıklar edinme, bu arkadaşlıkları sürdürme, hasret giderme, rahatlama, eğlenme, sohbet etme, yeni bilgilere ulaşma, ödevlerini yapma, kendini sanal âleme kabul ettirme ve bu âlemde ilgi çekme gibi her türlü iş, eylem ve hareketin ilk başvuru kaynağı sosyal medya olmuştur. Her tabaka ve yaştan kullanıcı topluluğuna sahip olan sosyal medya kullanma alışkanlığı, çocuklar için büyük önem aynı zamanda da risk taşımaktadır. Çünkü sosyal medyanın, kullanıcılarının her türlü isteğine cevap verebiliyor olması, ulaşılmasının kolay olması, farklı ortamları ve insanları görebilmesi kullanıcıları bu sanal ortamlara daha çok çekmektedir. Fakat böyle bir durumda çocuk kullanıcılar için sosyal medyanın beraberinde pek çok tehlikeyi de getirdiğini ifade etmemiz gerekir. Sosyal medyada aktif olamayınca aile üyeleri ve arkadaşlarıyla çatışmaya başlayan çocuklar, kendini yalnız ve çaresiz hisseden çocuklar, hayatın çok sıkıcı olduğunu ifade eden çocukların olduğunu yapılan araştırmalar bize sunmaktadır. Sadece sosyal medyada aktif olamayınca değil, aktif olduğu anlarda da birçok tehlikeye maruz kaldıkları görülmektedir. Öyle ki sanal ortamlarda yalnızlığa itilen çocuklarımızın maruz kalabileceği tehlikeler içerisinde; mahrem alanlarının çiğnenmesi, utandırma, virüslü gönderi ve postalar, hakaret içerikli mesajlar, ahlakdışı ses, görüntü ve metinler, hesap çalmalar ve buna benzer birçok tehlikeli olay bulunmaktadır.

Toplumun tüm kesimlerine bu denli hızla ve denetimsiz olarak ulaşabilme olanağı sağlayan sosyal medya, çok çeşitli yapısal riskleri de yukarıda da değinildiği gibi beraberinde getirmektedir, sosyal medya risklerini diğer risk türlerinden ayıran kilit nokta, bilginin bu hızla ulaşılabilir ve aynı hızda yayılabilir olmasıdır. (Stone ve Lodhia, 2017:21) Kişisel bilgilerin güvenliğinden, sağlık bilgilerine, fikri sınai mülkiyet haklarından müşteri bilgilerine kadar birçok bilgi usulsüz şekillerde ifşa

edilebilmektedir. Kişisel olarak ciddi maddi manevi zararlara sebep olabilen bu bilgi sızıntısı, iş hayatında da rekabet avantajının kaybına, itibar kayıplarına ve hatta yasal birçok yaptırıma sebep olabilmektedir. Sosyal medya kullanmayarak söz konusu risklere maruz kalınmayacağını düşünmek ise çoğu zaman bir yanılgıdan ibaret olduğu açıkça görülmektedir. Örneğin; şirket sosyal medya kullanmamayı bir politika olarak benimsemiş olsa bile bu paydaşların şirket, ürün ve hizmetlerinden bahsetmeyeceği anlamı taşımamaktadır. Dolayısıyla, sosyal medyayı kullanarak paydaşlara ulaşmanın riskleri varken, bundan tamamen kaçınmanın da ciddi riskleri olacaktır. (Scott ve Jacka, 2011:21).

Stone & Lodhia ve Scott & Jacka'nın ifade ettiği gibi yaşamlarının ayrılmaz bir parçası haline gelmiş olan sosyal medyayı onların yaşamlarından tamamen çıkarmanın ve ya bu konuda birilerini suçlamanın hiçbir yarar getirmeyeceği düşünüldüğünde daha kalıcı, akılcı ve sağlıklı çözümlerin gerekliliği göze çarpmaktadır. Bu araştırma ile ilkökul dördüncü sınıf öğrencilerinin sosyal medya kullanma alışkanlıklarının belirlenmesi, öğrencilerin sosyal medya ortamlarında izlemiş oldukları ve oluşturdukları içerikler, bu içerikleri hangi miktarda izledikleri ve bu içeriklerden hangi şekilde etkilendiklerini, içerikleri nasıl ve ne amaçla oluşturdukları ortaya koymaya çalışmakla birlikte elde edilen veriler ışığında geleceğimizin teminatı çocuklarımız için sosyal medyayı doğru kullanma yolunda daha akılcı ve sağlıklı çözüm yolları sunabilme imkânı sağlayacağından çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Gerek ailelerin gerekse eğitimcilerin ilkökul çağı çocuklarının sosyal medya kullanma alışkanlıklarının bağımlılığa dönüşmemesi adına sosyal medya kullanım alışkanlıkları belirlenmiş, izlemiş oldukları sosyal medya içerikleri tespit edilmiş, örnek aldıkları sosyal medya içerik üreticileri ya da kişiler belirlenmiş, öğrencilerin sosyal medyaya karşı tutumları tespit edildiğinden ötürü bu çalışmanın hem alana hem ailelere hem de eğitimcilere ışık olacağı düşünülmektedir.

4.Varsayımlar

Nitel araştırma yaklaşımı, gerçekliğin sürekli yeniden oluşturulan veya değiştirilen toplumsal bir girişim olduğunu varsaydığı için gerçeklik denilen şeyin bizim tarafımızdan

oluşturulan zaman ve kültür bağımlı bir olgu olduğunu varsayar (Yıldırım ve Şimşek,

2013). Bu tanımdan hareketle araştırmada kullanılan veri toplama araçlarındaki sorulara öğrencilerin tarafsız ve doğru cevaplar verdikleri varsayılmıştır.

5.Sınırlılıklar

Bu araştırma konu açısından sosyal medya; zaman açısından 2021-2022 eğitim ve öğretim yılı; katılımcı açısından ilkokul 4.sınıf öğrencileri; verilerin toplanacağı yer açısından Kars ilinin Arpaçay ilçesindeki ilkokullar ile sınırlıdır.

6.Tanımlar

Medya: Medya insanları etkisi altına alan, insanları yaşadığı dünyadan haberdar kılan, insanlara yol gösterici olan ve toplumların her tabakasına farklı bir şekilde hitap edebilen, iletiler gönderen sihirli ve çok donanımlı bir araçtır (Polat, 2016). Günümüzde içinde yer aldığımız elektronik devirde elektronik araçlar kitlesel yaşamın ayrılmaz bir parçası olmuştur. Günümüzün modern diye adlandırdığımız medeniyetlerini, kitle iletişim araçları donatmış, bundan ötürü insanlar gün içerisinde bilinçli veya bilinçsiz pek çok sayıda medya içeriğine maruz kalmakta ve hayatıyla ilgili pek çok alanda medyadan aldığı içeriklere göre hayatını biçimlendirmektedir(Çoban & Ataman, 2015).

Sosyal Medya: İletişim araçlarının teknolojik gelişmeler neticesinde ortaya konulmuş olan en yeni mecralardan olan sosyal medya aynı zamanda farklı ortamlı fakat eş zamanlı bir iletişim ağıdır (Akar, 2010:11).

Medya Okuryazarlığı: Yazılı olan ve yazılı olmayan, büyük bir seçenek ağı sunan formatlardaki (televizyon, video, sinema, reklâmlar, internet vs.) mesajları elde etme, bunları analiz etme, değerlendirme ve yeni bir alıcıya gönderme yeteneğini edinme şeklinde tanımlanmaktadır (RTÜK, 2021).

Sosyal Medya Kullanma Alışkanlığı: “Sosyal medya kullanmaya alışılmış olma durumu” olarak kısaca tanımlanabilmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

KURAMSAL AÇIKLAMALAR VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

1.1.Kuramsal Açıklamalar

1.1.1.Medya

Günümüzde içinde yer aldığımız elektronik devirde kitle iletişim araçları toplumsal hayatın ayrılmaz bir parçası olmuştur. Bugünün modern medeniyetlerini, kitle iletişim araçları donatmış, bundan ötürü insanlar gün içerisinde bilinçli veya bilinçsiz çok sayıda medya içeriğine maruz kalmakta ve insanlar hayatlarıyla ilgili pek çok alanda medyadan aldıkları içeriklere göre tercihlerde bulunmaktadır (Çoban & Atama, 2015). En basit tanımı ile medya; içerik, haber, bilgi oluşturma ve bilgiyi paylaşma, bilgiye ulaşma ve okuma alışkanlıklarının değişmesidir (Polat, 2016:21).

Günümüzde, içinde yaşadığımız ve adına global köy dediğimiz dünyamıza dair bilgi; insanlara yalnızca bir kâğıt üzerindeki sözcüklerle değil, aynı zamanda, çoklu ortam kültürünün güçlü görüntüleri ve sesleri yardımıyla, gün geçtikçe daha çok yönlü iletilmektedir (Thoman, 2004). Medya gazete, kitap, dergi gibi basılı mecralar; fotoğraf, resim ve sembol gibi görsel mecralar; ses efektleri, şarkı gibi işitsel mecralar; film ve müzik klibi gibi hem işitsel hem de görsel mecralardan oluşmaktadır (Sey, 2012). Medya, bireyler arasında etkileşime olanak sağladığı gibi radyo, gazete, televizyon, internet uygulamaları ile kitlesel etkileşime de imkân sağlayan uygulamalar ve mecralardan oluşmaktadır. Başka bir deyişle medya, medium(ortam) kavramının çoğulu ve ‘medium’; sosyal, kuramsal ve sanatsal olarak bilgi, düşünce, metin ve profilleri bünyesinde barından ve ileten çok işlevli bir mecra (Şahin, 2013:25).

Aşağıda verilen tabloda bazı medya tanımlarına yer verilmektedir:

Tablo 1.1.: Medya Tanımları

Pembecioğlu (2013)	Medya insanları etkisi altına alan, insanları etrafından haberdar eden, insanlara rol model olan ve toplumun her tabakasına farklı şekilde hitap edebilen, iletiler ulaştırabilen sihirli bir araçtır.
TDK	Medya; televizyon, radyo, dergi, gazete internet gibi bilgi oluşturmak ve göndermek için kullanılan iletişim araçlarını içine alan genel bir kavramdır.
Thoman (2004)	Medya, kültürümüzü şekillendiren ve kültürümüzün bir parçası haline gelmiş yaygın kullanılan bir araçtır.
Kellner ve Share (2007)	Medya, kitlesel dünyayla ilgili işe yarar içerikler sunan ve bu içerikleri sunarken herhangi bir sınıf ayrımı yapmayan öğreticilerdir.
Christ ve Potter (1998)	Medya, yaşayan kültürlerle işleyerek bireylerine her zamankinden daha hızlı bilgi ulaştıran bir araçtır.
Şeylan (2008)	Medya; insanların yaşam şeklini, tercihlerini ve fikirleri dâhil hayatının büyük bir bölümünü etkisi altına alma gücüne sahip bir araçtır.
Özutku, Küçükylmaz, İlter, Sığın, Arı (2014)	Medya kelimesi, dilimize araç olarak geçmiş ve yaşadığımız zaman diliminde genel olarak basın ve yayın anlamında kullanılmaktadır.
Mora (2008)	Medya, bireylerinin etkisinde olduğu toplumlar için genel geçer kabul gören değer belirleyicisidir.
Arslan (2004)	Medya; insanların bilgi, düşünce, tutum, ilgi, duygu ve davranışları üzerinde yüksek oranda etkileme gücü olan bir araçtır.
Eskier (2017)	Medya kısaca yazılı, görsel ve işitsel kitle iletişim araçları şeklinde tanımlanmaktadır.
Uçar (2017)	Temelini internet ve internet teknolojilerinden alan; A'dan Z'ye çevrimiçi gazetecilikten veya çevrimiçi eğitimden elektronik iletilere kadar büyük bir alanı içine alan iletişim araçlarına kısaca "medya" denilmektedir.
Melek (2009)	İnternet, telefonlar, televizyonlar ve yazılı ortamlar gibi teknolojik araçlardan oluşan, insanların yaşamına yön veren ve kültürleri belirleyen unsurdur.

Tablodaki tanımların birbirinden farklı olduğu görülse de ortak noktalarının medyanın hayatımızda önemli bir role sahip olduğu açıkça görülmektedir.

1.1.1.1. Geleneksel Medya ve Yeni Medya

Medya, “**geleneksel medya ve yeni medya**” şeklinde iki ana başlıkta önümüze çıkmaktadır. Dergi, radyo, gazete, televizyon gibi ağırlıklı tek yönlü iletişime hizmet eden kitle iletişim araçları “Geleneksel Medya”nın tanımını oluşturmaktadır. Geleneksel medya incelendiğinde fert olarak yalnızca tüketici olduğumuz görülmektedir. Medya içeriklerini oluşturanlar, bize tüketmek amacıyla içeriklerini sunmaktadırlar. Bizler de birer medya tüketicisi olarak bunları alıp, tüketip karşılığında da yorum üretememekteyiz. İçerikler üzerinde de herhangi bir şekilde değişiklik yapma hakkımızın olmadığı da görülmektedir. Geleneksel medyada üretenlerin ve tüketenlerin farklı kişiler olduğu açıkça görülmektedir (Eskier, 2017). 1980’li yıllara kadar medya alanındaki iletişim, şimdilerde geleneksel olarak tanımlanan yazılı araçlara bağlı olduğu görülmektedir. Televizyon, gazete, dergi ve radyo gibi kitle iletişim araçları tek yönlü bir iletişim sağlamaktaydı, bilgisayar teknolojilerinin var olması ve hızla gelişmesiyle bu durum değişmeye başlamıştır.

Temelini internet ve internet teknolojilerine yaslayan; akıllı cep telefonlarından internet gazeteciliğine veya çevrimiçi eğitimden elektronik iletilere kadar büyük bir alanı içine alan iletişim araçları ise “Yeni Medya”nın tanımını oluşturmaktadır. Yeni medya kavramı ile yaşamımızda var olan, edindiğimiz alışkanlıklarımızı ve davranış türlerimizi bir değişim sürecinden geçirmeyi zorunlu kılan yeni medya araçları ve mecraları, tamamen farklı bir dünyanın kapılarını aralamamızı sağlamıştır (Uçar, 2017). Yeni medya ile hayatımıza pek çok kavram da girmiştir. Bu kavramlara şu örnekleri verebiliriz; takipçi, arama motoru, blogger, youtuber, fenomen, takibe takip, online parmak izi vb. Diğer işlevlerinin yanında çift yönlü iletişim imkanını da sunan internet ortamlarına yeni medya şeklinde adlandırmak tam olarak eksiksiz bir tanım olacaktır.

Michigan Üniversitesi İletişim Çalışmaları Profesörü W. Russell Neuman yeni medyanın katkı verdiği alanları şu şekilde açıklamaktadır:

- Coğrafi olarak uzaklık problemini yok etmiştir,
- İnsanlar arasındaki etkileşimde giderek artış yaşanmaktadır,
- İnsanlar arasındaki iletişimi hızlandırmaktadır,

- Maliyetler daha düşüktür yani geleneksel medyaya göre yeni medya masrafsızdır,
- Üretilen içerikler yeni imkânlar sunarken ulaşılan hedef kitle de giderek büyümeye devam etmektedir.

Her iki medya arasındaki farklılıklara bakıldığında; yayın süreleriyle ilgili de ciddi farklar olduğu görülmektedir. Geleneksel medya araçlarından olan televizyonlarda uzun programlar ve diziler öne çıkarken, yeni medya araçlarında misal Instagram’da sınırları çizilmiş bir karakter ile ifade edilmektesiniz. Sosyal medya mecralarında belli bir süreyle sınırlı olan “story-hikâye” koyabilmektesiniz. Her iki medya arasındaki bir diğer fark; geleneksel medya tek yönlüken yeni medyanın ise interaktif olduğu görülmektedir. Bu iki medya arasındaki çok önemli bir diğer fark ise hata yapıldığındaki düzeltme sürelerindeki fark gözümüze çarpmaktadır. Geleneksel medyada bir haber var olduktan sonra değiştirilemez ya da düzeltilmesi ve değiştirilmesi için bir başka yayın beklenmektedir. Fakat bu durumun sosyal medyada böyle olmadığı görülmektedir: Yanlış bir ileti hemen güncellenebilmekte, anında düzeltilebilmektedir.

1.1.1.2. Medya Kuram, Yaklaşım ve Modelleri

Medyanın tarihsel gelişimine bakıldığında bu gelişim sürecinde birçok medya kuram, yaklaşım ve modellerinin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu başlık altında medyanın tarihsel gelişim sürecinde ortaya çıkmış temel medya kuram, yaklaşım ve modellerine değinilecektir.

1.1.1.2.1. Marshall McLuhann’ın Global Köy Yaklaşımı

McLuhann alanda yaptığı faydacı çalışmalarıyla tanınmaktadır. Çalışmalarını tartışmacı bir şekilde ortaya atarak varsayımlarının yanlış olduğunu ispatlamanın da yeni doğrulara ışık olacağını söylemektedir (McLuhan, 1975: 74-75). Bundan ötürü McLuhann’ın çalışmalarını belirli bir kalıba oturtmanın imkânsız olduğu görülmüştür.

Çoban ve Ataman (2015) yapmış oldukları çalışmada Marshall McLuhann’ın Global Köy Yaklaşımı’nı şöyle açıklamaktadırlar: ‘‘Kitle iletişim araçları küresel genişlikte iletişim yönünden küçük bir köye dönüşmüştür. Birbiriyle bağlanmış halde giderek küçülen dünyamızda her yeri görüntüler ve iletiler sarmıştır. Öyle ki bir köyde yaşayan insanlar birbirlerini nasıl tanıyor ve özgürce iletişim kuruyorsa, içinde

yaşadığımız dünyada da kitle iletişim araçları aracılığıyla dünyanın her köşesinden kısacık bir sürede insanlardan iletiler almak kolaylaşmıştır.” Medya ile başlayan globalleşme süreci, sosyal medya ile devam ederek milletler arası etkileşimi ve iletişimi hızla artırarak yoluna devam etmektedir.

1.1.1.2.2. Propaganda/Uyarıcı-Tepki/Sihirli Mermi/Hipotetik İğne Modeli (Harold Lasswel)

Uyaran – tepki kuramı, medyanın günlük hayattaki fiil ve eylemlerimizi yönlendirici bir etkiye sahip olduğunu varsaymaktadır. Medya her zerremize işleyerek aklımıza yayılmaktadır. Bizi hayatın her alanında yönlendirmektedir. Bu medya modelinde göndericinin göndermiş olduğu iletiler, alıcıların tepkilerine yön vermektedir. Teknolojik araçların göndermiş olduğu iletilerin insanlar üzerinde anında ve direkt etki ettiğini beyan etmeleri nedeniyle bu tür isimlerle adlandırılmaktadır (Şahin, 2013:56).

Chicago Üniversitesi’nde bir öğretim üyesi olan Harold Lasswel, siyasi iktidarların gündem oluştururken sadece bedensel güç kullanmış, aynı zamanda gündem üzerinde güçlü bir etki oluşturan kitle iletişim araçlarını kullanmışlardır (Şahin, 2013:57). Lasswel’e göre siyasi iktidarların kitle iletişim araçlarıyla yapılan karalama çalışmaları karşısında kitle bireyleri eleştirel bir ustan ve bilgi yumağından mahrum bırakılmıştı. Tıpkı bir sürüyü şekillendiren çobanlar gibi ekonomik, siyasal ve entelektüel kesimler, kitle iletişim araçları vasıtasıyla yapmış oldukları propaganda ile toplulukları şekillendirebiliyorlardı. Bu yaklaşım, doğrusal nedensellik temelleri üzerine inşa edilmiştir (Sey, 2012).

Bu yaklaşımda, kitle iletişim araçları kullanılarak kitlelere gönderilen mesajların onlar üzerinde deri altına enjeksiyon yapan bir şırınga ya da sihirli bir mermi gibi doğrudan ve anında bir etkide bulunduğu düşünülmektedir (Yaylagül, 2008: 46). Buna göre kitle iletişim araçlarından gönderilen mesaj, hedefi mutlaka bulmakta ve beklenen etkiyi de yapmaktadır (Güngör, 2011: 86). Gelişen iletişim teknolojileri ile birlikte ortaya çıkan sosyal medyanın da bu bağlamda bireylerin davranışlarını etkileyen önemli bir mecra olarak ortaya çıktığı görülmektedir.

1.1.1.2.3. Gramsci ve “Hegemonya”

Antonio Gramsci geçmiş asırda, ileri sürdüğü “hegemonya ve karşıt hegemonya” terimleriyle bilinç alanında önemli tartışmalar başlatarak (Adamson, 1980); Gramsci, 1971; Puruyn, 1999) medya yaklaşımclarına değerli bir yol haritası çizmiştir. Gramsci’ye göre kurumlar (okullar, aile, politika, medya, din, ekonomi vs.) toplumlar üzerinde bir denetim gücünü ellerinde bulundurmaktadırlar (Carragee, 1993; Condit, 1994; Pruyn, 1999). Bu denetim bazı durumlarda asker ve polis eliyle silahlı güce dayalı bir şekilde kendini gösterse de, pek çok farklı durumda, din, eğitim, politika, ekonomi gibi kurumlar vasıtasıyla hegemonik bir şekilde de sağlanabilmektedir (Kellner,1995).

Gramsci’nin ifade ettiğine göre muasır medeniyetlerden olan bir toplum, kendi bağımsızlıklarını tartışılmaz olarak oluşturabilen daima kendi ayakları üzerinde durduğunu göstermeye çalışır; bundan ötürü bu gücü ve ayakları üzerinde durmanın en kolay yollarından biri teknolojiyi ve medyayı elinde tutmaktır (Boggs, 1984). İlk dönemlerde hegemonik gücü elinde bulundurmak için medyayı kullanan toplumların günümüzde yaygın olarak kullanılan sosyal medyayı da kullanmaya başladığı görülmektedir. Bu durum günümüzde sosyal medyanın her kurum (okullar, aile, politika, medya, din, ekonomi vs.) için önem kazandığını göstermektedir.

1.1.1.2.4. Ekme Kuramı (George Gerbner)

Gerbner, başlatmış olduğu medya okuryazarlığı çalışmasında; kültürel çevrenin, insanların hayatlarına doğrudan etki ettiğini, bundan ötürü denetimsiz bırakılmaması gerektiğini ifade etmektedir. Gerbner, kültürel çevre unsurlarından genel olarak her evde bulunan televizyon aracılığıyla medyanın; alışkanlıklar, şiddet, bir araya gelme, etkileşim, ortak kültür, küreselleşme, bağımsızlık terimleri ile etkisini gözlemlemektedir. Gerbner(1998, 180) ekme yaklaşımı ile özellikle izleyici kitlenin sosyal doğruluğu öğrenmesinde televizyon izlemenin etkisini dile getirmiş ve bunun basitçe bir 'etkileme' olmadığını, farklı süreçlerden geçen bir etkileşim olduğunu ifade etmiştir.

Gerbner’in çalışmalarını yönlendiren temel varsayım, kültürel imgelemeye sık olarak maruz kalmanın, izleyici kitlenin gerçeklik ve doğruluk kavrayışına etki edeceği kanaatindedir (Batuş vd. 2006). Bundan ötürü Ekme Kuramı ile izleyici kitlenin

düşünce, davranış, tutum ve değer yargılarında televizyonun etki oranı açıklanmaya çalışılmıştır. Günümüzde ise televizyonun yerine sosyal medya ve sosyal medya platformlarının kullanımının artması ve rağbet görmesiyle sosyal medya kullanıcılarının bu mecra aracılığı ile kültürel imgeye maruz kalmalarıyla, kullanıcıların gerçeklik ve doğruluk kavrayışına etki edeceği düşünülmektedir.

1.1.1.2.5. Medya ve Simülasyon (J. Baudrillard)

Baudrillard, medyanın iletişimi imkânsız hale getirdiği, anlamı yok ettiği ve izleyici kitlesini de edilgen bir duruma getirdiğine yönelik kabullere ithafen yazmış olduğu eserlerinde kendine ait postmodern medya yaklaşımının temellerini atmıştır. İfade edilen yaklaşım ve yaklaşımın üzerinde oluşturulduğu terim havuzu, günümüzdeki kitle iletişim araçları ve içeriklerinin toplum ile karşılıklı etkileşimini anlamak için değerli bir işlev üstlenmektedir (Yumrukuz, 2016:4). Baudrillard, simülasyonun dünyanın bir vazgeçirme dünyası olup, kendi çerçevesinde televizyonun doğruluğun, gerçeğin ya da gerçekliğin tamamını görüntülere ve sözlere dönüştürerek gerçekliği ve doğruyu teknoloji vasıtasıyla işlevsiz bir hale getirdiğini belirtmiştir (Batuş, 2005). Kitle iletişim araçlarından biri olan ve kullanımı günden güne artan sosyal medyanın televizyonun rolünü üstlenerek doğruluğun, gerçeğin ya da bütünü görüntülere ve sözlere dönüştürerek gerçekliği ve doğruyu sosyal medya aracılığıyla işlevsiz bir hale getirebileceği düşünülmektedir.

1.1.1.2.6. Gündem Belirleme Modeli(Mxwell McCombs ve Donald L. Shaw)

Bu model, kitlesel haberleşme araçlarının kamuoyunu ilgilendiren sorunları dile getirme fonksiyonuna veya bu sorunları gözler önüne sererek toplumun tartışması ve fiiliyata geçmesi için gündemi belirleyerek harekete geçmesini ifade etmektedir (Karakoç, 2007). Bireyler kitle iletişim araçlarının iletmiş olduğu bilgi aracılığıyla bilgilenmekte ve medyanın olaylara göstermiş olduğu önem derecelerini kabul görmeye meyilli olmaktadır. Bireyler medyanın ortaya koymuş olduğu gündem sayesinde olayların öncelik sıralarının ne olduklarını görebilmektedirler. Bu kuramın temel taşları ise seçimler, seçim kampanyaları ve politik olaylar yer almaktadır (Polat, 2016:79). “Toplumlarda dijital haberleşme araçlarının dikkatini cezbeden konular, bilinçli olarak toplumların gözü önünde olacak; medyanın üstünü örttüğü olayların ise bir önemi kalmayacaktır” ifadesi modelin temel görüşünü yansıtmaktadır.

Yurt içi ve yurt dışında yapılan araştırmalarda medya tarihinin ilk zamanlarından itibaren özellikle gazete ve televizyonların gündem belirleme etkileri ele alınırken, son dönemde bu anlayış değişmiş ve reklam, internet ve sosyal medya gibi araçların gündem belirleme etkileri üzerinde de durulmaya başlanmıştır. Özellikle sosyal medya, geleneksel medyanın kalıplarını yıkmış, iletişimi tek yönlü sürecinden çıkararak diyaloga dayanan bir yapı içerisinde yeni iletişim fırsatları ortaya çıkarmıştır. Sosyal medya, aynı zamanda kitle iletişim araçlarının da görevlerinin büyük bir kısmını üstlenmiştir. Nasıl ki televizyonların ve gazetelerin bir gündemi varsa, aynı şekilde sosyal medya araçlarının da bir gündemi bulunmaktadır ve gündemi belirlemeye başlamıştır (Aslan ve Güz, 2016: 199).

1.1.1.2.7. Yeniliklerin Yayılması Modeli(Rogers ve Shoemaker)

Rogers ve Shoemaker tarafından geliştirilen bu kuramda geleneksel tutum sahip ve değerleri barındıran, dünyanın ücra yerlerinde yaşamını sürdüren bireylerin yeniliklere ulaşmasını, entelektüel eylemleri ve seçimleri kabul etmelerini hedeflenmektedir (Sey, 2012). Bu kurama göre dünyadaki güncel eylemler dört basamaktan geçtikten sonra insanlara ulaşmaktadır. Bu basamaklar:

1. Bilgi,
2. İkna,
3. Karar verme,
4. Onaylama

Yeniliklerin bireylere ulaştırılmasında bilgi basamağından önce bireyin sahip olduğu kişilik ve karakteristik özellikleri, toplumsal normlar ve yeniliğe hissedilen ihtiyaç gibi etkenler önemli birer etken olarak görülmektedir. İkna basamağına geldiğimizde ise, yeniliğin kabul gören özellikleri ortaya çıkar. Örneğin yeniliğin bireye ya da bireylere sağlayacağı avantaj, dezavantajları, kullanıma uygun olup olmaması, yeniliğin karmaşıklık ve kullanılabilirlik derecesi bunun dışında da gözlenebilirlik derecesi gibi etkenler değer taşımaktadır. Karar aşamasında ise birey ya da bireyler yeniliği ya kabul edip bunda süreklilik gösterecek ya da yenilik tatminsizlik oluşturmuşsa bu aşamada artık kararını değiştirir. Bireyin karar aşamasında yeniliği kabul etmemesi durumunda sonraki süreçte ya yeniliği kabul eder ya da devamlı olacak şekilde o yeniliği inkâr eder (Çoban & Ataman, 2015). Sosyal medya da dünyada

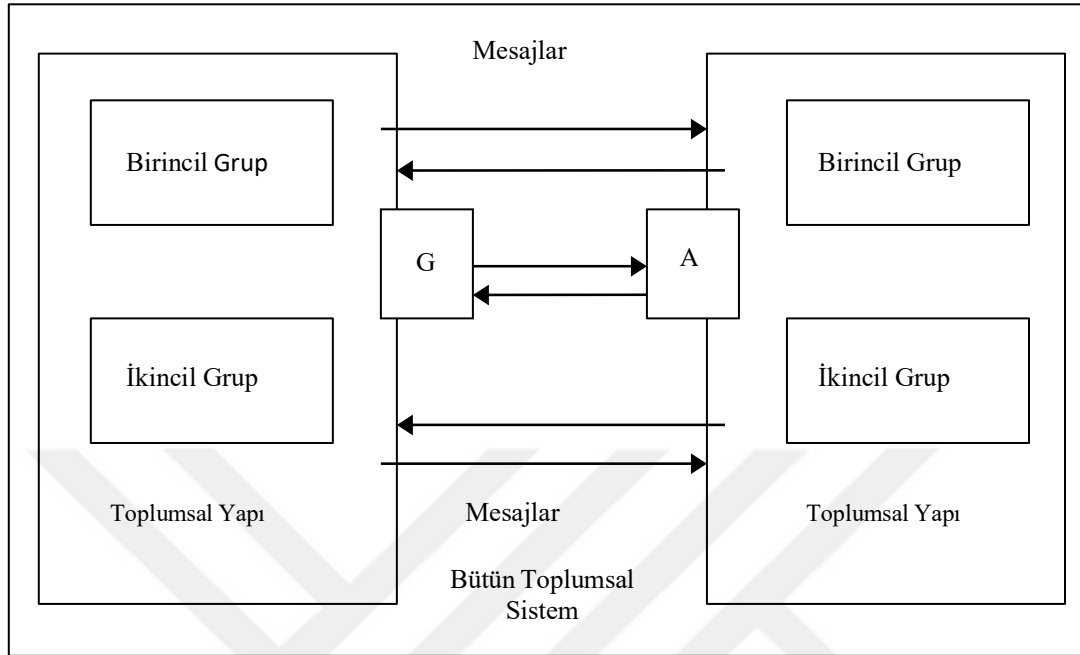
gerçekleşen yenilikleri birer sosyal medya içeriğine dönüştürerek kullanıcı kitlesine ulaştırmaktadır. Kendilerine ulaştırılan bu içerikleri yukarıda belirtilen basamaklardan geçiren sosyal medya kullanıcıları tüketmektedir.

1.1.1.2.8. Riley ve Riley Modeli(John W. Riley ve Mathilda White Riley)

1959 yılında John W. Riley ve Mathilda White Riley iletişim hareketlerinin anlamlandırılabilmesi için kitlesel topluluklarında dikkat edilmesi gereği görüşlerini ortaya atmışlardır. Ortaya koydukları bu yaklaşımda göze çarpan nitelik iletişimin psikolojik ve bireysel bir süreç olmaktan öte kitlesel ve kurumsal bir süreç olarak görülmesidir (Yaylagül, 2008:55).

Kitlesel toplulukların iletişim sürecindeki değerine dikkat çekilen yaklaşıma göre kitlesel topluluklardan birincil ve ikincil topluluklar iletişim sürecinde aktif ve değerli konum almaktadır. Birincil grup ya da topluluk kategorisine baktığımızda ailemizin fertleri, akrabalarımız, arkadaşlarımız gibi bire bir ve samimi ilişkiler sürdürdüğümüz grupları tanımlarken, ikincil grup kategorisinde ise bireylerin hukuki ve resmi boyutta ilişkilerini sürdürdüğü kurum ve kuruluşları, örgütleri kastetmektedir. Grup içerisinde yer alan herhangi bir alıcının mesajı alması, mesajı anlaması ve anlamlandırması, bu sürecin sonunda nasıl bir tepki vereceğini belirlemektedir. Burada birincil topluluklar, ikincil topluluklar ve toplumun tamamı sadece alıcı konumunda bulunanları etkilememektedir diğerleri pasif konumdadır. Bu süreçte yer alan hem gönderici hem de alıcı birincil ve ikincil toplulukların içinde yer alarak toplumsal yapının bir parçası olacak şekilde iletişim işlevlerini yerine getirmektedirler (Dereli, 2013:22)

Şekil 1.1.: Riley ve Riley Modelinde İletişim Sistemi ve Toplumsal Yapı İlişkisi



Kaynak: (Dereli, 2013:22)

Kitle iletişim araçlarından biri olan sosyal medya, birincil ve ikincil gruplar yani sosyal medya içerik üreticileri ile sosyal medya kullanıcıları arasında karşılıklı diyalogu sağlayarak etkileşimlerini artırmıştır.

1.1.1.2.9. Sosyal Öğrenme Kuramı (Albert Bandura)

Bandura'nın ifade ettiğine göre insan sosyalleşmeye çalışırken bu süreçte hazır çevresinden öğrenir yani etrafından bilgiyi almaktadır. Öğrenme ise esasında iki şekilde gerçekleşmektedir. Birincisi imaj olarak, ikincisi de sözel olarak gerçekleşmektedir. Bir içeriği izleyen, hikâyeyi okuyan çocuk, içerikte yer alan oyuncuların imaj ve sözlerini kendisi için örnek almaktadır (Bandura, 1969:221). Vakit, yer ve olanak olarak elinin yetişemediği olgular hakkında öğrenmesi de yine medya vasıtasıyla gerçekleşmektedir. Medya, öğrenciler için informel bir eğitim aracı konumunda yer almaktadır. Medya, yalnızca topluma ayna olmakla kalmamakta, aynı zamanda büyük bir oranda da toplumu etkisi altına almaktadır.

Bandura'ya ait olan bu kuram, uyaran-tepki modeline ivedilikle karşı çıkar ve insanların kendi başına öğrenebilme gücüne sahip olmaları sebebiyle diğer canlılardan ayrı tutmaktadır. İnsan davranışlarının asıl belirleyicisinin dışardan gelen uyaranların ve

buna bağılı içsel tepkilerin olmadığını; diğere insanlar ve çevresi ile kurduğı ilişkiye bağılı olduğunu ifade etmektedir. İnsanların çevrelerinden ve dünyadan uzaklaştırılmış bireyler olarak değil sosyalleşmiş, çevresiyle etkileşim içinde olan varlıklar olarak görmektedir. Bundan ötürü çocukların öğrenmelerinde ve sosyalleşmelerinde ailelerinin, öğretmenlerin yanında bir de medyanın önemli bir belirleyici olduğunu belirtmektedir (Şahin, 2013:26). Günümüzde ise medyanın bir dalı olan sosyal medyanın insanlar arasında sosyalleşme ve etkileşime geçme aracılığını üstlenmesiyle çocukların öğrenmelerinde ve sosyalleşmelerinde belirleyici olan yeni bir faktör olarak görülmektedir.

1.1.1.2.10. Bağımlılık Kuramı/İletişim Araçlarına Bağımlılık Kuramı /(M. L. de Fleur ve S. J.)

Bu yaklaşım kitle iletişim yaklaşımlarının ufak analizlerde bulunmalarıyla yetersiz görülmesi ve bireylerin kitle iletişim araçlarına kitlesel orandaki bağılılıklarını göz ardı edilmesinden ötürü geliştirilmiştir. Yaklaşımda “Kitlesel iletişimin neden bazı zamanlarda çok güçlü ve direk, bazı zamanlar da ise dolaylı ve gayet zayıf bir etki ortaya koyması” sorunsalının cevap bulunmaya çalışıldığı bu yaklaşım “İletişim araçlarına bağımlılık kuramı” şeklinde de adlandırılmaktadır. İletişim araçlarına bağımlılıkların belirleyicisi olarak toplum, iletişim araçları ve izleyici kitlenin üçlü ilişkisini vurgulayan bağımlılık kuramı bu yönüyle kullanımlar ve doyumlar yaklaşımından açıkça ayrılmaktadır (Şahin, 2013). İletişim araçlarından biri olan ve günümüzde kullanımına en çok başvurulanan sosyal medyanın da toplum üzerinde bazı dönemlerde zayıf bir etki ortaya koyduğu görülse de genellikle güçlü ve direk bir etki bıraktığı yapılan araştırmalarla ortaya konmuştur.

1.1.1.2.11. Prim Verme Kuramı

Medya ile bireysel bellek arasındaki ilişkiyi ele alan prim verme yaklaşımı, medyanın belleklerimizdeki bastırılmış duygu ve düşünceleri tetiklemesi olarak ifade edilmektedir. Prim verme alanında yapılan araştırmalar belirli medya içeriklerinin duygularımızı harekete geçirme anlamında önemli bir güce sahip olduğunu göstermiştir. Ayrıca medyanın prim verme etkileri çok önceki anılardan değil genellikle henüz yeni anılarımızdan faydalanmaktadır (Çoban & Ataman, 2015:46).

Prim verme yaklaşımı, medyanın belleklerimizde var olan bastırılmış duygu ve düşünceleri harekete geçirmesidir. Bu bilişsel çağrışımların bizim fark etmemize bağlı olmasından ötürü, medyanın prim verme etkileri çok önceki anılarımızdan değil çoğunlukla daha yeni anılarımızdan faydalanmaktadır. Günlük hayatımızdan bir başka örnek verecek olursak, yeni evlenmiş çiftlerin ya da yakında evlenecek olan çiftlerin medyanın mutlu evlilik örneklerinden diğerlerine göre daha fazla etkilenmesi olası bir ihtimal olduğu açıkça görülmektedir. Medya araçlarından biri olan sosyal medya kullanımının günümüzde artması ve giderek yayılmasıyla bireylerin özellikle sosyal medya kullanıcılarının belleklerinde var olan bastırılmış duygu ve düşünceleri harekete geçirme rolünü sosyal medyanın üstlendiği görülmektedir.

1.1.1.3. Medya Okuryazarlık

Okuryazarlık, genel anlamıyla şöyle tanımlanabilir; belli metin türlerini ve eserleri okumak, analiz etmek, çözümlemek, üretmek için beceri ve bilgi edinmek, bir kültürün ve topluluğun bir üyesi olabilmek için modernize araçlar ile kapasiteler kazanmaktır (Çoban & Ataman, 2015). Günümüzde hızlı bir şekilde artan ve giderek de hızlanan erişim olanağının çokluğu, artan bilgi kaynakları ve teknoloji olanaklarının artması okuryazarlık kavramına insanları teşvik etmektedir (Şahin, 2013:26). Medya okuryazarlığının öncelikli olarak "gerçek" anlamıyla düşünmeye başlamalı insanlar. Çünkü pek çok insan, "okuryazar" bir birey olmayı sadece basılı belgelerde yazılmış olan ifadelerdeki yüzeysel anlamı okuyabilme olarak algılamaktadır. Bu kıt ve köhnemiş bakış açısı, iletişim araçlarının çeşitlenmesiyle birlikte yetersiz kalmış; dolayısıyla okuryazarlık terimi her geçen gün genişlemeye başlamış ve giderek genişlemektedir. Bu genişlemeyle; bilgi okuryazarlığı, işlevsel okuryazarlık, teknoloji okuryazarlığı, dijital okuryazarlık, kültürel okuryazarlık gibi pek çok okuryazarlık türleri ortaya çıkmaya başladığı görülmektedir. Kimileri de gazeteleri, radyoları, televizyon programlarını ve sinema filmlerini güçlü kılan görsel boyutu hesaba ortak ederek "görsel okuryazarlık" kavramını ortaya atmışlardır; böylelikle okuryazarlık kavramının çemberini biraz daha genişletmişlerdir. Son dönemlerde bilgisayarlar, öğrenciler başta olmak üzere pek çok insanın hayatında bilgiye ulaşma amacıyla yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Bilgisayarların hayatımızdaki yerini göz önüne alan pek çok araştırmacı, bilgisayar okuryazarlığını da okuryazarlık kavramının çemberine dâhil etmiştir. Bilgisayar üzerinde oynanan oyunların hayatımızdaki yerinin artmasıyla "oyun

okuryazarlığı" üzerine yapılan araştırmalar da dile getirilmiştir. Bilgisayar teknolojilerinin önemli özelliklerinden biri ise, diğer teknolojilerle kolayca bir araya gelmesi ve bütünleşebilmesi olarak ifade edilmektedir. Bu ifadeden hareketle diyebiliriz ki; bilgisayarımız aynı zamanda bizim hem televizyonumuz hem radyomuz, hem gazetemiz vs. olabilmektedir. Fakat yine de unutulmamalıdır ki, mesajları okumak okuryazar olmak için gerekli olan en temel ilkelerden biri olmakla birlikte, tek başına da asla yeterli değil olmadığı ifade edilebilir. Çünkü bireylere gönderilen "kelimeleri" çözümleyip okurken aslında, bu kelimelerin gölgesi olan "dünyayı" da okuyabilmek, anlayabilmek ve buna her okuryazarın kendi yanıtını "yazabilmesi" gerekmektedir (Sezer, 2019:49).

