



T.C.

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ

EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

TÜRKÇE VE SOSYAL BİLİMLER EĞİTİMİ

ANA BİLİM DALI

YÜKSEK  
LİSANS  
TEZİ

ORTAOKUL 7. SINIF ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL  
BİLGİLER DERSİ BAĞLAMINDA SOSYAL MEDYA  
KAVRAMINA İLİŞKİN BİLİŞSEL YAPILARININ  
METAFORLAR YOLUYLA İNCELENMESİ

Esra Nur SAĞLAMER

SOSYAL BİLGİLER EĞİTİMİ TEZLİ YÜKSEK LİSANS  
PROGRAMI

Antalya, 2025

**T.C.**  
**AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ**  
**EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**  
**TÜRKÇE VE SOSYAL BİLGİLER EĞİTİMİ ANA BİLİM DALI**  
**SOSYAL BİLGİLER EĞİTİMİ TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**ORTAOKUL 7. SINIF ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL BİLGİLER DERSİ**  
**BAĞLAMINDA SOSYAL MEDYA KAVRAMINA İLİŞKİN BİLİŞSEL**  
**YAPILARININ METAFORLAR YOLUYLA İNCELENMESİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Esra Nur SAĞLAMER**

**Danışman**

**Prof. Dr. Yüksel KAŞTAN**

**Antalya, 2025**

## DOĞRULUK BEYANI

Yüksek Lisans tezim olarak sunduğum “Ortaokul 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Sosyal Medya Kavramına İlişkin Bilişsel Yapılarının Metaforlar Yoluyla İncelenmesi” adlı bu çalışmayı bilimsel, ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yol ve yardıma başvurmaksızın yazdığımı, yararlandığım eserlerin kaynakçalardan gösterilenlerden oluştuğunu ve bu eserleri her kullanışında alıntı yaparak yararlandığımı belirtir; bunu onurumla doğrularım. Enstitü tarafından belli bir zamana bağlı olmaksızın, tezimle ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara katlanacağımı bildiririm.

**Ocak, 2025**

**Esra Nur SAĞLAMER**

T.C.

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ

EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

ESRA NUR SAĞLAMER'in bu çalışması 20/01/2025 tarihinde jürimiz tarafından **Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi** Ana Bilim Dalı **Sosyal Bilgiler Eğitimi** Tezli Yüksek Lisans Programında **Yüksek Lisans Tezi** olarak **oy birliği** ile kabul edilmiştir

İMZA

**Başkan** : Prof. Dr. Hilmi DEMİRKAYA  
(Akdeniz Üniversitesi, Eğitim Fakültesi,  
Türkçe ve Sosyal Bilimler Bölümü)

**Üye** : Doç. Dr. Feride ERSOY  
(Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Eğitim Fakültesi,  
Türkçe ve Sosyal Bilimler Bölümü)

**Üye (Danışman)** : Prof. Dr. Yüksel KAŞTAN  
(Akdeniz Üniversitesi, Eğitim Fakültesi,  
Türkçe ve Sosyal Bilimler Bölümü)

**YÜKSEK LİSANS TEZİNİN ADI:** Ortaokul 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Sosyal Medya Kavramına İlişkin Bilişsel Yapılarının Metaforlar Yoluyla İncelenmesi

**ONAY:** Bu tez, Enstitü Yönetim Kurulunca belirlenen yukarıdaki jüri üyeleri tarafından uygun görülmüş ve Enstitü Yönetim Kurulunun ..... tarihli ve ..... sayılı kararıyla kabul edilmiştir.

Enstitü Müdürü

Doç. Dr. Güçlü ŞEKERCİOĞLU

## TEŞEKKÜR

Yüksek lisans eğitimimde ve tez çalışmam sürecinde desteğini esirgemeyen, bilgisinden çokça yararlandığım görüş ve önerileri ile yol gösteren hem insani hem de akademik yönüyle örnek alacağım tez danışmanım kıymetli hocam Prof. Dr. Yüksel KAŞTAN'a teşekkürü bir borç bilirim.

Tez jürimde yer alan Prof. Dr. Hilmi DEMİRKAYA'ya, Doç. Dr. Ümit YILDIZ'a ve Doç. Dr. Feride ERSOY'a yapıcı eleştirileri ve değerli görüşleriyle tezimi daha da geliştirmeme yardımcı oldukları için çok teşekkür ederim.