Medya ve medya araçlarından iletilen mesajların insanları yalnızca bilgilendirmekle yetinmeyip; insanların davranışlarını, tutumlarını, değer yargılarını, inançlarını ve farklı yönleriyle hayata bakış açılarını farklı farklı açılardan etkilemesi, hatta yeni baştan şekillendirip değiştirmesi, "medya" ve "okuryazarlık" kavramlarını birbirleriyle bütünleştirmiştir. Kavramın ortaya çıkış anından günümüze medya okuryazarlığına farklı yönlerden bakan pek çok görüş var olmuştur. İletişim ya da ilgili alanlarda hizmet eden insanlar medya okuryazarlığını, bireylerin mesleğe yönelik bilgi ve donanımları edindikleri bir "mesleki eğitim" olarak algılarken, diğer bireyler ise dijital medyayı kullanma becerilerindeki yeterlilik olarak algılamaktadır. Bir farklı grup, medya okuryazarlığını çocukları kapitalist düzene karşı kendine getirmenin bir alternatif yol olarak algılarken, ayrı bir grup ise hangi içeriklerin izlenip hangi içeriklerin izlenmeyeceği konusunda bilinçli kararlar alabilmek için gereken bir beceri olarak görmektedir (Sezer, 2019:49-50). Geçmişten günümüze bu bakış açılarını ortaya koyan aşağıdaki yaygın medya okuryazarlığı tanımları ortaya çıkmıştır.

Tablo 1.2.: Yaygın Medya Okuryazarlığı Tanımları

Len Masterman	Basılı olan ve elektronik medya içeriklerini okuma, anlama, değerlendirme ve kendi medya içeriklerini üretebilme becerisidir.
W.J.Potte	Medya, karşılaştığımız mesajların anlamını yorumlarken ortaya koyduğumuz bir bakış açısıdır.
Thoman	Bireyin aldığı içeriği çözümlemesi, önceki bilgileriyle karşılaştırması ve formüle etmesi, son olarak da kendi bakış açısını insanlara iletmesidir.
Solmaz ve Yılmaz	Medyada yer alan iletilere ulaşabilmek için bu teknolojiyi kullanma becerisi ve bu iletileri yalnızca anlamak değil aynı zamanda onları değerlendirebilme yeterliliğidir.
Wilson, Grizzle, Tuazon, Akyempong, Cheung	Medya içeriklerini anlamayı, bu içeriklerin nasıl oluşturulduğunu değerlendirebilmeyi ve kendini düşüncelerini ortaya koymada medyayla etkileşim kurma becerisidir.
Aufderhide	Yararlı, bilinçli ve aktif birer yurttaş olmak için, medya içeriklerini aktif okuma, analiz etme ve bunları çözümleme becerisidir.
RTÜK	Pek çok türden (işitsel, görsel, basılı, vb.) medya içeriklerine ulaşabilme, ulaşılan medya içeriklerini eleştirel bakış açısıyla çözümleyip değerlendirebilme ve kendi medya içeriklerini üretebilme yetisidir.

1980'li yılların son zamanlarından itibaren özgür bir çalışma alanı olarak değer kazanmış olan medya okuryazarlığı, tablodaki tanımlardan da hareketle de aşağıdaki

tanımlarda yer alan ortak niteliklerin toplamıdır diyebiliriz. Bu doğrultuda Medya Okuryazarlığı (Sezer, 2019:51-52):

- ✓ Farklı şekillerdeki görsel, basılı, işitsel, elektronik mecralardaki içeriklere ulaşmaktır;
- ✓ Medya içeriklerini anlamak ve çözümlemek için gereken bilgi birikimini bünyesinde barındırmaktır;
- ✓ Medyayı hem etkin hem de akılcı bir şekilde kullanmaktır;
- ✓ Medya olarak bilinen bilgi kaynaklarının içine girerek bilgi kaynaklarını tanımlamak, değerlendirmek ve yeri geldiğinde de faydalanmaktır;
- ✓ Değişik kaynaklardan gönderilen bilgilerin doğruluğunu değerlendirmektir
- ✓ Medyanın bireylerin ve toplumun fikirleri, davranışları, tutumları, inançları, yaşamları ve değer yargıları üzerindeki etkisinin farkında olmaktır
- ✓ Toplumla birlikte olmaktır
- ✓ Gerekli dönütleri sağlayarak bilgilerin sağlıklı ulaşmasını sağlamaktır
- ✓ Yeni içerikler üretmek ve üretilen içerikleri insanlara ulaştırma kabiliyetinde olmaktır.

1.1.2. Sosyal Medya

20.yüzyılın son çeyreğinde ortaya çıkan yeni iletişim teknolojileri ve yeni medya terimleri, 21.yüzyılın başlamasıyla beraber konumunu sosyal medya kavramına bıraktığını görmekteyiz. Sosyal medya olarak adlandırılan bu kavram, son 20 yılda ortaya çıkan ve tahmin edilemeyecek bir hızla gelişen yeni bir iletişim ve sosyalleşme ortamıdır. Bu yeni mecra, toplumların iletişiminde, etkileşiminde, sosyalleşmesinde, fikirlerin yaygınlaştırılmasında ve değer görmesinde aktif bir noktaya doğru yol almaktadır. Sosyal medya, yeni nesil web teknolojilerinin sağlamış olduğu kullanıcı kolaylığı ve iletişim hızıyla elde edilen eş zamanlı bilgi paylaşımının takip edildiği sayısal mecralara verilen genel bir isimdir (Küçükyılmaz, Çopur, İlter, Sığın ve Arı; 2014:81-82).

Sanal ve dijital mecralardaki hızlı ve ardı kesilmeyen teknolojik gelişmeler sonucunda, yeni iletişim ortamlarının farklı biçimlerde kullanıcı kitlenin karşısına çıkmasını bilmiştir. Elektronik gelişmeler ile birlikte gelişen telefon, radyo ve televizyon üretilen araç olarak daha donanım ağırlıklı ve kullanıcı kitlesi ile etkileşimden uzak ürünlerdir. Bilgisayar ise daha çok internet ile ürün ve ürün ile kullanıcı kitle arasında fiziki ortama alternatif bir platform oluşturularak bu alanda kullanıcı kitleler etkileşime geçmiştir. Bu gelişmelere bağlı olarak sosyal medyanın etkileri alanındaki birbiriyle çelişen kanıt ve eleştirilerin ardından sosyal medya kullanım süresinin yapılan toplu ölçümlerine odaklanma, pasif sosyal medya kullanımına ve potansiyel zararlı etkilerinin olduğu da görülmüştür. Pasif sosyal medya kullanım davranışları arasında şunlar gösterilebilir; profillere ya da hesaplara göz atma, haber sayfalarında gezinme, hesapları izleme, bilgi üretmek yerine var olanı tüketmek. Aktif sosyal medya kullanma davranışları arasında da şunlar gösterilebilir; diğer kullanıcılarla iletişime geçme, içerik üretme ve yayınlama, üretilen içerikler hakkında fikirlerini beyan etme yani yorum yapma (Düvenci, 2012:57-58).

Meydana gelen yeni ortam internet aracılığıyla sosyalleşme olanağı vermesinin yanında sürekli yenilenmesi, aynı anda pek çok kişinin kullanabilmesi bakımından da en önemli platformlar olmasına sebep olmuştur. Web 2.0 ile birlikte yazılım programlarının yerini internet uygulamaları almış, Web 2.0 çalışmaları sosyal medya ile eşit anlamda kullanılmasına sebep olmuştur. Bu bağlamda ilk nesil internetin getirdiklerinden tamamen farklı bir stratejiyi barındırmasından ötürü akla gelen piyasaya pazarlama şekli olarak Web 2.0 kavramı kullanılmıştır (Levy, 2009).

Başka bir tanım ile sosyal medya; haber, bilgi, bilgiyi paylaşma ve okuma, keşfetme davranışlarının değişmesidir (Sığın, 2014:77). Sosyal medya, sosyolojinin ve teknolojinin aynı tavanda dövülmesiyle erimesi, iletişim şeklinin tek yönlü düzenden, diyalog düzene geçişini ifade etmektedir. Sosyal medya, kullanıcı kitlesine karşılıklı paylaşım olanağı veren, kullanıcı kitlesine bireysel veya gruplar içerisinde medya iletileri oluşturmaya olanak veren dijital medya ve teknolojileridir. Sosyal medya olarak adlandırdığımız bu sanal mecra ve mecralar, kullanıcı tabanlı olmasının yanında, bir de kitleleri bir araya getirmesi ve aralarındaki iletişimi artırması bakımından da büyük değer taşımaktadır. Çalışmalar insanların bu sanal evrende gün geçtikçe daha çok vakit harcadıklarını, bu sanal gerçeklik içerisinde gerçek hayat ihtiyaçlarını karşılamaya

çalıştıklarını ve yine bu sanal gerçeklik içerisinde yeni bir yaşam alanı kurarak hayatlarını sürdürdüklerini göstermektedir. Pek çok insan bunu gerçek kimliğiyle yaparken aynı zamanda pek çok insan da sahte bir kimlik oluşturup reel olmayan kimlikle sanal dünyada yer edindikleri görülmektedir (Sığın, 2014:78). Çoğu zaman gerçek kimlik ile reel olmayan kimlik çatışabilmekte ve sanal dünya ile gerçek dünya arasındaki sınırlar belirsizleşmekle birlikte kullanıcının hayatında kargaşalar baş göstermektedir. Artık arkadaşlıklar, evlilikler, iş görüşmeleri, her türlü görüş ve fikir alışverişleri sosyal medya vasıtasıyla yapılmaktadır.

Sosyal medyanın, medyadan ve diğer sanal mecralardan ayırt edici özelliklerini şöyle sıralayabiliriz (Küçükyılmaz, Çopur, İlter, Sığın ve Arı; 2014:83-84):

- Sosyal medya iletilerden oluşmakta ve her bilgi bir ileti, her ileti bir kaynaktır.
- İçerikler, kullanıcı kitleler tarafından hem üretilir hem de tüketilir.
- Sosyal medya, canlı olan bir mecraadır. Gazete, radyo, dergi, televizyon ve diğer basılı ortamlardan en büyük farkı ise eşzamanlı bilgi paylaşım aracıdır. Aynı zamanda tek taraflı değil, çift taraflı bir iletişimin olmasıdır.
- Bu mecra kullanıcı kitle odaklıdır ve herhangi bir kısıtlama olmaksızın herkesin söz hakkı vardır.
- Bilgi ve içerik paylaşımı kullanıcı kitleye herhangi bir masraf çıkarmadan gerçekleşir ve anında çok büyük kullanıcı kitlelere ulaşmaktadır.
- Bilgi paylaşımı ve iletişim için hızlı bir mecraadır.
- Erişim imkânları daha fazla ve daha kolaydır.
- Mekân ve zamana bağlılık yoktur.
- Geniş kitlelere ulaşma imkânı sağlar.
- Daha özgürdür.
- Ciddi bir güvenlik boşluğu vardır. Kolaylıkla sahte kimliklerle sahte hesaplar oluşturulabilir.
- Bağımlılık oluşturma riski yüksektir.
- Eğlencelidir.
- İnsanların merak duygusunu besler.
- Yaygındır.

1.1.2.1. Sosyal Medya Araçları(Platformları)

Sosyal medya dediğimizde aklımıza genelde ilk olarak başlıca siteler gelse de sosyal medya kavramı çok büyük ve çok geniştir. Sosyal ağlar, bilgi paylaşım siteleri, bloglar, video paylaşım siteleri, podcastler, fotoğraf paylaşım siteleri ve mikroblogların her biri ayrı ayrı birer sosyal medya aracı olarak değerlendirilmektedir (Canstantinides 2006:229). Sosyal medya platformları internet aracılığıyla sanal topluluklar oluşturmak ve oluşturulan bu toplulukları birbiriyle etkileşime geçirmek amacıyla geliştirilmiş olan sitelerdir. Sosyal ağlarla ilgili sayısal değerlere bakıldığında ne kadar önem arz edildiği önümüze gelen sayılarla açıkça görülmektedir. (Lenhart ve Madden, 2007).

Tablo 1.3.: Sosyal Medya Araçlarının Sınıflandırılması

Crossing 2008	Sosyal Ağlar (Myspace, Facebook) Forumlar Wikiler Microbloglar (Twitter) Bloglar İçerik Toplulukları (Flickr, YouTube) Podcastler
Zarella 2010	Sosyal Ağlar Twitter ve Microblogging Bloglar Sosyal Haberler ve Etiketleme Oylama ve Değerlendirme Siteleri Medya Paylaşımı Sanal Dünyalar
Carabiner 2009	İşaretleme Siteleri (Delicious) Sosyal Ağlar (Facebook, Orkut) Video Paylaşım Siteleri (YouTube, Yahoo!) Profesyonel Ağlar (Linkedin, Plaxo) Bloglar Özel Sosyal Ağ Kurma Siteleri Bilgi Paylaşım Siteleri (Wikipedia) İnteraktif E-Ticaret Siteleri
Mangold & Faulds 2009	Sosyal Ağ Siteleri Paylaşım Siteleri Yaratıcı Çalışma Kullanıcı Sponsorlu Bloglar İş Ağı Siteleri Şirket Sponsorlu Bloglar
Akar 2010	Medya Paylaşım Siteleri Bloglar Sosyal Ağlar ve Sosyal Ağ Siteleri Mikroblogging Wikiler Sosyal İşaretleme Podcasting Sanal Dünyalar

Kaynak: (İşlek, 2012:23)

1.1.2.1.1. Sosyal Ağlar

İnsanların internet üzerinden başkalarıyla iletişime geçmesi, onlarla her türlü paylaşımda bulunması ve böylelikle dijital bir ortam vasıtasıyla daha fazla sosyalleşmesine olanak tanıyan araçlar olarak kısa bir şekilde sosyal ağların tanımı yapılmaktadır. Sosyal ağlar, kullanıcı üyelerinin kendi oluşturmuş oldukları profiller üzerinden birbirleriyle etkileşime geçmesine ve istedikleri kişilerle iletişim kurması mantığına dayanmaktadır. Bu bakımdan oluşturulan profillerin onların gerçek ya da sahte fark etmeksizin bir nevi dijital kimlikleri olduklarını söylemek hata olmasa gerek. Sosyal ağların tarih içindeki yerine baktığımızda 2000’li yılların başlarında belirgin olarak kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Bugün isimleri bilinmese de pek çok sosyal ağ sitesi tarihin tozlu raflarında yok olmaya mahkum olmuşken ayakta kalmayı başaran ve sonradan kurulan başlıca sosyal ağ sitelerini şu şekilde sıralayabiliriz; Facebook, Instagram, Foursquare, Snapchat, Google Plus, LinkedIn ve Myspace (Alfa, 2014:114-115).

1.1.2.1.2. Facebook

2004 yılında Harvard Üniversitesi öğrencisi olan Mark Zuckerberg ve arkadaşları tarafından kurulmuş olan Facebook, günümüzde küresel bir marka haline gelerek kullanıcı kitlesi her geçen gün büyümeye devam etmektedir (Alfa, 2014: 116). Bu platform basit olarak üye olan kullanıcılarının sanal bir profil oluşturup, diğer üye kullanıcılarla iletişim kurmasını hedeflemektedir. Günümüzde bu işlevinin yanına videolu sohbet, fotoğraf paylaşımı, grup oluşturma, gibi özelliklerle de kullanıcılarının daha fazla aktif olmasına olanak sağlamaya başlamıştır. Kullanıcı üyelerin Facebook’ta profil oluşturdukları günden itibaren yaptıkları tüm paylaşımları eskiden yeniye doğru sıralandığı zaman tüneli tasarımında, kullanıcı üyeler isterlerse paylaşımlarının hedef kitlesini sınırlandırabilme imkanına sahiptirler (Köseoglu 2012: 112).

2016 yılı Facebook ile ilgili son veriler ise aşağıdaki şekildedir (İlter, 2016:117):

➤ Facebook; 1,6 milyardan fazla kullanıcı sayısıyla “gezegenimizin en büyük çokuluslu devleti” olarak ifade edilebilir.

- Nüfusunun %40'ından fazlası Facebook kullanıcı üyesi olan ülkemiz, dünya geneline bakıldığında yedinci sırada yer alırken Avrupa'da ise İngiltere ile birlikte zirvede yer almaktadır.
- Türkiye'de Facebook kullanımının en yoğun olduğu yaş aralığı ise 18-24 yaş aralığı olarak dikkat çekmektedir.
- Facebook'un piyasa değeri yaklaşık olarak 100 milyar dolar civarında olduğu tahmin edilmektedir.
- Facebook'a üye her kullanıcı bu platformda günlük ortalama 37 dakika zaman geçirmektedir.
- Facebook'ta her hafta ortalama 4 milyarın üzerinde içerik paylaşılmaktadır.
- Dünyadaki internet kullanıcılarının yarısı aynı zamanda Facebook'un da aktif kullanıcısı konumunda olduğu görülmektedir.
- Facebook kullanıcı üyelerinin %52'sini kadınlar, %48'ini ise erkek üyeler oluşturmaktadır.

1.1.2.1.3. Instagram

Mike Krieger ve Kevin Systrom adlı iki girişimcinin 2010 yılının ekim ayında kurmuş olduğu bir sosyal ağ platformudur. Fotoğraf odaklı bir mecra olan Instagram, son yaptığı değişikliklerle kullanıcı üyelerine video oluşturma ve paylaşma olanağını da sunmuştur. Bir anda ciddi bir ivme yakalayan bu platform 2012 yılında Facebook sahipleri tarafından 1 milyar dolara satın alınmıştır (İlter, 2014:137).

Ülkemizde de yoğun bir şekilde kullanıldığı görülen Instagram'ın dünya üzerinde en hızlı takipçi edinilen platformlardan olmasına burçlu olduğu söylenmektedir.

Uygulamanın ülkemizde de kullanılmaya başlaması ile birlikte ülkemizde pek çok fenomen ortaya çıktığı görülmüştür. (Onurlubaş ve Öztürk, 2018:990).

Sosyal medya yönetim çalışmaları yapan bir şirket, 2022 yılında bir ayda dünya genelindeki kullanıcı üyelerinin bu platformda ortalama ne kadar zaman geçirdiğini hesaplayan bir araştırma yapmıştır. Araştırma aynı zamanda en çok Instagram kullanan ülkeleri de ortaya çıkarmıştır. Araştırma, kullanıcıların ülke bazında Instagram'da ayda ortalama kaç saat vakit geçirdiklerine ilişkin verileri baz almıştır. Araştırmaya yalnızca,

Instagram'ın resmi uygulamasını kullanan Android kullanıcıları dâhil edilmiştir. Araştırma sonucuna göre; Türkiye, aylık ortalama 20.2 saatlik Instagram kullanımıyla listenin ilk sırasına oturmuştur. Bu sürenin, dünya ortalamasının neredeyse 2 katı olduğu belirtilerek; listenin ilk 5'i de şöyle; Türkiye, Arjantin, Endonezya, Brezilya ve Hindistan olarak açıklanmıştır.

1.1.2.1.4. Foursquare

Foursquare, kullanıcılarının mevcut konumlarını onlara bildiren ve internet üzerinden işlem gören bir uygulamadır. Aynı zamanda bu uygulama kullanıcılarına görmediği farklı şehirleri keşfetmesine imkân tanıyan ve GPS yardımıyla bu platformdaki arkadaşlarınızla etkileşime geçme imkânı sağlamaktadır (İlter, 2014:125). Son yapılan çalışmalara göre ülkemizde 2 milyon kullanıcısı bulunmakta ve dünyada en fazla check-in yapan ülkeler arasında ikinci sırada yer almaktadır.

1.1.2.1.5. Google Plus

2011 yılının Haziran ayında hizmete başlayan Google Plus, esas itibariyle Google'ın Facebook'a karşı bir hamle olarak kurulmuştur. Google'ının sunmuş olduğu hizmetleri tek çatı altında toplayan Google Plus, işlev olarak bir kimlik doğrulama ve sosyal ağ uygulamasıdır (Socialbakers, 2017).

Piyasaya sürümündeki ilk zamanlarda kullanışlılık yönü sorgulanan uygulama, takribi iki yıl içerisinde yenilenen ara yüzüyle kullanıcılarına yeniden hizmet vermeye başlamıştır. İlk sürümüne göre kırk bir yeni özellik ile donatılarak kullanıcılarına sunulan Google Plus, kullanımı daha rahat ve mobil uygulamalara daha yatkın bir yapıya (Sanlav, 2014).

1.1.2.1.6. Snapchat

Bu uygulama kullanıcı üyelerine fotoğraf ve video çekimi yaparak üzerine çeşitli notlar eklemeleriyle kendi takipçileriyle paylaşım yapmalarına olanak veren sosyal ağ ve anlık mesajlaşma uygulaması olarak tanımlanmaktadır. Bu uygulamadaki paylaşımlar çok kısa bir zaman diliminde görülmekte daha sonra paylaşılan kişilerde görünmemektedir. Paylaşılan fotoğrafların daha sonra silinecek olmasının yanında bu fotoğraflar ekran kaydetme programlarıyla cihazlara kaydedilebilir (Çelik, 2017:79).

1.1.2.1.7. LinkedIn

5 Mayıs 2003'te açılan bu uygulama, Reid Hoofman ve arkadaşları tarafından kurulmuştur. LinkedIn, iş hayatı ile profesyonel çalışanlara yönelik olan ve günümüzde birçok ülkede milyonlarca kullanıcı üyeye sahip bir sosyal ağıdır (İlter, 2014:149). Bu uygulamanın başlıca işlevlerini şöyle sıralayabiliriz:

- ✓ İş ilanı ve başvuruları,
- ✓ Sunumları paylaşma,
- ✓ Profesyonel profil oluşturma,
- ✓ Şirketler tarafından iş gücü temini.

1.1.2.1.8. Myspace

2003 yılında kurulmuş olan Myspace kullanıcı üyelerine diğer kullanıcı üyelerle iletişim ve arkadaşlık kurmasına imkân veren bir sosyal iletişim sitesi olarak tanımlanmaktadır. Bu uygulama, 2008 yılına kadar dünyada en çok kullanılan sosyal ağ olma özelliğine sahiptir (Danah ve Nicole, 2007: 214). Myspace, dünya genelinde müzisyenlerin ve müzik gruplarının yoğun kullandığı bir uygulama olarak da dikkat çekmektedir (Kaymak, 2012). MySpace gibi sosyal ağ siteleri, bazıları milyonlarca kullanıcıya sahip olan ve çoğu zaman günlük yaşamda en çok ziyaret edilen internet siteleri olan devasa bir internet olgusudur. Çocuklar için özellikle ilgi çekicidirler ve onlar tarafından çokça kullanılmaktadır.

1.1.2.2. Bloglar

“Weblog” kavramının ortaya çıkmasıyla blog yazarlarının “weblog” terimini “we blog” (blogluyoruz) şeklinde kullanmaya başlaması ile blog kavramını oluşturmuşlardır (Çelik, 2019). Dilimize “ağ günlüğü” ya da “web günlüğü” olarak çevrilmişse de bu terimlerin yerine dilimizde de aynı şekilde “blog” olarak kullanılmaktadır. Blog, kolay hazırlanabilir bir web sayfasıdır. Bu platform ucuz ve kolay yazılımlar aracılığıyla herkesin kısa sürede bir web sayfası üzerinde günlük oluşturmaya olanak sağlamaktadır (Özata ve Öztaşkın, 2005). Bloglarda kullanıcı üyeler ve yazar etkileşimi çok yüksek olması onu ayrıcalıklı kılmaktadır. Çok kullanılan bloglar ise şöyledir; LiveJournal, Blogger, Wordpress, Drupal, Tumblr ve ülkemize has olan blogcu.com (Çoban & Ataman, 2015: 205).

1.1.2.2.1. Blogger

Blogger.com'u Pyra Labs geliştirmiştir. Blogger.com daha sonraki sũreçte Google tarafından satın alınmış; internetteki ilk blog hizmet sağlayıcısı olarak en çok ziyaret edilen ilk on ağ sitesinden biri arasına girmeyi başarmıştır. Kullanıcı üye sayısı 2 milyona yaklaşmış olup, gũnde de 18 milyon civarında tıklanma almaktadır. Blogger kullanıcıları içeriklerini kolayca hazırlayabilmekte ve dakikalar içerisinde daha fazla içeriği arkadaşlarına gũnderebilmektedirler. Blog arkadaşları ũretilen içeriklere kolayca yorum yapabilmektedir (şahin, 2013).

1.1.2.2.2. Tumblr

2007 şubat ayında ABD'de David Karp tarafından kurulmuştur. Tumblr, kullanıcıların kısa blog ve multimedya paylaşımları yapmalarına olanak tanıyan bir site olarak karşımıza çıkmaktadır. Tumblr'ın temel ۆzellięi uzun blog yazılarından uzaklaşarak kısa metin parçaları, resim, video ve bağlantıların paylaşıldığı bir blog olmasıdır. ۆlkemizde son zamanlarda yayılan Tumblr'ın 3 milyona yakın kullanıcı ۆyesi olduğu dũřũnũlmektedir. Bu uygulama, 2013'te Yahoo tarafından 1,1 milyar dolara satın alınmıştır (ĩlter, 2014:134).

1.1.2.2.3. Wordpress

Bu uygulama temel işlevi itibariyle bir içerik yۆnetim sistemi olarak kurulmuştur. Bilimsel makaleleri yazmaya ve bu makaleleri dũzenlemeye yarayan Wordpress aynı zamanda bu makaleleri yayınlama hizmetini de kullanıcılarına sunmaktadır (Polat, 2016).

1.1.2.3. Bilgi Paylaşım Siteleri

Bilgi paylaşım siteleri, temelinde bilgi dayanışmasının olduğu ve bilgi paylaşımlarının yapıldığı internet siteleri olarak tanımlanmaktadır. Bu sitelerde paylaşılan bilgiler herkese açık, yenilenebilir ve aynı zamanda tekrarlanabilir olarak hazırlanmaktadır (Kũũkyılmaz, 2014:113). Yapısı gereği Wikiler oluşumuna her kullanıcısının katkıda bulunduğu sanal bir ansiklopedidir. Vikipedi(Wikipedia) bu kategorideki bilinen en ۆnemli site olarak kullanıcıları cezbetmektedir.

1.1.2.3.1. Wikipedia

İnternet dünyasında en çok bilinen ve kullanılan wiki bu sitedir. Kurucularından biri olan Jimmy Wales, “Dünyanın neresinde olursa olsun insanlara kendi lisanlarında ve en kaliteli olan bir ansiklopedi sunma imkânı” olarak tanımlamaktadır (Sey, 2012). 2001 yılında dünya genelinde hizmete başlayan Wikipedia, 2003 yılından itibaren Türkçe de hizmet vermeye başlamıştır (Polat, 2016:34). Bu wikiden sonra en çok kullanılan wikiler: Wikia, Wikinews ve WikiHow’dur.

1.1.2.4. Podcastler

Podcastler; dijital araçların bildirim kanalıyla akıllı cihazlara indirilebilmesine yarayan sistem olarak tanımlanmaktadır. Podcastler ilk olarak 2001 yılında geliştirilmiş olup günümüzde çokça kullanımına başvurulmaktadır.

1.1.2.5. Fotoğraf Paylaşım Siteleri

Arkadaşlıkların kurulduğu bu sitelerde temel amaç fotoğraf paylaşma ve başka kullanıcılara iletmedir. Aynı zaman da yüklenen fotoğrafların yorumlanması da bu tür sitelerin temel amaçları arasında yer almaktadır. Paylaşım siteleri arasında en çok kullanıcısı olan siteler Pinterest ve Flickr’dır (Scott, 2010: 15).

1.1.2.5.1. Pinterest

Ben Silbermann öncülüğündeki bir grup Amerikalı girişimci tarafından Mart 2010’da kurulmuştur. Pinterst, bir pano görünümüne sahip olan çevrimiçi fotoğraf paylaşım sitesi olarak tanımlanmaktadır. Kullanıcı üyelerin ilgilendikleri alanlara göre istedikleri resim ya da resimleri kendi oluşturmuş oldukları panolarına kaydedebilir veya beğenebilirler (Demirtaş, 2017:39).

1.1.2.5.2. Flickr

Flickr, 2004 yılında Kanada şirketi olan Ludicorp tarafından geliştirilmiş ve Mart 2005’te Yahoo tarafından 35 milyon dolara satın alınmıştır (İlter, 2014:140). Flickr, kullanıcı üyelerine yükledikleri fotoğrafları düzenleyebilme, paylaşabilme, poster, takvim vb. gibi farklı şekillere dönüştürebilme hizmeti sunmaktadır (Akar, 2010:95).

1.1.2.6. Video Paylaşım Siteleri

Video paylaşım sitelerinde asıl hedef video paylaşımı yapmak olup, kullanıcıların video içerikleri oluşturmaya, izlemesine ve yorumlamasına hizmet etmektedir. Özellikle youtuber içerik üreticilerinin oluşturmuş olduğu videoları tüm dünyaya ulaştırıyor olması sadece eğlence amaçlı paylaşım siteleri olmadığını aynı zamanda pek çok toplumsal olayı biçimlendiren ve insanları yönlendirebilen etkilere sahip siteler oldukları açıkça görülmektedir. Youtube, Tiktok, Dailymotion, Vimeo, Vidivodo ve İzlesene.com en çok kullanılan video paylaşım siteleridir (Scott, 2010: 14).

1.1.2.6.1. Youtube

Youtube, 2005 yılında bünyesinde video bulundurma sitesi olarak kurulmuştur. 2006 yılında Google tarafından satın alınmış, bugünkü küresel içerik üretme ve video barındırma aracına dönüştürülmüştür (İlter, 2014:145). “Digital in 2019” sitesinin oluşturduğu rapora göre en çok kullanılan sosyal medya platformları arasında dünyada ikinci sırada yer alırken, Türkiye’de ise zirvede yer almaktadır (We Are Social, 2019).

1.1.2.6.2. TikTok

Çin’de bilinen adıyla Douyin ve ya küresel adı TikTok, Musical.ly bazda oluşturulan, video içerikleri oluşturma ve paylaşmanın yanında canlı yayın olanağı sağlayan bir sosyal medya mecrası olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu uygulama 2016 yılının Eylül ayında ByteDance tarafından piyasaya sürülmüştür. Asya ülkelerinde hızla kullanılmaya başlayan bu video paylaşma platformu çok kısa bir süre içerisinde tüm dünyada yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Kullanıcılarına birçok alanda eğlenceli zaman dilimleri yaşatıyor olsa da bu platformda çocukların hatta yetişkinlerin mahremiyetine dikkat etmemesinden ötürü özellikle ülkemizde kullanımına yönelik tepkiler çekmiştir. Her ne kadar birçok ülkede tepki çekse de dünya genelinde 1 milyar kullanıcıyı geçen üyeye sahip olması kullanımı revaçta olan bir uygulama olduğunu ortaya koymaktadır (Polat, 2016).

1.1.2.7. Mikrobloglar

Web 2.0 teknolojisinin önemli taşlarından olan blog, web günlüğü olarak tanımlanmaktadır. Mikrobloglar ise bloglarla karşılaştırdığımızda anlık ve daha kısa içerikleri paylaşmaya olanak tanıyan uygulamalardır. En çok bilinen mikroblog sitesi

ise Twitter'dır fakat Twitter'ın yanında Tumlr, Jaiku, Plurk, Weibo ve identi.ca gibi mikroblog siteleri de kullanılmaktadır (Scott, 2010: 18).

1.1.2.7.1. Twitter

Jack Dorsey tarafından 2006 yılında geliştirilen Twitter, mikroblog sitesi ve aynı zamanda bir sosyal ağdır. Twitter, her bir paylaşımında en çok 140 karakter bulundurabilen, paylaşımları içerisine resimler, fotoğraflar ve kısa videolar da eklenebilen bir sosyal paylaşım sitesi olarak hizmet etmektedir (Kazancı ve Dönmez, 2013:41). Bu mikroblog sitesi günümüzde yoğun kullanılırken, her durumun ve olayın her an paylaşılabilirdiği, ünlü kişilerin, politikacıların, sanatçıların her zaman hedef kitleleriyle mesajlaşmasını sağlayabildiği, kullanıcıların istediği ünlüleri takip edip onlarla karşılıklı konuşma fırsatı bulduğu bir sanal ortam var etmiştir. 2022 yılında Elon Musk tarafından satın alınmıştır.

1.2. Sosyal Medya ve Çocuk

Çocuklar, dünyayı artık sosyal medya ile tanımaya başlamaktadır. Kullanma amacı bireyden bireye değişiklik gösterse de sosyal medya her yaş grubuna hitap ettiği gibi kullanım yaşı da gittikçe küçük yaş gruplarına inmektedir. Sosyal medya çok yönlü bir toplumsallaştırma aracı olmasından dolayı çocuk, sosyal medya araçları ile soru sorma, açıklama isteme ve itiraz etme seçenekleri ile istediği, beğendiği her şeye kolaylıkla erişebiliyor olması sosyal medyayı çocuk için cazibeli bir konuma eristirmektedir (Özden, 2006).

Bebek bakıcısı medya ya da elektronik bakıcı medya terimlerinin kullanımının giderek artmasıyla birlikte çocukların sosyal medya ile hemhal olması, henüz çok erken yaşlarda medya ve sosyal medya araçlarıyla tanışıyor olması onların fiziksel, bilişsel, sosyal-duygusal, ahlaki ve kişilik gelişimlerinin kendilerinden bir önceki kuşaktan çok farklı bir şekilde geliştiğini, etkilendiğini ve şekillendiği yapılan son araştırmalar göstermektedir. Bu yüzdendir ki kuşaklar arası çatışmalar günümüzde giderek artmaktadır. Yetişme, gelişme ve sosyalleşme araçlarının birbirinden farklı olmasından kaynaklanan kuşaklar arasındaki çatışmalar sosyal medyanın ve medya araçlarının kullanımının doğru kullanılmaması ve giderek alt yaş grup çocuklarda kullanımın hızla yayılmasıyla bu çatışmaların artacağına, çocuk gelişimlerinin her bakımdan değişeceğini açıkça göstermektedir. (Pembecioğlu, 2006:276) medya çocuk ilişkisinin

temelinin medya araçlarının çoğalması, evlerdeki kitle iletişim araçlarının sayısının artması ve bu araçların daha fazla çocukların eline geçmesi ile bağlantılı olduğunu belirtmiştir.

Sosyal medyada yayınlanan içeriklerin çocukları hangi yönde etkilediği çocukların sosyal medya içeriklerini izleme şekilleri, izleme sıklıkları ve süreleri, ailelerinin tutumu, çocukların yaşı, çocukların sosyal medya içeriğini algılama şekli gibi faktörlere göre değişkenlik göstermektedir. Bu faktörler göz önüne alındığında sosyal medyanın her çocuğu ne derecede etkilediği, hangi şekilde etkilediği değişkenlik göstermektedir. Sosyal medya araçlarına erişimlerini kısıtlama, yasak koyma ise sosyal medyadan ve sosyal medya araçlarından korumak için akılcı bir çözüm olmamaktadır. Özellikle küçük yaştaki çocuklar aile kontrolünde bu platformlarda vakit geçirmeli ya da aile tarafından çocuğun hangi içerikleri izlediği ve ne kadar izlediği ailenin denetimi altında olmalıdır (Öztürk, 2002:63).

1.2.1. Çocukların Sosyal Medya Kullanma Nedenleri

Sosyal medya kullanımı denilince çocukların değişen yaşam şekillerine bağlı olarak medya ve sosyal medyanın yaşamlarının değişmez parçası olduğu gerçeği akla gelmektedir. Özellikle şehir hayatında yaşam alanları sınırlı olan çocukların, yaşama biçimleri de buna bağlı olarak iletişim kurma ve bazı ihtiyaçlarını karşılama şekilleri de ne yazık ki değişmiştir. Bu değişim sürecinde sosyal medya çocukların yaşamına nüfuz ederek onlar için yeni bir tüketim ortamı oluşturmuştur. Çocuklar “iletişim çağında, iletişim araçlarının ilk hedef kitlesi olduğu gibi medyanın en büyük tüketicileri de yine çocuklar olmuştur (Şahin, 2013, 29). Çocukların yaşamlarının merkezine yerleştirilen sosyal medya onların pek çok ihtiyacını olumlu ya da olumsuz bir şekilde karşılamaktadır. Özellikle çocukların eğlenme, rahatlama, can sıkıntısını giderme, oyalanma, vakit geçirme, yapacak başka bir aktivitelerinin olmaması gibi boş zaman etkinliği olarak da görülmesinin yanı sıra, hayal dünyasını geliştirme, bilgi edinme gibi gelişimine yardımcı olması gerekçeleriyle de izleme nedenleri olarak bu nedenler sayılabilir. Fakat farkında olunmalıdır ki sosyal medya mecralarında üretilen her içerik tamamen doğru değildir ve özellikle çocukların birtakım kullanma nedenleri geçerli olsa da çocuklar gerçek olan ile olmayan olgu arasındaki farkı tam ayırt edemediklerinden

dolayı kullanma nedenlerine bakıldığında onlar için çözüm yalnızca sosyal medya olmamalıdır.

1.2.2. Çocukların Sosyal Medya Kullanma Alışkanlıklarının Belirlenmesinde Ailenin Rolü

Genel olarak kabul görüldüğü üzere yeni iletişim teknolojileriyle duygu, düşünce ve içeriklerini paylaşabilecekleri olanaklar oluşturan; dönütlerin yer aldığı yeni bir dünya sunmaktadır. Sosyal medya olarak adlandırdığımız bu sanal platform, kullanıcı üye tabanlı olmasının yanında, bireyleri ve toplulukları bir araya getirmesi ve aralarındaki karşılıklı iletişimi artırması yönünden de önem arz etmektedir. Yapılan çalışmalar çocukların bu sanal evrende her geçen gün daha çok zaman harcadıklarını, bu sanal gerçeklik içinde gerçek hayattaki ihtiyaçlarını karşılamaya çalıştıklarını ve yine bu sanal gerçeklik içerisinde yeni bir dünya kurarak yaşamlarını idame ettiklerini göstermektedir. Pek çok kullanıcı bunu gerçek kimliğiyle yaparken, birçok kullanıcı da gerçek olmayan(sahte) bir kimlik inşa ederek o ikincil kimlikle sanal evrende var olmaktadır (Küçükyılmaz, Çopur, İlter, Sığın ve Arı; 2014:77).

Çocukların iletişim araçlarını kullanması ailenin kullanmakta olduğu ve ya tükettiği medyalarla çok yakından ilişkilidir. Televizyon, radyo, kasetçalar gibi sesli ve görüntülü olan iletişim araçları çoğunlukla ailelerin ortak kullanımındadır. Fakat çocuk, ortak kullanımı olan kitle iletişim araçlarından ziyade kendisinin olan iletişim araçlarını daha çok sever ki görsel ve işitsel iletişim araçlarının bireylerde birbirlerine karşı yakın durmayı engelleyen yapıları vardır, sosyalleşmeyi engeller. İletişim araçları genellikle yetişkinlerin dünya görüşüne göre düzenlenmektedir (Şirin, 2006; 79). Medya, içinde yer aldığımız toplumların değerlerini dönüştürerek ve çoğu zamanda değiştirerek günlük hayatımızın en değerli parçalarından biri haline getirmektedir. Hiç kimsenin kuşkusunun olmadığı şu gerçektir ki; medya karşısında toplumların en iradesiz tabakası çocuklar olmuştur. Çocuklar yalnızca medya tarafından değil, diğer toplumsal alanlarda(hukuki, politik ve ekonomik) da istismara uğramaktadırlar. Hançerlioğlu tarafından “1 yaşından 13-14 yaşına kadar olan dönem” olarak tanımlanan çocukluğa dair günümüzdeki algı 18 yaşın altındaki tüm kişileri kapsamaktadır. Çocukluk aslında kişinin dünyaya geliş anından itibaren pek çok etki altında kaldığı pasif bir döneme işaret etmektedir. Bu evre kişinin yetişkinliğe dair önem ve niteliklerinin oluştuğu

örgütlü bir toplumsallaşma dönemidir denilebilir. Yaşam bilgisinin insan ömrünün sonuna kadar devam ettiğini kabul etsek de, çocuk, kendine ve içinde yaşadığı topluma, dünyaya dair her şeyi bu dönemde öğrenmeye başlar ve bu öğrenme sürecinde öncelikle çocuğun içine doğduğu ailesi yer alır. Kağıtçıbaşı'nın da belirttiği gibi aile, toplumsal değişme ve birey arasındaki en önemli köprüdür. Çocukların sosyalleşme sürecinde ailelerin en büyük vazifesi, toplumun normlarını çocuklara aktararak onları hayata karşı hazır hale getirmektir. Ancak modern hayatla birlikte çocuğun aile içindeki konumu ve iletişim biçimi farklılaşmıştır. Bu bağlamda, günümüz çocukluk anlayışında yaşanan değişimin modern aile anlayışındaki değişimle yakından ilgili olduğunu söyleyebiliriz. Aile yapısı günümüz toplumunda son derece grift bir özellik göstermektedir. Klasik ataerkil aile yapısı yerini anne, baba ve çocuk ilişkisinde iktidarın, işbölümünün ve toplumla kurulan bağın yeniden tanımlandığı farklı bir yapıya bırakmıştır. Çocuk dünyası ile yetişkin dünyasının birbirine geçmiş olduğu günümüz toplumunda aile yapılanmasında medya, çok önemli bir faktör olarak önümüze çıkmaktadır. Farklı bir deyişle, ataerkil aile yapısı “medyaerkil” bir aile yapısına dönüşmüştür demekle tanımlamanın yerinde olacağı yanlış olmaz. Medya her geçen gün aile yapısının ve toplumların temel kaynağı haline bürünmektedir (Akçalı, 2007). İletişim araçlarını kullanma alışkanlığı ailede başladığı için aileler, çocuklarının sosyal medyayı kullanma alışkanlığı biçimine de tesir etmektedir (Özakpınar, 2018:76). Ebeveynlerin çalışma ortamlarında olmasıyla birlikte sosyal medya ve medya araçları çocuklar için bakıcı “bebek bakıcısı” rolünü üstlenerek aile içerisindeki yerini giderek sağlamlaştırmaktadır (Çaplı, 2002:186). Çocuğuyla ilgilenmek için boş bir vakti bulunmayan ve sürekli yorgun olarak eve gelen ebeveynler giderek çocuklarını evdeki kitle iletişim araçlarına mahkûm etmektedirler. İletişim pedagogları çocuğun sosyalleşmesini yalnızca iletişim araçlarına yüklemenin yanlış olduğuna dikkat çekmekte ve yetişkinleri sorgulayan tutumu öne çıkarmaktadırlar. Ailenin, çocuğun eğitimi ve sosyalleşmesindeki rolü azaldıkça devreye “kitle iletişim araçları” girer (Şirin, 2006: 30). Çocuklar, ebeveynlerinden çok günün büyük kısmını bu araçların kontrolü altında geçirmektedir. Böylelikle sosyal medya, ailelerin boş bıraktığı yaşama dair bilgi paylaşımını da kontrolü altına almaktadır. Ailelerin çocuklarına yaşama dair bir şeyler öğretmek, iletmek için ayırdığı boş vakit, paylaşım zamanı olma niteliğini kazanamamaktadır. Bazı alan yazarlarına göre sürekli çalışmak zorunda olan ailelerin çocuklarına vakit

ayıramaması, ilgisizlikleri çocukların sosyal medyaya sarılmasına neden olmakta bundan kaynaklı olarak günümüz çocukların bu kadar sosyal medyaya bağlı olması yalnızca çocukların sosyal medyaya olan düşkünlüğünden kaynaklamadığını bize açıkça göstermektedir (Büyükbaykal, 2007). Henüz küçük yaşlarda çok fazla sosyal medya araçlarını kullanan çocuklarda dikkat, düşünme, dil ve sosyal becerilerde gecikme ve gerileme görülme ihtimalinin yüksek olduğunu yapılan çalışmalar ortaya koymaktadır.

Polat(2016:85-90), çocukların daha güvenli ve sağlıklı sosyal medya kullanıcıları olmalarına yardımcı olabilecek önerileri anne-babalar için şu şekilde sıralamaktadır:

- Çocuğunuzla düzenli ve sağlıklı bir iletişim halinde olun; çocuğunuzun arkadaşları, takıldığı ortamlar, zevkleri, korkuları, düşünceleri, sevdikleri ve sevmediği şeyler hakkında bilgi sahibi olmalısınız.
- Çocuğunuzun sosyal medyaya erişim sağladığı cihazların evde göz önünde olmasına dikkat etmelisiniz.
- Çocuğunuz sağlığı için sosyal medyayı kullanma süresi belirlemeli gerektiği durumlarda kullanımına kısıtlama getirmelisiniz.
- Diğer konularda olduğu gibi, bu konuda da iyi birer rol model olmalısınız.
- Bilinçli bir ebeveyn olarak çocuğunuzla bilinçli ve güvenli sosyal medya kullanımı kurallarını tartışmalı ve bu kurallara uyma şartıyla kuralları belirlemelisiniz. Bu kuralları anlaşılır bir şekilde açıklamalı ve kurallara siz de uymalısınız.
- Çocuğunuzun sağlığı ve geleceği için hem çocuğunuzla hem de öğretmenleriyle birlikte çocuğunuzun yaşına uygun güvenli olan internet sitelerinin adreslerini belirlemelisiniz.
- Sosyal medyada mümkünse çocuğunuzla birlikte vakit geçirmelisiniz.
- Çocuğunuzun sosyal medya kullanımını güvenli zedelemeyecek bir şekilde sık sık kontrol etmelisiniz. Böylelikle hangi sosyal ağlara girdiği ve hangi sohbet ortamlarına katıldığı konusunda fikir sahibi olmalısınız.
- Çocuğunuza sosyal medya ortamında bulunan her kullanıcıyla iletişim kurmasına ve özel bilgilerini paylaşmaması gerektiğini öğretmelisiniz.

- Çocuğunuza sosyal medya kullanıcı adını ve şifresini, özel bilgilerini, ev adresini, iletişim bilgilerini ebeveynleri dışında hiç kimseyle paylaşmaması gerektiğini öğretmelisiniz.

Çocuklara, sosyal medya ortamında diğer kullanıcıları rahatsız edecek davranışlarda ya da paylaşımlarda bulunmamalarını öğretmelisiniz.

1.2.3. Ebeveyn Tutumlarının Medya Kullanımı Üzerine Etkileri

Çocukların sosyal yaşamı gözlemlemeye başladıkları ilk ortam, aileleri ile oluşturdukları iletişim ortamlarıdır. Bu ortamlar ve deneyimler artıkça çocuk şekil almaya başlamaktadır. Aile yapısı içerisinde yer alan çocuklar ile anne-babaları arasında oluşan ilişkide temel faktör anne ve babanın davranışları ile olaylar karşısında verdikleri tepkiler oluşturmaktadır. Toplumumuza sağlıklı ve bilinçli vatandaşlar yetiştirebilmek için öncelikle ebeveynlerin çocukları ile iletişim kurarken doğru ve sağlıklı davranışlarda bulunmaları gerekmektedir. Çocuklar, kendileri için örnek aldıkları rol-modellerini aile fertleri içerisinde birilerini seçmektedir (Okumuş, 2018).

Aile ortamında ebeveynleri ile doğru ve sağlıklı bir ilişki kurabilen çocukların büyük çoğunluğunun kendinden emin, özgüveni yüksek, çevresiyle uyumlu ve kendi kararlarını verebilen, toplum normlarına riayet eden fertler olarak büyüdükları görülmektedir (Okumuş, 2018). Ebeveyn ile çocuklar arasında kurulan ilişki çocukların sosyal medya kullanımı üzerinde de belirleyici bir öneme sahiptir. Kurulan bu ilişki doğru ve pozitif yönde bir iletişim ise çocuklarda sosyal medya kullanımı daha güvenli ve sağlıklı bir kullanım alışkanlığı; kurulan ilişki yanlış ve negatif yönde bir iletişim ise sosyal medya kullanımı daha sorunlu ve zararlı bir kullanım alışkanlığı oluşturmaktadır.

1.2.3.1. Demokratik Tutum

Ebeveynlerin demokratik tutum sergilediği ailelerde, çocuklar medyadan daha az etkilenmekte ve medyayı daha güvenli bir şekilde kullanmaktadırlar (Okumuş, 2018).

1.2.3.2. Aşırı Koruyucu Anne-Baba Tutumu

Bu tip ailede yetişen çocuklar, medyaya daha çok yönelmekte, etkilenmekte ve zarar görmektedir. Sosyalleşmeyi medya araçları üzerinden gerçekleştirirler (Okumuş, 2018).

1.2.3.3. İhmal Eden Anne-Baba Tutumu

Bu tip ailelerde yetişen çocuklar; konuşma zorluğu çekmekte, algısı düşük ve başkaları tarafından kolay yönlendirilebilir oldukları için medyadan daha çok etkilenmekte ve zarar görmektedirler. Hayır demeyi beceremezler. Sosyalleşme aracı olarak medyayı kullanırlar, medyadan zararlı alışkanlıklar ve zararlı modeller edinmeye meyillidirler (Okumuş, 2018).

1.1.3.4. Aşırı Baskıcı ve Otoriter Anne-Baba Tutumu

Bu tip ailelerde yetişen çocuklarda özgüven sorunu vardır ve kendi başlarına karar veremezler. Bu yüzden sosyal medyadaki herhangi bir yönlendirmeden etkilenmeleri daha kolaydır (Okumuş, 2018).

1.1.3.5. Mükemmeliyetçi Anne-Baba Tutumu

Bu tip ailelerde yetişen çocuklar kendilerine güvenleri olmadığı için yanlış yapmaktan korkarlar bu yüzden medya araçlarını kullanmaktan kaçınırlar ya da kullanım sırasında sürekli tedirgin olurlar. Ebeveynler tarafından üzerine kurulan baskıdan ve psikolojik şiddetten kurtulmak için genellikle medya ve medya araçlarına yönelirler (Okumuş, 2018).

1.1.3.6. Aşırı Hoşgörülü Anne-Baba Tutumu

Bu tip ailelerde yetişen çocuklarda kuralsızlık, aşırı özgür olma ve sosyalleşmeden uzak yani bencil bireyler oldukları için medya kullanımına yöneldikleri zaman, medya kullanım sınırları ve süreleri yoktur. Saatlerce medya araçlarıyla vakit geçirebilirler ve özgür oldukları için medya da her şeyi yapma rahatlıkları olduğu için medyadan olumsuz olarak daha çok etkilenirler (Okumuş, 2018).

1.1.3.7. Kararsız ve Dengesiz Anne-Baba Tutumu

Bu tip ailelerde yetişen çocuklarda; ebeveynlerden kaynaklı dengesiz ve tutarsız davranışlar görülür. Bu yüzden medya kullanımı ve medya araçları ile olan etkileşimleri bazen saatlerce olabiliyorken bazen çok kısa süren bir etkileşim içerisine girerler (Okumuş, 2018).

1.1.3.8. Kayıtsız ve Pasif Anne-Baba Tutumu

Bu tip ailelerde yetişen çocuklar ihmal edildikleri yani yalnızlaştırıldıkları için onlara arkadaşlık etmek için devreye medya ve medya araçları girer. Çocuklar, bu yalnızlığını medya ve medya araçlarıyla karşılamaya çalışır. Bu yüzden medya araçlarını ve medyayı kendilerine yakın ve arkadaş olarak gördükleri için oradan gelen tehlikelere kolayca maruz kalabilmektedirler (Okumuş, 2018).

1.1.3.9. Reddedici Anne-Baba Tutumu

Bu tip ailelerde yetişen çocuklar, aile içindeki çatışma ortamından ve psikolojik bunalımından kurtulmak için medya ve medya araçlarına yönelmektedir. Ev ortamında üzerinde bulunan baskıcı tutum medya ortamında üzerinde olmadığı için kendilerini daha rahat ve mutlu hissederler. Bu yüzden ev ortamında yaşanan kaotik dönemlerde daha çok medya ve medya araçlarına yönelmekte ve kullanımları artmaktadır (Okumuş, 2018).

1.1.4. Sosyal Medyanın Çocuklar Üzerindeki Olumlu ve Olumsuz Etkileri

Yapılan araştırmalardan ortaya çıkan sonuçlara göre bilgisayarlı iletişim, diğer iletişim türlerinin yerini henüz bütünüyle almamıştır. Fakat destekleyici olmuştur (Erdem, 2010). Özellikle de anlık mesajlaşma yazılımları ve sosyal ağlardaki paylaşımları göz önünde bulundurduğumuzda bilgisayarlı iletişim dünyayı küçük küresel bir köy haline getirmiştir. Sosyal medya ilk zamanlarda telgraf, radyo, televizyon ve telefonla kat edilen yolun binlerce katını kat etmiştir. Sosyal medya ağları sayesinde artık dünyanın hangi köşesinde olursanız olun, diğer insanlar size yalnızca bir ekran uzaklığındadır. Aradaki coğrafi olmasa da iletişim mesafelerinin bu denli kısılması, iletişimi insanların gözünde “çok kolay” bir konuma getirmiş, artık coğrafi uzaklıktaki bireyler birbirlerini ekranların karşısından görerek aradaki “hasret” ve benzeri duyguları ekrandan ekrana birbirlerini göremediklerinde yaşar hale getirmiştir. Diğer tarafta bu durum günlük yaşamda insanların birbirlerini görme isteğini büyük ölçüde azaltan hatta gereksiz kılan bir olguya dönüştürmeye başlamıştır (Çelik, 2016:92).

Sosyal medyanın çocuklar üzerindeki etkileri çocukların özellikleri, sosyal medyanın türü, sosyal medyayı kullanım şekli ve süresine göre farklılık göstermektedir. Sosyal medya araçları bilinçli, sağlıklı, doğru ve amacına uygun kullanıldığı takdirde;

yaratıcılık, eleştirel düşünme, analiz etme, çözümleme, değerlendirme ve problem çözme becerilerini geliştirme, bilgi düzeylerini artırma ve kitlesel olaylara farklı açılardan bakmayı öğretme gibi pek çok olumlu özelliği içerisinde barındırmaktadır. Ayrıca dijital medya araçları vasıtasıyla uzaktan eğitim(çevrimiçi) verilebilmektedir. Çevrimiçi eğitim, öğrencilere sınıflardaki ortama göre daha özgür bir ortam sağladığı için özellikle kendisini ifade etmekte güçlük çeken özgüveni düşük öğrencilerin derse katılımını artırmaktadır (Yılmaz ve Güney, 2021:487).

Sosyal medyanın faydalarının yanında birçok olumsuz etkisi de bulunmaktadır. Dijital medya araçları çok fazla kullanıldığında çocukların düşünme becerilerini zayıflatmakta, sosyal yaşamdan soyutlamakta ve pratik düşüncelerini, sanatsal faaliyetlerde bulunmalarını, hayal kurmalarını ve sosyalleşmelerini kontrol eden sağ beyni etkisiz hale getirmektedir. Ayrıca bu araçlar çocuklara oturdukları yerden dünyayı görme olanağı sağlamalarına rağmen çoğunlukla görme ve işitme duyularına yönelik uyarılara sahip olduğu için diğer duyuların uyarımı eksik kalmakta ve işlev görmediği için körelmektedirler. Diğer taraftan sosyal medyanın bilinçsizce kullanımı çocuk haklarının ihlal edilmesine, toplumsal normların zarar görmesine, özel yaşama ve mahremiyete müdahale edilmesine neden olmaktadır. Sosyal medyanın bazı içerikleri taraflı şekilde aktarması, içeriklerin mübalağalı bir biçimde servis edilmesi, asparagas haberlerin yaygınlaşması ve toplum gözünde zamanla bu durumun normalleşmesi bireylerde ahlaki değerlerin değişmesine neden olmaktadır (Yılmaz ve Güney, 2021:487-494). Sabatini, F. ve Sarracino (2014), sosyal medyanın çocuklar üzerindeki olumsuz etkilerini şu başlıklarda toplamıştır:

- 1) Karşılaştırma ve kıskançlık,
- 2) Sosyal güvensizlik,
- 3) Siber zorbalıklar,
- 4) Nefret söylemleri,
- 5) Siber takip,
- 6) Şiddet içerikli görüntüler,
- 7) Sınırsız sayıda paylaşım,
- 8) Gelişmeleri ve olayları kaçırma korkusu,
- 9) Siber istismar,
- 10) Kişilerarası beceri eksikliği,

11) Kimlik hırsızlığı.

İnternet ve sosyal medya araçları çocukların farklı yollarla kendilerini geliştirmeleri ve korumaları için bir dizi yarar sağlamaktadır. Sosyal medya çocukların dünden bugüne daha fazla bilgiye ve içeriğe daha kolay bir biçimde ulaşabilmesine olanak sunmaktadır. Çevrimiçi mecralarda oluşturulan bağlantılar ve sosyal iletişimler çocukların kendi ifade etme ve sosyalleşme becerilerinin gelişmesinde önemli bir etken olabilmektedir. Sabatini, F. ve Sarracino (2014), sosyal medya ve sosyal ağların çocuklar üzerindeki olumlu yönlerini şu başlıklarda toplamıştır:

- 1) Sosyalleşme ve etkileşim,
- 2) Geliştirilmiş öğrenme olanakları,
- 3) İçerik oluşturma ve içeriklerini geliştirme,
- 4) Sağlık bilgilerine ulaşma,
- 5) Takım oyunları oynama fırsatı ve işbirliği imkânı,
- 6) Farklı bireyleri keşfetme,
- 7) Teknolojik yetileri artırma.

Sosyal medya bulunduğumuz konumda toplumları güçlü bir şekilde etkileyerek etkisi altına alabiliyor ve toplumların alışkanlıklarını belirlediği gibi değiştirmektedir. Bu sosyal mecralar bilgi paylaşma, arkadaş edinme, fotoğraf arşivleme, hayattan kaçma gibi türlü amaçlarla kullanılmaktadır (Yılmaz ve Güney, 2021:487).

İKİNCİ BÖLÜM

İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

2.1. Sosyal Medya Kullanma Alışkanlıkları İle İlgili Yurt İçi Çalışmalar

Üstündağ (2020)'de yapmış olduğu “Çocukların Sosyal Medya Kullanım Durumları ve Sosyal Medyanın Çocukların Duygu Durumları Üzerine Etkisi” adlı araştırmada 9-15 yaş arasında bulunan çocukların sosyal medya kullanım durumları ile sosyal medyanın çocukların duygu durumları üzerinde etkisi olup olmadığını belirleyebilmek amacıyla bu araştırmayı yapmıştır. Araştırmada nicel araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Araştırmanın evrenini 9-15 yaş arası çocuklar, örneklem grubunu ise 520 çocuk oluşturmuştur. Araştırmada veri toplama araçları olarak anket formu ve PANAS ölçeği kullanılmıştır. Elde edilen veriler işlendikten sonra; “Çocukların en fazla kullandıkları kitle iletişim aracının akıllı telefonlar olduğu, bu araçları daha çok fotoğraf paylaşmak ve sanal oyunlar oynamak için kullandıkları, sanal ortamlarda daha çok arkadaşlarıyla vakit geçirmeyi arzu ettikleri, sanal âlemde herhangi bir problem yaşadıklarında yakın arkadaşlarından yardım isteyebilecekleri, genellikle sanal âlemde siber zorbalığa başvuran arkadaşlarının olmadığı ve sanal âlemde siber zorbalığa maruz kaldıklarında genellikle ebeveynlerinden yardım istedikleri” sonuçları elde edilmiştir.

Dereli (2013)'te yapmış olduğu “Yeni Medya Olarak Çevrimiçi Video Portalları Ve Video Portallarının İncelenmesi” adlı yüksek lisans tezinde yeni medya kullanıcılarının çevrimiçi video portallarını hangi amaç ile kullandıklarını incelemek üzere bir araştırma yapmıştır. Araştırma kapsamında veri toplamak için anket yöntemi kullanılmıştır. Hazırlanan bu anket İstanbul Kültür Üniversitesi akademik ve idari personeli ile İstanbul Kültür Üniversitesi öğrencilerinden oluşan 510 kişilik bir örneklem grubuna uygulanmıştır. Araştırma verilerinde istatistikî paket programı SPSS

ve Microsoft Excel'den yararlanılmıştır. Elde edilen veriler işlendikten sonra; ‘‘Sanal video izleme sıralamasında zirvede yer alan ülkemizde, kullanıcılar tarafından tercih edilen video portalları ve tercih edilme nedenlerine yönelik olarak yapılan bu çalışmada elde edilen bulgular şunu göstermektedir; farklı dijital araçlardan internete erişim sağlayan katılımcılar yaklaşık %70'i türlü video portallarından farklı dizi ve film izlemektedir.’’ sonucuna varılmıştır.

Yoręancı (2018)'de yapmış olduğu ‘‘ocukların Sosyal Medya Kullanımlarına Yönelik Yetişkin Tutumları zerine Nitel Bir İnceleme’’ adlı araştırmada çocukların günümüzdeki sosyal medya kullanım yoğunluklarına yetişkinlerin bakış açıları ve tutumları irdelenmeye ve analiz edilmeye çalışılmıştır. Araştırmada ğretmen, pedagoğ, okul müdürü, ebeveyn, sosyal medya uzmanı gibi toplumda farklı rollerde yer alan fakat konuyla doğrudan ya da dolaylı olarak ilgileri bulunan yetişkinler katılımcı olarak seçilmiştir. Araştırma verileri, 10 ayrı katılımcı ile derinlemesine görüşmeler yapılarak toplanmıştır. Elde edilen veriler işlendikten sonra; ‘‘alışmaya katılan yetişkinlerin, çocuklarının sosyal medya kullanımları konusunda kafalarının karışık olduğu ve bu konuyla ilgili farklı tutumlarda bulunduğu’’ sonucuna varılmıştır.

Atalay(2019)'da yapmış olduğu ‘‘Sosyal Medyanın Mahremiyet ve Benlik İnşasına Etkisi zerine Bir Araştırma’’ adlı yüksek lisans tezinde sosyal medyanın mahremiyet ve benlik inşası üzerine bir etkisinin olup olmadığı hakkında bir araştırma yapmıştır. Araştırma kapsamında veri toplamak için anket yöntemi kullanılmıştır. Veri toplamak için evrimii ortamda bir anket oluşturulmuştur. Araştırma verilerinde istatistiki paket programı SPSS ve Microsoft Excel'den yararlanılmıştır. SPSS'de tanıtıcı istatistik verileri olan frekanslar, standart sapmalar, ortalamalar ve ayrıca t-testi, ANOVA varyans analizi gibi analizler kullanılmıştır. Microsoft Excel programı ise, anket verilerinin toplanması, sınıflandırılması, geçersiz anket cevaplarının elenmesi ve anket cevaplarının analiz için SPSS'e aktarılması konusunda kullanılmıştır. Elde edilen veriler SPSS programından işlendikten sonra; ‘‘Bireylerin, kişiliklerini sanal mecralarda ve sosyal ortamlarda sunarken kimliklerini açıkça sunmayarak, gizil bir şekilde, günlük yaşamda verebileceği tepkilerden farklı tepkiler verme gibi olgular ortaya koyduğu ve sosyal medya bireylerin kişiliklerinin oluşumu ve inşası bakımından önemli bir role sahip olduğu’’ sonucuna varılmıştır.

Boz(2012)'de yapmış olduğu ‘‘Yeni İletişim Ortamlarında Dijital Kimlik ve Benlik Sunumu’’ adlı doktora tezinde dijital kimlik ve benlik sunumu üzerine bir araştırma yapmıştır. Bu araştırmada metodolojik olarak niceliksel ve niteliksel olmak üzere iki tür araştırma metodu kullanılmıştır. Araştırmada, yeni medya ortamlarında dijital kimlik ve benlik sunumu konusu işlendiğinden, araştırmanın evrenini yeni medyayı kullanan gençler oluşturmuştur. Veri toplamak için üç farklı veri toplama aracından yararlanılmıştır: ‘‘Değiştirilmiş Benlik Sunumu Taktikleri Ölçeği, Facebook Kullanım Ölçeği, Facebook Profil Analizi’’. Araştırmada elde edilen verilerin istatistiksel çözümlemeleri SPSS 19.00 paket programı kullanılarak yapılmıştır. Araştırma verilerinin analizi frekans, yüzde ve aritmetik ortalama ve standart sapma değerlerine dayalı olarak yapılmıştır. Katılımcıların cinsiyet, yaş ve yaşadığı şehir değişkenlerine göre değiştirilmiş benlik sunumu taktik ölçeği, Facebook kullanım ölçeği ve Facebook profil analizi, t test, Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA), Mann Whitney U testi ve Kruskal Wallis testi ve faktör analizi teknikleri ile ölçülmüştür. Elde edilen veriler analiz edildikten sonra ‘‘Kullanıcıların günlük yaşamlarında gün içerisinde saat fark etmeksizin pek çok kere hesaplarını kontrol ettikleri, sanal âlemdeki arkadaş gruplarını gözlemledikleri ve benlik sunumlarını bu durum çerçevesinde yeniden uyarladıkları’’ sonucuna varılmıştır.

Erdem(2022)'de yapmış olduğu ‘‘Sosyal Medya ve Sanal Varoluş’’ adlı çalışmada sosyal medya ve sosyal medya kullanıcılarının sosyal medya platformlarındaki sanal varoluşlarını ele almıştır. Araştırma sonucunda ise şu bulgular elde edilmiştir: ‘‘Sosyal medya kullanıcılarının sosyal medyadaki varoluşları yani sosyal medya kimlikleri onların günlük yaşamlarının sanal platformlara yansımaları olarak görüldüğü aynı zamanda kullanıcıların sosyal medyayı zamandan bağımsız, sınırsız ve iradeleri hükmünde olan bir mecra olarak görme yanılsamaları içerisinde oldukları görülmüştür.’’

Zeytinli ve Ekici(2023)'te yapmış oldukları ‘‘5.Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına Yönelik Bilişsel Yapıları: Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı ile İlişkisi Örneği’’ adlı çalışmada ortaokul 5.sınıf öğrencilerinin sosyal medyaya yönelik bilişsel yapıları ve Sosyal Bilgiler dersi ile olan ilişkisi ele alınmıştır. Araştırmada; nitel araştırma modelinin durum çalışması deseni ve olgu bilim desenleri

kullanılırken, örneklem grubunu ise Eskişehir ilinde okuyan ortaokul 5.sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmada; veriler yarı yapılandırılmış görüşme formuyla toplanırken bu veriler içerik analizi yöntemiyle çözümlenmiştir. Elde edilen veriler çözümlendikten sonra “Ortaokul 5.sınıf öğrencilerinin sosyal medyayı büyük çoğunlukla bir kitaba benzettikleri” sonucuna varılmıştır.

Çavuşoğlu(2018)’de hazırlamış olduğu “İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Televizyon İzleme Alışkanlıklarının İncelenmesi” adlı yüksek lisans tezinde televizyonun ilkokul 4.sınıf öğrencilerinin yaşamlarındaki yeri incelenmiştir. Araştırmada elde edilen bulgular sonucunda; “Öğrencilerin okul günleri okuldan geldikten sonra televizyon izlemeye başladıkları, hafta sonu günleri ise akşam yemeğinden sonra televizyon izlemeye başladıkları görülürken hem hafta içi hem hafta sonu günleri öğrencilerin 1-3 saat aralığında televizyon izledikleri, televizyonun günlük yaşamdaki birçok davranışlarını ve tercihlerini şekillendirdiği” tespit edilmiştir.

Üstündağ(2021)’de yapmış olduğu “Ergenlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları ile Sosyal Destek Algıları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi” adlı çalışmada ergen kesiminin sosyal medya kullanma amaçları ortaya konmaya çalışılırken sosyal medyanın sosyal destek algıları ile hangi yönde ilişkisinin olduğu incelenmiştir. Çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden bağlantısal yöntem kullanılmıştır. Çalışmanın örneklem grubunu ise 12-15 yaş aralığındaki ergenler oluşturmuştur. Çalışmada veriler hazırlanan ölçekler aracılığıyla toplanırken elde edilen veriler tanımlayıcı istatistik analiz testleri ve Pearson korelasyon analiz testi ile çözümlenmiştir. Analiz sonucunda; “Sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal destek algıları arasında anlamlı ve olumlu yönde bir ilişki olurken, sosyal medyayı en çok mesajlaşma amacı ile kullandıkları” tespit edilmiştir.

Gürler ve Ömeroğlu(2023)’te yapmış olduğu “Anne-Babaların Çocuk Yetiştirme Tutumları ile Çocukların Dijital Teknolojiyi Kullanımındaki Aracı Rollerini Arasındaki İlişki” adlı çalışmada iki değişken arasındaki ilişki incelenmiştir. Kars ili merkezinde, 48-72 aylık çocuk sahibi olan 236 ebeveyn ile yapılan çalışma sonucunda; “Ebeveyn tutumları ile çocukların medyaya yönelik teknolojiyi kullanımındaki aracı rolleri arasında pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu” görülmüştür.

2.2. Sosyal Medya Kullanma Alışkanlıkları İle İlgili Yurt Dışı Çalışmalar

J.John Davies ve A. Douglas'ın 2012 yılında ABD(Boston/Malden)'de yaptıkları ‘‘Kardeşli ve Olumsuz Ailelerde Çocukların Medya Kullanımına Cevapları: Bir Aile Gelişimi Perspektifi’’ başlıklı araştırmada kardeşli ve kötü şartlarda yaşayan ailelerde medya kullanımı araştırılmıştır. Sonuç olarak araştırmada çok kardeşli ve kötü şartlarda yaşayan ailelerde medya kullanım süresinin fazla olduğu, kardeş sayısı arttıkça ailede medya kullanımında arttığı tespit edilmiştir.

Taylor Katie Headrick, Lori Takeuchi ve Reed Stevens'in 2018 yılında ABD(Philadelphia)'de yaptıkları ‘‘Günlük Medya Turunun Haritalandırılması: Ailelerin Mobil Teknoloji Kullanımını Anlamak İçin Yeni Yöntemler’’ başlıklı araştırmada mobil cihazların aile ortamındaki günlük kullanımları kullanılmıştır. Sonuç olarak araştırmada Amerikalı ailelerde mobil cihazların yaygınlaşmasıyla bu cihazları kullanım süresinin arttığı; medyanın ailelerin fiziksel ve zamansal düzenini önemli ölçüde değiştirdiğini, bir televizyon setinin önünde oturan Amerikalı ailelerinin temsili görüntüsünün bir anakronizm/tarih yanılgısı olduğu tespit edilmiştir.

Bruce Fuller, Jose Ramon Lizarraga ve James H. Gray'ın 2015 yılında ABD'de yaptıkları ‘‘Dijital Medya ve Latin Aileleri: Öğrenme, Ebeveynlik ve Yerel Organizasyon İçin Yeni Kanallar’’ başlıklı araştırmada ABD'de yaşayan Latin ailelerden; İspanyol Latinlerin, dijital medya araçlarını çocuklarına eğitsel amaçla kullandırttıklarını ve bu yönde teşvik ettiklerini; diğer Latinlerin ise çocuklarına eğlenmek ve zaman geçirmek için kullandırttıklarını tespit etmişlerdir.

Brittany Huber, Kate Highfield ve Jordy Kaufman'ın 2018 yılında Avustralya'da yaptıkları ‘‘Dijital Deneyimin Detaylandırılması: Evde Öğrenim Ortamında Çocukların Medya Kullanımının Ana Raporları’’ başlıklı araştırmada 8 yaş ve altındaki çocukların medya araçlarını nasıl algıladıklarını tespit etmeye çalışmışlardır. Araştırma sonucunda çocukların medya araçlarını ‘‘dijital oyuncak kutusu’’ olarak algıladıklarını tespit etmişlerdir.

Kelly Jean Sheehan, Brianna Hightower, Alexis R.Lauricella ve Ellen Wartella'nın 2018 yılında ABD'de yaptıkları ‘‘Aile Bağlamında STEM Medyası: STEM Kariyerinin ve Medya Kullanımının Okul Öncesi Bilim ve Matematik Becerilerine Etkisi’’ başlıklı araştırmada STEM medyasına yönelik ebeveyn tutumlarının ve STEM

kariyeri olan bir aile üyesinin okul öncesi çağındaki çocuğun bilim ve matematik becerilerine etkisi araştırılmıştır. Araştırma sonucunda STEM kariyeri olan ailelerin çocuklarında bilim ve matematik becerilerinde olumlu etkilere rastlanırken; STEM kariyeri olmayan ailelerin çocuklarında ise bilim ve matematik becerilerinde zorlandıkları tespit edilmiştir.

Mohammed Nurudeen ve Abdul-Samad Siddique'nin 2023 yılında Gana'da yapmış oldukları "Sosyal Medyanın Öğrencilerin Akademik Performansları Üzerindeki Etkisini Ölçme" başlıklı çalışmada sosyal medyanın öğrencilerin akademik performansları üzerinde olumlu veya olumsuz etkisi incelenmiştir. 2023 yılında Gana'daki Accra Profesyonel Çalışmalar Üniversitesi'ndeki rastgele seçilmiş 623 öğrenci ile yapılan araştırma sonucunda; "Sosyal medyanın öğrencilerin akademik performansı ile sosyal medya kullanımının istatistiksel olarak anlamlı negatif ilişki olduğu" görülmüştür.

Li Ling ve Weiyang Chen'in 2023 yılında Avustralya'da yapmış oldukları "ASR Tabanlı Çevirmeni Küçük Çocuklar İçin Bireyselleştirilmiş L2 Kelime Öğrenmeye Entegre Etme" başlıklı çalışmada geliştirilen Otomatik Konuşma Tanıma(ASR) uygulaması ile sosyal medyanın çocukların ikinci bir dilde kelime öğrenme başarıları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Ortalama yaş aralığı 8-21 arasında olan çocuklar ile yapılan araştırma sonucunda; "Çocukların ikinci bir dildeki kelimeleri geliştirilen uygulama aracılığıyla eğlenerek öğrendikleri ve uygulamanın çocukların yabancı kelime öğrenimini kolaylaştırdığı" görülmüştür.

Miller, Tilak, Evans ve Glassman'ın 2023 yılında ABD'de yapmış oldukları "Okul Liderlerinin Gerçek Zamanlı Çevrimiçi Ağlarını Oluşturmak için Sosyal Medyayı Kullanımlarının İncelenmesi" başlıklı çalışmada okul lideri olan öğrencilerin okullarındaki öğrencilere hızlı ulaşabilmek adına kullanmış oldukları çevrimiçi ağları oluşturmalarındaki sosyal medyayı kullanım amaçları incelenmiştir. Araştırma sonucunda; "Okul liderlerinin okullarındaki öğrencilerle iletişime geçmek için çevrimiçi ağları kullanmaya istekli oldukları, bu tür sanal ortamlara ihtiyaç duyulduğunda okul liderlerinin sosyal medyayı ve teknolojiyi kullanmaya meyilli oldukları" görülmüştür.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde araştırmanın modeli, çalışma grubu, kullanılan veri toplama aracı, veri toplama yöntemi, araştırmacının rolü, verilerin toplanması ve analizi ile ilgili bilgiler yer almaktadır.

3.1. Araştırma Modeli

Bu araştırmada nitel yaklaşımla gerçekleştirilmiş “durum çalışması” deseninden, araştırma deseni olarak “iç içe geçmiş tek durum deseninden” yararlanılmıştır. Güncel bir olguyu araştırmak için kullanılan durum çalışmaları; olayları kendi gerçek yaşam çerçevesinde ele almaktadır. Ayrıca bir olgu veya olayı araştırmacının derinlemesine incelemesine fırsat sağlayan bir araştırma yöntemidir. İç içe geçmiş tek durum deseni ise tek bir durum içinde birden fazla analiz birimi söz konusu olduğunda kullanılan araştırma desendir (Yıldırım ve Şimşek, 2018).

3.2. Çalışma Grubu

Araştırma evreni içerisinden amaca uygun herhangi bir yöntemle seçilen ve evreni temsil yeteneğine sahip birimler veya elemanlar kümesine örneklem denir (Ural, 2011: 23). Evren içerisinden evreni temsil eden birimleri seçme (örnek alma) işlemine ise örnekleme denir (Ural, 2011: 23). Araştırmanın çalışma grubu, örnekleme türlerinden kolay ulaşılabilir örnekleme yöntemine göre belirlenmiştir. Kolay ulaşılabilir durum örnekleme, araştırmacının kolaylıkla ulaşabileceği örneklem türüdür. Örneklem grubuna kolay erişim sağlaması ve ekonomik olması yönüyle araştırmacılar tarafından sıkça kullanılan örnekleme yöntemlerinden biridir (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2012). Araştırmanın çalışma grubunu 2021-2022 eğitim-öğretim yılında Kars İline bağlı Arpaçay ilçesi

ilkokullarındaki 30 farklı 4. Sınıf öğrencisi oluşturmaktadır. 4.sınıf öğrencilerinin kendilerini daha rahat ifade etmeleri ve diğer ilkokul öğrencilerine göre daha sorulara daha akıcı ve anlamlı cevaplar vermelerinden ötürü 4. Sınıf öğrencileri araştırmanın çalışma grubunu oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan öğrencilerin bireysel özellikleri Tablo 3.1.' de gösterilmektedir.

Tablo 4.1.: Çalışma Grubunun Bireysel Özellikleri

		%
Cinsiyet	Kız	54
	Erkek	46
Aylık Gelir	0-1000 TL	0
	1000-2000 TL	0
	2000-3000 TL	0
	3000-4000 TL	17,2
	4000 ve üzeri TL	82,8
Anne Eğitim Durumu	Okuryazar değil	0
	İlkokul	33,3
	Ortaokul	27,7
	Lise	14,8
	Üniversite	23,2
Baba Eğitim Durumu	Okuryazar değil	0
	İlkokul	16,5
	Ortaokul	16,5
	Lise	33,5
	Üniversite	33,5
Anne Meslek	İşsiz	5,0
	Ev Hanımı	68,3
	Serbest Meslek	3,0
	İşçi	3,0
	Memur	17,7
	Diğer	3,0
Baba Meslek	İşsiz	2,2
	Esnaf	24,1
	Serbest Meslek	9,1
	İşçi	12,2
	Memur	28,3
	Diğer(Çiftçi)	24,1
Kendinize Ait Telefonunuz Var Mı?	Evet	12,8
	Hayır	87,2
Kendinize Ait Bilgisayar/Tablet Var Mı?	Evet	83,6
	Hayır	16,4
Bilgisayar/Tabletinizi Kiminle Kullanıyorsunuz?	Bana Ait	26,4
	Ablamla	13,9
	Abimle	33,3
	Kardeşimle	26,4
Evinizde İnternet Erişimi Var Mı?	Evet	73,7
	Hayır	26,3

Araştırmaya katılan çalışma grubunun bireysel özelliklerine bakıldığında çalışma grubunun %54'ünü kız öğrenciler oluştururken, %46'sını ise erkek öğrencilerden oluştuğu görülmektedir. Öğrenci ailelerinin aylık gelir düzeyi incelendiğinde %83'lük büyük bir kısmının aile gelirinin 3000-4000 TL arasında olduğu, %17'lik kısmının da aile gelirinin 4000 TL üzerinde olduğu görülmektedir (Aylık gelir miktarı o dönemki asgari ücrete göre kategorize edilmiştir).

Araştırmaya katılan çalışma grubundaki öğrencilerin anne eğitim durumlarına bakıldığında tümünün okuryazar olduğu görülmektedir. Tümünün okuryazar olduğu annelerin içinde en büyük oran %33,3 ile ilkokul mezunu annelerin, en düşük oran ise %14,8 ile lise mezunu annelerin olduğu görülmektedir. Baba eğitim durumu incelendiğinde ise yine aynı şekilde tümünün okuryazar olduğu görülmektedir. Tümünün okuryazar olduğu babaların içinde en büyük oran %33,5 ile lise ve üniversite mezunu olduğu, en düşük oran ise %16,5 ile ilkokul ve ortaokul mezunu oldukları görülmektedir.

Araştırmaya katılan çalışma grubundaki öğrencilerin annelerinin meslekleri incelendiğinde çoğunun (%68,3) ev hanımı olduğu görülürken, sırasıyla %17,7'sinin memur, %5'nin işsiz, %3'ünün serbest meslek, işçi ve diğer mesleklerde mesleğini icra ettiği görülmektedir. Öğrencilerin babalarının meslekleri incelendiğinde ise %28,3'ünün memur, %24,1'nin esnaf ve çiftçi, %12,2'sinin işçi, %9,1'nin serbest mesleklerde çalıştığı ve %2,2'sinin işsiz olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan çalışma grubundaki öğrencilerin büyük çoğunluğunun (%87,2) kendilerine ait bir cep telefonlarının olmadığı görülürken, %12,8'inin ise kendilerine ait bir cep telefonunun olduğu görülmektedir. Size ait bir tablet/bilgisayar var mı? sorusuna %83,6'sının evet cevabı verdiği, %16,4'ünün ise hayır cevabı verdiği görülmektedir. Evet cevabını veren öğrencilerin tablet/bilgisayarın %26,4'ünün kendilerine ait olduğu, %13,9'unun ablasıyla kullandığı, %33,3'ünün abisiyle kullandığı ve %26,4'ünün ise kardeşiyle birlikte kullandığı görülmektedir. Aynı zamanda çoğunun (%73,8) evinde internet erişiminin olduğu, %26,3'ünün ise evinde internet(ev interneti) olmadığı görülmektedir.

3.3. Veri Toplama Aracı

İlkokul 4. Sınıf öğrencilerinin medya kullanım alışkanlıklarının belirlenmesi amacıyla araştırmacı tarafından hazırlanan yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Çalışmada uygulanan yarı yapılandırılmış görüşme formlarında, çocukların kullandıkları medya araçlarının belirlenmesine ve bu medya araçlarının kullanım alışkanlıklarına etkisinin incelenmesine yönelik unsurları ön plana çıkaran ana sorular ve konunun ayrıntılarını ortaya koyan yardımcı sorular literatür taramasından hazırlanmış ve uzman kişiler tarafından incelenmiş önerileri doğrultusunda görüşme formuna son hali verilmiştir. Veri toplama aracı; öğrenci kişisel bilgi formu, öğrencilerin kullandıkları medya araçları, medya araçlarını kullanma nedenleri, izledikleri medya içeriklerine yönelik sorular yer almaktadır.