Her zaman yanımda olan, sevgilerini ve desteklerini koşulsuzca hissettiren, bu süreçte stresimi ve mutluluğumu benimle birlikte paylaşan annem Ayfer SAĞLAMER'e, babam Mehmet Emin SAĞLAMER'e ve kardeşim Mümin Emre SAĞLAMER'e minnettarım.

Her daim desteğini hissettiğim, iyi ki var dediğim biricik dostum Merve YERLİKAYA'ya çok teşekkür ederim.

Bu süreçte iyi ve kötü her anımda yanımda olan, yardımını eksik etmeyen, yüksek lisansın bana kazandırdığı canım arkadaşım Kübra ÖZMEN'e çok teşekkür ederim.

Esra Nur SAĞLAMER

Ocak, 2025

## ÖZET

### **ORTAOKUL 7. SINIF ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL BİLGİLER DERSİ BAĞLAMINDA SOSYAL MEDYA KAVRAMINA İLİŞKİN BİLİŞSEL YAPILARININ METAFORLAR YOLUYLA İNCELENMESİ**

SAĞLAMER, ESRA NUR

Yüksek Lisans, Sosyal Bilgiler Eğitimi Ana Bilim Dalı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Yüksel KAŞTAN

Ocak 2025, 144 Sayfa

Bu araştırmanın amacı 7. sınıf öğrencilerinin sosyal bilgiler dersi bağlamında sosyal medya kavramına ilişkin bilişsel yapılarının metaforlar yoluyla incelenmesidir. Araştırmanın çalışma grubunu 2022-2023 eğitim öğretim yılında Antalya ilindeki özel ve devlet okullarında öğrenim gören 346 7. sınıf öğrencisi oluşturmaktadır. Araştırmada nitel araştırma desenlerinden olgu bilim (fenomenoloji) kullanılmıştır. Araştırmanın verileri literatürdeki çalışmalar incelenerek üç bölümden oluşturulan bir veri toplama formu kullanılarak toplanmıştır. İlk bölümde “Sosyal Medya...gibidir/benzer. Çünkü...” şeklinde cümleyi tamamlamaları, ikinci bölümde sosyal medya kavramının hatırlattıklarına ilişkin çizim yapmaları, üçüncü bölümde ise sosyal medya kavramı konusunda düşüncelerini kısa bir kompozisyon yazarak açıklamaları istenmiştir. Verilerin analizinde betimsel analiz ve içerik analizi kullanılmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlar genel olarak değerlendirildiğinde, öğrencilerin sosyal medya kavramını en çok “eğlence yeri”, “kitap”, “sigara” metaforlarıyla açıkladıkları tespit edilmiştir. Sosyal medya kavramıyla ilgili oluşturulan metaforlar ortak özellikleri dikkate alınarak 8 tema altında sınıflandırılmış olup ağırlıklı olarak “eğlenme ve vakit geçirme unsuru olarak sosyal medya” temasında metaforların toplandığı belirlenmiştir. Öğrencilerin yaptıkları çizimler 6 zihinsel imgeye ayrılmış olup çizimlerin en çok “bilinçli kullanma ve farkındalık” zihinsel imgesinde yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır. Yazılan kompozisyonlar da 6 tema altında değerlendirilmiş ve kompozisyonların en çok “bilinçli kullanma ve farkındalık” teması altında toplandığı tespit edilmiştir. Öğrencilerin sosyal medya kavramına ilişkin metaforları, çizimleri ve kompozisyonları incelendiğinde “bağımlılık yapma” temasında birbirini destekler nitelikte metaforlar ve çizimler olduğu, metaforda “insanı etkileme unsuru olarak sosyal medya” teması ile kompozisyonda “bilinçli kullanma ve farkındalık” temasında birbirini destekleyecek şekilde içeriklerin olduğu belirlenmiştir. Araştırma sonuçları, öğrencilerin sosyal medya kavramına

ilişkin zengin bilişsel yapılara sahip olduklarını ve medya okuryazarı olduklarını ortaya koymaktadır.