3.4. Verilerin Toplanması

Veri toplama sürecinde yarı yapılandırılmış görüşme formunun pilot uygulaması gerçekleştirilmiş ardından elde edilen bulgular neticesinde uzman görüşleri alınarak görüşme formu düzenlenmiştir. Gerekli izinler alındıktan sonra Kars'ın Arpaçay ilçesindeki ilkokullarda öğrenim gören 30 öğrenciyle görüşmeler yapılmıştır. Öğrencilerle yapılan görüşmelerin ortalama süresi 18-25 dakika olup araştırmacı tarafından kayda alınmış ve yazıya aktarılmıştır. Ardından görüşmeler nitel analize tabi tutulmuş; kod, kategori ve temalar altında ifade edilerek raporlaştırılmıştır.

3.5. Araştırmanın Geçerliği ve Güvenirliği

Araştırma sürecinde araştırmacılar öğrencilerle yaptığı görüşmenin her bir adımında elde ettiği verileri kategoriler halinde ifade etme yolunu tercih etmiştir. Öğrencilerle yapılan görüşmelerden elde edilen kategoriler alan uzmanları tarafından tekrar değerlendirilmiş ve alan uzmanlarının önerileri doğrultusunda araştırma bulguları düzenlenmiştir. Verilerin yorumlanması sürecinde öncelikle en yüksek frekansa sahip değişkenler dikkate alınmıştır. Maxwell (1992) tarafından ifade edilen bir diğer geçerlik türü genellenebilir geçerliktir. Nitel araştırmalar sürecinde genellenebilirliğin uygunluğu konusunda tartışmalar olmasına rağmen amaçlı şekilde araştırma sorularına ve incelenecek olaya uygun benzer özellikler sergileyen bir örneklem seçilmesinin önemli olduğu ifade edilmektedir. Nitel araştırmada önemli olan örneklemin araştırma evrenini temsil etmesi değil araştırma yapılacak olaya uygunluğudur. Bu bağlamda araştırma

süreci maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemi ve farklı özelliklere sahip olan 30 ilkokul öğrencisi ile gerçekleştirilerek araştırma konusuna en uygun örneklem seçimi yapılmıştır. Durum çalışması yapan bir araştırmacının iç geçerliği arttırabilmesi için, bulduğu sonuçlara nasıl vardığını açık seçik ortaya koyması ve çıkarımlarıyla ilgili kanıtları diğer kişilerin ulaşabileceği biçimde sunması gereklidir (Şimşek, Yıldırım, 2008: 289). Bu noktada araştırmacı tarafından hazırlanan raporlaştırma sürecinde öğrenci ifadelerinden alıntılara yer verilmiştir.

Bunların yanında öğrenci görüşmelerinden elde edilen veriler betimsel ve içerik analizi süreci ile kodlanmıştır. Kodlamanın güvenilirliğini sağlamak amacıyla araştırmacılar tarafından gerçekleştirilen kodlar alanında uzman iki farklı akademisyen tarafından incelenmiş ve kodlara puanlar verilmesi istenmiştir. 0 puan alan kodlama yeniden kodlanmalı, 1 puan verilen kodlama ise kabul edilebilir olarak puanlanmıştır. İki uzmandan “0” puan alan kod ifadeleri yeniden düzenlenmiş, bir uzmanın “0”, bir uzmanın “1” puan verdiği kodlar araştırmanın amacı doğrultusunda ya yeniden ifade edilmiş ya da aynen bırakılmıştır.

3.6. Verilerin Analizi

Yapılan görüşmeler kayda alınmış daha sonra yazıya aktarılmıştır. Ardından veriler betimsel analiz ve içerik analizi ile analiz edilmiştir. İçerik analizinde okuyucunun daha iyi anlayabilmesi için birbirine benzeyen verileri düzenleyip yorumlayarak belirli temalar ve kavramlar haline getirmek esastır (Yıldırım ve Şimşek, 2018). Bu şekilde söylemi anlamada ve yorumlamada öznel etkenlerden kurtulmayı sağlamak amaçlanmaktadır (Bilgin, 2006). Yapılan içerik analizinde ilk olarak veriler kodlanmış, ardından elde edilen kodlarla kategorilere ulaşılmış ve son olarak temalar elde edilmiştir. Verilerin analizinde Nvivo11 nitel veri analizi programı kullanılmıştır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

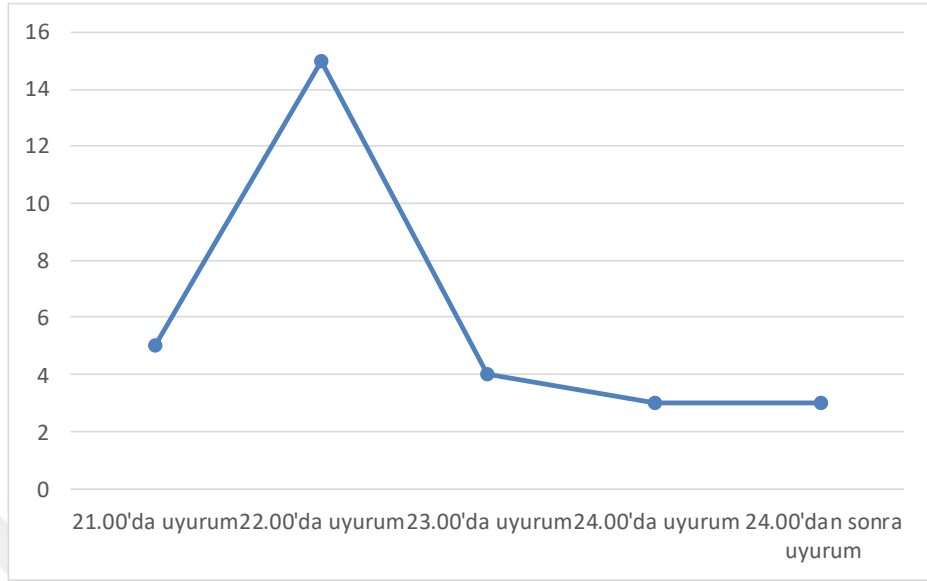
BULGULAR

Bu bölümde çalışma grubunun medya kullanma alışkanlıklarının belirlenmesine yönelik bulgular ele alınmıştır.

4.1. Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanma Davranışları

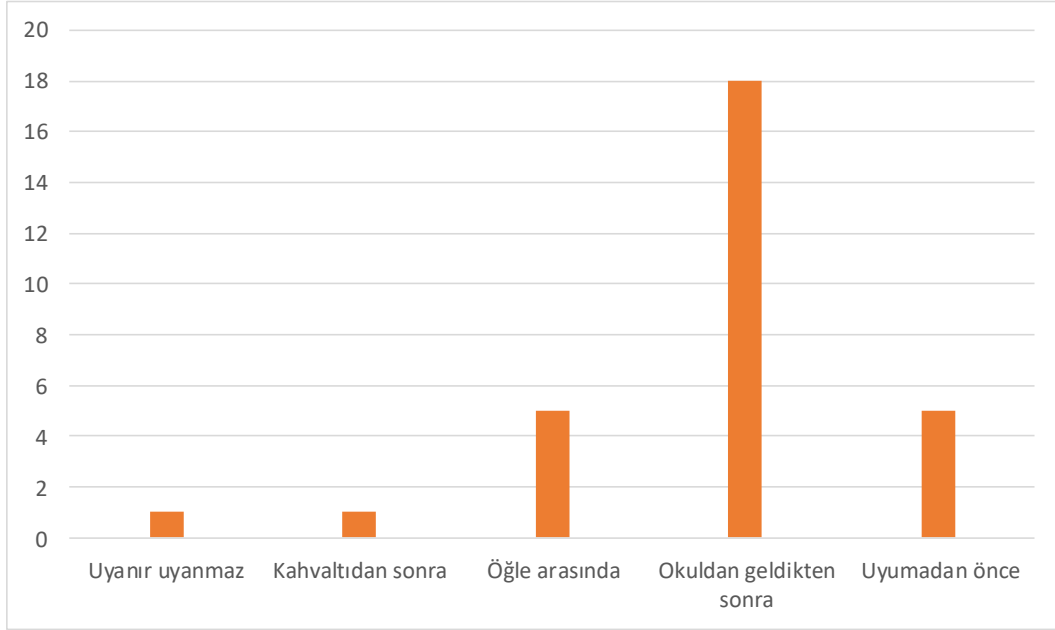
Öğrencilerin sosyal medya kullanma alışkanlıklarının tespit edilmesi amacıyla araştırma sürecinde öncelikle öğrencilerin hangi saatlerde hangi medya araçlarını ve hangi medya içeriklerini izlemeyi tercih ettikleri ve kimlerle birlikte medya araçlarını kullanmayı tercih ettikleri tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu aşamada öğrencilerin uyudukları saat aralığı ile medya araçlarını kullanma saatleri ve izledikleri içerikler arasında ilişki olduğu düşüncesinden hareketle, öncelikle öğrencilerin hangi saat aralıklarında uyudukları tespit edilmeye çalışılmıştır. Öğrencilerin uyuma saatlerine yönelik bulgular Grafik 4.1’de gösterilmektedir.

Grafik 4.1.: Öğrencilerin Uyuma Saatleri



Grafik 4.1’ de görüldüğü üzere öğrencilerin genellikle akşam saat 22.00’da uyumayı tercih ettikleri görülmektedir. Öğrencilerin uyudukları saat aralığının hafta sonuna veya hafta içine göre değişkenlik gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla hafta sonu ve hafta içi hangi saatlerde uyudukları tespit edilmeye çalışılmış ve elde edilen bulgular aşağıda grafiklerle ifade edilmeye çalışılmıştır. Öğrencilerin okul günlerinde hangi zaman aralıklarında medya araçlarında vakit geçirdikleri Grafik 4.2’de gösterilmiştir.

Grafik 4.2.: Öğrencilerin Okul Günlerinde Medya Araçlarında Vakit Geçirdikleri Zaman Aralıkları



Grafik 4.2’de öğrencilerin okul günlerinde medya araçlarında vakit geçirmeyi en çok tercih ettikleri zaman aralığının özellikle okuldan geldikten sonra olduğu görülmektedir. Buradan hareketle öğrencilerin yoğun olarak saat 15.00 ile 17.00 aralığında medya araçlarında vakit geçirmeyi tercih ettikleri ifade edilebilir. Öğrencilerin okul günlerinde medya araçlarında geçirdikleri zaman aralıklarının, medya araçlarında izledikleri ve kullandıkları içerikleri tespit edebilmek açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Öğrenci 8’e “Okul günlerinde hangi saatlerde sosyal medyada vakit geçirirsin?” sorusu sorulduğunda şu şekilde cevap vermiştir:

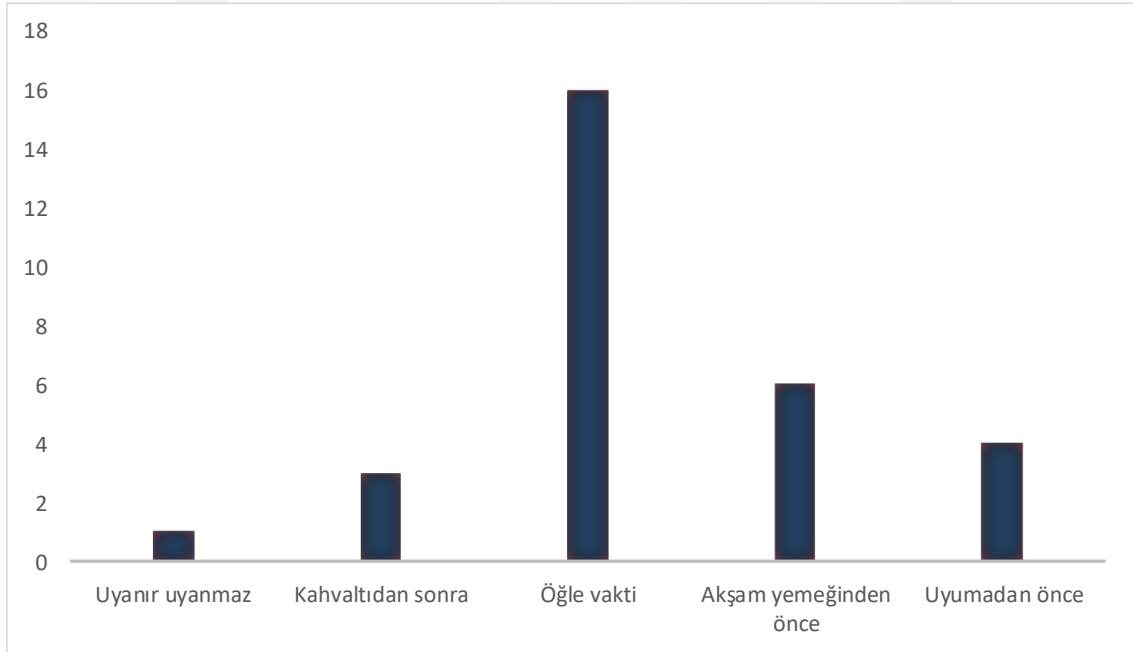
Öğrenci 8: “Çoğu zaman okuldan gelinde Youtube’a falan girerim. Çünkü okuldan gelince yorulmuş oluyorum, annem yemek falan hazırlayana kadar bana telefonu veriyor, oradan videolar izliyorum. Annem hem dinlenirsin hem de ben sana yemek hazırlarım o arada diyor.”

Öğrenci8’in ifadelerine bakıldığında da öğrencilerin genel olarak okuldan geldikten sonra (15.00-17.00) sosyal medya platformlarında aktif oldukları görülmektedir. Öğrenci8’in ifadelerinden hareketle öğrencilerin okuldan geldikten sonraki zaman dilimini dinlenmeye ayırdıkları görülürken fakat bu zaman dilimini ebeveynlerinin yönlendirmeleriyle de sosyal medyada aktif oldukları görülmüştür. Öğrenciler, bu zaman dilimini dinlenmek için ayırdıklarını söylemiş olsalar da sosyal

medya platformlarında vakit geçiriyor olmaları dinlenme anlayışında bir ikilemde olduklarını ya da farkında olmadan bu dinlenme için ayırdıkları zaman dilimlerini sosyal medya ile doldurmakta oldukları görülmüştür. Aynı zamanda Öğrenci8'in ifadelerinden hareketle temel ihtiyaçlardan olan yemek ihtiyaçları hemen karşılanmadığı için anneleri tarafından çocuklar sosyal medyaya yönlendirilerek yemek ihtiyaçları karşılanana kadar sosyal medya ile çocukların oyalandıkları görülmektedir.

Öğrencilerin okul günlerinin haricinde yoğun olarak hangi zaman aralıklarında medya araçlarında vakit geçirdikleri Grafik 4.3' te gösterilmektedir.

Grafik 4.3.: Öğrencilerin Hafta Sonu Medya Araçlarında Vakit Geçirdikleri Zaman Aralıkları



Grafik 4.3'te öğrencilerin hafta sonu hangi zaman aralıklarında medya araçlarında vakit geçirdikleri görülmektedir. Öğrencilerin hafta sonları medya araçlarında vakit geçirmeyi en çok tercih ettikleri zaman aralığının öğle vakti olduğu görülmektedir. Buradan hareketle öğrencilerin hafta sonları genellikle 12.00-14.00 saatlerinde sosyal medya araçlarında vakit geçirmeyi tercih ettikleri görülmektedir. Öğrencilere yöneltilen, “Hafta sonu günlerinde genelde hangi saatlerde sosyal medya araçlarında vakit geçirirsin?” sorusuna Grafik 4.3'te görüldüğü üzere genel olarak saat 12.00-14.00 arasında vakit geçirdiklerini söylemişlerdir. Bu soruya Öğrenci 9 ve Öğrenci 11 şu şekilde cevap vermiştir:

Öğrenci 9:

Hafta sonları okul tatil olduğu için biraz geç kalkıyorum. Kahvaltı yaptıktan sonra ödevlerim falan oluyor onları yapıyorum bazen annem isterse ev işlerinde ona yardım ediyorum. Öğlen vakti işlerim, ödevlerim işte bitmiş oluyor bende annemin telefonunda ya da tabletimden Youtube' a girip videolar izliyorum.

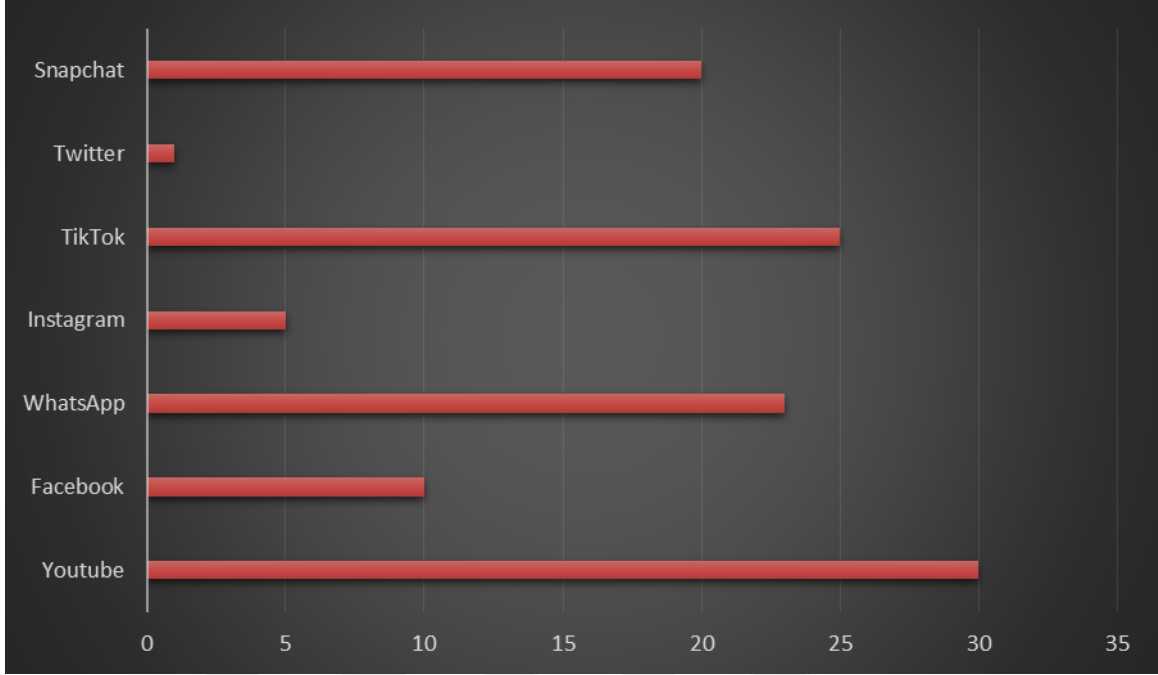
Öğrenci 11:

Okul olmadığı zaman babam ve anneme yardım ediyorum. Bizim ineklerimiz, danalarımız imm bi de koyunlarımız var. Ahır falan temizliyoruz, hayvanlarımıza ot, su veriyoruz. Sonra da öğlen saat 1 gibi işimiz bitmiş oluyor. Babam da bana telefonunu veriyor birlikte Facebook'tan ya da Youtube'dan komik videolar izliyoruz.

Öğrenci 9 ve Öğrenci 11'in ifadelerinde de görüldüğü gibi öğrencilerin genel olarak hafta sonları öğle vakitlerinde sosyal medya platformlarında vakit geçirdikleri görülmüştür. Öğrenci9'un ifadelerine bakıldığında ödevlerini ve ev işleri bittikten sonra oluşan boş vakitte sosyal medya platformlarına giriş yaptığı görülürken, Öğrenci 11'in de ailesine yardım edip işler bittikten sonra ya tek başına ya da aile üyeleriyle birlikte sosyal medya platformlarında aktif olduğu görülmektedir. Aynı zamanda sosyal medya platformlarına da anne-babalarının telefonundan ya da kendilerine ait tabletlerden sosyal medya araçlarına giriş yaptıkları görülmektedir.

Grafik 4.2 ve Grafik 4.3'ten hareketle okul günlerinde (hafta içi) ve hafta sonlarında öğrencilerin yoğun olarak medya araçlarında vakit geçirmeyi tercih ettikleri zaman aralıklarının farklılık gösterdiği görülmektedir. Öğrencilerin sosyal medya araçlarını kullanma davranışlarının tespit edilmesi amacıyla günün hangi aralığında sosyal medyada vakit geçirmeyi tercih ettiklerinin tespit edilmesinin yanında hangi sosyal medya araçlarını kullanmayı tercih ettiklerinin de önemli olduğu düşünülmektedir. Hangi sosyal medya araçlarını kullanmayı tercih ettiklerine yönelik bulgular Grafik 4.4'te gösterilmektedir.

Grafik 4.4.: Öğrencilerin Kullandıkları Sosyal Medya Araçları(Platformları)



Grafik 4.4'te görüldüğü üzere çalışma grubundaki öğrencilerin kullanmayı en çok tercih ettikleri sosyal medya araçları(platformları) Youtube, ardından TikTok olduğu görülmektedir(Öğrenciler birden fazla cevap vermiştir). Buradan hareketle öğrencilerin video içeriği üretme ve barındırma platformlarını daha çok tercih ettikleri tespit edilmiştir. Öğrenciler: Snapchat, Twitter, Instagram, Facebook, Youtube gibi sosyal medya platformlarına girmek için yaş sınırlaması olmadığından dolayı kendi kullanıcı isimleriyle giriş yapıp oturum açtıklarını ifade ederken; TikTok platformunu kullanan öğrenciler, uygulamaya girebilmek için yaş sınırlaması olduğundan ötürü annelerinin ya da babalarının hesaplarından giriş yaparak uygulamada aktif olduklarını ifade etmişlerdir.

Snapchat kullanan öğrencilerden Öğrenci7 bu sosyal medya platformunu kullanma nedenini şöyle ifade etmiştir;

Öğrenci 7: “Kendi yüzüme farklı efektler yapabiliyorum bazen çok güzel oluyorum bazen de çok komik. Bu benim hoşuma gidiyor ve eğleniyorum. Çünkü kendimi farklı şekillerde görmek komik oluyor.”

Snapchat kullanan öğrencilerin genel olarak bu platformu kullanma nedenlerinin Öğrenci 7'nin ifade ettiği gibi bu uygulamanın onlar için eğlenceli geliyor olması onları bu platformu kullanmaya iten genel neden olarak görülmüştür.

Twitter kullanan öğrencilerden Öğrenci 2 bu sosyal medya platformunu kullanma nedenini şöyle ifade etmiştir;

Öğrenci 2: “Aslında benim Twitter hesabım yok. Babamın Twitter hesabı var. Bazen telefonuyla işi olmadığı zaman izin alarak Twitter’a giriyorum. Oradan babamın arkadaşlarının ve akrabalarımızın paylaştığı şeylere bakıyorum.”

Öğrencilerin, Twitter platformunu kullanmayı pek tercih ettikleri görülmese de bu platformu kullanan öğrencilerden Öğrenci 2, bu platformu kullanma nedeninin babasının hesabı aracılığıyla kendilerinin yakın çevresinin bu mecradaki paylaşımlarını merak etmeden kaynaklı kullandığı görülmüştür.

TikTok kullanan öğrencilerden Öğrenci 14 bu sosyal medya platformunu kullanma nedenini şöyle ifade etmiştir;

Öğrenci 14:

TikTok’a babamla birlikte giriyoruz. Bazen de o işte olduğu zaman yani hastanede nöbetçi olduğu zaman tek başıma giriyorum. Babamla orada komik videolar izleyip gülüyoruz imm çok eğleniyoruz bazen de kardeşimde yanıma geliyor bizimle izliyor. Ama bazen de biz kendimiz video yapıyoruz ama babam çok paylaşmıyor o videoları.

Öğrencilerin büyük çoğunluğunun TikTok platformunu kullandıkları Grafik 4’te görülmektedir. TikTok platformunu kullanan öğrencilerden Öğrenci 14’ün ifadelerinden de görüldüğü gibi öğrencilerin bu platforma giriş yapabilmek için ya babalarıyla ya da anneleriyle birlikte giriş yaptıkları görülürken; bu platformu kullanma nedenleri ise bu uygulamanın genel olarak onlara komik ve eğlendirici içerikli videolar izleme ve yapma fırsatı sunduğundan ötürü kullandıkları görülmüştür. Yine bu platformu kullanan öğrencilerden Öğrenci 22 bu platformu kullanma nedenini şöyle ifade etmiştir;

Öğrenci 22: “Annem ev işleri olunca telefonunu bana veriyor. Orada TikTok var, annem işlerini bitirene kadar orada videolar falan izliyorum işte. Bazen de anneme yardım ettiğimde iş bitince birlikte oradan video izliyoruz.”

Öğrenci 22'nin ifadelerinden de anlaşılacağı gibi bu platformu kullanan öğrencilerden bazılarının da annelerinin yönlendirmesiyle bu platformu kullandıkları ara sıra da birlikte de kullandıkları görülmektedir.

Instagram kullanan öğrencilerden Öğrenci 14 bu sosyal medya platformunu kullanma nedenini şöyle ifade etmiştir;

Öğrenci 14: “Abimin telefonunda Instagram hesabı var. Ödevlerimi bitirdikten sonra canım sıkıldığı için bazen abimle giriyoruz bazen ben tekken onun telefonundan Instagram’a giriyorum. Orada komik videolar var, izlerken canım sıkılmıyor.”

Öğrenci 14'ün ifadelerinden anlaşılacağı üzere bu uygulamayı kullanan öğrencilerin büyük çoğunluğunun kendi görevlerini (ders çalışma, ödev vs.) tamamladıktan sonra arkadaşlarıyla ya da aile fertleriyle vakit geçirmek yerine boş vakit diye adlandırdıkları zamanlarını Instagram gibi sosyal medya platformlarında aktif olarak değerlendirdikleri görülmektedir. Bu zaman diliminde sosyal medyada aktifken aile üyelerinin de kendilerine eşlik ettikleri Öğrenci 14'ün ifadelerinde görülmektedir. Bu sosyal medya platformunu tercih etme nedeni olarak ise can sıkıntısı ve bu platformda eğlenceli videoların olmasından ötürü kullandığını ifade etmiştir.

Grafik 4.4'te görüldüğü üzere araştırma grubundaki öğrencilerin büyük çoğunluğunun WhatsApp platformunu kullandığı görülmektedir. WhatsApp uygulamasını kullanan öğrencilerden Öğrenci 1 bu platformu kullanma nedenini şöyle ifade etmiştir;

Öğrenci 1: “Annemin telefonunda WhatsApp’ ta sınıfımızın bir grubu var. Oradan öğretmenimiz ailelerimizle bilgiler paylaşıyor. Ben ve arkadaşlarımda kendimize bir WhatsApp grubu kurduk bundan ailelerimizin de haberi var. Oradan canımız sıkılınca ya da ödevlerimiz olunca sohbet ediyoruz, birbirimize ödevlerimizi atıyoruz.”

Öğrenci 1'in ifadelerinden anlaşılacağı üzere kendine ait bir telefonu bulunmamakta ve WhatsApp uygulamasına annesinin telefonundan giriş yapmaktadır. Öğretmenlerinin, velileri bilgilendirmek için kurmuş olduğu bir sınıf grubunun dışında öğrencilerin de kendi aralarında kurmuş olduğu bir grubun olduğunu söylemektedir. WhatsApp platformunu da bu sınıf grubunda arkadaşlarıyla iletişime geçebilmek ve sohbet etme sebebiyle kullandığı görülmektedir.

Facebook platformunu kullanan öğrencilerden Öğrenci 23 bu platformu kullanma nedenini şöyle ifade etmiştir;

Öğrenci 23:

Babam ve annem çalıştığı için bazen nöbette oluyorlar. Bize haber vermek için babam bana telefon aldı. Telefonumda canım sıkılınca kardeşimle bazen telefonda oyun oynuyoruz bazen de Facebook'a girip videolar izliyorum ama daha çok akrabalarımız var orada onlardan uzakta yaşadığımız için onların paylaştığı şeylere bakıyorum.

Öğrenci 23'ün ifadelerinden de anlaşılacağı üzere bu platformu tercih etme nedeninin kendilerinden uzakta olan akrabalarının paylaşımlarını bir başka ifadeyle sosyal hayatını merak ettiğinden ötürü ve akrabalarının bu platformu kullanıyor olmasından dolayı bu platformu kullanmayı tercih ettiği görülmektedir.

Grafik 4.4'te görüldüğü üzere araştırma grubuna katılan tüm öğrencilerin sosyal medya platformlarından olan Youtube'u kullandıkları görülmektedir. Herhangi bir profil oluşturma ve üyelik istemeyen platformun yaygın olarak kullanılmasını sağladığı buradan da görülmektedir. Bu platformu kullanan öğrencilerden Öğrenci 1 ve Öğrenci 15 bu platformu kullanma nedenini şöyle ifade etmiştir;

Öğrenci 1:

İki bazen okulda öğretmenimizin anlattığı konuları çok anlamıyorum. Bu yüzden eve gelince Youtube derslerle ilgili işte bir sürü video var. Oradan bakarak konuları tekrar ediyorum ya da bazen de anlamadığım ödevler olunca da buradan bakarak ödevlerimi yapıyorum. Bu yüzden Youtube'a giriyorum.

Öğrenci 15: “Bizim ev, arkadaşlarıma biraz uzak bu yüzden evde bazen canım çok sıkılıyor. Annem de bana telefonunu veriyor. Youtube'da kendine video falan izle diyor. Bende izliyorum oradaki videolar komik oluyor.”

Öğrenci 1'in ifadelerine bakıldığında bu platformu kullanma nedeninin ödevlerini yapma ve derslerini takip etme nedeniyle bir kullanma olduğu görülürken; Öğrenci 15'in ifadelerine bakıldığında ise bu platformu kullanma nedeninin arkadaşlarıyla olan mesafeden dolayı sosyal aktivitelerden ve arkadaşlarıyla vakit geçirememesinden ötürü annesinin yönlendirmesiyle boş vakitlerinde bu platformu kullandığı görülmektedir. Genel olarak öğrencilere bu platformu neden kullandıkları

sorulduğunda gelen cevaplar Öğrenci 1 ve Öğrenci 15'in ifadeleriyle benzer olduğu görülmüştür.

Öğrencilerin genel olarak farklı platformlar olsa da sosyal medya kullandıkları görülmüştür. Öğrencilere “Sosyal medyanın varlığından ve sosyal medya kullandığından haberi var mı?” sorusu yöneltildiğinde genel olarak “Evet” cevabını verdikleri görülmüştür. Bu soruya Öğrenci14 şu şekilde cevap vermiştir;

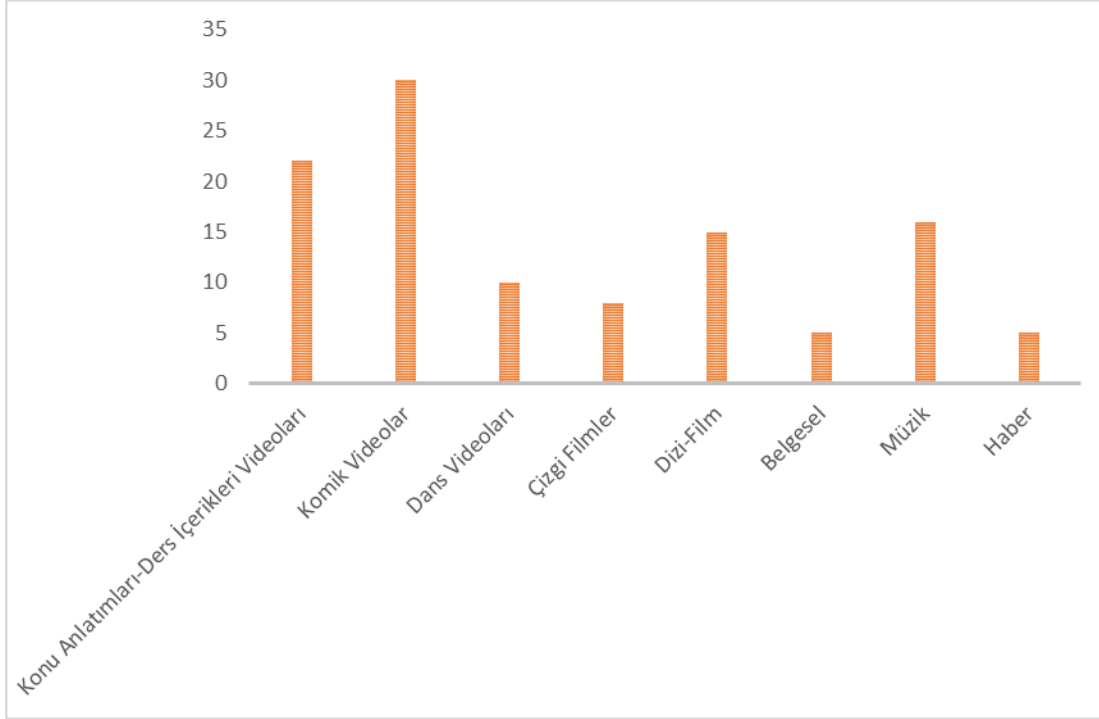
Öğrenci 14:

TikTok hesabım babamın telefonunda var. Onun bilgileriyle hesap açtık bana ama kullanıcı adında benim ismim var ben kullanıyorum. Ödevlerimi bitirince babam bana telefonunu veriyor bazen oradan giriş yapıyorum bazen de tableten giriyorum ama tableten girince annem kızıyor bana girme diye. Babam olunca bana bir şey demiyor çünkü o da benimle birlikte canı sıkılınca video izliyor.

Öğrenci 14'ün ifadelerinden anlaşılabacağı üzere anne-babasının, çocuklarının sosyal medya hesabının olduğundan haberdar oldukları görülürken sosyal medya kullanımına farklı tepkiler verdikleri görülmektedir.

Öğrencilerin izlemeyi en çok tercih ettikleri sosyal medya içerikleri Grafik 4.5'te gösterilmektedir

Grafik 4.5.: Öğrencilerin İzlemeyi Tercih Ettikleri Sosyal Medya İçerikleri



Grafik 4.5'te öğrencilerin izlemeyi tercih ettikleri sosyal medya içerikleri görülmektedir. Araştırma sonuçlarından elde edilen bulgulara göre öğrencilerin birinci öncelikli olarak tercih ettikleri sosyal medya içeriği komik videolar, ikinci olarak konu anlatımları-ders içerikleri videoları, üçüncü sırada izlemeyi tercih ettikleri içerik türü ise müzik ve dizi-film programları olduğu görülürken; öğrencilerin son sıralarda izlemeyi tercih ettikleri içerik türlerinin haber ve belgesel programlarının olduğu görülmektedir (Öğrenciler birden çok cevap vermiştir.). Grafik 4.5'te de görüldüğü gibi çocukların izlemiş oldukları sosyal medya içerikleri çeşitlilik göstermektedir. Yetişkin bireylerin sosyal medyada var olma amaçları farklı olduğu gibi çocuklarında yaşları ve bulundukları konum itibarıyla izledikleri sosyal medya içerikleri farklılık göstermektedir. Bu durumla ilgili Öğrenci 1, Öğrenci 5, Öğrenci 13, Öğrenci 15, Öğrenci 18, Öğrenci 21, Öğrenci 24 ve Öğrenci 29 bu durumla ilgili yöneltilen “Sosyal medyada genel olarak hangi içerikler dikkatini çeker, hangi içerikleri izlersin?” sorusuna şu şekilde cevap vermiştir;

Öğrenci 1: “Youtube’da ders konularının anlatıldığı videolar var. Derste öğretmenimin anlattığı konuyu evde tekrar etmek için ya da anlamadığım bir konu

olunca bu videoları izleyerek konuları tekrar ediyorum. Bazen de ödevler olunca bu videoları izliyorum.”

Öğrenci 1’in ifadelerine bakıldığında araştırma grubuna katılan öğrencilerin büyük çoğunluğunun sosyal medyada izlemiş oldukları içeriklerin başından konu anlatımları-ders içerik videolarını izledikleri görülmüştür. Öğrenci 1’in ifadelerinden hareketle de öğrenciler bazen okulda öğretmenlerinin anlatmış olduğu konuları anlayamamaktadır. Özellikle büyükşehirlerde öğrenci sayısının çok olduğu sınıflarda bu sorunun sıklıkla yaşandığı bilinmektedir. Bu sorunların giderilmesine yönelik sosyal medya platformlarının faydalarından biri olan ders içerikli videoların bu platformlarda yüklü olması ve ders içeriklerine yönelik bilgilerin yer alması öğrencilerin konuları evde tekrar etme, konuları pekiştirme ve ödevlerini kolaylıkla yapma imkânına sahip oldukları Öğrenci 1’in ifadelerinde de görülmektedir.

Öğrenci 5: “Bazen babam işten gelince birlikte Youtube’dan ya da babamın Instagram hesabından haberlere bakıyoruz. Bazen ben bakmıyorum ama ilginç bir haber olunca ya da çocuklarla ilgili bir haber olunca babam bana gösteriyor.”

Öğrenci 5’in ifadelerine bakıldığında sosyal medyada izlemeyi tercih ettiği içeriklerden birinin haberler ya da sosyal medya platformlarında hizmet veren haber sayfalarının olduğu görülmektedir. Haber içeriklerini babasıyla izlediğini ya da bazen babasının bazı haber içeriklerini kendisine izlettirdiğini söyleyen Öğrenci 5’in ifadelerinden de anlaşılabacağı gibi küreselleşen ve giderek sanal bir köy haline gelen dünyamızda çocuklarında yaşamış oldukları yakın çevreden ve dünyadaki olaylardan haberdar olmak istedikleri görülmektedir. Özellikle öğrencinin son cümlesinde “Bazen ben bakmıyorum ama ilginç bir haber olunca ya da çocuklarla ilgili bir haber olunca babam bana gösteriyor.” ebeveynlerinde yaşanan olaylardan çocukların bilgilendirilmesi gerektiği kanaatinde oldukları görülmektedir. Tabii ebeveynler bunu yaparken haberin içeriğine ve çocukların gelişimlerine uygun bir içerik olup olmadığını göz önünde bulundurmaları gerekmektedir. Yine Öğrenci 5’in ifadelerinden anlaşılabacağı gibi sosyal medya içeriklerinden faydalı olarak sunulan bir başka içeriğinde haberler olduğu görülmüştür.

Öğrenci 13: “Ben ve kardeşim çizgi film izlemeyi çok seviyoruz. Annem ya da babam televizyonda bir şey izlediği zaman bize telefonlarını veriyorlar bizde telefonda çizgi film izliyoruz.”

Öğrenci 13’ün ifadelerine bakıldığı zaman Grafik 4.5’te de görüldüğü üzere sosyal medyada izlemeyi tercih ettikleri içeriklerden biri de çizgi filmlerdir. Evde öncelikli kullanım durumunda olan medya araçlarından televizyonun meşgul olmasından yani çocukların dikkatini çekmeyen ya da yaşlarına uygun olmayan bir programı ebeveynleri takip etmesinden dolayı çocuklar sosyal medyaya yönlendirilmektedir. Uzun yıllar tek başına evlerde, iş yerlerinde toplumun tek sanal mecrası olan televizyonların yerini artık sosyal medya platformlarının yer aldığını da yine Öğrenci 13’ün ifadelerine dayanarak söyleyebiliriz. Sosyal medya platformları kendi bünyesinde birçok çizgi film barındırarak çocukların ilgisini cezbetmiştir.

Öğrenci 15: “Kuruluş Osman dizisini çok seviyorum. Her Çarşamba akşamı izliyorum ama bazen erken uyuduğum için tamamını izleyemiyorum. Ertesi gün okuldan geldiği zaman izlemediğim ya da eksik kalan yerleri Youtube’den açarak izliyorum.”

Öğrenci 15’in ifadelerine bakıldığı zaman yetişkinler için popüler olan dizilerin çocuklar tarafından da izlediği görülmektedir. Televizyon kanallarında yayınlanan dizilerin, o haftaki bölümü izleyemeyen ya da kaçıran izleyicileri için sosyal medya araçlarında özellikle Youtube’da açmış oldukları sayfalar aracılığıyla hem izleyicilerine bölümleri tekrar izleme fırsatı sunmakta hem de kendileri için kar amacı güden yeni bir gelir sahası oluşturmaktadırlar. Öğrenci 15’in ifadelerinden anlaşılacağı gibi çocuklarını erken saatte uyutan ailelerin çocukları ya da erken uyuyan çocukların kaçırmış oldukları dizileri Youtube üzerinden takip ettikleri görülmüştür.

Öğrenci 18:

Bizim ineklerimiz var bir tane de atımız var. Onları ve onlarla vakit geçirmeyi seviyorum. Hayvanların yaşamını falan çok merak ediyorum. Bunun için annemin ya da babamın interneti olduğu zaman onların telefonunu alarak Youtube’den hayvanlarla ilgili belgeseller izliyorum. En çok inek belgesellerini izliyorum.

Öğrencilerin izlemiş olduğu sosyal medya içeriklerden bir tanesi de belgesellerdir. Öğrenci 18 kendi inekleri ve atları olduğu için hayvanlara bir ilgisi olduğunu ifade etmekte ve bundan ötürü sosyal medyada hayvan belgeselleri izlediğini söylemiştir. İnsanların yaşam koşulları ve yakın çevresi de çocukların sosyal medya içeriklerinin ne olacağını, onların ne izleyecekleri, neleri takip edecekleri üzerinde etkili olduğu görülmektedir. Öğrenci 18'in ailesi hayvancılıkla uğraştığı için ve yakın çevresinde hayvanlar yer aldığı ve özellikle çevresinde, yakınında yer alan hayvanlarla ilgili belgeseller izlemesi bu düşüncüyü kanıtlamaktadır.

Öğrenci 21: “Okuldan gelince ya da okul olmadığı zaman evde canım sıkılıyor. Tabletimden Youtube’dan ya da TikTok’tan komik videolar açıp izliyorum. TikTok hesabı abimin ama bende girip izliyorum oradan video bana bir şey demiyor abim. O evde olunca bana komik videolar gösteriyor.”