***Anahtar Kelimeler:*** Sosyal Bilgiler, Sosyal Medya, Bilişsel Yapı



## **ABSTRACT**

### **AN EXAMINATION OF 7TH GRADE MIDDLE SCHOOL STUDENTS' COGNITIVE STRUCTURES REGARDING THE CONCEPT OF SOCIAL MEDIA WITHIN THE CONTEXT OF SOCIAL STUDIES THROUGH METAPHORS**

SAĞLAMER, ESRA NUR

Master's Thesis, Department of Social Studies Education

Thesis Advisor: Prof. Dr. Yüksel KAŞTAN

January 2025, 144 Pages

The aim of this study is to examine the cognitive structures of 7th-grade students regarding the concept of social media within the context of social studies through metaphors. The study group consists of 346 7th-grade students enrolled in private and public schools in Antalya during the 2022–2023 academic year. The research employs qualitative research designs, phenomenology. Data were collected using a data collection form structured in three sections based on a review of the literature. In the first section, students were asked to complete the sentence, “Social media is like... / similar to... because...”. In the second section, they were instructed to create drawings reflecting what the concept of social media evoked for them. Finally, in the third section, students were requested to express their thoughts on the concept of social media in a brief essay. Descriptive analysis and content analysis were used to analyze the data. When the results of the study are evaluated as a whole, it has been determined that students most frequently explained the concept of social media using metaphors such as “place of entertainment,” “book,” and “cigarette”. The metaphors created for the concept of social media have been classified into eight themes based on their shared characteristics, and it has been determined that the majority of the metaphors are grouped under the theme of "social media as an element of entertainment and time-passing". The drawings created by the students were categorized into six mental images, with the majority falling under the mental image of 'conscious use and awareness. The compositions written by the students were evaluated under six themes, with the predominant theme also identified as “conscious use and awareness”. An analysis of the students' metaphors, drawings, and compositions related to the concept of social media revealed that metaphors and drawings within the “addictive nature” theme were mutually supportive, and that content in the metaphor theme “social media as an influencing factor on individuals” and the composition theme “conscious use and awareness” also supported each

other. The results of the research reveal that students possess rich cognitive structures regarding the concept of social media and are media literate.

**Keywords:** *Social Studies, Social Media, Cognitive Structure*



## İÇİNDEKİLER

|                           |      |
|---------------------------|------|
| TEŞEKKÜR .....            | i    |
| ÖZET .....                | ii   |
| ABSTRACT .....            | iv   |
| İÇİNDEKİLER.....          | vi   |
| TABLolar LİSTESİ .....    | xi   |
| ŞEKİLLER LİSTESİ.....     | xii  |
| METİN LİSTESİ.....        | xii  |
| METİN KUTUSU LİSTESİ..... | xii  |
| FOTOĞRAF LİSTESİ.....     | xii  |
| RESİM LİSTESİ .....       | xiii |
| KISALTMALAR LİSTESİ.....  | xiv  |

### BÖLÜM I GİRİŞ

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| 1.1. Problem Durumu .....     | 1 |
| 1.2. Araştırmanın Amacı ..... | 3 |
| 1.2.1. Alt Amaçlar .....      | 3 |
| 1.3. Araştırmanın Önemi ..... | 3 |
| 1.4. Sayıtlılar .....         | 4 |
| 1.5. Sınırlılıklar.....       | 4 |
| 1.6. Tanımlar .....           | 5 |

### BÖLÜM II KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

|                                          |    |
|------------------------------------------|----|
| 2.1. Medya Kavramı .....                 | 6  |
| 2.2. Sosyal Medya Kavramı .....          | 7  |
| 2.3. Sosyal Medya Kullanım Verileri..... | 9  |
| 2.4. Sosyal Medya Araçları .....         | 12 |
| 2.4.1. Bloglar .....                     | 14 |
| 2.4.2. Mikroblogger.....                 | 15 |
| 2.4.3. Wikiler.....                      | 15 |