Öğrenci 21’in ifadelerine bakıldığında zaman öğrencilerin okuldan sonra oluşan boş vakitlerinde ve okullarının olmadığı günlerde boş vakitlerini sosyal medya ile doldurdukları görülmektedir. Öğrenci 21’in ifadesinde dediği gibi yaşı küçük olduğundan ötürü abisinin TikTok hesabından videolar izlediğini söylemektedir. TikTok gibi bazı uygulamaların kullanım, hesap oluşturma için yaş sınırlaması koymuş olması çocukların erişimine engellendiği söylenemez. Çünkü Öğrenci 21’de olduğu gibi birçok çocuk anne-babasının ya da abi-ablasının kullanıcı hesabından platforma giriş yaparak bu mecralarda vakit geçirmektedir. Bu mecralarda en çok izlenen içeriklerden biri de komik, eğlendirici olan videolardır. Kullanıcılar tarafından oluşturulan ya da dizi-film repliklerinin yer aldığı komik videoların yüklendiği sosyal medya platformları ve sosyal medya içerikleri çocukların ilgisini çekmektedir. Grafik 4.5’te de görüldüğü gibi çocukların sosyal medya araçlarında en çok izlemiş olduğu içerik komik videoların olduğu görülmektedir.

Öğrenci 24: “Ben büyüyünce dansçı olmak istiyorum bu yüzden Youtube’dan sürekli dans videolarını izliyorum. En sevdiğim dansçılar Koreli olanlar, en çok onları izliyorum.”

Sosyal medya içeriği seçme ve izlemede çocukların hayal dünyası ve seçtikleri meslek de etkili olmaktadır. Öğrenci 24, dansçı olmak istediğini bu yüzden de sosyal medyadaki dans videolarını izlediğini dile getirmiştir. Çocukların meslek seçiminde

aile, yakın çevre, rol modelleri, başarılı insanlar vs. etkili olurken günümüzde artık sosyal medyadaki üreticiler ve içerikte yer alanlar da etkili olmaktadır. Öğrenci 24, Koreli dansçıları çok sevdiğini ve onları çok sevdiğini ifade etmiştir. Onlardan etkilenen çocuğun ileride onlar gibi dansçı olmak istemesi meslek seçiminde artık sosyal medyanın da etkili olduğunu ortaya koymaktadır.

Öğrenci 29: “Uyumadan önce ya da dinlendiğim zamanlarda her zaman tabletimden müzik açıp dinlerim. Annemin telefonundan da dinliyorum ama Youtube’dan şarkıların videolarını izleyince daha güzel oluyor. Annem ev işlerini yaparken o da müzik açıyor kendisine.” Öğrenci 29 müziğin kendisine iyi geldiğini ve dinlendiği zaman dilimlerinde ya da uyumak istediği vakitlerde sosyal medya platformlarından olan Youtube’dan müzik dinlediğini ifade etmiştir. Normal şarkı dinlemektense şarkıları klipleriyle izlemenin daha güzel olduğunu ifade eden Öğrenci 29’un ifadesinden de anlaşılabacağı gibi sosyal medya platformları, müzik çalarların ve telefonlardaki müzik uygulamalarının da önüne geçerek hem işitsel hem görsel müzik keyfi sunduğu için çocukların ve kullanıcılarının müzik dinleme aktivitelerini de eline geçirmiştir. Aynı zamanda ebeveynlerin evde yapmış olduğu davranışlar ve izlemeyi tercih ettikleri sosyal medya içerikleri de çocukların seçimlerini etkilemektedir. Bu durumu Öğrenci 29’un son cümlesi kanıtlamaktadır: “Annem ev işlerini yaparken o da müzik açıyor kendisine.”

Şekil 4.1.: Öğrencilerin Sosyal Medya İçeriklerini İzleme Nedenleri

Aile Etkisi	Duygusal Etki	Sosyal İlişkiler Etkisi	Bilgilendirici Olması	İçerik Üreticisinin Etkisi
•Annem-babam izlediği için •Annem izlediği için •Babam izlediği için •Kardeşim izlediği için •Abim-ablam izlediği için	•Mutlu olduğum için •Sevdiğim için •Kendimi rahat-özgür hissettiğim için •Heyecanlı olduğum için •Eğlenceli ve komik olduğum için •Merak ettiğim için •Evde sıkıldığım için	•Yeni arkadaşlar edindiğim için •Arkadaşlarımla vakit geçirmek için •Boş zamanım olduğum için •Arkadaşlarım uzakta olduğum için	•Bilmediğim konuları öğreniyorum •Öğretici buluyorum •Ders konularını tekrar ediyorum •Yeni bilgiler öğreniyorum	•Sevdiğim için •Takip ettiğim için •Bana hitap ettiği için •Beni güldürdüğü için •Örnek aldığım için •Aynı yaşta olduğumuz için •Ne yaptığını merak ettiğim için

Şekil 4.1.'de öğrencilerin sosyal medya içeriklerini izleme nedenleri görülmektedir. Öğrencilerin sosyal medya içeriklerini izleme nedenleri beş genel başlık altında sınıflandırılmıştır; Aile etkisi, duygusal etki, sosyal ilişkiler etkisi, bilgilendirici olması, içerik üreticisinin etkisi. Öğrencilerin sosyal medya içeriklerini izleme nedenleri incelendiğinde öğrencilerin yoğun olarak duygusal etkilerden ve içerik üreticisinin etkisiyle bu içerikleri tercih ettikleri görülmektedir. Bu durumların yanı sıra aile etkisi, sosyal ilişkiler etkisi ve bilgilendirici etkisi de öğrencileri sosyal medya içeriklerini izlemeye yönlendirdiği görülmektedir.

Sosyal medya içeriklerini izlemeye yönelten ya da bu içeriği izlemeye neden olan faktörlerden birinin aile etkisi olduğu Şekil 4.1.'de açıkça görülmektedir. Öğrencilerle yapılan görüşmelerde sosyal medya içeriklerini izlemelerinin kendi iradelerinin dışında aile üyelerinin etkisinin büyük olduğu görülmüştür. Kimi zaman annelerinin, kimi zaman babalarının ya da hem annelerinin hem de babalarının o sosyal medya içeriğini izlemesinden ötürü izlenilen sosyal medya içeriğini izlemek zorunda kaldığı, bazı vakitlerde de kardeşlerinin ya da abla-abilerinin o içeriği izlemeyi tercih etmesinden ötürü öğrenciler de o içeriği izlediklerini ifade etmişlerdir. Bu durumla ilgili Öğrenci 17 düşüncelerini şu şekilde dile getirmiştir;

Öğrenci 17: “Annemin akşamları bazen işleri oluyor ya da misafirlğe falan gittiğimizde onun dizisi var “Camdaki Kız” onu izleyemiyor. Boş vakitlerde annemin işleri bittiğinde Youtube’a izlemediğimiz bölümlerin özetlerini yüklüyorlar bizde annemle oradan izliyoruz.”

Öğrenci 17’nin ifadelerine bakıldığında sosyal medya platformlarından dizi-film içeriklerini izleme nedenlerinden biri olan aile etkisi başlığı altına aldığımız “Annem izlediği için” etkisiyle bu içeriği izlediği görülmektedir. Öğrenci 17’nin ifadelerinden hareketle de anlaşılacağı gibi günlük hayatta annelerin pek çok işi bulunmakta ya da aile-dost ziyaretleri yapılmasından ötürü takip etmiş oldukları dizi-filmeleri kaçırdıkları görülmektedir. Sosyal medya araçlarından olan Youtube’nin dizi-film özetlerini sunma imkânından faydalanmak isteyen Öğrenci 17’nin annesi aynı zamanda kendisi izlerken bu etkiyle beraber çocuğun da o içeriği izlediği görülmektedir. Öğrenci 17’nin ifadelerine benzer olarak diğer öğrencilerinde aynı şekilde aile etkisiyle sosyal medya içeriklerini izledikleri görülmüştür. Bu durumla ilgili bir başka öğrenci, Öğrenci 12 düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir;

Öğrenci 12: “Annemin bazen işleri oluyor bu yüzden kardeşimle ilgilenemiyor. Kardeşim ağlamasın diye telefonundan yani Youtube’dan çizgi film açarak ona veriyor. Benim de kardeşimin yanında durmamı istiyor. Kardeşim Youtube’dan çizgi film izlediği için bende onunla izliyorum.”

Öğrenci 12’nin ifadelerine bakıldığında da anne yönlendirmesiyle sosyal medyaya yönlendirilmiş iki çocuk görülmektedir. Öğrenci 12, kardeşinin ağlamaması için annesi tarafından sosyal medya platformu Youtube’dan kendisine çizgi film açıldığını söylemekte yalnız kalmaması içinde kendisinin yanında durması gerektiğini ifade etmiştir. Sosyal medya platformundan açılan içeriği kendi iradesiyle açmadığını ve kendi iradesiyle bu içeriği tercih etmediği görülen Öğrenci 12’nin kardeşinin bu içeriği izliyor olmasından izlediğini ifade etmiştir. Her iki çocuk da annenin yönlendirmesiyle sosyal medya içeriğini izlemeye maruz kalırken küçük kardeşin isteği doğrultusunda açılan içeriğin izlendiği ifade edilmiştir.

Öğrencileri sosyal medya içeriklerini izlemeye yönelten bir başka neden de duygusal etkilerdir. Öğrencilerle yapılan görüşmelerde duygusal etki ile sosyal medya içeriklerini izleyen öğrenciler genel olarak; mutlu olduğum için, sevdiğim için, kendimi

rahat-özgür hissettiğim için, heyecanlı olduğu için, eğlenceli ve komik olduğu için, merak ettiğim için, evde sıkıldığım için izliyorum gibi birbirine yakın cevaplar vermişlerdir. Bu durumla ilgili Öğrenci 19 düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir;

Öğrenci 19: “Instagram’da ya da Youtube’da video falan izlerken kendimi rahat hissediyorum çünkü annem ya da babam ne yaptığımı karışmıyor. İstedğim şeyleri izliyorum orada.”

Öğrenci 19’un ifadelerinde de görüldüğü gibi sosyal medyayı özgür bir ortam olarak gördüğü için sosyal medya içeriklerini izlediğini, ailesinin sosyal medyada aktifken kendisine müdahalede bulunmadıklarını söylemiştir. Bir başka öğrenci, Öğrenci 4 bu konuyla ilgili düşüncelerini ise şu şekilde ifade etmiştir;

Öğrenci 4: “Okulun olmadığı günler evde çok sıkılıyorum. Bu yüzden annemden telefonunu alarak oradan videolar izliyorum ya da oyun oynuyorum.”

Öğrenci4’te duygusal etki başlığı altında sınıflandırdığımız “evde sıkıldığım için” nedeninden ötürü sosyal medya içeriklerini izlemeye yönelmektedir. Özellikle evde tek çocuk olan ailelerde ya da mahalle ve ya köyde arkadaşı olmayan çocukların akranlarıyla vakit geçirememesinden ve evde ebeveynlerinin kendilerine sosyal aktiviteler sunmamasıyla bu çocukların sosyal medyaya yöneldikleri görülmüştür.

Öğrencileri sosyal medya içeriklerini izlemeye yönelten bir başka neden de sosyal ilişkilerdir. Öğrenciler, kendilerine yöneltilen “Neden sosyal medya içeriklerini izliyorsun?” sorusuna sosyal ilişkiler etkisiyle; yeni arkadaşlar edindiğim için, arkadaşlarımla vakit geçirdiğim için, boş zamanım olduğu için ve arkadaşlarım uzakta olduğu için gibi nedenlerden ötürü sosyal medya içeriklerini izlediklerini ifade etmişlerdir. Bu durumla ilgili Öğrenci 14, düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir;

Öğrenci 14: “Babamın bilgileriyle bana TikTok hesabı açtık. Orda komik videolar falan var. Canım sıkılınca tabletimden videolar falan izliyorum. Bir de orda arkadaşlarım var birbirimizle konuşuyoruz, komik videolar atıyoruz, yeni arkadaşlarım da oluyor orda.”

Öğrenci 14’ün ifadelerine bakıldığı zaman sosyal medyayı kullanması ve sosyal medya içeriklerini izleme nedenlerinden biri de yeni arkadaşlar ediniyor olması göze çarpmaktadır. Her ne kadar sanal bir mecra olsa da arkadaş ediniyor olması ve sohbet

etme imkânı bulması öğrencilerin sosyal medyaya yöneldiğini göstermektedir. Babasının bilgileriyle kendi profilini, hesabını oluşturmaya ve özgürce tabletinden bu platforma giriş yapıyor olması akıllara şu soruyu getirmektedir; “Aile, sosyal medya platformlarından ve sosyal medya içeriklerinden ne kadar haberdar?” Uygulamanın yaş sınırlaması koyması yine çocuklar tarafından kullanımını engelleyemediğini de göstermektedir. Bir diğer öğrenci, Öğrenci 27 bu durumla ilgili düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir;

Öğrenci 27: “Bizim ev köyde bu yüzden sınıf arkadaşlarımın evleri bana uzak. Arkadaşlarım uzakta olduğu için boş zamanlarımda bazen kitap falan okuyorum bazen de telefonda videolar izliyorum ya da oyun oynuyorum.”

Öğrenci 27 kendi köylerinde ilköğretim kapalı olduğu için ilçeye kendi imkânlarıyla okula gelen bir öğrenci, bundan ötürü sınıf arkadaşlarının kendisine uzak olduğunu ifade etmiştir. Arkadaşlarından uzakta olduğu için farklı aktiviteler yapamayan öğrenciler, Öğrenci 27 gibi genelde sosyal medya içeriklerini izlemeye yöneldikleri görülmüştür. Akranların arasındaki mesafelerin uzak olmasından ötürü bir araya gelemeyen, betonlaşmanın giderek artmasıyla çocukların oyun alanlarının azalmasına neden olan günümüz toplum yapısında çocukların yine aynı şekilde sosyal medya içeriklerine yöneldiklerini ortaya koymuştur.

Öğrencilerin sosyal medya içeriklerini izlemeye yönlendiren bir başka başlıca neden de sosyal medya içeriklerinin bilgilendirici olmasıdır. Günümüz bilgi çağında artan hızlı bilgi oluşumu ve aktarımında sosyal medyanın ve platformlarının rolü de büyüktür. Sosyal medya platformlarının bilgi içerikli sayfaları, podcastleri, videoları bilgi yumaklarını içerisinde barındırmasıyla öğrencilerin ilgisini çekmekte ve sosyal medya kullanımlarına ilişkin başlıca bir neden olarak karşımıza çıkmaktadır. Öğrenciler; bilmediğim konuları öğreniyorum, öğretici buluyorum, ders konularını tekrar ediyorum, yeni bilgiler öğreniyorum gibi nedenler belirterek sosyal medya içeriklerini izlediklerini ifade etmişlerdir. Bu durumla ilgili Öğrenci 1, düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir;

Öğrenci 1: “Youtube’da ders konularının anlatıldığı videolar var. Derste öğretmenimin anlattığı konuyu evde tekrar etmek için ya da anlamadığım bir konu

olunca bu videoları izleyerek konuları tekrar ediyorum. Ordan yeni bilgiler de öğreniyorum.”

Öğrenci 1’in de ifade ettiği gibi okulda öğrenmiş olduğu konuları tekrar etme ya da anlamadığı bir konuyu buradaki videolar yardımıyla tekrar etmesi ve aynı zamanda yeni bilgilere ulaşabiliyor olması öğrencilerin sosyal medyaya yöneldiğini göstermiştir.

Sosyal medya içeriklerini izleme nedenlerinden biri de içerik üreticilerinin etkisinin olduğu görülmüştür. Öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun sosyal medya içeriğini izleme nedeni olarak sosyal medya içerik üreticisini göstermiştir. Öğrenciler, sosyal medya içerik üreticisini işaret ederek; sevdiğim için, takip ettiğim için, bana hitap ettiği için, beni güldürdüğü için, örnek aldığım için, aynı yaşta olduğumuz için, neler yaptığını merak ettiğim için sosyal medya içeriklerini izliyorum şeklinde cevap vermişlerdir. Bu durumla ilgili Öğrenci 6 ve Öğrenci 28 düşüncelerini şu şekilde ifade etmişlerdir;

Öğrenci 6: “Semih Varol’u sevdiğim için ve neler yaptığını merak ettiğim için onu takip ediyorum ve videolarını izliyorum.”

Öğrenci 6, ismini verdiği sosyal medya içerik üreticisinin sanal âlemde neler yaptıklarını merak ettiği ve onu sevdiği için takip ettiğini ve ürettiği içerikleri izlediğini ifade etmiştir.

Öğrenci 28: “TikTok’ta videolar çeken benimle aynı yaşta olan bir çocuk var. Onun videoları bana komik geliyor, videolarını izliyorum. Benimle aynı yaşta olduğu için ve videoları komik olduğu için onu izliyorum.”

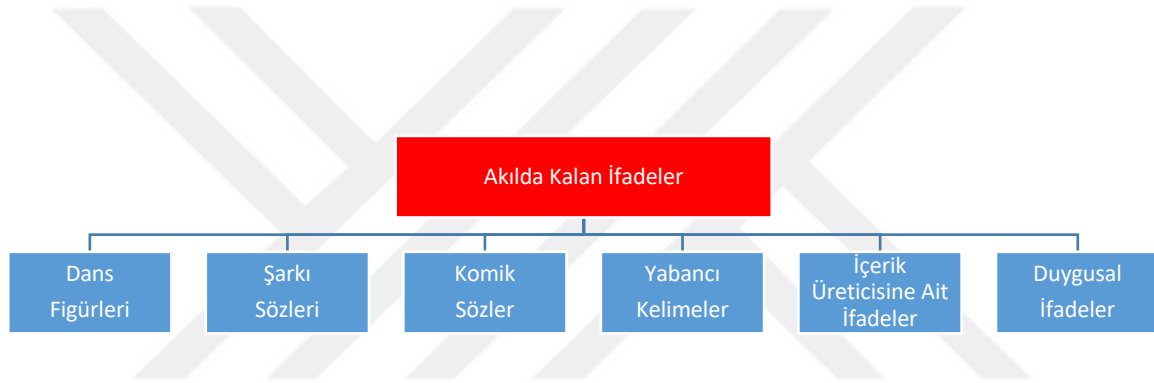
Öğrenci 28’de sosyal medya içerik üreticisinin etkisiyle sosyal medya içeriklerini izlediğini ifade etmekte ve yaşıt olduğu için takip ettiği üreticinin videolarını izlediğini söylemiştir. Öğrenci 28’in ifadelerinden de anlaşılacağı gibi öğrencilerin sosyal medya içerik tercihlerinde sosyal medya içerik üreticilerinin etkisi olduğu gibi akranları olması da ayrıca çocukları bu içerikleri izlemeye yönlendirdiği görülmüştür.

Öğrencilere yöneltilen “Dikkatini çeken, hoşuna giden ya da aklında kalan bir videoyu benimle paylaşır mısın?” sorusuna genel olarak Öğrenci 26 gibi komik ve eğlendirici temalı olan videoları paylaştıkları görülmüştür.

Öğrenci 26: “Bir video vardı çocuk orda müzikle birlikte dans ediyordu, değişik hareketler yapıyordu, çok komikti ama. Bir tane de kedi vardı döndüm Mevlana gibi şarkısıyla dönüyordu, çok komikti.”

Öğrenci 26’nın ifadelerinden de görüldüğü gibi genel olarak araştırma grubundaki öğrenciler sorulana soruya bu şekilde cevap verdiği görülmüştür. Genel olarak akıllarında kalan ya da dikkatlerini çeken video içeriklerinin ana temasının komik, güldürücü ve eğlendirici olduğu görülmüştür. Öğrencilerin akıllarında kalan ifadeler Şekil 4.2’te gösterilmiştir.

Şekil 4.2.: Öğrencilerin İzledikleri İçeriklerden Akıllarında Kalan İfadeler



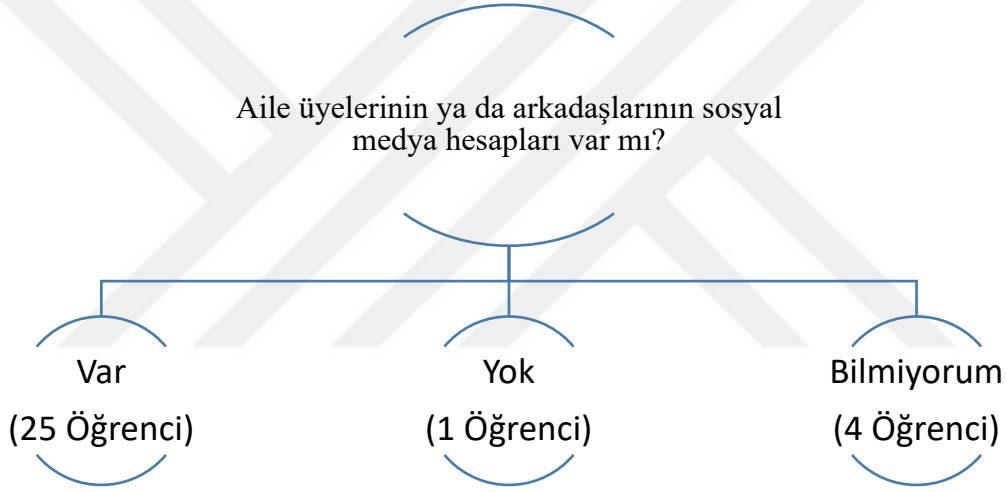
Şekilde 4.2.’de öğrencilerin izledikleri sosyal medya içeriklerinden akıllarında kalan ifadeler yer almaktadır. Öğrencilerin sosyal medya içeriklerinden akıllarında kalan ifadelerin dans figürleri, şarkı sözleri, komik ifadeler, yabancı kelimeler, içerik üreticisine ait ifadeler ve duygusal ifadeler olduğu görülmektedir. Bu durumla ilgili bir başka öğrenci, Öğrenci 10 düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir;

Öğrenci 10: “Bir videoda Danla Bilic makyaj yapıyordu ve ay noluyoo noluyoo diye bağıırıyordu, çok gülmüştüm izlerken.”

Öğrenci10’un ifadelerinde de aklında kalan video sahnesinin bir sosyal medya içerik üreticisine ait olduğu görülmüştür. Öğrencilerin, sosyal medya içeriklerini izlemelerinde etkili olan sosyal medya içerik üreticilerinin aynı zamanda öğrencilerin hafızalarında yer edindikleri ve oluşturmuş oldukları repliklerinin öğrencilerde kalıcı olduğu görülmüştür.

Çocukların sosyal medya kullanmasında ve sosyal medya platformlarına giriş yapmasında ailelerinin ve çevresinin yani akraba ve arkadaşlarının etkisinin büyük olduğu bilinmektedir. Çocuklar çevrelerinde olup biten olaylardan haberdar olmak isterler ve yaşları gereği merak etme ve soruşturma onların yapısında vardır. Bundan ötürü araştırma kapsamında çocukların sosyal medya kullanmasında ailelerinin ve arkadaşlarının etkisinin olup olmadığını öğrenmek amacıyla “Aile üyelerinin ve arkadaşlarının sosyal medya hesapları var mı?” sorusu sorulmuştur. Öğrencilerin vermiş olduğu cevaplar genelleştirilerek Şekil 4.3’te gösterilmiştir.

Şekil 4.3.: Aile Üyelerinin ve Arkadaşlarının Sosyal Medya Hesapları Var Mı?



Öğrencilerin vermiş olduğu cevaplar üç ana başlık altında toplanarak Şekil 4.3’te gösterilmiştir. Şekil 4.3 incelendiğinde genel olarak öğrenci ailelerinin ve arkadaşlarının sosyal medya hesaplarının olduğu görülmektedir. Bu durum öğrencileri de sosyal medya kullanmaya teşvik etmektedir. Bu durumla ilgili Öğrenci 13, düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir;

Öğrenci 13: “Arkadaşım bana sürekli TikTok’ta izlediği videoları anlatıyor. Bende anlattığı videoları izlemek için kendime TikTok açtım. Ordan videoları izliyorum bazen de videoları birbirimize atıyoruz.”

Öğrenci 13, arkadaşının sürekli kendisine bir sosyal medya platformunda izlemiş olduğu videoları ve içerikleri anlattığını daha sonra kendisi de bu içerikleri izlemek ve

görmek için bir hesap oluşturduğunu ifade etmiştir. Öğrenci 13'ün ifadelerinde de görüldüğü üzere çocuklar birbirlerine anlattıkları şeylerden ve takip ettikleri içeriklerden etkilenirken kullanmış oldukları sosyal medya platformlarından da etkilendikleri görülmüştür. Öğrenci 13, arkadaşının anlatmış olduğu içeriklerden öncelikle etkilenmiş daha sonra içerikleri merak etmiş ve son olarak aynı platformdan bir hesap oluşturarak sanal âleme giriş yapmıştır. Etkileşim ve içerik anlatımı bu sefer günlük yaşamlarının dışında bir de sosyal medyada birbirlerine attıkları videolarla devam ettiği görülmüştür. Bir başka öğrenci, Öğrenci 30'da bu durumla ilgili düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir;

Öğrenci 30: “Babam Facebook’un da bana kuzenlerimin fotoğraflarını ve bazen de komik videolar gösteriyordu. Bende kendim kuzenlerimi takip etmek için çünkü onlar İstanbul’da yaşıyorlar ve videolar izlemek için annemin telefonunda Facebook açtık.”

Öğrenci 30’un da babasının sosyal medya kullanıyor olması etkisiyle sosyal medya kullanmaya başladığı görülmüştür. Kendisine uzak olan kuzenlerini takip etmek çünkü kendisine uzak oldukları için neler yaptıklarını merak etmektedir ve babasının sürekli kendisine göstermiş olduğu videoları kendi başına izleyebilmek amacıyla sosyal medya kullanmaya başladığı görülmüştür.

Öğrencilerin, sosyal medya kullanmaya başlamalarında ailelerinin ve arkadaşlarının etkisi görülürken bu etkileşiminin sanal âlemde devam edip edilmediği öğrencilere sorulmuştur. Öğrencilere sorulan “Sosyal medyada birbirinizi takip ediyor musunuz?” sorusuna genel olarak Öğrenci 14 ve Öğrenci 25 gibi cevap verdikleri görülmüştür;

Öğrenci 14: “Sosyal medyada hesabı olan arkadaşlarımla birbirimizi takip ediyoruz. Çünkü oradan bazen sohbet ediyoruz bazen de birbirimize komik videolar falan atıyoruz.”

Öğrenci 25: “Sosyal medyada annemlerle falan birbirimizi takip etmiyoruz. Çünkü neler paylaştığımı falan görmelerini istemiyorum çünkü onlar olunca kendimi rahat hissetmiyorum.”

Öğrenci 14’ün ifadelerinde olduğu gibi genel olarak öğrencilerin, arkadaşlarıyla birbirlerini takip ettikleri ve günlük yaşamdaki etkileşimlerinin sosyal medya

platformlarında da devam ettiği görülmüştür. Öğrenci 25 gibi diğer öğrencilerin de büyük bir çoğunluğunun aile üyelerini sosyal medya takip etmedikleri ve kendilerini de takip etmelerini istemediklerini ifade etmişlerdir. Neden olarak ise kendilerini aileleri olunca rahat hissetmemeleri ve paylaştıkları içeriklerin aileleri tarafından görülmesini istemiyor olmaları olarak ifade etmişlerdir. Öğrencilerin, ailelerini sosyal medyada görünce kendilerini rahat hissetmediklerini söylerken arkadaşlarını sosyal medyada görürken mutlu hissettiklerini söylemişlerdir. Bu durumla ilgili Öğrenci 2 düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir;

Öğrenci 2: “Arkadaşlarımı sosyal medyada görünce kendimi mutlu hissediyorum. Aa o da burda diyorum. Bazen beğendim ya da komik olan şeyleri de arkadaşlarıma atabildiğim için mutlu oluyorum.”

Öğrenci 2 gibi araştırmaya katılan diğer arkadaşları da bu durum hakkında genel olarak bu şekilde hissettikleri görülmüştür. Öğrencilere, arkadaşlarının sosyal medya platformlarında yer alıyor olması mutluluk vermekte ve aralarındaki etkileşimi oradan da devam ettirmekte olduğu tespit edilmiştir.

4.2. Öğrencilerin Engellerle Karşılaşma Durumu

Sosyal medya kullanma alışkanlığı edinmiş çocuklar bazen bazı engellerle karşılaşma durumu yaşamaktadırlar. Evlerinde internet bağlantısının olmaması, kendilerine ait telefon ya da tablet gibi sosyal medyaya giriş yapabileceği bir teknolojik aletin olmaması, ebeveynlerinin ya da abla-abilerinin telefonlarında internet paketlerinin olmaması ya da bitmiş olması, ailenin sosyal medya kullanımına karşı olması ve engellemesi gibi engellerle karşılaşmakta ve bu konuda sorunlar yaşamaktadır. Bu başlık altında da öğrencilerin sosyal medya kullanımlarına ilişkin karşılaşmış oldukları engeller ve oluşan engel durumlarında vermiş oldukları tepkiler tespit edilmeye çalışılmıştır. Şekil 5’te ailelerin, öğrencilerin sosyal medya kullanmalarına kızıp kızmadıkları ve nedenleri gösterilmiştir.

Şekil 4.4.: Ailen Sosyal Medya Kullanmana Kızıyor Mu, Neden?



Öğrencilere sosyal medya kullanmalarına ailelerinin kızıp kızmadıkları sorulmuş ve alınan cevaplar doğrultusunda kızılıyorsa hangi nedenlerden kızılıyor, kızılmıyorsa hangi nedenlerden ötürü kızmadıkları Şekil 4.4'te gösterilmiştir. Şeklin başında da verilen rakamsal ifadede de anlaşılacağı gibi öğrencilerin çoğunluğunun ailesinin sosyal

medya kullanmalarına kızmadıkları görülmüştür. Sosyal medya kullanmalarına ailelerinin kızdığını ifade eden öğrenciler kızma nedeni olarak sosyal medya platformlarının bünyesinde zararlı içerikler barındırması, uzun süre kullanılması, öğrencinin ders başarısını engellediği, göz sağlığını bozduğunu, sağlığa zararlı olduğunu, sosyal medya platformlarında kötü insanların ya da kötü niyetli insanların olduğunu ve kişisel bilgilerinin çalınma risklerinin olduğunu söylerken; sosyal medya kullanmalarına ailelerinin kızmadığını ifade eden öğrenciler kızmama nedeni olarak ailelerinin kendilerine güvendiklerini, sosyal medya hesaplarını kontrol ettikleri, belli bir kullanım sürelerinin olduklarını, aileleriyle birlikte kullandıkları ya da giriş yaptıkları ve ödevlerini yapmaya-derslerine çalışmaya engel teşkil etmediği için kızmadıklarını ifade etmişlerdir. Bu durumla ilgili Öğrenci 22 düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir;

Öğrenci 22: “Bazen çok video izleyince ya da ödevlerimi yapmadığım için izlediğimde babam bana kızıyor. Ama ödevlerimi yapınca izlediğimde bana kızmıyor.”

Öğrenci 22, babasının kendisine sosyal medyada videoları uzun bir süre izlediğinde ve ödevlerini yapmadığı durumlarda sosyal medya kullandığında kızdığını; ödevlerini yapıp sosyal medyada video izlediğinde ise babasının kendisine kızmadığını ifade etmiştir. Öğrenci 22’nin ifadelerinden hareketle velilerin, çocuklara sosyal medya kullanmalarına kızma temel nedenlerinden olan çocukların sosyal medyada uzun süre aktif olması ve ödevlerini yapmalarını engellemesi nedenleri tespit edilmiştir. Bu durumla ilgili başka bir öğrenci, Öğrenci 4 bu durumla ilgili düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir;

Öğrenci 4: “Uzun süre Youtube’dan videolar izlediğim zaman annem, gözlerim bozulur diye kızıyor. Babam da orda yani sosyal medyada kötü insanların olduğunu ve bilgilerimizi çalarlar diye kızıyor.”

Öğrenci 4, adını belirttiği sosyal medya platformunda uzun süre video izlediğinde annesinin göz sağlığını düşünerek kendisine kızdığını; babasının ise kişisel bilgilerinin korunması gerektiği konusunda hassas olduğunu belirterek kendisine sosyal medyada kötü insanların olduğunu ve kişisel bilgilerinin çalınabileceğini düşündüğü için kızdığını ifade etmiştir. Öğrencilerin vermiş olduğu cevaplar doğrultusunda genelde çocuklarına güvenen ailelerin ise sosyal medya kullanmaları konusunda çocuklarına

kızmadığı görülmüştür. Bu durumla ilgili Öğrenci 27 düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir;

Öğrenci 27: “Ailem bana kızmıyor çünkü bana güveniyorlar. Orda kötü şeyler yapmayacağımı ve kötü şeyler izlemeyeceğimi biliyorlar.”

Öğrenci 27’nin de ifade ettiği gibi ailesine sosyal medya kullanırken olumsuz davranışlarda bulunmayacağının güvenini ailelerine veren öğrencilerin, ailelerinin kendisine kızmadığını ifade etmişlerdir. Sosyal medya kullandığı için ailesinin kendisine kızmadığını ifade eden bir başka öğrenci de düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir;

Öğrenci 10: “Sosyal medya kullandığım için ailem bana kızmıyor çünkü ya birlikte giriyoruz sosyal medyaya ya da annem ve babam sosyal medya hesabımı bazen kontrol ediyorlar. Kötü bir şey olmadığı için kızmıyorlar.”

Öğrenci 10’un ailesi gibi çocuklarının sosyal medya kullanımlarını ve sosyal medya hesaplarını denetimleri altında bulunduran ailelerin çocuklarının sosyal medya kullanmasına kızmadığı görülmüştür. Öğrenci 10, düşüncelerini ifade ederken “Kötü bir şey olmadığı için kızmıyorlar.” diyerek ailesinin sosyal medya hesabını kontrol ettiğini bazen de birlikte giriş yaptıklarını belirterek olumsuz bir durumda da aynı tepkiyi vermeyeceklerini belirtmiştir. Bu durumla ilgili bir başka öğrenci, Öğrenci 14’te düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir;

Öğrenci 14: “Ödevlerimi bitirdikten sonra girdiğim için bana kızmıyorlar ama ödevlerimi bitirmeden girersem bana kızarlar. Çünkü annem derslerimin kötü olmasını istemiyor.”

Öğrenci 14, sosyal medyayı kendi sorumluluklarını yerine getirdikten sonra yani ödevlerini yaptıktan sonra ve sosyal medya kullanması ödevlerini yapmasına ve ders başarısını engellemediğini belirterek ailesinin sosyal medya kullanmasına kızmadığını ifade etmiştir. Öğrencilerin ifadelerinden anlaşılabacağı gibi aslında öğrencilerin, sosyal medya kullanmalarına kızmayan ailelerin de aksi bir durum olduğunda kızacağı görülmüştür.

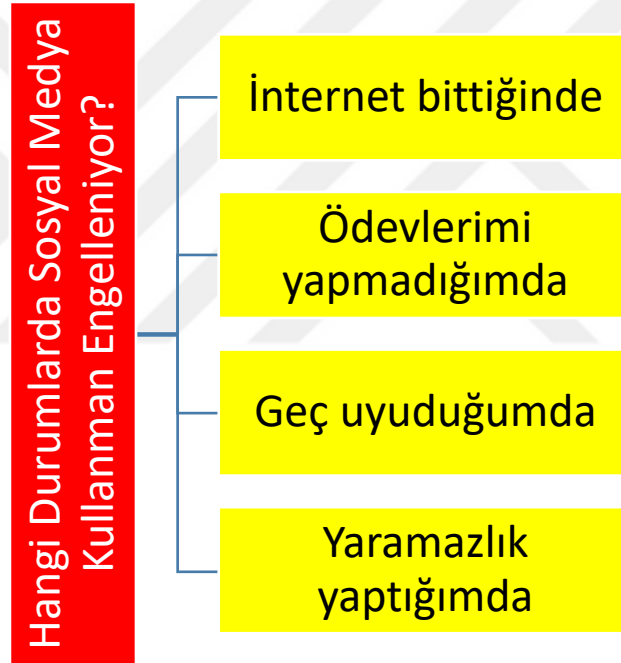
Öğrencilere sorulan “Sosyal medya kullanman engelleniyor mu?” sorusuna genel olarak engellenmediği cevabı verilmiştir. Öğrenciler, genel olarak ailelerinin

kendilerine güvendiklerini ve bundan ötürü sosyal medya kullanmalarına engel olmadıklarını ifade etmişlerdir. Bu durumla ilgili Öğrenci 9, düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir;

Öğrenci 9: “Ailem bana güvendiği için sosyal medya kullanmama engel olmuyor. Canım sıkıldığında ya da ödevlerimi bitirdiğimde video falan izliyorum oradan.”

Öğrenciler genel olarak aileleri tarafından sosyal medya kullanmalarının engellenmediğini ifade etseler de bazı koşullarda sosyal medya kullanmalarının engellendiğini ifade etmişlerdir. Bu koşullar Şekil 4.5.’de gösterilmiştir;

Şekil 4.5.: Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımlarının Engellendiği Durumlar



Öğrenciler, ailelerinin sosyal medya kullanmalarına engel olmadığını ifade etmiş olsalar da Grafik 4.6’da gösterilen; internet bittiğinde, ödevlerini yapmadıklarında, geç uyuduklarında ve yaramazlık yaptıklarında ailelerinin sosyal medya kullanmalarını engellediklerini ifade etmişlerdir. Bu durumla ilgili Öğrenci 20 düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir;

Öğrenci 20: “Annemler sosyal medya kullanmama engel olmuyor ama annemin interneti bittiğinde ya da yaramazlık yaptığım zamanlar annem sosyal medya kullanmama izin vermiyor.”

Öğrenci 20'nin ifadelerinden anlaşılacağı gibi evlerinde internet bağlantısı olmayan çocukların anne ya da babalarının internet paketlerinin bitmesiyle sosyal medya kullanmalarının engellendiği görülmüştür. Aynı şekilde evde istenmeyen davranışlar sergileyen yani yaramazlık yapan öğrencilerinin, aileleri tarafından sosyal medyayı kullanamama tehdidiyle karşılaştığı ve bu durumda sosyal medya kullanamadıkları görülmüştür. Sosyal medyanın kullanılmasının engellenmesi durumuyla ilgili bir başka öğrenci, Öğrenci 26 düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir.

Öğrenci 26: “Ödevlerimi yapmadığımda bazen de akşamları çok video izleyip geç uyuduğumda bizimkiler sosyal medyaya girmeme izin vermiyorlar birkaç gün.”

Ödevlerini ihmal ettiğinde ya da uyku düzenini bozup geç saatte uyuduğu durumlarda ailesi tarafından sosyal medya kullanımının birkaç gün engellendiğini ifade eden Öğrenci26'nın ailesinin sosyal medya kullanımının çocukları için ödevlerini yapması için bir pekiştireç-ödül olarak görürken aynı zamanda uyku düzenine uymadığı durumlarda da sosyal medya kullanımından mahrum bırakarak bir ceza ürünü olarak kullandığı görülmüştür.

Bu duruma bağlı olarak sosyal medya kullanımlarının engellendiği durumlarda çocukların kendilerini nasıl hissettiklerini anlayabilmek için öğrencilere “Sosyal medyaya erişimin engellendiğinde neler hissediyorsun?” sorusu sorulmuştur. Yöneltilen soruya öğrencilerin genel olarak Öğrenci2 gibi cevaplar verdiği görülmüştür:

Öğrenci 2: “Yani kendimi güvensiz ve kötü hissediyorum. Ailemin bana güvenmediğini düşünüyorum.”

Sosyal medya kullanımları engellenen öğrencilerin genel olarak Öğrenci 2'nin ifade etmiş olduğu şekilde güvensiz ve kötü hisler yaşadıkları görülmüştür. Öğrenciler, ailelerinin sosyal medya kullanımlarını engelledikleri durumlarda ailelerinin kendilerine güvenmediklerini ve buna bağlı olarak kendilerini kötü hissettikleri tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanmalarının engellenmesiyle öğrencilerde görülen bir diğer duygusal tepki de kızma olduğu görülmüştür. Bu durumla ilgili Öğrenci 8 düşüncelerini şöyle ifade etmiştir;

Öğrenci 8: “Bazen canım sıkıldığında Youtube'ye falan girmek istiyorum ama babam izin vermiyorum. O zaman babama çok kızıyorum çünkü canım çok sıkılıyor, Youtube'ye girmeme izin vermiyor.”

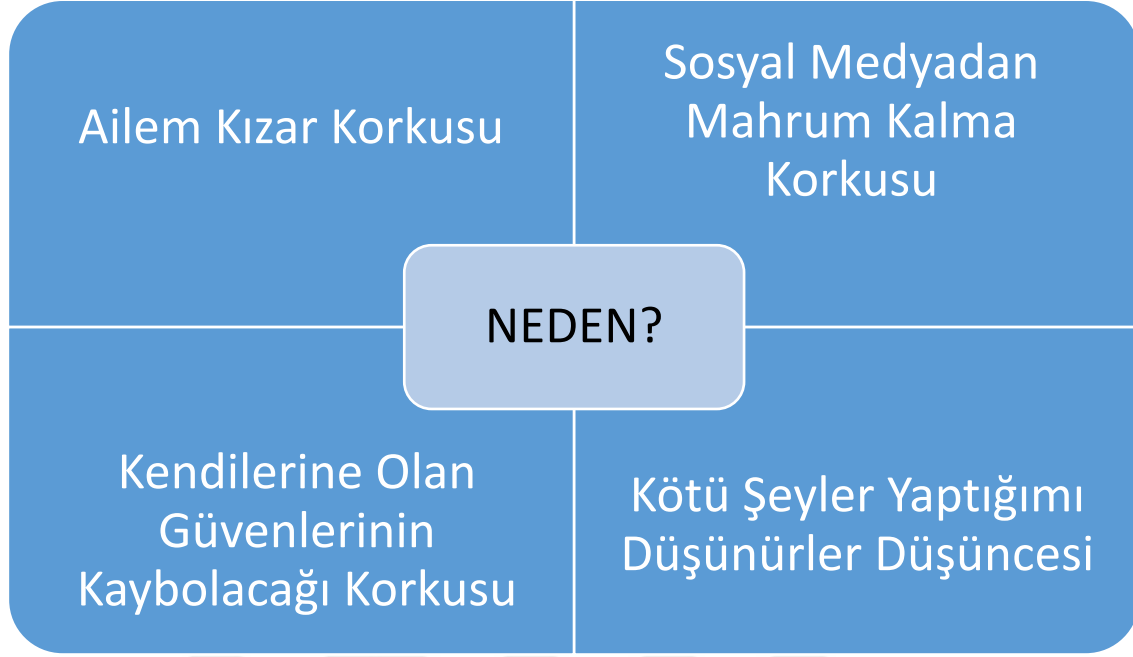
Öğrenci 8, canın sıkıldığı durumlarda eğlenmek ve vakit geçirmek istediğini söyleyerek sosyal medya kullanmak istediğini fakat babasının kendisine engel olduğunu ifade etmiştir. Babasının engeliyle karşılaşan öğrencinin babasına kızdığını, sebep olarak ise canının çok sıkıldığını göstermiştir. Öğrenci 8 gibi canı sıkılan öğrencilerin ya da boş vakitlerinde sosyal medya kullanan öğrencilerin farklı aktiviteler yapmaması (resim çizme, kitap okuma, bisiklet sürme vb.) nedeniyle sosyal medya kullanımları engellendiğinde tepki olarak sinirlendikleri tespit edilmiştir. Öğrencilerin ifadelerinden de anlaşıldığı gibi sosyal medya kullanımlarının belirtilen durumlarda genelde anne ve babaları tarafından engellendiği görülmüştür.

Öğrenciler, boş vakitlerinde canlarının çok sıkıldığını bu yüzden sosyal medyaya girmek istediklerini ifade ederlerken anne ve ya babaları tarafından sosyal medya kullanımları engellendiğinde onlardan habersiz, gizli giriş yapmadıklarını ifade etmişlerdir. Bu durumla ilgili Öğrenci 7 düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir;

Öğrenci 7: “Ailemden gizli giriş yapmam çünkü bana kızarlar ya da bir daha sosyal medyaya giriş yapmama izin vermezler.”

Öğrenci 7, ailesinden gizli sosyal medyaya giriş yapmadığını ve yaparsa ailesinin kendisine kızacağını ya da bir daha giriş yapmasına izin vermeyeceklerini düşündüğü için ailesinden gizli giriş yapmadığını ifade etmiştir. Genel olarak çocukların Öğrenci 7 gibi ailelerinin sert tepkilerinden kaçınmak ve sosyal medyadan mahrum kalırım korkusuyla ailelerinden gizli sosyal medyaya giriş yapmadıkları görülmüştür. Öğrencilerin genel olarak ailelerinden gizli sosyal medyaya giriş yapmadıklarının nedenleri Şekil 4.6.’da gösterilmiştir.

Şekil 4.6.: Öğrencilerin Ailelerinden Gizli Sosyal Medyaya Giriş Yapmama Nedenleri



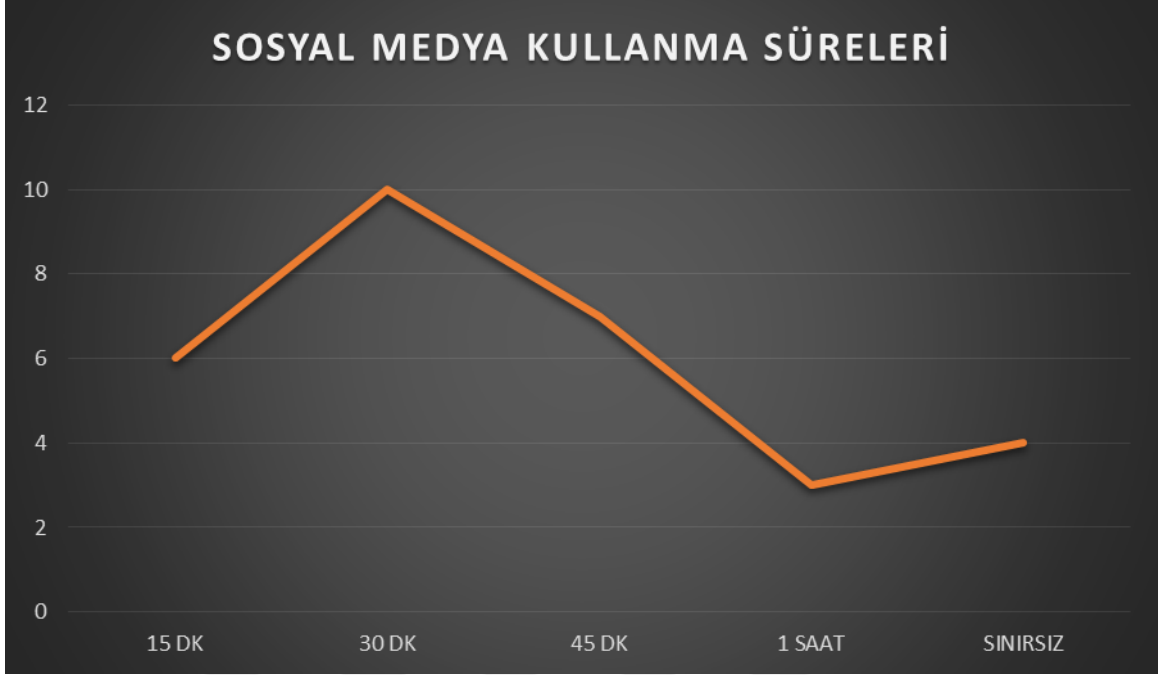
Şekil 4.6.’da görüldüğü gibi öğrencilerin, genel olarak ailelerinden gizli sosyal medyaya giriş yapmama nedenleri tespit edilmiştir. Araştırma grubundaki öğrenciler, ailelerinden gizli sosyal medyaya giriş yapmama nedeni olarak; ailem bana kızar, bir daha sosyal medyaya giriş yapmama izin vermez, bana olan güvenleri kaybolabilir ve onlardan gizli giriş yaparsam kötü şeyler yaptığımı düşünebilirler gibi dört temel neden ifade ettikleri görülmüştür. Bu durumla ilgili Öğrenci 25 düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir:

Öğrenci 25: “Ailemden gizli giriş yapmıyorum çünkü kötü bir şey yaptığımı düşünebilirler ve bana olan güvenleri kaybolabilir.”

Öğrencilerin genel olarak Şekil 4.6.’da gösterildiği gibi ve öğrencilerin ifadelerinden anlaşılacağı gibi ailelerinin verecekleri tepkiden ve sosyal medyadan mahrum kalma korkusuyla böyle bir girişimde bulunmadıkları görülmüştür.

Çocukların, sağlıklı ve bilinçli sosyal medya kullanımını sağlamak ve ailelerinden gizli girişlerini engellemek adına sosyal medya kullanım süresi belirlemek faydalı olmaktadır. Bu noktada ebeveynlerin çocuklarının sağlıklarını korumak, sosyal medya kullanımı konusunda bilinçli birer birey olduklarını anlayabilmek adına çocukların evde sosyal medya kullanım sürelerinin olup olmadığı varsa bu sürenin miktarı tespit edilmeye çalışılmıştır. Öğrencilerden alınan cevaplar doğrultusunda Grafik 4.6’da öğrencilerin sosyal medya kullanım süreleri gösterilmiştir.

Grafik 4.6.. Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanma Süreleri



Grafik 4.6’da görüldüğü üzere öğrencilerin büyük çoğunluğunun sosyal medya kullanma süresinin olduğu az da olsa birkaç öğrencinin sosyal medya kullanma süresinin olmadığı tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanma süresi olan öğrencilerin büyük çoğunluğunun kullanma süresinin 30 dakika olduğu görülmektedir. Bu durumla ilgili Öğrenci 6 düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir;

Öğrenci 6: “Ödevlerim falan bitince ya da canım sıkılınca 30 dakika sosyal medya kullanma sürem var. Orda video falan izliyorum. Annem 30 dakikadan fazla izlersem gözlerimin bozulacağını söylüyor.”

Öğrenci 6, annesinin göz sağlığı zarar göreceğini dayanak göstererek kendisine 30 dakika sosyal medya kullanma hakkının sunulduğunu ifade etmiştir. Öğrenci 6 gibi diğer öğrencilerinde ailelerinin kendilerinin göz sağlığını düşünerek belli bir sosyal medya kullanma süresinin konulduğunu ifade etmişlerdir. Bu durumla ilgili bir başka öğrenci, Öğrenci 14 düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir;

Öğrenci 14: “Bizimkiler en az 30 dakika en çok da 45 dakika sosyal medya kullanmama izin veriyorlar. Annem, bu sürenin pedagogların çocuklar için uygun olduğunu söylüyor.”

Öğrenci 14, ailesinin kendisine belli bir aralıkta sosyal medya kullanma süresi olduğunu söylerken bu kullanma süresinin pedagoglar tarafından belirlenmiş olduğunu annesinden öğrendiğini ifade etmiştir. Öğrencinin ifade ettiği gibi pedagogların, çocuklar için sosyal medya kullanma kriterleri ve sürelerini belirttiği çalışmaların olduğu bilinmektedir. Öğrenci14'ün annesi de bilgiye dayanarak çocuğuna sosyal medya kullanma süresi koyduğu görülmüştür. Belli bir sosyal medya kullanma süresi olmayan öğrencilerden, Öğrenci 21 bu durumla ilgili düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir;

Öğrenci 21: “Benim kendi tabletim var, oradan istediğim zaman Youtube’a bir de TikTok’a istediğim kadar giriyorum.”

Öğrenci 21, kendine ait tabletinin olduğunu ve adını belirttiği sosyal medya platformlarına istediği zaman ve belli bir süre olmaksızın sosyal medya kullandığını ifade etmiştir. Sosyal medya kullanma konusunda serbest bırakılan öğrencilerin genel olarak kendilerine ait tablet ya da bilgisayarı oldukları bu yüzden ailenin denetiminin dışında kalarak serbest ve belli bir süre olmaksızın sosyal medya kullandıkları görülmüştür.

4.3. Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımlarındaki Ortak Yaşantıları

Öğrencilerin sosyal medya kullanma alışkanlıkları kadar sosyal medyayı kimlerle birlikte kullandığı, sosyal medyada kimlerle vakit geçirdiği, sosyal medya içerikleri hakkında fikir alışverişinde bulunup bulunmadığı, sosyal medya içeriklerini ailesi ve arkadaşlarıyla paylaşıp paylaşmadığı da önem taşımaktadır. Önceki iki başlıkta öğrencilerin vermiş olduğu cevaplar ile anne ve babalarıyla sosyal medya kullandıkları tespit edilmişti. Bu başlık altında da çocukların aileleri ve arkadaşlarıyla sosyal medyada vakit geçirip geçirmedikleri, sosyal medya içeriklerini birbirleriyle paylaşıp paylaşmadıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu amaç doğrultusunda öğrencilere sorulan cevaplar alındığında öğrencilerin genelde aile üyeleriyle sosyal medyada vakit geçirdiği, arkadaşlarıyla sosyal medyada daha az vakit geçirdiği ya da hiç geçirmediği, hem aile üyeleriyle hem de arkadaşlarıyla sosyal medya içeriklerini paylaştığı, ailelerin bazı durumlarda çocukları sosyal medya kullanmaya yönlendirdiği ve yönlendirdikleri durumlar tespit edilmiştir. Öğrencilere sorulan “Ailenle sosyal medyada zaman geçirdiğiniz oldu mu?” sorusuna bütün öğrencilerin “Evet” cevabını verdiği

görülmüştür. Bu durumla ilgili Öğrenci 16 ve Öğrenci 8 düşüncelerini aşağıdaki gibi ifade etmiştir;

Öğrenci 16: “Annemle beraber genelde Youtube’da eski dizilerin bölümlerini izliyoruz.

Araştırmacı: Kendini nasıl hissettin?

Öğrenci 16: Yani mutlu oldum, annemle bir şeyler yapmak hoşuma gidiyor.”

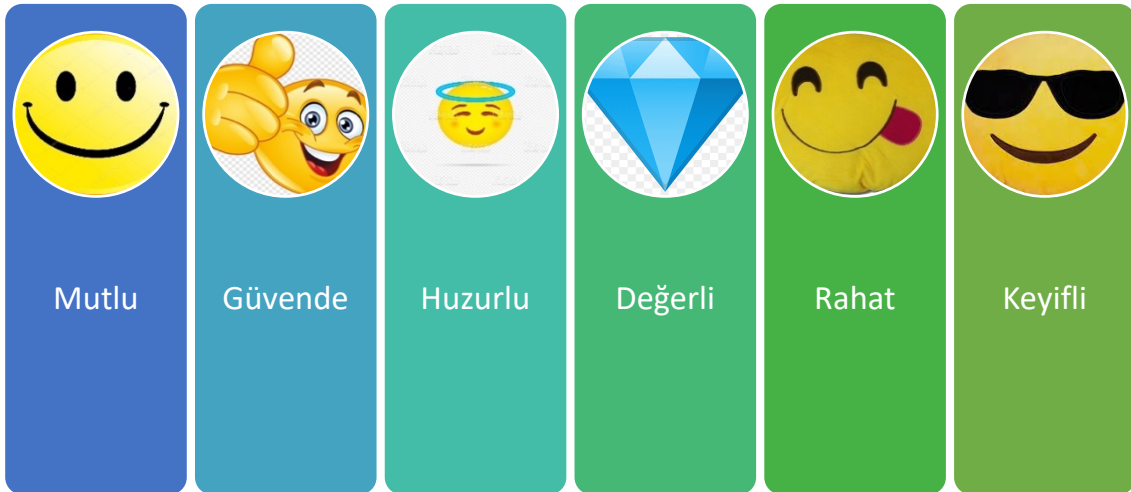
Öğrenci 8: “Babamla akşamları TikTok’tan komik videolar izliyoruz.

Araştırmacı: Kendini nasıl hissettin?

Öğrenci 8: Mutlu. Bir de değerli çünkü babam bana vaktini ayırmış oluyor.”

Öğrenci 16 ve Öğrenci 8 aileleriyle birlikte adını belirtmiş oldukları sosyal medya platformlarında vakit geçirdiklerini ifade ederek hissetmiş oldukları duyguları ifade etmişlerdir. Hem Öğrenci 8 hem de Öğrenci 16 anne ve babalarıyla vakit geçirip sosyal medya içeriklerini birlikte izledikleri için mutlu oldukları ifade etmiş; Öğrenci 8 aynı zamanda babasının kendisine vakit ayırdığını düşünerek kendisini değerli hissettiğini ifade etmiştir. Öğrencilerin genel olarak aile üyeleriyle birlikte sosyal medyada zaman geçirdiklerinde kendilerini mutlu hissettikleri görülmüştür. Bunun dışında kendini güvende, huzurlu, rahat, değerli ve keyifli hisseden öğrenciler de olmuştur. Bu duygular Şekil 4.7.’de gösterilmiştir.

Şekil 4.7.: Öğrencilerin Aileleriyle Sosyal Medyada Vakı Geçirirken Hissettiği Duygular



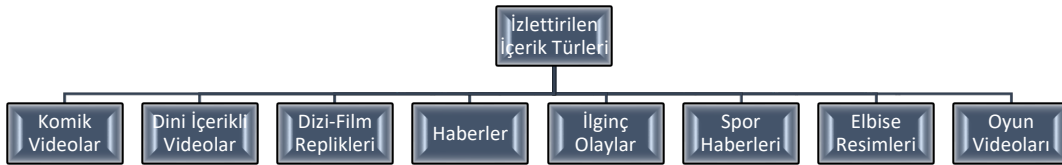
Öğrencilerin, aileleriyle sosyal medyada vakit geçirmesi ve kendilerini nasıl hissettikleri kadar izlemiş oldukları içerikler de önem arz etmektedir. Sosyal medya platformlarının bazılarında yer alan “reels videolar” kısmında rastgele videolar kullanıcının önüne çıktığı için ailelerin, çocuklarla birlikte bu videoları izlerken filtreleme şansı bulunmazken bazen istenmeyen içeriklere çocuklarında maruz kaldığı bilinmektedir. Fakat burada önemli olan ailelerin bilinçli olarak çocuklara izletmiş oldukları içerikler ya da göstermiş oldukları içerikler öne çıkmaktadır. Öğrencilerin aileleriyle izlemiş oldukları sosyal medya içeriklerine yönelik Öğrenci 3 ve Öğrenci 29 düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir;

Öğrenci 3: “Teyzem bazen anneme WhatsApp’tan Cuma günü ve kandillerle ilgili resim ya da videolar atıyor, annem onları bana da gösteriyor.”

Öğrenci 29: “Babam bana bir keresinde Recep İvedik’in güldüğü sahneyi göstermişti, çok gülmüştük.”

Öğrenci 3 ve Öğrenci 29, aileleri tarafından kendilerine izletilen ya da gösterilen sosyal medya içerikleri hakkında bilgi vermişlerdir. Öğrenci3, annesinin kendisine dini günlerle ilgili içerikleri gösterip izlettiğini, Öğrenci29 ise babasının kendisine bir film repliğini izlettiğini ifade etmiştir. Öğrenci 3 ve Öğrenci 29’un belirtmiş olduğu, aileleri tarafından çocuklara gösterilen ya da izlettirilen diğer içerik türleri de Şekil 4.8.’de gösterilmiştir.

Şekil 4.8.: Öğrencilere İzlettirilen Sosyal Medya İçerik Türleri



Şekil 4.8.’de de görüldüğü gibi ailelerin sosyal medya içeriklerinden öğrencilere genellikle; komik videolar, dini içerikli resimler-videolar, dizi-film replikleri, haberler, ilginç olaylar, spor haberleri, elbise videoları-resimleri ve oyun videolarını izlettikleri tespit edilmiştir. Öğrencilerin kendi iradeleriyle izlemiş oldukları sosyal medya

içerikleriyle benzerlik göstermiş olsa da ailelerinin kendilerine izlettirmiş olduğu farklı sosyal medya içeriklerinin de olduğu görülmüştür.

Ailelerin, çocuklara izlettirmiş olduğu videolar ya da göstermiş olduğu resimler kadar hangi durumlarda ve ne zaman sosyal medyaya yönlendirdiği de “Çocuk Bakıcısı Medya” terimini açıklamak için önem kazanmaktadır. Ailelerin, öğrencileri sosyal medya kullanmaya yönlendirdiği durumlar Şekil 4.9.’da tespit edilmiştir.

Şekil 4.9.: Ailelerin Çocukları Sosyal Medyaya Yönlendirdiği Durumlar



Şekil 4.9.’da görüldüğü gibi ailelerin, çocukları; kendileri hasta olduklarında, misafirliğe gittiklerinde ya da misafirler geldiğinde, ev işleri olduğunda, yemek yaparken ve dizi izlediklerinde sosyal medyaya yönlendirdikleri tespit edilmiştir. Öğrencilerin sosyal medyaya yönlendirildiği durumlar incelendiği zaruri durumların yanında (hastalık, iş vs.) sosyal aktivitelerinin engellenmemesi için de çocuklarını sosyal medyaya yönlendirdikleri tespit edilmiştir. Bu durumla ilgili Öğrenci 2 ve Öğrenci 23 düşüncelerini şu şekilde ifade etmişlerdir;

Öğrenci 2: “Bazen annem yemek yaparken ya da ev işleri olduğunda bana telefonu al git bir şeyler izle diyor. Ya da başı ağrıdığına da diyor.”

Öğrenci 23: “Babamın pazartesi günleri dizisi var, Alparslan. Onu izleyince bana telefonunu veriyor bende orda komik videolar falan izliyorum öyle. Bir defasında da misafirler geldiğinde bir şeyler izlemem için telefonunu vermişti bana.”

Öğrenci 2 ve Öğrenci 23, ailelerinin yönlendirmesiyle sosyal medyada zaman geçirdiklerini ifade etmiştir. Öğrenci 2’nin annesi ev işlerinin ve hasta olduğunu söyleyerek öğrenciyi sosyal medyaya yönlendirirken, Öğrenci 23’ün babası takip ettiği diziyi izleyebilmek ve misafirler geldiğinde öğrenciyi meşgul etmek için sosyal medyaya yönlendirdiği görülmüştür. Diğer öğrenci ailelerinde buna benzer şekillerde Şekil 10’da belirtilen nedenlerden ötürü öğrencileri sosyal medyaya yönlendirdikleri tespit edilmiştir.

Ailenin dışında arkadaşlarıyla da günlük yaşamda vakit geçiren çocukların birlikte sosyal medyada vakit geçirip geçirmedikleri de önem arz etmektedir. Çocukların sosyal medyada görmüş ya da izlemiş olduğu içeriklerin arkadaşlarına anlatıp anlatmadıklarının sosyal medya kullanma alışkanlıkları üzerinde etkili olduğunu ifade etmiştik. Burada da öğrencilerin birbirleriyle sosyal medyada vakit geçirip geçirmedikleri, izlemiş ya da görmüş oldukları sosyal medyaları birbirlerine anlatıp anlatmadıkları ve bu içerikler hakkında tartışıp tartışmadığı tespit etmeye çalışılmıştır. Bu durumla ilgili Öğrenci 24 düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir;

Öğrenci 24: “Arkadaşımla sosyal medyada çok vakit geçirmiyoruz çünkü evlerimiz birbirine uzak ve okulda da tablet falan yasak olduğu için.

Araştırmacı: Peki izlemiş ya da görmüş olduğunuz sosyal medya içeriklerini birbirinize anlatıyor musunuz?

Öğrenci 24: Evet.

Araştırmacı: Genellikle hangi içerikleri anlatıyorsunuz birbirinize?

Öğrenci 24: Komik videolar.

Araştırmacı: Peki sosyal medyada görmüş olduğun bir içerik hakkında arkadaşınla bu konuyu tartışır mısın?

Öğrenci 24: Hayır çünkü kavga ediyoruz onun yüzünden ve küsüyoruz.”

Öğrenci 24 arkadaşlarıyla evlerinin uzak olduğu için çok fazla görüşemediğini ve okulda da tablet, telefon gibi elektronik cihazların yasak olması sebebiyle arkadaşlarıyla sosyal medyada vakit geçiremediğini ifade etmiştir. Araştırma yapılan öğrenci grubunda taşınalı öğrencilerin fazla olması sebebiyle diğer öğrencilerinde Öğrenci24 gibi çok fazla görüşemediklerini ve bundan ötürü birlikte sosyal medyada vakit geçirmediğini ifade etmişlerdir. Fakat izlemiş oldukları sosyal medya içeriklerini birbirlerine anlattıkları ve bu içeriklerden de genellikle komik videoları birbirlerine anlattıkları tespit edilmiştir. Öğrencilerin birbirlerine sosyal medya içeriklerini anlattıkları görülürken herhangi bir sosyal medya içeriği hakkında tartışmadıkları bulgulanmıştır. Öğrencilerin birbirleriyle kavga eder ve küserim endişesiyle sosyal medya içerikleri hakkında tartışmaya girmedikleri tespit edilmiştir.

4.4. Öğrenci Tutumları

Çocukların, aileleriyle sosyal medya kullanmaları ya da aile yönlendirmesiyle sosyal medya kullanmaları kadar sosyal medyaya ve sosyal medya platformlarına karşı tutumları da sosyal medya kullanma alışkanlığı üzerinde etkili olmaktadır. Sosyal medya kullanmaları engellendiğinde ya da sosyal medya kullanırken öğrencilerin sanal âlem olan sosyal medya platformlarındaki tutumları oldukça önem arz etmektedir. Bu başlık altında araştırma kapsamında öğrencilerin sosyal medyaya karşı tutumları tespit edilmiştir. Öncelikli olarak öğrencilerin sosyal medya kullanmadığı durumlarda neler hissettikleri tespit edilmiştir. Araştırmacı tarafından yöneltilen “Sosyal medya kullanamadığında ya da sosyal ağlara giriş yapamadığında kendini kötü hissettiğin oldu mu?” sorusuna Öğrenci 18 düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir;

Öğrenci 18: “Kendimi kötü hissettiğim oldu. Çünkü canım çok sıkılıyordu ve arkadaşlarımdan neler paylaştıklarını merak ediyordum. Giremeyince kendimi kötü hissettim.”

Öğrenci 18 canının sıkılmasından ve arkadaşlarının sosyal medya hesabından neler paylaştıklarını göremeyince kendini kötü hissettiğini ifade etmiştir. Yapılan görüşmeler sonucunda öğrencilerin genelinde Öğrenci 18 gibi sosyal medyaya giriş yapamadıklarında kendilerini kötü hissettikleri ve bunun temelinde de canlarının sıkılmaları ve sanal âlemdeki, sosyal medya platformlarındaki arkadaşlarının paylaşımlarını merak etmeleri olduğu görülmüştür. İnsanların temel güdülerinden biri

olan merak duygusunun öğrenciler için sosyal medyada da ne kadar önemli olduğu görülmüştür. Aksi olarak öğrencilerin sosyal medya kullanırken aynı üçüncü başlık altında tespit edildiği gibi kendilerini mutlu, huzurlu, heyecanlı, meraklı ve keyifli hissettikleri tespit edilmiştir. Bu durumla ilgili Öğrenci 12 düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir:

Öğrenci 12: “Gün içerisinde arkadaşlarımın neler paylaştıklarını göreceğim için sosyal medya kullanırken kendimi meraklı ve heyecanlı hissediyorum. Çünkü orda paylaştıkları fotoğrafları, videolar falan oluyor.”

Öğrenci 12, sosyal medya kullanırken kendini meraklı ve heyecanlı hissettiğini ifade etmiştir. Meraklı ve heyecanlı hissetmesinin sebebi olarak ise sosyal medyadaki arkadaşlarının neler paylaştığını görmek istemesi ve paylaşımları görme isteğinin kendisinde bir heyecan yarattığını ifade etmiştir. Öğrencilerin sosyal medya kullanırken kendilerini mutlu, iyi, huzurlu, heyecanlı ve meraklı hissetmelerinin başlıca nedenlerinden biri gün içerisinde canlarının sıkılıyor olması ve sosyal medya kullanma isteklerinin olduğu, bir diğer ana neden ise sosyal medya platformlarındaki arkadaşlarının neler paylaştığını merak etme nedeni olduğu tespit edilmiştir.

Öğrencilerin sosyal medya kullanımını bir boş zaman aktivitesi olarak gördükleri önceki sayfalarda belirtilmişti. Öğrencilerin günlük hayatta yapmış olduğu başlıca aktiviteler bulunmaktadır; arkadaşlarıyla oyun oynamak, kitap okumak, televizyon izlemek ve resim çizmek vb. Öğrencilerin boş zamanlarında öncelikle yapmak istedikleri aktiviteler Grafik 4.7.’de gösterilmiştir.

Grafik 4.7.: Öğrencilerin Boş Zaman Aktiviteleri



Öğrencilerin boş zamanlarında yapmak istedikleri aktiviteler Grafik 4.7’de gösterilmiştir. Öğrencilerin sırasıyla boş zamanlarında en çok sosyal medyada zaman geçirmek istedikleri ardından arkadaşlarıyla oyun oynamak istedikleri tespit edilmiştir. Boş zamanlarında en az yaptıkları aktivite ise resim çizme olduğu görülmüştür. Bu durumla ilgili Öğrenci 7 ve Öğrenci 13 düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir;

Öğrenci 7: “Sosyal medyada zaman geçirmeyi daha çok seviyorum çünkü orda çok komik videolar var. Ama resim çizerken ya da kitap okurken falan sıkılıyorum orda hiç sıkılmıyorum.”

Öğrenci 13: “Arkadaşlarımla top oynarken çok yoruluyorum ama TikTok’ta falan video izlerken yorulmuyorum hem canım da sıkılmıyor. O yüzden boş zamanlarımda çoğu zaman telefondan videolar, spor videoları izliyorum.”

Öğrenci 7 ve Öğrenci 13 sosyal medyada zaman geçirmeyi daha çok sevdiklerini ve boş zamanlarında bu aktiviteyi daha çok yaptıklarını ifade etmiştir. Öğrenci 7, kitap okurken ya da resim çizerken sıkıldığını fakat sosyal medya kullanırken hiç

sıkılmadığını söylemiştir. Bu ifadeden sosyal medyanın çocuklar için ilgi çekici ve sürükleyici bir mecra olduğunu söyleyebiliriz. Nitekim Öğrenci 13'te arkadaşı gibi sosyal medya kullanırken sıkılmadığını ve aynı zamanda yormadığını da ifade etmiştir. Bu ifade ile sosyal medyanın çocuklara eğlenceli bir ortam sunduğu gibi onları rahata alıştırarak hareketsiz kalmalarına neden olduğu tespit edilmiştir. Nitekim Öğrenci 13 top oynarken yorulduğunu fakat spor videoları izlerken hiç yorulmadığını ifade etmiştir.

Günlük yaşamda karşılaştığımız olaylar, başımızdan geçen olaylar ya da izleyip de etkilendiğimiz olaylar hafızamızda yer edinerek bazen rüyalarımıza aks ettiği bilinmektedir. Buna bağlı olarak sosyal medya kullanma alışkanlığı edinmiş olan çocukların da bunu yaşaması muhtemeldir. Öğrencilere izlemiş oldukları ya da görmüş oldukları sosyal medya içeriklerini rüyalarında görüp görmedikleri sorulduğunda öğrencilerin genelinin böyle bir durumu yaşamadığı tespit edilmiştir. Bununla ilgili Öğrenci 30 düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir;

Öğrenci 30: “Genelde bir sürü video izlediğim için hiç etkilendiğim ve rüyamda gördüğüm bir şey olmadı. Zaten hep komik videolar izliyorum.”

Öğrenci 30 gün içerisinde birçok video izlediği ve içeriklerinin komik-eğlendirici videolar olmasından ötürü kendisini etkileyen ve rüyasında gördüğü herhangi bir sosyal medya içeriğinin olmadığını ifade etmiştir. Öğrenci 30 gibi diğer öğrencilerin de gün içerisinde genelde birçok sosyal medya içeriğine maruz kaldığı ve bu içeriklerin temasının komik-eğlendirici videolar olmasından dolayı hafızalarında yer edinmediği ve rüyalarına aks etmediği tespit edilmiştir.

Öğrenciler genelde komik-eğlendirici temalı sosyal medya içerikli videolar izledikleri için hoşlarına giden ya da akıllarında kalan bir videoyu repliği arkadaşlarına yaptıkları ya da günlük hayatta video içeriğindeki hareketi taklit ettikleri tespit edilmiştir. Bu durumla ilgili Öğrenci 3 ve Öğrenci 24 düşüncelerini şöyle ifade etmiştir;

Öğrenci 3: “Bazen komik videolar olunca arkadaşlarıma yapıyorum. Bir keresinde...”

Öğrenci 24: “Ben izlediğim dans şekillerini okulda arkadaşlarıma yapıyorum.

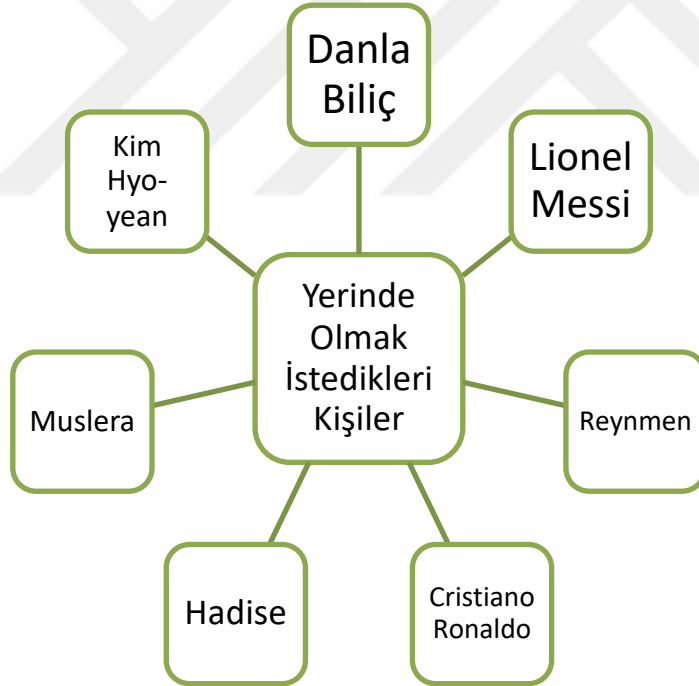
Araştırmacı: Neden dans şekilleri?

Öğrenci: Çünkü ben dansçı olmak istiyorum.”

Öğrenci 3 izlemiş olduğu komik videolardan hoşuna gidenleri arkadaşlarına yaptığını, Öğrenci 24 ise ilgi alanı olan dans videolarını izlediğini ve ilerde dansçı olmak istediği için videodaki dans figürlerini okulda arkadaşlarıyla paylaştığını ifade etmiştir. Öğrencilerin ilgi alanı olan videoları izlediklerinde, hoşuna giden ya da komik bulunduğu videoların içeriklerini günlük hayatta taklit ettikleri tespit edilmiştir.

Öğrencilerin sosyal medya kullanma nedenlerinden biri de sosyal medya içerik üreticilerinden kaynaklı olan etkiydi. Sosyal medya içerik üreticileri çocukların sosyal medya kullanma nedenlerinde biri olurken çocukların takip etmiş olduğu içerik üreticilerinin yerinde olmayı hayal etmeleri de muhtemel bir durum olarak görülmüştür. Öğrencilere “Kendini hiç sosyal medyada izlemiş olduğun birinin yerinde olmayı hayal ettin mi?” sorusuna farklı cevaplar verildiği tespit edilmiştir. Öğrencilerin yerinde hayal ettikleri bazı kişiler ve sosyal medya içerik üreticileri Şekil 4.10’da gösterilmiştir;

Şekil 4.10.: Öğrencilerin Kendini Yerinde Olmayı Hayal Ettiği Kişiler



Öğrencilerin Şekil 4.10’da gösterildiği gibi yerinde olmayı en çok hayal ettiği kişiler; Danla Biliç, Lionel Messi, Cristiano Ronaldo, Reynmen, Kim Hyo-yeon, Muslera ve Hadise olduğu tespit edilmiştir. Kız öğrencilerinin daha çok makyaj videoları çeken, şarkıcı ve dansçı kişilerin yerinde olmayı hayal ettikleri; erkek öğrencilerin ise daha çok kendilerini futbolcu olan kişilerin yerinde olmayı hayal

ettikleri tespit edilmiştir. Bu durumla ilgili erkek öğrencilerden Öğrenci 13 ve kız öğrencilerden Öğrenci 24 düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir;

Öğrenci 13: “Ronaldo ya da Messi’nin yerinde olmak isterdim. Çünkü çok güzel top oynuyorlar ve bir sürü hayranları var.”

Öğrenci 24: “Danla Biliç’in yerinde ya da Kim Hyo-yeon’in yerinde olmayı hayal etmişim.

Araştırmacı: Neden Danla Biliç ya da Kim Hyo-yeon?

Öğrenci 24: Çünkü ben dansçı olmak istiyorum ve Kim Hyo-yeon çok iyi bir dansçı. Danla Biliç’te herkes tanıyor o yüzden.”

Öğrenci 13 yerinde olmayı hayal ettiği kişilerin futbolcu olduklarını ve yerinde olmayı hayal etmesinin sebebi olarak da çok güzel top oynadıklarını ve hayranlarının olduğunu; Öğrenci 24 ise ilgi duyduğu dans alanındaki bir kişinin ve bir sosyal medya içerik üreticisinin yerinde olmayı hayal ettiğini, neden olarak ise ilkinin çok iyi dans ettiği için ikinci kişinin ise herkes tarafından tanındığı için yerinde olmayı hayal ettiklerini ifade etmiştir. Kız v erkek öğrencilerin yerinde olmayı hayal ettikleri kişilerin ilgi alanlarının farklı olduğu fakat ortak olarak her iki cinsiyetteki öğrencilerin bu kişilerin herkes tarafından tanınması ve hayranlarının olmasından ötürü kendilerini bu kişilerin yerinde hayal ettikleri tespit edilmiştir.

4.5. Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanma Farkındalıkları (Fayda/Zarar)

Öğrencilerin sosyal medya kullanma alışkanlıklarının düzeyini ve devamlılığını belirlemek için kullanmış oldukları sosyal medyanın faydalarını ve zararlarını bilip bilmedikleri, sosyal medyayı kullanmanın gelişimine bir etkisinin olup olmadığını ve kendini sosyal medyadaki zararlı içeriklere karşı nasıl korudukları tespit edilmiştir. Öğrencilere, sosyal medyanın fayda ve zararları sorulmuş tespit edilen sosyal medyanın fayda ve zararları Tablo 4.2’te gösterilmiştir.

Tablo 4.2.: Öğrencilere Göre Sosyal Medyanın Faydaları ve Zararları
FAYDALARI *ZARARLARI*

<i>Ödevlerime yardımcı oluyor.</i>	<i>Gözlerimizi bozabilir.</i>
<i>Yeni bilgiler öğreniyorum.</i>	<i>İskelet yapımızı bozabilir.</i>
<i>Haberleri takip ediyorum.</i>	<i>Uyku düzenimizi bozabilir.</i>
<i>Yeni arkadaşlar ediniyorum.</i>	<i>Kişisel bilgilerimiz çalınabilir.</i>
<i>Ders videolarını izliyorum.</i>	<i>Kötü videoları yayabilir.</i>
<i>Canım sıkılınca eğleniyorum.</i>	<i>Ders çalışmamızı engelleyebilir.</i>

Tablo 4.2.'de gösterildiği gibi öğrencilerin sosyal medyanın ödevlerini yapmada yardımcı olmasını, yeni bilgiler öğrenmelerini sağlamasını, haberleri takip edebilmelerini, yeni arkadaşlar edinebilmelerini, ders anlatımı videolarını izleyebilmelerini, canları sıkılırken onları eğlendirebilmesini faydaları olarak gördükleri; gözlerini, iskelet yapılarını ve uyku düzenlerini bozabilmesini, kişisel bilgilerinin çalınması ihtimalinin olmasını, kötü videoların yayılabileceğini ve ders çalışmalarına engel olabileceğini de zararları olarak gördükleri tespit edilmiştir. Bu durumla ilgili Öğrenci 1 ve Öğrenci 9 düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir;

Öğrenci 1: “Sosyal medya yapamadığımız ya da anlamadığımız konularda bize yardımcı olabilir. Oradaki videoları izleyerek ödevlerimizi yapabiliriz. Aynı zamanda yeni bilgilere de ulaşabiliriz.”

Öğrenci 9: “Sosyal medyada çok video falan izlersek ya da oyun oynarsak gözlerimiz bozulabilir ya da bizim özel bilgilerimizi çalabilirler.”

Öğrenci 1 sosyal medyanın faydalarını, Öğrenci9 ise sosyal medyanın zararlarını ifade etmiştir. Genel olarak öğrencilerden tespit edilen sosyal medyanın yarar ve zararları Tablo 4.2.'de gösterilmiştir.

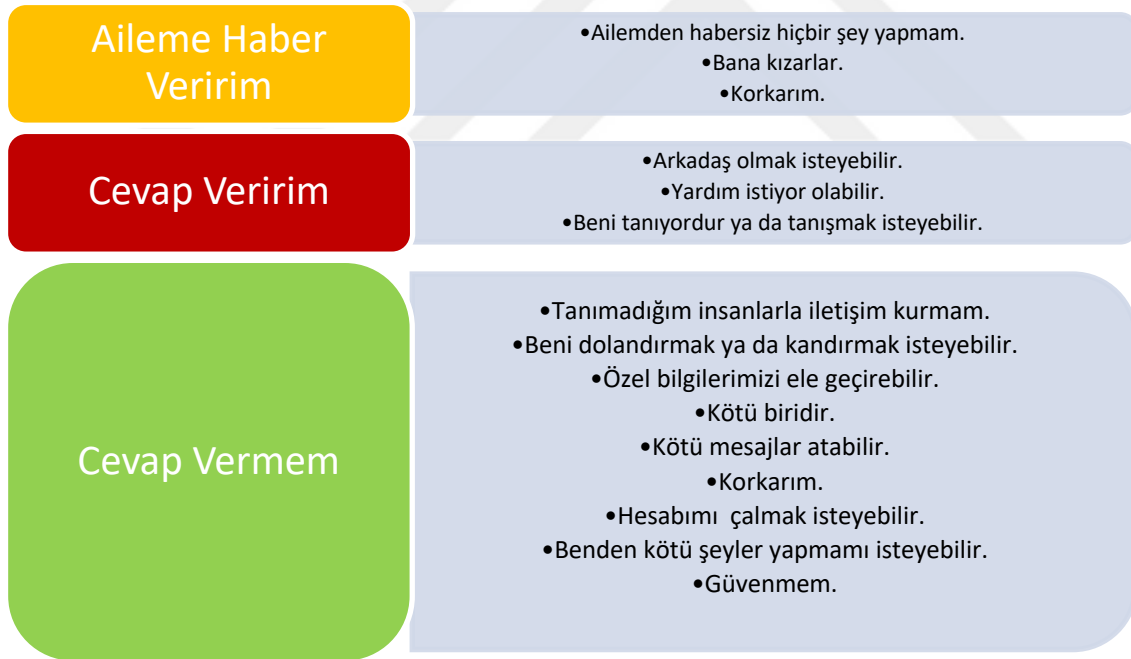
Öğrencilerin genelinin sosyal medyayı derslerini çalışıp ve ödevlerini bitirdikten sonra kullanmaya başladıkları tespit edilmişti. Bu başlık altında da öğrencilere yöneltilen soru doğrultusunda sosyal medyanın genel olarak öğrencilerin ders çalışmasına engel olmadığı, nadiren ödevlerini yapmaya engel olduğu tespit edilmiştir. Bu durumla ilgili Öğrenci 20 düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir,

Öğrenci 20: “Ödevlerimi yaptıktan sonra ailem sosyal medyayı kullanmama izin verdiği için ders çalışmama engel olmuyor ama bir keresinde telefonda çok video izlediğim için ödevimi yapmayı unutmuştum, annem bana çok kızdı.”