|                                                                                    |    |
|------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.4.4. Sosyal İşaretleme Siteleri .....                                            | 16 |
| 2.4.5. Medya Paylaşım Siteleri.....                                                | 17 |
| 2.4.7. Sosyal Ağlar / Sosyal Ağ Siteleri .....                                     | 18 |
| 2.4.8. Diğer Sosyal Ağlar .....                                                    | 19 |
| 2.5. Sosyal Medya Kavramının Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programındaki Yeri..... | 20 |
| 2.6. Sosyal Medya Kavramının Sosyal Bilgiler Ders Kitabındaki Yeri.....            | 21 |
| 2.7. Metafor Kavramı .....                                                         | 23 |
| 2.7.1. Eğitimde ve Sosyal Bilgiler Dersi Öğretiminde Metaforun Yeri ve Önemi ..... | 23 |
| 2.7.2. Bilişsel Yapı ve Metafor Yoluyla Bilişsel Yapının Belirlenmesi .....        | 24 |
| 2.8. Zihinsel İmge Kavramı.....                                                    | 25 |
| 2.9. Yurt Dışında Yapılan Çalışmalar .....                                         | 25 |
| 2.10. Yurt İçinde Yapılan Çalışmalar.....                                          | 27 |

### **BÖLÜM III YÖNTEM**

|                                    |    |
|------------------------------------|----|
| 3.1. Araştırma Yöntemi .....       | 33 |
| 3.2. Çalışma Grubu.....            | 33 |
| 3.3. Veri Toplama Aracı .....      | 34 |
| 3.3.1. Metafor .....               | 34 |
| 3.4. Veri Toplama Teknikleri ..... | 34 |
| 3.4.1. Çizim Tekniği.....          | 34 |
| 3.4.2. Kompozisyon Tekniği .....   | 35 |
| 3.5. Veri Toplama Süreci.....      | 35 |
| 3.6. Verilerin Analizi .....       | 36 |

### **BÖLÜM IV BULGULAR**

|                                                                                                                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.1. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Sahip Oldukları Metaforlara Yönelik Bulgular .....                                                 | 38 |
| 4.1.1. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Oluşturduğu Metaforların Ortak Özellikleri Bakımından Toplandığı Temalara Yönelik Bulgular ..... | 40 |

|                                                                                                                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.1.1.1. Eğlenme ve Vakit Geçirme Unsuru Olarak Sosyal Medya .....                                                                                                   | 40 |
| 4.1.1.2. Bilgi Edinme ve Haber Kaynağı Unsuru Olarak Sosyal Medya .....                                                                                              | 45 |
| 4.1.1.3. Bağımlılık Yapma Unsuru Olarak Sosyal Medya .....                                                                                                           | 49 |
| 4.1.1.4. İnsanı Etkileme Unsuru Olarak Sosyal Medya.....                                                                                                             | 52 |
| 4.1.1.5. Sosyalleşme ve Paylaşım Yapma Unsuru Olarak Sosyal Medya.....                                                                                               | 57 |
| 4.1.1.6. Zaman Kaybetme Unsuru Olarak Sosyal Medya .....                                                                                                             | 61 |
| 4.1.1.7. Yaşam Kaynağı Unsuru Olarak Sosyal Medya .....                                                                                                              | 62 |
| 4.1.1.8. Sınırsız Olma Unsuru Olarak Sosyal Medya.....                                                                                                               | 64 |
| 4.2. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Çizimlerinde Yansıtılan Metaforlara Yönelik Bulgular .....                                               | 64 |
| 4.2.1. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Oluşturduğu Çizimlerin Ortak Özellikleri Bakımından Toplandığı Zihinsel İmgelere Yönelik Bulgular..... | 71 |
| 4.2.1.1. Bilinçli Kullanma ve Farkındalık .....                                                                                                                      | 71 |
| 4.2.1.2. Sosyal Medya Uygulamalarının Kullanımı .....                                                                                                                | 73 |
| 4.2.1.3. Bağımlılık Yapma.....                                                                                                                                       | 75 |
| 4.2.1.4. Duygusal Etki .....                                                                                                                                         | 77 |
| 4.2.1.5. Tehlikeli Olabilecek Durumlar .....                                                                                                                         | 78 |
| 4.2.1.6. Olabilecek Hastalıklar .....                                                                                                                                | 80 |
| 4.3. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Kompozisyonlarında Yansıtılan Metaforlara Yönelik Bulgular .....                                         | 82 |
| 4.3.1. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Oluşturduğu Kompozisyonların Ortak Özellikleri Bakımından Toplandığı Temalara Yönelik Bulgular .....   | 84 |
| 4.3.1.1. Bilinçli Kullanma ve Farkındalık .....                                                                                                                      | 84 |
| 4.3.1.2. Duygusal Etki .....                                                                                                                                         | 86 |
| 4.3.1.3. Olabilecek Hastalıklar .....                                                                                                                                | 86 |
| 4.3.1.4. Tehlikeli Olabilecek Durumlar .....                                                                                                                         | 87 |
| 4.3.1.5. Bağımlılık Yapma.....                                                                                                                                       | 88 |
| 4.3.1.6. Sosyal Medya Uygulamalarının Kullanımı .....                                                                                                                | 88 |

|                                                                                                                                                                                                                         |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.4. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Metaforlarının, Çizimlerinin ve Kompozisyonlarının Benzerlik ve Farklılığına Yönelik Bulgular .....                                                         | 89  |
| 4.5. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Oluşturduğu Metaforlar, Çizimler ve Kompozisyonlar ile Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programındaki Beceri ile Kazanımların İlişkisine Yönelik Bulgular..... | 101 |

## **BÖLÜM V**

### **SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER**

|                                                                                                                                                                                                                         |            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 5.1. Sonuç ve Tartışmalar .....                                                                                                                                                                                         | 105        |
| 5.1.1. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına Yönelik Sahip Oldukları Metaforlara İlişkin Sonuç ve Tartışma .....                                                                                               | 105        |
| 5.1.1.1. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Oluşturduğu Metaforların Ortak Özellikleri Bakımından Toplandığı Temalara Yönelik Sonuç ve Tartışma .....                                               | 106        |
| 5.1.2. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Çizimlerinde Yansıtılan Metaforlara Yönelik Sonuç ve Tartışma .....                                                                                       | 114        |
| 5.1.2.1. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Oluşturduğu Çizimlerin Ortak Özellikleri Bakımından Toplandığı Zihinsel İmgelere Yönelik Sonuç ve Tartışma.....                                         | 115        |
| 5.1.3. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Kompozisyonlarında Yansıtılan Metaforlara Yönelik Sonuç ve Tartışma .....                                                                                 | 118        |
| 5.1.3.1. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Oluşturduğu Kompozisyonların Ortak Özellikleri Bakımından Toplandığı Temalara Yönelik Sonuç ve Tartışma.....                                            | 119        |
| 5.1.4. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Metaforlarının, Çizimlerinin ve Kompozisyonlarının Benzerlik ve Farklılığına İlişkin Sonuç ve Tartışma .....                                              | 123        |
| 5.1.5. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Oluşturduğu Metaforlar, Çizimler ve Kompozisyonlar ile Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programındaki Kazanımların İlişkisine Yönelik Sonuç ve Tartışma..... | 124        |
| 5.2. Öneriler.....                                                                                                                                                                                                      | 125        |
| <b>KAYNAKÇA.....</b>                                                                                                                                                                                                    | <b>126</b> |
| <b>EKLER.....</b>                                                                                                                                                                                                       | <b>137</b> |
| EK-1 Etik Kurul Kararı .....                                                                                                                                                                                            | 137        |

|                                   |            |
|-----------------------------------|------------|
| EK-2 Araştırma Uygulama İzni..... | 138        |
| EK-3 Bildirim Sayfası .....       | 139        |
| EK-4 Veri Toplama Formu .....     | 140        |
| <b>ÖZ GEÇMİŞ .....</b>            | <b>142</b> |
| <b>İNTİHAL RAPORU .....</b>       | <b>143</b> |