Öğrenci 20 sosyal medyayı ödevlerini yaptıktan sonra kullandığı için ders çalışmasını engellemediğini ifade etmiştir. Ders çalışmasını ya da ödevlerini yapmasını engellememesi için ailesi, kendisine bu şekilde izin verdiğini ifade etmiştir. Öğrenci ailelerinin genelde ödevlerini yaptıktan sonra sosyal medya kullanmalarına izin verdikleri ve ders çalışmalarını engellediğinde sert tepki gösterdikleri için sosyal medya kullanmanın öğrencilerin ders çalışmalarını engellemediği tespit edilmiştir.

Öğrencilerin sosyal medya araçları üzerinden kendileriyle görüşmek isteyen kişilerle veya kendilerine gelen mesajlara nasıl bir tepkide bulunacakları ve bu tepkinin nedenleri Şekil 4.11.’de gösterilmiştir.

Şekil 4.11.: Öğrencilerin Sosyal Medyadan Gelen Mesajlara Verdikleri Tepkiler ve Nedenleri



Şekilde 4.11.’de öğrencilerin sosyal medyadan kendilerine gelen mesajlara tepkileri ve nedenleri tespit edilmiştir. Öğrencilerin ifadeleri incelendiğinde sosyal medyadan kendileriyle iletişime geçmek isteyenlere ya da gelen mesajlara genel olarak cevap vermeyeceklerini ya da ailelerine durumu iletecekleri; bazı öğrencilerin ise cevap

vereceği tespit edilmiştir. Bu durumla ilgili Öğrenci 14, Öğrenci 17 ve Öğrenci 28 düşüncelerini şöyle ifade etmiştir;

Öğrenci 14: “Cevap veririm belki arkadaş olmak istiyordur ya da bir şey soracaktır, o yüzden cevap veririm ben.”

Öğrenci 17: “Böyle bir durumda aileme haber veririm çünkü ailemden habersiz bir şey yaparsam bana kızabilirler.”

Öğrenci 28: “Ben cevap vermem çünkü kötü biri olabilir ya da özel bilgilerimi almak isteyebilir benden.”

Öğrenci 14, Öğrenci 17 ve Öğrenci 28’in birbirinden farklı nedenlerle birbirinde farklı cevap vermesiyle Şekil 4.11.’de tespit edildiği gibi üç farklı tepkinin olduğu fakat tepki nedenlerinin birbirinden farklı olduğu tespit edilmiştir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

5.1. Sonuç ve Tartışma

Bu araştırmada ilkokul 4.Sınıf öğrencilerinin sosyal medya kullanma alışkanlıkları incelenmiştir. Sosyal medyanın, çocuk ve aile üzerinde büyük etki ve algı oluşturduğu, sosyal medyanın belli noktalarda aileyi ve çocukları etkisi altına alarak yönlendirdiği, ailenin sosyal medya kullanım ve alışkanlıklarının çocuklar üzerinde büyük etki oluşturduğunu, aile bireylerinin(özellikle ebeveynler) sosyal medya kullanım sürecinde çocuklara ilk rol model olan kişiler olduğu, aile bireylerinin eğitim, ekonomik, sosyokültürel durumlarının çocukların sosyal medya kullanım sürelerine ve alışkanlıklarının belirlenmesinde büyük bir payı olduğu, çocukların sosyal medya araçlarını kullanma amaçları, kullanım süreleri, sosyal medya algıları tespit edilmiştir. Özellikle ebeveyn tutumlarının, çocukların sosyal medya kullanım alışkanlıklarına ve sosyal medyaya yönelmesi üzerindeki faktörler üzerinde durulmuş, ebeveyn tutumunun çocukta sosyal medya kullanım alışkanlığının oluşmasında çok büyük bir öneminin olduğu belirlenmiştir. Yer yer sosyal medyanın, aile ve çocuk üzerinde meydana getirmiş olduğu etkilere değinilse de genel olarak medya, sosyal medya, sosyal medya araçları, sosyal medya kullanma alışkanlığı, medya okuryazarlığı, medya eğitimi, dijital okuryazarlık, sosyal medya ve aile, sosyal medya ve çocuk gibi kavramlar üzerinde durulmuştur ve aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

5.1.1. İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Kendilerine Ait Sosyal Medya Hesaplarının Bulunup Bulunmamasına Yönelik Bulguların Tartışılması

Araştırma sonucunda elde edilen bulgulardan hareketle araştırmaya katılan öğrencilerin genelinde sosyal medya kullandıkları ve çeşitli sosyal medya platformlarından kendilerine ait sosyal medya hesaplarının olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin genel olarak kullandığı ve hesaplarının bulunduğu sosyal medya platformlarının en çok kullanılan ve en az tercih edilen sosyal medya platformları şu şekildedir; Youtube, TikTok, WhatsApp, Snapchat, Instagram, Facebook ve Twitter. Öğrencilerin kullanmayı en çok tercih ettiği sosyal medya platformu Youtube olurken en az kullanmış oldukları sosyal medya platformunun ise Twitter olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin kullanmayı tercih etmiş oldukları sosyal medya platformlarının başında video paylaşma platformlarının yer alması öğrencilerin ifadelerinden hareketle de öğrencilerin burada çeşitli videolar izleyerek bu sosyal medya platformlarını birer boş zaman aktivitesi ve eğlenme, can sıkıntısını giderme olarak kullandıkları görülmüştür. Bu sosyal medya platformlarının yaygın olarak kullanılması sosyal medya kullanmayan öğrencilerde de merak uyandırmış, kullanmayan öğrencilerin de arkadaşlarından geri kalmamak ve bu platformlarda kullanıcıların üretmiş olduğu içerikleri merak etmelerinden ötürü sosyal medya hesapları oluşturdukları ve birer sosyal medya kullanıcısı oldukları tespit edilmiştir.

Sosyal medya kullanma ve sosyal medya alışkanlığı edinmede bu noktada ailelere özellikle büyük iş düşmektedir. Nitekim birçok sosyal medya platformunu kullanmak ve hesap oluşturmak için belli bir yaş sınırlaması bulunmazken TikTok platformunun ülkemizde kullanımı ve hesap açabilmek için belli bir yaş sınırının olduğu bilinmektedir. Fakat araştırmadan elde edilen bulgulara bakıldığında Youtube'dan sonra öğrencilerin en çok kullanmış olduğu sosyal medya platformunun TikTok olduğu tespit edilmiştir. Araştırma öncesinde öğrencilerin bu platformu kullanmak için sahte kullanıcı adı ve sahte bilgiler kullanarak hesap oluşturdukları düşünülse de araştırma sonrası elde edilen bulgularda bu durumun görülmediği, bu platformu kullanmak için öğrencilerin ya ailelerinin bilgileriyle hesap oluşturdukları ya da aileleriyle birlikte hesap oluşturup bu platformu beraber kullandıkları ve birlikte vakit geçirdikleri tespit edilmiştir. Bu durumda öğrencilerin sağlıklı bir şekilde sosyal medya kullanabilmeleri için ailelerin,

çocuklarını sosyal medyayı bilinçli kullanan birer bilinçli medya okuryazar birey olarak yetiştirmeleri gerekmektedir.

5.1.2. İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Hafta İçi Günlerinde Sosyal Medyada Vakit Geçirdikleri Saat Aralıklarına Yönelik Bulguların Tartışılması

Araştırma sonucunda elde edilen bulgulardan hareketle öğrenciler günlük yaşamda hafta içi günleri yani okulun olduğu günler okuldan hemen geldikten sonra 15.00 ile 17.00 zaman aralığında daha çok sosyal medya platformlarında vakit geçirdikleri görülmüştür. Elde edilen bulgulardan hareketle öğrencilerin okuldan geldikten sonra dinlenme ihtiyacı duyduğu bu arayı mola olarak görürken bu zaman aralığını da sosyal medya platformlarında aktif olarak değerlendirmektedir. Razon(2022)'un dediği gibi ailelerin eğitimsel yanlışlarından başka okul veya sınıf ortamlarının çocuğa uymaması, sınıf düzeyi ile öğrencinin gelişim düzeyinin uyuşmaması, çocuğun sınıf içinde hem arkadaşı hem de bir sorumluluğunun olmaması, çocuk için mutsuzluk, düşük benlik saygısı, özgüvensizlik ve başarısız bir birey olma nedenleridir. Öğretmenin olumsuz davranışları, bilgi yetersizliği, çocuklara ve mesleğine karşı ilgisiz tutumu, okuldan sonraki zaman diliminde yeteri kadar dinlenememesi öğrencileri başarısızlığa ve okuldan kaçmaya iten faktörlerdir. Bu ifaden de anlaşıldığı gibi öğrencilerden beklediğimiz okul başarısını etkileyen etmenlerden biri de yeteri kadar dinlenmesidir. Okuldan geldikten hemen sonra çocuklara ders çalışması konusunda baskı yapılmamalı, dinlenmeleri için gerekli olanaklar sağlanmalıdır. Fakat bu dinlenme süreci çocukların düşündükleri gibi tamamını sosyal medyada aktif olarak geçirmemeli, sohbet etmeli, uyumalı, başından geçen olayları anlatabilmeli gibi farklı dinlenme metotlarını kullanmalıdır. Buradaki temel görevin ve sorumluluğun ailede olduğu yapılan bu araştırmada açıkça görülmektedir. Fakat bu durumun aksine öğrenci ifadeleri incelendiğinde bazı zamanlarda annelerin, çocuklar okuldan geldikten sonra dinlenmeleri ve kendilerine yemek hazırlamak için sosyal medya kullanmaya, sosyal medya platformlarında vakit geçirmeye yönlendirdikleri ve bundan ötürü öğrencilerin hafta içi günlerinde bu saat aralığında sosyal medyada daha çok vakit geçirdikleri tespit edilmiştir.

Ailelerin, hafta içi günlerinde öğrencilerin okuldan gelir gelmez sosyal medya kullanıyor olmaları konusu üzerinde bilgilendirmeleri ve bu zaman diliminin

öğrencilerin dinlenmesi için ayrılan bir zaman dilimi ise sosyal medya kullanarak okul ve günün yorgunluğunu sosyal medya kullanarak üzerlerinden atamayacaklarını; sosyal medya kullanmaları yerine öğrencileri uyumaya ya da diğer dinlenme aktivitelerine yönlendirmelerinin sağlıklı olacağı ve çocukların birer sosyal medya bağımlısı olmaktan kurtaracağının anlatılması ve yönlendirilmesi gerektiği düşünülmektedir.

5.1.3. İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Hafta Sonu Günlerinde Sosyal Medyada Vakit Geçirdikleri Saat Aralıklarına Yönelik Bulguların Tartışılması

Elde edilen bulgular incelendiğinde hafta sonu günlerinde öğrencilerin sosyal medya içeriklerini en çok izledikleri ve sosyal medya platformlarında aktif oldukları zaman aralığının öğle vakti saatlerinin yani saat 12.00 ile 14.00 saat aralığında oldukları görülmüştür. Okul günlerinden farklı olarak hafta sonu günlerinde bu zaman aralığının olması pek şaşırtıcı olmamıştır. Okulun olmaması ve çocukların ödevlerini bitirdikten sonra geriye kalan zamanlarını “boş zamanlarını” değerlendirmenin kendilerine göre ulaşılması en kolay ve onlara göre en eğlenceli boş vakit aktivitesi olarak gördükleri sosyal medyaya yönlendirmektedir. Ayrıca hafta sonu günlerinde sosyal medya kullanma süresinin hafta içinde sosyal medya kullanma süresinden çok daha uzun olduğu görülmüştür. Bunun nedeni yine okulun olmaması, çocukların akranlarıyla sosyalleşememesi, eskisi gibi komşuluk ve akrabalık ilişkilerinin olmamasından ötürü çocukların bir araya gelememesi, çocukların kitap okuma, resim çizme, bisiklet sürme, sohbet etme gibi boş vakit aktivitelerini sıkıcı bulması ve en önemlisi ailelerin çocukları sosyal medya araçlarını kullanmaya yönlendirmesi bu kullanım süresini açıkça artıran nedenler olarak tespit edilmiştir.

Yapılan araştırmalar sonucunda çocuklar için birer model olan yetişkinlerin de sosyal medya kullanma saatlerinin hafta sonu günlerinde daha çok olduğunu ve genelde çocuklar evdeyken yetişkinlerin de sosyal medyayı kullandığı görülmekte ve bu durumun çocukların sosyal medya kullanma davranışlarını etkilediği açıkça görülmüştür. Ailelerin çocukları oyalamak için sosyal medyaya maruz bırakması da çocukların sosyal medya kullanma sürelerini artırmaktadır (Karakoç, 2007; Kaya & Tuna,2014). Hafta sonu günlerinde sınıf ve okul arkadaşlarından uzak kalan öğrencilerin bu günlerde aileleriyle daha çok zaman geçirdikleri ve ortak yaşantılarının hafta içi günlerine oranla daha fazla olduğu bilinmektedir. Bu durumda çocuklar,

ailelerinin yapmış olduğu davranış ve faaliyetleri taklit ederek onları rol model olarak görmektedirler. Bu açıdan ailelerin hafta sonu günlerinde sosyal medya kullanımına dikkat etmesi ve çocuklarıyla farklı aktivitelerde bulunarak kendi sosyal medya kullanımlarını asgariye düşürerek çocuklarında hafta sonu günlerinde sosyal medya kullanım sürelerini asgariye çekmeleri gerekmektedir.

5.1.4. İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Hafta İçi ve Hafta Sonu Günlerinde Sosyal Medya Kullanma Sürelerine Yönelik Bulguların Tartışılması

Elde edilen bulgular incelendiğinde öğrencilerin genel olarak ortalama 30 dakika sosyal medya kullandıkları tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanım süresinin araştırmaya katılan öğrenciler arasında değişkenlik gösterdiği görülmüş; sosyal medya kullanan öğrencilerin en az 15 dakika, en fazla ise 1 saat sosyal medya kullandıkları tespit edilmiştir. Fakat araştırmaya katılan dört öğrenci belli bir sosyal medya kullanma sürelerinin olmadığını ifade etmiştir.

Öğrencilerin günlük ortalama 30 dakika sosyal medya kullandığı tespit edilmişse de öğrenci ifadelerinden elde edilen bulgulara dayanarak bu sürenin hafta sonu günlerinde arttığı görülmüştür. Okulun olmaması, öğrencilerin boş zamanlarının çok olması, boş zaman aktivitesi olarak sosyal medyayı görmeleri, arkadaşlarından uzak olmaları, arkadaşlarıyla zaman geçirememeleri ve ailelerinin kendilerine zaman ayırıp faaliyette bulunmaması çocukların hafta içi günlerine oranla hafta sonu günlerinde sosyal medya kullanımlarını artırmıştır.

Çocukların birer sosyal medya bağımlısı olmalarını engellemek ve birer bilinçli medya okuryazar vatandaş olmalarını sağlamak, sağlıklarını korumak için ailelerin, çocuklarının hafta içi ve hafta sonu günlerinde sosyal medya kullanma sürelerini sabitlemeleri oluşan bu sosyal medya kullanma dengesizliğini engellemeleri gerekmektedir. Nitekim sosyal medyanın yurt içi ve yurt dışında yapılan araştırmalarda özellikle çocuk kullanıcılarında anakronizme yol açarak bir zaman kargaşası yaşamalarına yol açtığı ve sosyal medya kullanımlarının artmasının nedeninin belli bir kullanım sürelerinin olmaması ve bu kullanım sürelerinin düzensiz ve orantısız olduğu tespit edilmiştir. Özellikle araştırmaya katılan öğrenciler arasında da sosyal medya kullanım süresi olmayan öğrenciler olduğu toplum içerisinde birçok öğrencinin sosyal medya kullanım süresinin olmaması düşünüldüğünde çocukların; sağlık, ruhsal,

ekonomik, manevi, ahlaki ve sosyal yönlerden tehdit altında olduğu düşünülmektedir. Bu tehditleri en aza indirmek ve sosyal medyayı bilinçli kullanan vatandaşlar yetiştirmek adına sosyal medya kullanma süresini belirlemek çocuklarımız ve geleceğimiz için önem taşımaktadır.

5.1.5. İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Kullandıkları Sosyal Ağlara Yönelik Bulguların Tartışılması

Sosyal medya platformları genel olarak yedi başlık altında sınıflandırılmaktadır. Bu sosyal platformlar; sosyal ağlar, bloglar, bilgi paylaşım siteleri, podcastler, fotoğraf paylaşım siteleri, mikrobloglar ve video paylaşım siteleridir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgulardan hareketle öğrencilerin video paylaşma ağı olarak kurulan ve hizmet veren sosyal ağları daha çok kullandıkları tespit edilmiştir. Bu sosyal ağların başında da Youtube ve TikTok gelmektedir. Araştırmaya katılan öğrenci grubunun ifadeleri incelendiğinde bu iki sosyal ağı (Youtube ve TikTok) yaygın ve sürekli olarak kullanma nedenlerinin boş vakitlerinde bu sosyal ağlarda üretilen videoları eğlenmek ve zaman geçirmek amacıyla izledikleri için kullanımı öğrenciler arasında artış göstermiştir. Youtube ve TikTok'tan sonra öğrenciler arasında yaygın olarak kullanılan sosyal ağı ise bir haberleşme ve bilgi paylaşma aracı olan WhatsApp'ın olduğu görülmüştür. Okul-veli bilgilendirme duyurularını takip etme ve arkadaşlarıyla iletişime geçmek amacıyla bu sosyal ağı öğrenciler tarafından kullanıldığı tespit edilmiştir. Daha sonra bir başka sosyal ağ olan Instagram, öğrenciler arasında yoğun olarak kullanılan bir başka sosyal medya platformu tespit edilmiştir. Fotoğraf, video, içerik paylaşmaya ve üretmeye imkân verdiği gibi reels videolar izleme özelliği sayesinde öğrencilerin kullanmayı tercih ettiği ve rağbet gösterdiği bir sosyal ağ olduğu tespit edilmiştir.

5.1.6. İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medyada İzlemeyi Tercih Ettikleri İçeriklere Yönelik Bulguların Tartışılması

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular incelendiğinde öğrencilerin sosyal medya platformlarında izlemeyi tercih ettikleri içeriklerin; konu anlatımları-ders içerikleri videoları, komik videolar, dans videoları, çizgi filmler, dizi-film, belgesel, müzik ve haber olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin en çok izlemeyi tercih ettikleri sosyal medya içeriklerin konu anlatımları-ders içerikli videolar ve komik videolar olduğu görülmüştür. Bu durumun öğrencilerin kullanmayı tercih ettikleri sosyal medya

ağlarıyla ilişkili olduğu görülmektedir. İçerisinde konu anlatımları-ders videolarını barındıran Youtube ve içerisinde komik videolar barındıran TikTok öğrenciler tarafından en çok kullanılan sosyal medya ağları olduğu tespit edilmişti. Öğrenciler, derslerini takip etmek ve ödevlerini yapabilmek için Youtube kullanırken oluşan boş zamanlarında da eğlenmek için TikTok'ta komik videolar izledikleri ortaya çıkarılmıştır. Bu iki içerikten sonra öğrencilerin sosyal medya platformlarında izlemeyi en çok tercih ettiği içeriğin ise dizi-filmler ve müzik dinleme olduğu görülmüştür. Öğrenciler tarafından sosyal medyada en az izlenen içerikler ise belgeseller ve haberler olmuştur.

Öğrencilerin izlemiş olduğu içerikler arasında boş vakitlerini değerlendirmeye ve zaman geçirmeye yönelik komik videolar izleme, dizi-film izleme, çizgi film izleme, dans videoları izleme gibi içerikler olduğu gibi; bilgi edinmeye, kişiyi geliştirmeye, yaşadığı çevreden haberdar eden, derslerine ve ödevlerine yardımcı olan konu anlatımları-ders içerikleri videoları, belgeseller ve haberleri içeren içerikler de yer almaktadır. İkinci kısımda yer alan kişiyi geliştiren ve bilgi paylaşım içeriklerini izlemeyi tercih ettikleri görülsede öğrencilerin ilk kısımda yer alan komik videolar izleme, dizi-film izleme ve diğer eğlenme odaklı içerikleri daha çok izlemeyi tercih etmeleri çocukların sosyal medya içeriklerinin temelinde komik videoları izleme ve eğlenme olduğu görülmüştür. Aileler ve öğretmenler iş birliği içerisinde bulunarak birinci kısımda yer alan içerikleri denetim altında tutarak, ikinci kısımda yer alan içeriklerin izleme oranını da belli bir oranda artırarak daha sağlıklı ve yararlı sosyal medya içerikleri izlemelerini sağlayacaklarını düşünülmektedir.

Öğrencilerin bu içerikleri izlemelerinin beş temel nedeni olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenler; aile etkisi, duygusal etki, sosyal ilişkiler etkisi, bilgilendirici olması ve içerik üreticisinin etkisi. Öğrencilerin bu içerikleri izlemelerinin ana nedenleri bu nedenler olduğu, bu nedenlere bağlı olarak da kendi içerisinde alt nedenler tespit edilmiştir. Bu içerikleri aile etkisi nedeniyle izleyen öğrencilerin; annem-babam izlediği için, annem izlediği için, babam izlediği için, kardeşim izlediği için ve abim-ablam izlediği için izlediklerini ifade etmiştir. Duygusal etkilere bağlı nedenlerle bu içerikleri izleyen öğrencilerin; mutlu olduğum için, sevdiğim için, kendimi rahat ve özgür hissettiğim için, heyecanlı olduğu için, eğlenceli ve komik olduğu için, merak ettiğim için ve evde sıkıldığım için izlediklerini ifade etmiştir. Sosyal ilişkiler nedeninden ötürü

bu içerikleri izleyen öğrencilerin; yeni arkadaşlar edindiğim için, arkadaşlarımla vakit geçirmek için, boş zamanım olduğu için ve arkadaşlarım uzakta olduğu için izlediklerini ifade etmiştir. Bilgilendirici olması nedeniyle bu içerikleri izleyen öğrencilerin; bilmediğim konuları öğreniyorum, öğretici buluyorum, ders konularını tekrar ediyorum ve yeni bilgiler öğrendiğim için izlediklerini ifade etmiştir. İçerik üreticisinin etkisi nedeniyle bu sosyal medya içeriklerini izlemeyi tercih eden öğrencilerin ise; sevdiğim için, takip ettiğim için, bana hitap ettiği için, beni güldürdüğü için, örnek aldığım için, aynı yaşta olduğumuz için ve ne yaptığını, neler paylaştığını merak ettiği için izlediklerini ifade etmiştir. Öğrencilerin yoğun olarak bu içerikleri, içerik üreticisinin etkisiyle ve duygusal etkilerden dolayı izledikleri görülmüştür.

Aile etkisi ve bilgilendirici etki nedenlerinden ötürü bu içerikleri izleyen öğrencilerin zararlı sosyal medya içeriklerine daha az maruz kalmaları beklenirken; sosyal ilişkiler etkisi, duygusal etki ve içerik üreticisinin etkisi nedenleriyle bu sosyal medya içeriklerini izleyen öğrencilerin zararlı sosyal medya içeriklerine maruz kalma ve etkilenme oranları daha yüksek olmaktadır. Henüz soyut işlemler dönemine geçmemiş olan 4.sınıf öğrencilerinin duygularını ve sosyal ilişkilerini akliselim bir şekilde ayırt edip yönetemedikleri düşünüldüğünde bu sosyal medya içeriklerinden etkilenmeleri ve zarar görmeleri büyük bir sorun oluşturmaktadır. Ayrıca ailesi ve yakın çevresindeki gerçek âlemde yer alan insanların dışında sosyal âlemde, sosyal medya platformlarında içerik üreten kişileri rol almaya başlamaları da yine çocukların gelişimi ve karakter oluşumu için tehdit oluşturmaktadır. Nitekim sosyal medya içeriklerini içerik üreticisinin etkisiyle izleyen öğrencilerin nedenlerinden biri de “örnek aldığım için” izlemeleri olduğu tespit edilmişti. Bu noktada çocukları sosyal medya içeriklerinin zararlarından korumak ve bu içeriklerden olumsuz olarak etkilenmelerini engelleyebilmek için aileler, çocuklarına rehberlik ederek sosyal medya içeriklerini seçmeye dikkat etmeleri gerekmektedir. Aksi durumda kendi haline bırakılan öğrencilerin bu sosyal medya içeriklerden olumsuz etkilenecekleri ve zarar görecekları düşünülmektedir.

5.1.7. İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Hesaplarını Kullanma Amaçlarına Yönelik Bulguların Tartışılması

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular incelendiğinde öğrencilerin sosyal medyayı kullanma amaçlarının; arkadaşlarını takip etme, sosyal medyadaki içerikleri merak etme ve haberdar olunmak istenmesi, can sıkıntısını giderme, eğlenme, boş vaktini değerlendirme ve ödevlerine yardımcı olacak bilgilere ulaşma amacıyla sosyal medya hesaplarını kullandıkları tespit edilmiştir. Öğrencilerin, sosyal medya içeriklerini izleme nedenleri ile sosyal medya hesaplarını kullanma amaçlarının paralel olduğu görülmüştür. Öğrencilerin sosyal medya hesaplarını kullanma amaçlarının temelinde can sıkıntısını giderme, eğlenme ve boş vaktini değerlendirme olurken; izlemeyi tercih ettikleri sosyal medya nedenlerinin temelinde de eğlendirdiği için, can sıkıntısını giderdiği için nedenler olduğu görülmüştür.

Bulgularda hareketle sosyal medya kullanan öğrencilerin ya da sosyal medya kullanmaya başlayan öğrencilerin amaçlarından biri de arkadaşlarını günlük yaşam dışında ayrıca sosyal medya yani sanal âlemde de takip etme arzusu olduğu görülmüştür. Günün büyük bir kısmını birlikte geçirmelerine rağmen sosyal medya üzerinde de birlikte olma ve takipleşme isteğinin temelinde bu mecralarda neler yaptıklarını merak etme güdüsü olduğu tespit edilmiştir. Öğrenciler, günlük yaşamda olduğu gibi sosyal medyadaki âlemde de akranlarından geri kalmak istememesi nedeniyle sosyal medya kullandıkları ve birbirlerinden sadece günlük yaşamda değil aynı zamanda sosyal medyadaki davranışlarından da etkilendikleri görülmüştür

5.1.8. İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Hesaplarını Birlikte Kullanmayı Tercih Ettikleri Kişilere Yönelik Bulguların Tartışılması

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda araştırmaya katılan öğrencilerin ailelerinin ve arkadaşlarının büyük çoğunluğunun sosyal medya hesaplarının olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin, sosyal medya hesaplarından arkadaşlarını takip ettiği ve sosyal medya platformlarında etkileşime geçtikleri görülürken; aile üyelerini takip etmek istemedikleri ve onların da kendilerini takip etmelerini istemedikleri görülmüştür. Arkadaşlarıyla sosyal medya üzerinde vakit geçirme nedenleri incelendiğinde, öğrencilerin birbirlerinin bu platformlarda yapmış olduğu davranışları ve izlemiş ya da takip ettiği içerikleri merak etmeleri olduğu

görülürken; aile üyelerini takip etmemek ve onlarında kendilerini takip etmesini istememelerinin nedenleri ise aile üyelerinin kendilerini takip ettiğinde sosyal medyada rahat hissetmedikleri ve paylaşmış ya da izlemiş oldukları içerikleri aile üyelerinin görmemesini istemeleri olduğu tespit edilmiştir.

Öğrencilerin sosyal medya içeriklerini birlikte izleme tercihlerinin başında tek başlarına izlemelerinden sonra annem-babamla izlerim tercihlerinin ikinci sırada olduğu görülmüştür. Tek başlarına izleme nedenlerinin sorulması üzerine öğrenciler tek başınayken daha rahat, özgür ve aile baskısının olmadığı, kendi tercihleriyle istedikleri içerikleri izlediklerini ifade etmişlerdir. Ardından birlikte sosyal medya içeriğini izlemeyi tercih ettikleri kişilerin anne-babaların olduğu görülmüştür. Anne-babalarıyla sosyal medyayı birlikte kullandıklarında öğrencilerin kendilerini güvende hissettikleri ve zararlı sosyal medya içeriklerinden korunduklarını düşündüklerini ifade etmiştir. Anne ve babalarının dışında ise sosyal medyayı birlikte kullandıkları ya da birlikte sosyal medyada vakit geçirdikleri kişilerin kardeşleri, ablaları ve abileri olduğu tespit edilmiştir.

Anne ve babalarıyla onların sosyal medya hesaplarından sosyal medyada vakit geçirdiklerinde öğrencilerin kendilerini; mutlu, huzurlu, güvende, değerli, rahat ve keyifli hissettikleri tespit edilmiştir. Öğrenciler sosyal medyada ailelerinin kendilerini takip etmelerini istemeyip ve rahat hissetmediklerini ifade ettikleri fakat aile üyelerinin sosyal medya hesaplarından birlikte sosyal medyada vakit geçirdiklerinde tam tersi duygular yaşadıkları, kendilerini mutlu, rahat, huzurlu, güvende, değerli ve keyifli hissettikleri görülmüştür. Bu noktada öğrencilerin sosyal medyada birlikte vakit geçirme durumu ele alındığında öğrencilerin aynı mecra ve duruma karşı farklı tepkiler vermesi akıllarda soru işaretleri uyandırmaktadır. Öğrenciler sosyal medyada ya kendi yaşlarına uygun içerikler izlemediği, sayfaları ve arkadaşları takip etmediği için ya da ailelerinden çekindikleri için kendilerini sosyal medya platformlarında takip etmelerini istemezken birlikte sosyal medyada vakit geçirmek onları mutlu etmektedir.

Bu noktada aile üyelerinin çocuklarıyla sosyal medyada vakit geçirirken izlemiş olduğu ve çocuklarına da izlettirmiş oldukları içeriklerin; komik videolar, dini içerikli görseller ve videolar, dizi-film replikleri, haberler, ilginç olaylar, spor haberleri, elbise resimleri ve oyun videoları olduğu tespit edilmiştir. Aile üyelerinin, öğrencilere

izlettirmiş olduğu içerikler ile çocukların kendi iradeleriyle sosyal medyada izlemeyi tercih ettikleri sosyal medya içeriklerinin paralel olduğu görülse de dini içerikli görseller ve videolar ile elbise resimleri noktasında bu içeriklerin farklılaştığı görülmüştür. Aile üyelerinin erkek öğrenciler ile sosyal medyada vakit geçirirken daha çok komik videolar, dizi-film replikleri, spor haberleri ve oyun videolarının izlediği; kız öğrenciler ile de daha çok dini içerikli görseller ve videolar, elbise resimleri, dizi-film replikleri ve komik videoların izlediği görülmüştür. Bu noktada izlettirilen sosyal medya içeriklerinin bazı noktalarda cinsiyete göre şekillendiği görülmektedir. Bu sosyal medya içeriklerinin seçiminde toplumsal cinsiyetçilik anlayışının etkili olduğu düşünülmektedir.

Aile üyelerinin çocuklarıyla birlikte sosyal medyada vakit geçirdikleri zamanlar dışında bazı durumlarda da çocuklarını sosyal medyaya yönlendirdikleri görülmüştür. Bu durumların; hasta olduklarında, misafir geldiğinde, ev işleri olduğunda, misafirliğe gidildiğinde, yemek yaptıklarında ve dizi izlediklerinde olduğu tespit edilmiştir. Ailelerin, tespit edilen bu durumlarda öğrencileri sosyal medyaya yönlendirmek yerine başka aktiviteler önermeleri onların sağlığı, gelişimi, sosyalleşmeleri ve diğer yönleriyle daha yararlı olacağı düşünülmektedir. Örneğin; bu durumlarda sosyal medyaya yönlendirmek yerine oyuncaklarıyla oynamalarını, resim çizmelerini, akranlarıyla oyun oynamaları, ev işlerine kendilerine yardım etmelerini istemek daha sağlıklı ve yararlı olacaktır. Aksi durumda sürekli sosyal medyaya ve sosyal medya araçlarına yönlendirmek Livingstone ve Blum-Ross'un ifade etmiş olduğu *“Elektronik Bebek Bakıcısı Medya”* teriminin çocukların hayatındaki etkisini ortaya koyduğunu göstermektedir.

5.1.9.İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya İçeriklerinden Akıllarında Kalan İfade ve Sahnelere Yönelik Bulguların Tartışılması

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular neticesinde öğrencilerin izlemiş ya da görmüş olduğu sosyal medya içeriklerinden akıllarında kalan ifadelerin; dans figürleri, şarkı sözleri, komik sözler, yabancı kelimeler, içerik üreticisine ait ifadeler ve duygusal ifadeler olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin izlemeyi tercih ettikleri sosyal medya içeriklerine bakıldığında akıllarında kalan ifadelerle paralel olduğu görülmektedir. Öğrencilerin, sosyal medyada çoğunlukla komik videolar izlediği tespit edilmişti buna

bağlı olarak akıllarında kalan ifadelerin başında da komik sözler geldiği görülmüştür. Bunun dışında izlemiş oldukları dans içerikli videolardan akıllarında dans figürleri, dinlemiş oldukları şarkılardan akıllarında şarkı sözleri, izlemiş oldukları yabancı videolardan akıllarında yabancı sözler, takip ettikleri içerik üreticisine ait sözler ve izledikten ya da gördükten sonra etkilendikleri sosyal medya içeriklerinden duygusal ifadelerin akıllarında kaldığı görülmüştür.

Elde edilen bulgular incelendiğinde akıllarında kalan ifadelerden hareketle öğrencilerin sadece yerli olan yani yurt içinde üretilen sosyal medya içeriklerini izlemedikleri aynı zamanda yabancı, yurt dışında üretilmiş olan sosyal medya içeriklerini takip ettikleri ve izledikleri akıllarında kalan yabancı kelimelerden anlaşılmaktadır. Bu durum düşünüldüğünde öğrencilerin kendi kültürleri, örfleri, gelenek ve görenekleri, yaşam şekilleri ve toplum kuralları dışında başka milletlerin kültürlerine, örflerine, gelenek ve göreneklerine, yaşam şekillerine ve toplum kurallarına ulaştığı ve bunlardan etkilenmesi olağan olduğu görülmektedir. Bu durumun öğrencilere yeni kültürler keşfetmesine ya da yabancı dil öğrenmesine ve aşinalığına faydası olacağı gibi beraberinde kendi kimliğini kaybetme ve çevresinden soyutlanması gibi tehlikeleri beraberinde getireceği düşünülmektedir.

Duygusal ifadelerin de öğrencilerin akıllarında kalması onları duygusal olarak etkilediğini ve hafızalarında yer edindiklerini göstermektedir. Bu duygusal etkileme durumu, öğrencilere yardımlaşma, paylaşma, sevgi, dayanışma gibi bazı değerleri kazandırır da beraberinde olumsuz davranışlar kazandırma riski ve kendi lehinde öğrencileri yönlendirme riskini barındırmaktadır. Herhangi bir sosyal medya içeriğinden acıma duygusuyla etkilenen bir 4.sınıf öğrencisinin olduğu düşünüldüğünde, video üreticinin art niyetli olmasıyla öğrenciye oluşturmuş olduğu video aracılığıyla bazı olumsuz davranışlarda bulunmaya sevk etmeye çalışabileceği riski öngörülmektedir. Yine bu olumsuz etkilerden korunmak için ailelerin evlerinde çocukların izlemiş olduğu sosyal medya içeriklerini filtreleyip denetlemesi ve okullarda bu konu hakkında öğrenciler bilgilendirilmelidir.

5.1.10. İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanmanın Yarar/Yararlarına Yönelik Bulguların Tartışılması

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular incelendiğinde öğrencilerin sosyal medyanın yarar/yararlarının; ödevlerine yardımcı olması, yeni bilgilere ulaşmalarını sağlaması, haberleri takip edebilmesi, yeni arkadaş edinme fırsatı sunması, ders videolarını izleme imkânını sunması ve can sıkıntılarını gidermesi olduğu tespit edilmiştir. Öğrenciler, sosyal medyanın kendilerine en çok ders videolarını izleme, ödev yapmada yardımcı olma ve can sıkıntılarını giderme noktasında yararı olduğunu ifade etmişlerdir. Akademik ve ders başarısı açısından bakıldığında sosyal medyanın öğrencilere ders başarısı konusunda ve ödevler konusunda yardımcı olması sosyal medyanın genel olarak kabul gören bir yararı olsa da öğrencilerin sosyal medyanın can sıkıntılarını giderme noktasında kendilerine yarar sağladığını ifade etmeleri şüphe uyandırmaktadır.

Sabatini ve Sarracino(2014) sosyal medyanın yararlarını; sosyalleşme ve etkileşim, geliştirilmiş öğrenme odakları, içerik oluşturma ve içeriklerini geliştirme, sağlık bilgilerine ulaşma, takım oyunları oynama fırsatı ve işbirliği imkânı, farklı bireyleri keşfetme ve teknolojik yetileri artırma şeklinde sıralamıştır. Sabatini ve Sarracino'nun sıralamış olduğu sosyal medyanın faydalarına bakıldığında araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medya yararlarıyla bu yararlardan bazılarının ortak olduğu görülmüştür. Öğrencilerin sıralanan bu sosyal medya yararlarından; sosyalleşme ve etkileşim, geliştirilmiş öğrenme ortamları ve farklı bireyleri keşfetme yararlarını ifade ettikleri ve sosyal medyanın bu imkânlarından yararlandıkları görülmüştür. Ayrıca Yılmaz ve Güney (2021)'de sosyal medyanın yararları içerisinde; bilgi paylaşma, arkadaş edinme fotoğraf arşivleme, hayattan kaçma gibi yararlarının da olduğunu ifade etmiştir. Buradan hareketle de hayattan kaçma ile öğrencilerin ifade etmiş olduğu sosyal medya yararlarından can sıkıntısını gidermenin benzer olduğu görülmüştür.

Medya okuryazarlık tanımları incelendiğinde öğrencilerin, sosyal medyanın yararlarına yönelik düşüncelerinden hareketle bu becerinin bazı yetilerini edindiklerini fakat henüz birer medya okuryazar birey seviyesinde olmadıkları düşünülmektedir. Çünkü Sabatini & Sarracino ve Yılmaz & Güney'in sıralamış olduğu sosyal medyanın yararlarından bazılarına ulaştıkları görülürken bazılarını henüz ya fark etmediklerinden

ya da sosyal medyanın bu yararlarını bilmediklerinden dolayı birer medya okuryazar olmadıklarını söyleyebilmek mümkündür. Nitekim medya okuryazar bireyler bir içeriği incelerken tüm yönleriyle ele almaktadır.

5.1.11.İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanmanın Zarar/Zararlarına Yönelik Bulguların Tartışılması

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular incelendiğinde öğrencilerin sosyal medyanın zarar/zararlarının; göz sağlığını bozması, iskelet yapısını bozması, uyku düzenini bozması, kişisel bilgilerinin çalınabilmesi riski, kötü videoların yayılması riski ve ders çalışmalarını engellemesi olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan öğrenciler genel olarak sosyal medyanın bu yönlerden zararlı olduğunu ifade etmişlerdir. Öğrencilerin büyük bir kısmı sosyal medyanın sağlıkları için zararlı yönlerinin olduğunu ifade etmişse de başka zararlarının olduğunu da ifade etmişlerdir.

Araştırmaya katılan öğrenciler, ailelerinin sosyal medyanın bu zararlarından kendilerini korumak için sosyal medyayı kullanma süresi koydukları ve sık sık izlemiş oldukları sosyal medya içeriklerini ve de sosyal medya hesaplarını denetlediklerini ifade etmişlerdir. Öğrencilerin sosyal medyanın zararlarından birinin “*ders çalışmamızı engelleyebilir*” olduğunu ifade ettiği fakat ailelerinin kendilerine ödevlerini yaptıktan ve ders çalıştıktan sonra sosyal medya kullanmalarına izin verdikleri tespit edilmiştir. Bu yönden genel olarak araştırmaya katılan 4.sınıf öğrencilerinin sosyal medyanın bu olumsuz yönünden etkilenmediği fakat öğrencilerin sosyal medyanın zararlarından birinin bu olduğunu bildikleri tespit edilmiştir.