## TABLÖLAR LİSTESİ

|                                                                                                                                                         |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Tablo 1.</b> Sosyal Medya Araçlarıyla İlgili Yapılmış Bazı Sınıflandırmalar.....                                                                     | 13  |
| <b>Tablo 2.</b> Öğrencilerin Cinsiyete Göre Dağılımlarının Frekansları ve Yüzdelik Oranları .....                                                       | 34  |
| <b>Tablo 3.</b> 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Sahip Oldukları Metaforlar .....                                                 | 38  |
| <b>Tablo 4.</b> 7. Sınıf Öğrencileri Tarafından Oluşturulan Metaforların Ortak Özellikleri Bakımından Toplandığı Temalar .....                          | 40  |
| <b>Tablo 5.</b> Eğlenme ve Vakit Geçirme Unsuru Olarak Sosyal Medya Temasına Ait Metaforların Dağılımı .....                                            | 41  |
| <b>Tablo 6.</b> Bilgi Edinme ve Haber Kaynağı Unsuru Olarak Sosyal Medya Temasına Ait Metaforların Dağılımı.....                                        | 45  |
| <b>Tablo 7.</b> Bağımlılık Yapma Unsuru Olarak Sosyal Medya Temasına Ait Metaforların Dağılımı .....                                                    | 49  |
| <b>Tablo 8.</b> İnsanı Etkileme Unsuru Olarak Sosyal Medya Temasına Ait Metaforların Dağılımı.....                                                      | 52  |
| <b>Tablo 9.</b> Sosyalleşme ve Paylaşım Yapma Unsuru Olarak Sosyal Medya Temasına Ait Metaforların Dağılımı.....                                        | 58  |
| <b>Tablo 10.</b> Zaman Kaybetme Unsuru Olarak Sosyal Medya Temasına Ait Metaforların Dağılımı .....                                                     | 61  |
| <b>Tablo 11.</b> Yaşam Kaynağı Unsuru Olarak Sosyal Medya Temasına Ait Metaforların Dağılımı .....                                                      | 63  |
| <b>Tablo 12.</b> Sınırsız Olma Olarak Sosyal Medya Temasına Ait Metaforların Dağılımı .....                                                             | 64  |
| <b>Tablo 13.</b> Sosyal Medya Kavramına İlişkin Çizimlerin Ortak Özellikler Bakımından Toplandığı Zihinsel İmgeler .....                                | 71  |
| <b>Tablo 14.</b> Sosyal Medya Kavramına İlişkin Yazılan Kompozisyonların Ortak Özellikleri Bakımından Toplandığı Temalar .....                          | 84  |
| <b>Tablo 15.</b> 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Oluşturduğu Metafor, Çizim ve Kompozisyonların Benzerlik Gösterme Bulgusu ..... | 90  |
| <b>Tablo 16.</b> Sosyal Medya Kavramına İlişkin Oluşturulan Metafor ve Çizimlerin Benzerliklerine İlişkin Frekans Değerleri.....                        | 92  |
| <b>Tablo 17.</b> Sosyal Medya Kavramına İlişkin Oluşturulan Metafor ve Kompozisyonların Benzerliklerine İlişkin Frekans Değerleri.....                  | 93  |
| <b>Tablo 18.</b> Araştırmada Elde Edilen Temalar ile 7. Sınıf Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programında İlişkili Bulunan Bulgular.....                  | 101 |

## ŞEKİLLER LİSTESİ

|                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------|----|
| Şekil 1. Temel Dijital Başlıklar .....                                | 10 |
| Şekil 2. Sosyal Medyayı Kullanmanın Başlıca Nedenleri.....            | 10 |
| Şekil 3. Türkiye Dijital Verileri .....                               | 11 |
| Şekil 4. Türkiye’de Sosyal Medyayı Kullanmanın Başlıca Nedenleri..... | 12 |

## METİN LİSTESİ

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| Metin 1. Genel Ağ ve Sosyal Medya.....                          | 22 |
| Metin 2. Sosyal Medya Kullanımı Olumlu ve Olumsuz Yönleri ..... | 22 |
| Metin 3. Sosyal Medya Kullanımı .....                           | 23 |

## METİN KUTUSU LİSTESİ

|                                              |     |
|----------------------------------------------|-----|
| Metin Kutusu 1. Ö118’e Ait Kompozisyon.....  | 98  |
| Metin Kutusu 2. Ö90’a Ait Kompozisyon.....   | 98  |
| Metin Kutusu 3. Ö255’e Ait Kompozisyon.....  | 99  |
| Metin Kutusu 4. Ö177’ye Ait Kompozisyon..... | 99  |
| Metin Kutusu 5. Ö213’e Ait Kompozisyon.....  | 100 |
| Metin Kutusu 6. Ö192’ye Ait Kompozisyon..... | 100 |

## FOTOĞRAF LİSTESİ

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| Fotoğraf 1. Sosyal Medya Üzerinden Görüntülü İletişim ..... | 22 |
|-------------------------------------------------------------|----|

## RESİM LİSTESİ

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| Resim 1. Ö178'e Ait Çizim .....   | 65 |
| Resim 2. Ö41'e Ait Çizim .....    | 65 |
| Resim 3. Ö197'ye Ait Çizim .....  | 66 |
| Resim 4. Ö13'e Ait Çizim .....    | 66 |
| Resim 5. Ö243'e Ait Çizim .....   | 67 |
| Resim 6. Ö48'e Ait Çizim .....    | 67 |
| Resim 7. Ö159'a Ait Çizim .....   | 68 |
| Resim 8. Ö58'e Ait Çizim .....    | 68 |
| Resim 9. Ö176'ya Ait Çizim .....  | 69 |
| Resim 10. Ö261'e Ait Çizim .....  | 69 |
| Resim 11. Ö131'e Ait Çizim .....  | 70 |
| Resim 12. Ö14'e Ait Çizim .....   | 70 |
| Resim 13. Ö302'ye Ait Çizim ..... | 72 |
| Resim 14. Ö45'e Ait Çizim .....   | 72 |
| Resim 15. Ö187'ye Ait Çizim ..... | 73 |
| Resim 16. Ö292'ye Ait Çizim ..... | 73 |
| Resim 17. Ö311'e Ait Çizim .....  | 74 |
| Resim 18. Ö223'e Ait Çizim .....  | 74 |
| Resim 19. Ö236'ya Ait Çizim ..... | 75 |
| Resim 20. Ö164'e Ait Çizim .....  | 75 |
| Resim 21. Ö1'e Ait Çizim .....    | 76 |
| Resim 22. Ö305'e Ait Çizim .....  | 76 |
| Resim 23. Ö167'ye Ait Çizim ..... | 77 |
| Resim 24. Ö259'a Ait Çizim .....  | 77 |
| Resim 25. Ö211'e Ait Çizim .....  | 78 |
| Resim 26. Ö239'a Ait Çizim .....  | 79 |
| Resim 27. Ö32'e Ait Çizim .....   | 79 |
| Resim 28. Ö138'e Ait Çizim .....  | 80 |
| Resim 29. Ö184'e Ait Çizim .....  | 81 |
| Resim 30. Ö174'e Ait Çizim .....  | 81 |

## KISALTMALAR LİSTESİ

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

ARPANET: İleri Araştırma Projeleri Ajansı Bilgisayar Ağı

DPT: Devlet Planlama Teşkilatı

F: Frekans

MEB: Millî Eğitim Bakanlığı

ODTÜ: Orta Doğu Teknik Üniversitesi

SMS: Kısa Mesaj Hizmeti

TDK: Türk Dil Kurumu

TÜBİTAK: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu

Vb: Ve Benzeri

WWW: Dünya Çapında Ağ

## BÖLÜM I

### GİRİŞ

#### 1.1. Problem Durumu

İnsan sosyal bir varlıktır ve insanların yaşamını devam ettirebilmeleri için iletişim kurmaları son derece önemlidir. İnsanlığın doğuşu, sosyal bilgiler dersinin gelişimi ve iletişimin gerekliliği, tıpkı domino taşları gibi doğrudan bağlantı kurmayan ancak birbirini etkileyerek yönlendiren ve eş zamanlı olarak etkileşime giren bir sürecin yansıması olarak ortaya çıkmaktadır (Gürbüz, 2018). 21. yüzyılda bilişim ve internet teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin yanı sıra bu teknolojilerin yaşamın tüm alanlarında yer almasıyla dünya adeta küçük çaplı küresel köye dönüşmüştür. Öyle ki, bir olay küçük bir yerde meydana gelmiş olsa bile küresel boyutta yayılma potansiyeline sahip olabilmektedir (Taşdemir, 2021). Bu anlamda dünya elimizin altındaymış gibi hissetmek, mesafe olarak dünyanın uzak yerlerinde yaşam süren kişilerin ne yaptıklarını öğrenmek, dünyada olup biten gelişmelerden haberdar olmak, gitmeye fırsat bulunamayan eğitimleri çevrimiçi almak, yazılanları, söylenenleri sorgulamak, tenkit etmek, kendi hislerimizi ve fikirlerimizi sayısız kişiye iletebilmek mümkün hale gelmektedir (Türkan, 2019).