Sabatini ve Sarracino(2014), sosyal medyanın zararlarını şu başlıklar altında; karşılaştırma ve kıskançlık, sosyal güvensizlik, siber zorbalıklar, nefret söylemleri, siber takip, şiddet içerikli görüntüler, sınırsız sayıda paylaşım, gelişmeleri ve olayları kaçırma korkusu, siber istismar, kişilerarası beceri eksikliği ve kimlik hırsızlığı topladığı bilinmektedir. Sosyal medyanın sınıflandırılan bu zararları incelendiğinde ve araştırmaya katılan öğrenci ifadeleri ile karşılaştırıldığında; öğrencilerin sosyal medyanın siber zorbalık, sosyal güvensizlik, şiddet içerikli görüntüler ve kimlik hırsızlığı yönlerinin farkında olduğu görülmüştür. Ayrıca öğrencilerin sıralanan sosyal medyanın zararlarından daha çok sağlığa zararlı olması noktasında ailelerinin etkili olduğu düşünülmektedir. Nitekim öğrenciler sosyal medya platformlarında uzun süre

aktif olduklarında ailelerinin kendilerine kızdığını ve sağlıklarının zarar göreceğini söylediklerini ifade etmişlerdir.

5.1.12. İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medyadaki Kişilere Bakış Açlarına Yönelik Bulguların Tartışılması

Öğrencilerin günlük yaşamda yapmaya öncelik verdiği boş zaman sosyal aktivitelerin; sosyal medyada vakit geçirmek, arkadaşlarla oyun oynamak, televizyon izlemek, kitap okumak ve resim çizmek olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bu bulgular neticesinde öğrencilerin boş zamanlarında yoğun olarak sosyal medyada vakit geçirdikleri görülmüştür. Sanal da olsa bu mecralarda vakit geçiren öğrencilerin, Bandura'nın Sosyal Öğrenme Kuramı'ndan hareketle bu mecralarda yer alan kişilerden etkilenmeleri ve onları rol model almaları kaçınılmaz olacağı düşünülmektedir. Bu durumdan hareketle öğrencilerin sosyal medyada yerinde olmayı hayal ettiği, etkilendiği, rol model aldığı ya da sürekli takip ettiği kişilerin; Danla Biliç, Lionel Messi, Reynmen(Yusuf Aktaş), Cristiano Ronaldo, Hadise, Muslera ve Kim Hyo-yeon olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan erkek öğrencilerin daha çok futbolcu ve sosyal medya içerik üreticilerini, kız öğrencilerin ise daha çok şarkıcı ve sosyal medya içerik üreticilerinden etkilendiği görülmüştür. Öğrencilerin etkilendiği kişilere bakarak izlemeyi tercih ettikleri sosyal medya içerikleri hakkında da fikir sahibi olmak da açıkça görülmüştür. Ailelerin, çocukların sosyal medyada artık yeni rol modellerinin olduğunu unutmamalı, bu durumun vahametini kavramak ve olumsuz kişilik oluşumuna yol açacak sosyal medya tiplerinden çocuklarını korumak, için çocuklarıyla beraber sosyal medya kullanımına dikkat etmeleri gerekmektedir.

Bu rol model alma ve etkilenme durumu ele alındığında çocukların sadece yukarı adı geçen ülkemizde ve dünyada adı geçen kişilerden etkilenmediği sosyal medya kullanan herhangi bir sosyal medya kullanıcısından da etkilenebileceği unutulmamalıdır. Bu duruma yönelik sosyal medya üzerinden kendileriyle iletişime geçmek isteyen kişilere nasıl tepki verecekleri sorulduğunda; *“aileme haber veririm, cevap veririm, cevap vermem”* şeklinde üç farklı tepki verdikleri tespit edilmiştir. Aileme haber veririm diyen öğrencilerin; ailemden habersiz hiçbir şey yapmam, bana kızarlar ve korkarım nedenlerini belirterek bu tepkiyi vereceklerini ifade etmiştir. Cevap veririm diyen öğrencilerin; arkadaş olmak isteyebilir, yardım istiyor olabilir ve beni

tanıyor ya da tanışmak istiyor olabilir nedenlerini belirterek bu tepkiyi vereceklerini ifade etmiştir. Cevap vermem diyen öğrenciler ise; tanımadığım insanlarla iletişim kurmam, beni kandırmak ya da dolandırabilir, özel bilgilerimizi çalabilir, kötü biri olabilir, kötü mesajlar atabilir, korkarım, hesabımı çalmak isteyebilir, benden kötü şeyler yapmamı isteyebilir ve güvenmem şeklinde nedenler belirterek bu tepkiyi vereceklerini ifade etmiştir. Elde edilen bulgular incelendiğinde öğrencilerin büyük çoğunluğunun cevap vermeyeceği ya da bu durumu ailesine bildireceği görülse de bazı öğrencilerin bu kişilerle iletişime geçme ihtimalinin olması bir araştırmacı ve öğretmen olarak beni korkutmaktadır. Bu durumda öğrencilerin henüz birer bilinçli sosyal medya kullanıcısı olmadıkları ve medya okuryazarlık becerisini kazanmadıkları görülmektedir.

5.1.13. İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanırken Karşılaştığı Engellere Verdiği Olduğu Tepkilere Yönelik Bulguların Tartışılması

Sosyal medya kullanan öğrencilerin reşit olmadıkları ve sosyal medya platformlarına giriş yapabilmek için şahsi elektronik araçları olmadığı düşünüldüğünde sosyal medya platformlarına giriş yapmak ve sosyal medya kullanabilmek için bazı engellerle karşılaşmaları olağandır. Araştırmadan elde edilen bulgulardan hareketle öğrencilerin sosyal medya kullanımlarının engellendiği durumların; aile üyelerinin internet paketlerinin bitmesi, ödevlerini yapmadıklarında, geç uyuduklarında ve yaramazlık yaptıklarında olduğu tespit edilmiştir. Tespit edilen bulgular incelendiğinde öğrencilerin bazı durumlarda sosyal medya kullanımlarının zarureten, aile üyelerinin internet paketlerinin bitmesi gibi, kaynaklı engellendiği görülürken; bazı durumlarda sosyal medya kullanımının bir ceza aracı olarak kullanılarak, yaramazlık yapıldığında sosyal medya kullanımına izin verilmemesi, sosyal medya kullanımlarının engellendiği görülmektedir.

Ailelerin, öğrenciler için sosyal medyanın kullanım amacını doğru anlaması ve sosyal medya kullanma sürecini doğru anlayabilmesi için bu engellerle karşılaştığı zaman çocuklarının vereceği tepkileri bilmesi gerekmektedir. Araştırma bünyesinde bu konuyla ilgili elde edilen bulgulara dayanarak öğrencilerin bu engellerle karşılaştığı vakitlerde ailelerinden gizli ve izinsiz sosyal medya platformlarına giriş yapmadıkları tespit edilmiştir. Öğrencilere bu durumun nedenleri sorulduğunda ise; ailem kızabilir, bir daha sosyal medyaya girmeme izin vermezler, bana olan güvenleri kaybolabilir ve

sosyal medyada kötü şeyler yaptığını düşünebilirler gibi başlıca dört nedeni ifade ettikleri görülmüştür. Öğrencilerin bu nedenleri ifade etmesinde ailelerin, sosyal medyayı hem bir ödül aracı hem de bir ceza aracı olarak görmesinden kaynaklı olduğu düşünülmektedir. Çocuklarının, kendilerinden gizli girişler yapmasını engellemek için ailelerin çocuklarını sosyal medya kullanımı hakkında bilgilendirmesi ve düzenli bir sosyal medya kullanım süresi belirlemesi önem taşımaktadır.

Sosyal medya kullanımı sürecinde ailelerin, öğrencilere kızıp kızımadığı da önem taşımaktadır. Bu konudaki bulgular ailelerin öğrencilerin sosyal medyayı uzun süre kullanınca, zararlı ve uygunsuz içerikler izlediklerinde, ders başarılarını engellediğinde, göz sağlığına zarar vereceğini düşündüklerinden, sağlığa zararlı olacağından, sosyal platformlarında kötü niyetli insanların var olmasından ve kişisel bilgilerinin çalınabileceklerini düşündüklerinde öğrencilere kızdıkları; çocuklarına güvendikleri, çocuklarının sosyal medya hesaplarını kontrol ettikleri, çocuklarının belli bir sosyal medya kullanma sürelerinin olduğu, çocuklarıyla beraber sosyal medya kullandıkları ve çocuklarının ödevlerini-derslerini engellemediği için de kızmadıklarını ortaya koymuştur.

Araştırmanın sonuçlarına göre sosyal medyanın çocuklar için vazgeçilmez bir medya aracı olduğu genellikle gerek içerik tercihi gerek izleme süresi konusunda aileler tarafından kısmen yönlendirildiği görülse de genellikle yönlendirilmediği görülmüştür. Sosyal medyada yayınlanan içeriklerden gelişimsel olarak yaşlarına uygun olmayan içerikleri özellikle komik videoları fazlasıyla izledikleri görülmüştür. Sosyal medya kullanımının olumsuz yönlerinden ve zararlarından öğrencileri korumak için ailelerin ve paydaşlarının(öğretmen vd.) iş birliği içerisinde el ele vererek daha bilinçli sosyal medya kullanıcıları ve medya okuryazar bireyler yetiştirmek için sosyal medya kullanımı için çocukları bilgilendirmeleri ve rehberlik etmeleri gerektiğini bu çalışma ortaya koymuştur.

5.2. Öneriler

1. Çocuklar okula başlamadan önce aileleri tarafından medya kullanımı hakkında bilinçlendirilmeli, okula başladıktan sonra çocuklara medya okuryazarlığı hakkında eğitimler verilmeli bu eğitimlere aileler de dâhil edilmelidir. Çünkü elde

edilen bulgulara sosyal medyanın zararlarını yeteri kadar bilmedikleri ve olumlu tutumlar sergilemedikleri tespit edilmiştir.

2. Çocukların sosyal medya kullanma alışkanlıkları ve süreleri gün geçtikçe artmakla birlikte giderek daha küçük yaşlara inmektedir. Bunun önüne geçmek ve bilinçli vatandaşlar yetiştirmek için çocuklara rehberlik edilmeli, onlara rol model olunmalıdır. Ailelerin işleri olduğunda ya da zaruri durumlar olduğunda çocukları sosyal medyaya yönlendirdikleri tespit edilmiştir.

3. Sosyal medyayı bilinçsizce kullanmanın önüne geçmek için evlerde çocukların sosyal medyayı kullanacakları saat dilimleri ve kullanım süreleri belirlenmelidir. Elde edilen bulgulara bazı ailelerin çocuklarına sosyal medya kullanımları için herhangi bir süre sınırlaması ve sosyal medyayı kullanacağı zaman dilimi ya da bir ölçüt belirlemediği tespit edilmiştir.

4. Sosyal medya içeriğinin seçiminde çocuklar serbest bırakılmamalı, ebeveynler çocuklarına rehberlik etmelidir. Elde edilen bulgular ile bazı ailelerin sosyal medya içeriklerinde herhangi bir filtreleme yapmadığı bu konuda çocuklarının serbest bırakıldığı tespit edilmiştir.

5. Sosyal medyayı, çocuklar için boş zaman aktivitesi olmaktan çıkarmalı sosyal medya yerine kitap okuma, resim çizme, bisiklet sürme, sohbet etme, oyuncaklarla oynama, akranlarıyla oynama, yürüyüş yapma gibi aktivitelere yönlendirilmelidir. Öğrencilere boş zaman aktivitelerden hangisini daha çok yaparsın sorulduğunda çoğunluğu sosyal medya kullanma cevabını verdiği tespit edilmiştir.

6. Anne-babanın bir işi, bir meşguliyeti olduğunda çocuğu baştan savmak için sosyal medya araçlarını bir kanal olarak kullanmamalıdır. Bulgular kısmında ailelerin belli durumlarda çocukları sosyal medyaya kullanmaya yönlendirdiği ve sosyal medya kullanmaya özendirdiği tespit edilmiştir.

7. Anne-babalar küçük yaşlardan itibaren sosyal medya aracılığıyla çocuğun görevlerini yapması için onu sosyal medyaya ve medya araçlarına yöneltme davranışlarının yanlış olduğu bilincinde olmalıdır. Elde edilen bulgular ile ailelerin sosyal medyayı hem ödül hem de ceza mekanizması olarak kullandığı tespit edilmiştir.

8. Öğrencilerin, hafta sonu günlerinde hafta içi günlerine göre daha fazla sosyal medya kullandıkları tespit edilmiştir. Sosyal medya kullanma alışkanlığının önüne geçmek için ebeveynlerin çocukları için hafta içi ve hafta sonu günleri fark etmeksizin belli ve düzenli bir sosyal medya kullanma süresi belirlemeleri gerekmektedir.

9. Öğrencilerin hafta sonu günlerinde okulların tatil olması ve evlerinin birbirine uzak olması nedeniyle boş vakitlerinde sosyal medyaya yöneldikleri, bu vakitlerini sosyal medya platformlarında geçirdikleri tespit edilmiştir. Bu durumun önüne geçmek için aileler, çocukları bir araya getirebilecekleri ve birlikte vakit geçirebilecekleri aktiviteler organize etmeleri gerekmektedir.

10. Öğrencilerin yoğun olarak kullanmış oldukları sosyal ağların Youtube ve TikTok olduğu tespit edilmiştir. Aileler, çocuklarını özellikle TikTok platformu hakkında bilgilendirmeli, izlemiş olduğu içerikleri filtrelemeli ve gerekirse bu platformda aktifken kendilerine rehberlik etmelidirler.

11. Öğrencilerin, izlemiş oldukları sosyal medya içerikleri hakkında aileleriyle kritik yapmadığı ve gerektiğinde bu içerikler hakkında tartışarak bilgi alışverişinde bulunmadıkları tespit edilmiştir. Bu noktada aileler, çocuklarıyla izlemiş oldukları sosyal medya içerikleri hakkında tartışmalı ve fikir alışverişinde bulunmalıdır. Bu durum öğrencilerin birer medya ve dijital okuryazar becerisini kazanmaları açısından önem taşımaktadır.

12. Öğrencilerin sosyal medyanın hem yararları hem de zararları hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıkları tespit edilmiştir. Bu noktada aileler ve gerekirse okul rehber öğretmenleri sosyal medyanın zararları ve yararları hakkında öğrencilere rehberlik etmeli, onları yararlı içerikler izlemeye yönlendirmelidir.

13. Öğrencilerin sosyal medyada takip ettiği kişileri günlük hayatta taklit ettiği ve onun yerinde olmak istediğini hayal ettiklerini tespit edilmiştir. Bu konuda aileler, çocuklarını bilgilendirmeli sosyal medyada yer alan her kişinin örnek alınmayacağı ve sosyal medyada yapılan her davranışın doğru olmadığı, taklit edilmemesi gerektiği anlatılmalıdır.

KAYNAKÇA

- Akbaba, S. (1988). *Ana-Baba Tutumlarının Bazı Kişilik Özellikleri Üzerine Etkisi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akça, E. (2007) *Kimlik, Temsil ve Medya: Kimlik Vurgusu ve Temsilleri Üzerine Medya Analizleri*, Nobel Yayınevi.
- Akçalı, İ. S. (2007). *Çocuk ve Medya*. Ebabil Yayıncılık.
- Akın, Y. (2002) *Altı Yaş Grubu Çocuklarında Başkasının Bakış Açısını Alma Yetisi Üzerinde Eğitici Drama Programının ve Aile Tutumlarının Etkisinin İncelenmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü
- Aksaçlıoğlu, A. G., & Yılmaz, B. (2007). Öğrencilerin Televizyon İzlemeleri ve Bilgisayar Kullanmalarının Okuma Alışkanlıkları Üzerine Etkisi. *Türk Kütüphaneciliği*, 21(1), 3-28.
- Altun, A. (2010). Kanada'daki medya okuryazarlığı eğitimi üzerine bir değerlendirme. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(2), 41-57
- Altunbaş, F. (2015). *Sosyal Medyanın Gücü*. Martı Yayınları.
- Anderson, D. R., & Levin, S. R. (1976). Young Children's Attention to "Sesame Street". *Child Development*, 806-811.
- Armağan, A. (2013). Kimlik Yapılarında Değişim ve Sanallaşan Kimlik Sunumları: Öğrenciler Üzerinde Bir Araştırma. *Akademik Bakış Dergisi*, 37, 1-20.
- Ashcraft, D. (2009). *Kişilik ve Vaka İncelemeleri* (Çev. Aslıhan Akman). Kaktüs Yayınları.
- Aslan, E., (1992). Benlik Kavramı ve Bireyin Yaşamındaki Etkileri. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, (4), 7-14.
- Atak, H. (2011). Kimlik Gelişimi ve Kimlik Biçimlenmesi: Kuramsal bir değerlendirme. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 3(1), 163-213.
- Atalay, D. (2019). Sosyal Medyanın Mahremiyet ve Benlik İnşasına Etkisi Üzerine Bir Araştırma (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü.
- Bakanlığı, M. E., Araştırma, E., & Başkanlığı, G. D. (2008). Öğrencilerin televizyon izleme alışkanlıkları. *MEB Eğitimi Araştırma ve Geliştirme Dairesi Başkanlığı, Ankara*
- Balıkçıoğlu, B., (2016). Benlik-İmajı Uyumunun Retoriği: Bana Ne Tükettiğini Söyle Sana Kim Olduğunu Söyleyeyim. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*. (5)3.537-553.
- Başar, G., (2014). Medya Okuryazarlığı ve Çocuk. *Güneş ve Çocuk Dergisi*. 13-14.
- Bayazit, Z., & Biçer, A. A. (2019). Sosyal Medya İletişiminde Sosyal Medya Denetiminin Önemi. *Muhasebe ve Denetime Bakış*, 19(57), 141-164.
- Berkem, N. (1999). Ailenin Psikolojik Yapısı ile Gençlerin Benlik Kavramı Arasındaki İlişkinin Kurulması. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Bilgiç, E. (2018). *Çocuk – Aile İlişkisinin Medyatizasyonu*. İstanbul Bilgi Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- Bilgin, N. (2007). *Kimlik İnşası.Aşına* Kitaplar.
- Bilici, İ. (2015.) *Medya Okuryazarlığı ve Eğitimi*. Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık Tic. Ltd. Şti.
- Blackman, J. (2017). *Avustralya'dan Bir Yenilik: Dijital Ehliyet*. London School Of Economics
- Bourdieu, P. (2007). *Düşünümsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar* (Çev: Nazlı Ökten). İletişim Yayınları.
- Bourdieu, P. (1997). *Televizyon Üzerine* (Çev: Turhal Ilgaz). Yapı Kredi Yayınları.
- Boz, N. (2012) *Yeni İletişim Ortamlarında Dijital Kimlik ve Benlik Sunumu* (Yayımlanmamış Doktora Tezi) Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Büyükbaykal, G. (2007). Televizyonun Çocuklar Üzerindeki Etkileri. *İletişim Fakültesi Dergisi* (28), 31-44
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2012), *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Pegem Akademi.
- Castells, M. (2005.) *Enformasyon Çağı: Ağ Toplumunun Yükselişi* (Çev: Ebru Kılıç). Bilgi Yayınları.
- Cereci, S. (2014.). *Sosyal Medya*. Mercan Kitap Yayınları.
- Cevher, F. N., & Buluş, M., (2009). Okul Öncesi Eğitim Kurumlarına Devam Eden 5-6 Yaş Çocuklarında Akademik Benlik Saygısı. *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*. 28-39.
- Cevher, F.N. & Buluş, M. (2007). Benlik Kavramı ve Benlik Saygısı: Önemi ve Geliştirilmesi. *Akademik Dizin Dergisi*, 1(2),52-64.
- Çavuşoğlu, F. (2018). *İlkokul 4.Sınıf Öğrencilerinin Televizyon İzleme Alışkanlıklarının İncelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Erzincan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çelik, Ç.B., & Odacı, H., (2012) Kendilik Algısı ve Benlik Saygısının Problemleri İnternet Kullanımı Üzerindeki Yordayıcı Rolü. *E-Journal Of New World Science Academy*, 7(1), 433-441.
- Çoban, B., & Ataman, B., (2015). *Türkiye'de Alternatif Medya*. Kafka Yayınları,
- Deniz, A. (2012) *Sosyal Ağ Kullanımı ve Sosyal Ağlarda Benlik Algısı: Muğla İli Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Dereli, B. (2013). Yeni Medya Olarak Çevrimiçi Video Portalları ve Video Portallarının İncelenmesi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) İstanbul Kültür Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Doğan, M. (1996). *Kadın, Çocuk ve Medya*. Yeni Türkiye.
- Doğan, T. (2013) Beş Faktör Kişilik Özellikleri ve Öznel İyi Oluş. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 14(1), s.57.
- Dolu, Ş. (2013). *Medya ve Tüketim Çılgınlığı*. Düşünen Adam Yayınları.
- Düvenci, A., (2012). *Ağ Neslinin İnternet Kullanımı Üzerindeki Sosyal Medya Sapma Yaklaşımı ile İncelenmesi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Elkind, D. (2011). *Oyunun Gücü* (Çev: Bekir Onal). İmge Yayınları.
- Eraslan, L. (2016) *Sosyal Medyayı Anlamak; Bir Sosyal Medya Rehberi*. Tüken Yayınları.
- Eraslan, L. (2021.) *Sosyal Medya ve Algı Yönetimi*. Anı Yayınları.
- Erdem, P., (2022) Sosyal Medya ve Sanal Varoluş. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, (40), 437-444.
- Eskier, Uğur; (03.04.2017). Medya Nedir, Topluma Etkileri Nelerdi. <https://www.makaleler.com/medya-nedir>
- Featherstone, M., & Burrows, R. (1995). Cultures of technological embodiment: An introduction. *Body & Society*, 1(3-4), 1-19.
- Fedorov, A. (2003). Media education and media literacy: experts' opinions. *Available at SSRN 2626372*, 1-17.
- Gerbner, G. (1998.) *Medyaya Karşı*. Ayrıntı Yayınları.
- Giddens, A. (2013). *Sosyoloji* (Çev: Nilüfer Durakbaşı). Kırmızı Yayınları İstanbul.
- Giddens, A. (2014). *Modernite ve Bireysel-Kimlik; Geç Modern Çağda Benlik ve Toplum* (Çev. Ümit Tatlıcan). Say Yayınları,
- Goffman, E. (2009). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu* (Çev. Barış Cezar). Metis Yayınları.
- Goffman, E. (2014). *Damga, Örselenmiş Kimliğin İdare Edilişi Üzerine Notlar*. Heretik Yayınları.
- Gökallı, E., & Hepekiz, İ., (2019). Sosyal Medya Aracılığıyla Yaratılan Kişisel Markalar ve Benlik Sunumu. *Erciyes İletişim Dergisi*, 761- 783.
- Gulmammadzada, U. (2009). Sosyal Medya ile Değişen Hayatlar. Abaküs Yayınları.
- Gürler, A. S., & Ömeroğlu, E., Anne-Babaların Çocuk Yetiştirme Tutumları ile Çocukların Dijital Teknoloji Kullanımındaki Aracı Roller Arasındaki İlişki. *Eğitim ve Bilgi Teknolojileri Dergisi*, (28), 2229-2243.
- İnal, K. (2009). Medya Okuryazarlığı El Kitabı. Ütopya.
- İnal, K. (2014) *Türkiye'de Çocukluk: Nereye! Çocuk ve Medya*. Nobel Yayınları.
- İşçi, Y. (2003). Çocuğun Sosyalleşmesinde Aile-Televizyon İlişkisi. *Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli İletişim Dergisi*, 20(20), 143-147.
- Jacka, J. M., & Scott, P. R. (2011). *Auditing social media: A governance and risk guide*. John Wiley & Sons.
- Jones, S. (1997). Virtual culture: Identity and communication in cybersociety. *Virtual Culture*, 1-272.
- Jung, C. G. (2009). *İnsan ve Sembolleri* (Çev. Ali Nahit Babaoğlu). Okyanus Yayınları.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2000) *Kültürel Psikoloji: Kültür Bağlamında İnsan ve Aile*. Evrim Yayınevi.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2004). *Yeni İnsan ve İnsanlar*. 10. Basım. Evrim Yayınevi.
- Kalan, Ö. G. (2010). Medya Okuryazarlığı ve Okul Öncesi Çocuk: Ebeveynlerin Medya Okuryazarlığı Bilinci Üzerine Bir Araştırma. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi| Istanbul University Faculty Of Communication Journal*, 1(39), 59-73.

- Kâmil, K., & Tuna, M., (2008). İlköğretim çağındaki çocukların sosyalleşmesinde televizyonun etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2008(17), 159-182.
- Kaplan, Y. (1992). *Televizyon*. Ağaç Yayıncılık.
- Kara, U. Y., (2014). *Kimlik Oyunu: Video Oyunları, Yeni Medya ve Kimlik*. İletişim Yayınları.
- Karaca, D. T. (22.11.2019) Çocuğun İzleyeceği Programın Seçimi. <https://www.cocukpsikiyatrisiizmir.com/cocugun-izleyecegi-programin-secimi>
- Karaduman, E., & Gökgöz, G. (2017). Trt Yerli Çocuk Programlarında Çocukluğun İnşası: Eğitim, Toplumsallaşma, Politik Özne Biçimleri. *Trt Akademi*, 2(4), 376-397.
- Karakoç, E., & Avcı, İ. B. (2013). Medya Okuryazarlığı Dersini Alan Öğrencilerin Televizyon İzleme Alışkanlıkları: Cinsiyetler Arası Karşılaştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (30), 139-152
- Kaya, M., (1997). Ailede Anne-Baba Tutumlarının Çocuğun Kişilik ve Benlik Gelişimindeki Rolü. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 9(9), 193-204.
- Kılıç, B., Kırılı, G., & Esen, F. Ö. (2017). Sosyal Medya kullanımı benlik algısı ilişkisi: turistik tüketiciler üzerine bir araştırma. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 16(1), 70-85
- Kuzu, A., (2014). *İnternet ve Aile. Aile ve Toplum Eğitim-Kültür ve Araştırma Dergisi*, (7) 27, 201
- Lefebvre, H. (2004). *From the production of space*. In Theatre And Performance Design.
- Ling, L., & Chen, W. (2023). Integrating an ASR-based translator into individualized L2 vocabulary learning for young children. *Education and Information Technologies*, 28(2), 1231-1249
- Magnavita, J. J. (2016). *Kişilik Bilimine Çağdaş Yaklaşımlar* (Editör: Uz. Dr. Tahir Özakkaş). Psikoterapi Enstitüsü Eğitim Yayınları.
- Masterman, L., (1993) International Handbook Of Virtual Learning Environments.
- Medin, B. (2017). İnsanbiçimci Kahramanların Dünyasında Sinema Okuryazarı Olmak. *TRT Akademi*, 2(4), 466-485.
- Miller, D., Tilak, S., Evans, M., & Glassman, M. (2023). Using social media to create real time online networks of school leaders. *Journal of Educational Administration*, (6)2,126-143.
- Mora, N., (2008) Medya Ve Kültürel Kimlik. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(1), 1-14, 2008.
- Nurudeen, M., Abdul-Samad, S., Owusu-Oware, E., Koi-Akrofi, G. Y., & Tanye, H. A. (2023). Measuring the effect of social media on student academic performance using a social media influence factor model. *Education and Information Technologies*, 28(1), 1165-1188.
- Oğuz, O., Oktay, A., & Ayhan, H. (2010). *21. yüzyılda eğitim ve Türk eğitim sistemi*. Pegem Akademi Yayıncılık.

- Okumuş, V. (2018) *Çocukların Sosyal Medya Kullanımları ile Ebeveyn Tutumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü
- Önder, M. (2008). Medya kıskacındaki çocuklar. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 8(1), 183-190.
- Özarpınar, Y. (2018). *Bir Medeniyet Teorisi: Kültür ve Medeniyete Yeni Bir Bakış*. Ötüken Yayınları.
- Özdemir, B., & Yıldırım, G., (2019) Dijitalleşen İletişim Ortamlarında Kimlik İnşası ve Benlik Sunumu: İletişim Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, (3)3, 178-191.
- Özdemir, Z., (2015) Sosyal Medyada Kimlik İnşasında Yeni Akım: Özçekim Kullanımı. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 112-131.
- Özkök, Ö., (2019). *Sosyal Medyada Sanal Kimlikler; Sosyal Medya Fenomenlerinin Benlik Sunumları Üzerine Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) İstanbul Kültür Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Özsoy, A. (2017). Sinema, Yeni Seyir Deneyimleri ve Çocuk İzleyicisi. *Trt Akademi* (2)4.
- Öztürk, H. E. (2002). *Kişilik Gelişimi Açısından Çocuk ve Televizyon*. Beyan Yayınları.
- Özyurt, C. (2005). *Küreselleşme Sürecinde Kimlik ve Farklılaşma*. Açılım Kitap.
- Pembecioğlu, N. (2006) İletişim ve Çocuk. Ebabil Yayıncılık.
- Polat, D. (2016). *Sosyal Medya ile Başım Dertte*. Yediveren Yayınları.
- Pollard, A., Thiessen, D., & Filer, A. (1997). Pollard, Andrew, Dennis Thiessen, and Ann Filer, eds., *Children and Their Curriculum: The Perspectives of Primary and Elementary School Children*.
- Poster, M. (1993) *Postmodern Virtualities*. London.
- Postman, N. (1995). *Çocukluğun Yokoluşu*. İmge Kitabevi,
- Poyraz, H. (1999). *Okul Öncesi Dönemde Oyun ve Oyuncak*. Anı Yayıncılık.
- Rtük, (2018) *Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması*.
- Rtük, (2006); *Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması*.
- Sabatini, F., & Sarracino, F. (2017). Online Networks And Subjective Well-Being. *Kyklos*, 70(3), 456-480.
- Sağbaş, E. E., Ballı, S., & Şen, F., Sosyal Medya ve Gençler Üzerindeki Etkileri. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Uluslararası Gençlik Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı, ss.153-162, 2016.
- Sarı, M., & Cenkseven, F., (2008). İlköğretim Öğrencilerinde Okul Yaşam Kalitesi Ve Benlik Kavramı. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, (5)2,1-17.
- Sayar, K. & Benli, S. (2021). *Dijital Çocuk*. Kapı Yayınları.
- Sennett, R. (1996). *Kamusal İnsanın Çöküşü* (Çev: Abdullah Yılmaz, Serpil Durak). Ayrıntı Yayınları.
- Sevinç, M. (2005). *Erken Çocukluk Gelişimi ve Eğitiminde Oyun*. Morpa Kültür Yayınları.
- Sey, Z. (2012). *Kazanırsak Kaybederiz Çevrimiçi*. Martı Yayınları.
- Sezer, N., & Sert, N. Y. (2019). *Medya Okuryazarlığı Üzerine...* Eğitim Yayınevi.

- Sıgın, İ., Küçükyılmaz, M. & İlter, K. (2014). Sosyal Medyanın Abc'si. Alfa Yayınları
- Söylemez, Y.S., (2012). Yeni Zelanda'da Medya Okuryazarlığı Uygulama ve Deneyimleri. *Avrasya İncelemeleri Dergisi*. 311-341.
- Şahin, U. (2013) *Anti Sosyal Medya*. İletişim Yayınları.
- Şirin, M. R. (2006.) Gösteri Çağı Çocukları. İz Yayıncılık.
- Şirin, M. Ruhi (2011). *Çocuk Hakları ve Medya*. Çocuk Vakfı Yayınları.
- Tan, M. (1994). *Çocukluk: Dün ve Bugün*. Toplumsal Tarihte Çocuk Sempozyumu Bildirileri Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Tarhan, N. (2019). Yeni Medya ve Aile Çalıştayı. İstanbul.
- Turam, E. (1996). Ekranaltı Çocukları. İrfan Yayıncılık.
- Uçar, M. (2017.) Yeni Medya ve Geleneksel Medya.
- Türkoğlu, N. (2007). Okuryazarlıktan medya okuryazarlığına: Şifrelerin ortaklığını aramak. *Medya okuryazarlığı*, 276-283.
- Uğur, A. (2011). *Zihinlerin Yeni Efendileri Medyalar''*, *Enformasyon Devrimi Efsanesi*, Derleyen: Yusuf Kaplan, Rey Yayıncılık.
- Ulusoy, A., & Bostancı, M. (2014). Çocuklarda sosyal medya kullanımı ve ebeveyn rolü. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 28(28), 559-572.
- Ural, A. & Kılıç, İ. (2011) *Bilimsel Araştırma Süreci ve Spss ile Veri Analizi*. Detay Yayıncılık.
- Üstündağ, A., (2021). Ergenlerin Sosyal Medya Kullanım Amaçları İle Sosyal Destek Algıları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (23)42,169-190,
- Vasseur, F. (1993). *Medyaları* (Çev: Galip Üstün). İletişim Yayınları.
- www.healychildren.com
- Yavuzer, H. (1986). *Aile ve Çocuk*. Ak Yayınları.
- Yavuzer, H. (2007) *Baba ve Çocuk*. Remzi Kitapevi.
- Yelkenci, S., (2014). Akıllı Telefonlar, Sosyal Medya ve Ergenler. *Güneş Ve Çocuk Dergisi*.3-14.
- Yılmaz, D., & Güney, R. (2021). Medyanın Çocuklar Üzerindeki Etkileri ve Kullanımına İlişkin Öneriler. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 14(4), 486-494.
- Yorğancı, D. P. (2018). Çocukların Sosyal Medya Kullanımlarına Yönelik Yetişkin Tutumları Üzerine Nitel Bir İnceleme. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 3(5), 181-201.
- Zeytinli, F., & Ekici, G. (2023). 5. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına Yönelik Bilişsel Yapıları: Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı ile İlişkisi Örneği. *Journal of Computer and Education Research*, 11(21), 297-334.

EKLER

EK-1.: Kişisel Bilgi Formu

1)Adı Soyadı:

2)Cinsiyeti:

()Kız ()Erkek

3)Okulu:.....

4)Aylık Geliriniz:

()0-1000 ()1000-2000 ()2000-3000 ()3000-4000 ()4000 ve

üzeri

5)Anne Eğitim Düzeyi:

()Okuryazar değil ()İlkokul mezunu ()Ortaokul mezunu ()Lise

mezunu

()Üniversite mezunu

6)Baba Eğitim Düzeyi:

()Okuryazar değil ()İlkokul mezunu ()Ortaokul mezunu ()Lise

mezunu

()Üniversite mezunu

7)Anne Mesleği:

()İşsiz ()Ev hanımı ()Serbest meslek ()İşçi ()Memur

()Diğer

8)Baba Mesleği:

()İşsiz ()Esnaf ()Serbest meslek ()İşçi ()Memur (

)Diğer

9)Kendinize ait bir telefonunuz var mı?

()Evet ()Hayır

10)Telefonunuzu kimlerle birlikte kullanıyorsunuz?

()Annemle ()Babamla ()Bana ait ()Ablamla ()Abimle ()Diğer

11)Kendinize ait tablet ya da bilgisayar var mı?

()Evet ()Hayır

12)Tablet ya da bilgisayarınızı kimlerle birlikte kullanıyorsunuz?

()Bana ait ()Ablamla ()Abimle ()Kardeşimle ()Diğer

13)Evinizde internet erişimi var mı?

()Evet ()Hayır



EK 2: Görüşme Formu

İlkokul Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanma Alışkanlıklarının Belirlenmesi Görüşme Formu

Merhaba, bu görüşme formu ilkokuldaki çocukların sosyal medya kullanma alışkanlıkları ile ilgili yapılan bir araştırma kapsamında görüşlerinizi belirlemek amacıyla hazırlanmıştır. Yaptığımız görüşmede vereceğiniz tüm bilgiler yalnızca araştırma için kullanılacak, kişisel bilgileriniz kesinlikle gizli tutulacaktır. Araştırmada isminiz, gerekirse kodlanarak kullanılacaktır (Öğrenci A, Öğrenci B gibi). Görüşmeyi izin verirsiniz kaydetmek istiyorum. Bu şekilde hem zamanı daha iyi kullanabiliriz hem de yanıtlarınızı daha ayrıntılı inceleme fırsatı bulabilirim. Görüşmeye başlamadan önce bana sormak istediğiniz herhangi bir soru varsa önce onu yanıtlamak istiyorum. Araştırmaya katıldığınız için şimdiden teşekkür ederim.

İSA TEMİZEL

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi

Sınıf Eğitimi Yüksek Lisans Öğrencisi

A)Genel İzleme Davranışları

1)Kendine ait bir sosyal medya hesabın var mı?

a)Sosyal medya platformlarından(Instagram, Facebook, Twitter vs.) hangisini kullanıyorsun? Neden bu platformu tercih ediyorsun?

b)Sosyal medyanın varlığından ailenin haberi var mı?

2)Gün içerisinde hangi saatlerde sosyal medya(Instagram, Facebook, Twitter vs.) ya da sosyal ağlarda(Youtube vd.) vakit geçirirsin?

a)Sosyal medyana ya da sosyal ağlara nereden giriş yapıyorsun?

b)Sosyal medyayı kullanman ya da sosyal ağları kullanman hafta içi ve hafta sonu günlerinde farklılık gösteriyor mu?

3)Sosyal medyana ya da sosyal ağlara giriş yaptıktan sonra neler yaparsın?

a)Genel olarak hangi içerikler dikkatini çeker? Neden?

b)Dikkatini çeken, hoşuna giden ya da aklında kalan bir videoyu benimle paylaşır mısın?

4)Aile üyelerinin ve arkadaşlarının sosyal medya hesapları var mı?

- a)Birbirinizi takip ediyor musunuz? Neden?
- b)Onları sosyal medyada görünce neler hissediyorsun?

B)Engellerle Karşılaşma Durumu

- 1)Ailen sosyal medya kullanma kızıyor mu? Neden?
- 2)Sosyal medya kullanman engelleniyor mu?
 - a)Kim tarafından? Neden?
 - b)Sosyal medyana erişimin engellendiğinde neler hissediyorsun? O anki duygularını benimle paylaşır mısın?
- 3)Ailen sosyal medyana giriş yapmanı engellediğinde onlardan gizli giriş yapıyor musun? Neden?
- 4)Ailen sosyal medya kullanman için bir zaman sınırlaması koydular mı? Neden?

C)Ortak Yaşantı

- 1)Ailenle beraber sosyal medyada zaman geçirdiğiniz oldu mu?
 - a)Neler yaptınız?
 - b)Neler hissettin?
- 2)Ailen sosyal medyadaki herhangi bir içeriği(video, resim, haber vs.) seninle paylaşıyor ya da izletiyor mu?
 - a)İzlettikleri ya da göstermiş oldukları içeriklere örnek verebilir misin?
 - b)Annenin ve ya babanın bir işi olduğunda vakit geçirmen için seni sosyal medyaya ya da sosyal ağlara yönlendirdiği oldu mu?
- 3)Arkadaşlarınla sosyal medyada zaman geçiriyor musunuz? Neden?
 - a)Arkadaşlarını sosyal medya ortamında görünce neler hissediyorsun? Neden?

b)Arkadaşlarınla sosyal medya ya da sosyal ağlarda görüp izlediklerini paylaşıyor musun? Neler anlatıyorsun?

c)Arkadaşların sosyal medya ya da sosyal ağlarda görüp izlediklerini sana anlatıyorlar mı? Neler konuşuyorsunuz genellikle?

4)Sosyal medyadan duymuş/görmüş olduğun bir haberi ailen ya da arkadaşlarınla tartışır mısın? Neden?

D)Tutum

1)Sosyal medyayı kullanamadığında ya da sosyal ağlara giriş yapamadığında kendini kötü hissettiğin oldu mu? Neden?

2)Sosyal medya kullanırken kendini nasıl hissediyorsun? Neden?

3)Boş zamanlarında; sosyal medyada zaman geçirmek, arkadaşlarınla oyun oynamak, kitap okumak, televizyon izlemek vs. etkinliklerinden hangisini yapmak istersin? Neden?

4)Rüyada sosyal medyada izlediğin ya da gördüklerinle ilgili bir şeyler gördüğün oldu mu?

5)Sosyal medyada hoşuna giden ya da aklında kalan bir video ve ya hareketi günlük hayatta yapar ya da taklit eder misin?

6)Kendini sosyal medyada izlemiş olduğun insanların yerinde olmayı hiç hayal ettiğin oldu mu? Neden?

E)Farkındalık(Fayda/Zarar)

1)Sosyal medyayı kullanmanın ya da sosyal ağlarda aktif olmanın sana faydası ya da zararı olduğunu düşünüyor musun? Nasıl?

2)Sosyal medyayı kullanman ders çalışmanı engelliyor mu?

3)Sosyal medyada kendini daha iyi ifade ettiğini düşünüyor musun?

4)Yeni arkadaşlar edinmene ve yeni bilgilere ulaşmanı sağlıyor mu? Nasıl?

5) Sosyal medyayı kullananlara ya da sosyal medya üzerinden seninle iletişime geçmek isteyen kişileri güvenilir buluyor musun?

6) Sosyal medyanın gelişimine bir etkisi olduğunu düşünüyor musun? Nasıl?



ÖZ GEÇMİŞ

Ad Soyad: İSA TEMİZEL	
Eğitim Bilgileri	
Lisans	
Üniversite	Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi
Fakülte	Eğitim Fakültesi
Bölümü	Sınıf Öğretmenliği
Yüksek Lisans	
Üniversite	
Enstitü Adı	
Ana Bilim Dalı	
Programı	
Makale ve Bildiriler (Varsa)	
1.	
2.	