Dünyada insanlar artık interneti aktif olarak kullanmaktadır. Yaşa bakılmaksızın bütün insanlar vaktinin çoğunu internette geçirmektedir (Demirtaş, 2017). İnternet ağlarının bu derece yaygınlaşması “sosyal medya” kavramını ortaya çıkarmıştır (Umuş, 2022). Sosyal medya, sosyal ağ siteleri yoluyla medyanın sanal ortamda var olması olarak açıklanmaktadır (Özer, 2019). Sosyal medya; Twitter, Youtube, Facebook, Whatsapp, Instagram ve bunlar gibi çeşitli sosyal ağ sitelerinin bir araya gelmesiyle ortaya çıkmaktadır. Sosyal ağ siteleri, bireylerin karşılıklı iletişim kurmasına yardımcı olmakla beraber paylaşım yaptıkları içeriklerden birbirlerinin haberdar olmalarını sağlamaktadır (Demirtaş, 2017). Sosyal medya ile insanlar iletişim, etkileşim ve haberleşmeyi en üst seviyede kullanmaktadır. Düşüncelerini rahatça paylaşan, büyük kitlelere kolay ulaşabilen, toplumsal olaylarda birbirini tanımayan insanlar, milyonları oluşturarak olayların seyrini değiştirebilmektedir. Olumlu ya da olumsuz bütün yönleriyle sosyal medya hayatımızın pek çok ortamında var olan bir olgudur (Tuğlu, 2017).

Dünyada hızla yayılan sosyal medya insan hayatının da ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. İnsanların düşüncelerini rahatça paylaşabildikleri sosyal medya siteleri, günümüz

şartlarında farklı yaş gruplarından bireyleri kısa sürede etkilemiş ve etkilemeyi de sürdürmektedir (Tuğlu, 2017). Okula giden öğrencilerin genellikle çoğu sosyal medya kullanıcısı olmakta ve sosyal medyada vakit geçirmektedir. Bilhassa sosyal medya ergenlik döneminde olan çocuklar ile gençlerin bulunduğu ortamda hızla popülerleşmektedir (Demirtaş, 2017). İnternet ve sosyal medya, özellikle küçük yaştaki çocuklar ve gençler üzerinde çeşitli uygulamaları sayesinde daha fazla dikkat çekmektedir (Demir, 2016). Bu çerçevede, gençler sosyal medyayı kullanmada başrolü oynamaktadır. Çocuklar arkadaşlarıyla bir araya gelip oyun oynamaktan ziyade çevrimiçi oyun sitelerine daha çok bakmakta ve takip etmektedir. Yetişkinler ise arkadaşlarıyla buluşup konuşmak amacıyla internet kullanmaktadır. Bu durum, yaşamlarının çoğu alanına interneti dahil eden bir internet toplumu oluşturmaktadır (Demirtaş, 2017). Sosyal medya, sosyalleşmenin merkezi haline gelmiştir. Çünkü sosyal medya aracılığıyla çocuklar, kendilerini diğer insanlara açık bir şekilde ifade edebilmektedir. Bilinçli kullanıldığında sosyal medya çocuklar için önemli bir gelişim aracı olabilir (Zengin, 2019).

Sosyal bilgiler, disiplinler arası ve günlük yaşamla ilişkili bir derstir. Toplumsal ve güncel olay ile durumlar sosyal bilgiler dersiyle kapsam yönünden ilişkilendirilmektedir. Küreselleşmekte olan dünyada ve toplum içerisinde bu konular internet vasıtasıyla yaşamımıza dahil olmakta, bu da sosyal bilgiler ile internet arasındaki etkileşimi ortaya çıkarmaktadır (Güngör Arslan, 2022). Sosyal bilgilerin gelişimine bakıldığında radyo, gazete, televizyon ve internet gibi kitle iletişim araçlarının ve güncel olayların öğretimi gibi konuları da kapsadığı görülmektedir (Altun, 2010). Sosyal bilgiler dersi kişileri yalnızca topluma, geleceğe ve hayata hazırlama hedefine yönelik bir vatandaş yetiştirme amacıyla kalmayıp çocukları gelişim ve değişim gösteren durumlara, bilim ile teknolojiye de hazırlamayı amaçlamaktadır (Turan, 2018).

Bu araştırmada 7. sınıf öğrencilerinin sosyal bilgiler dersi bağlamında sosyal medya kavramına ilişkin bilişsel yapılarının metaforlar, çizimler ve kompozisyonlar yoluyla incelenmesi amaçlanmıştır. Böylece öğrencilerin sosyal medya kavramı denilince akıllarına ne geldiği, sosyal medya kavramını nasıl algıladıkları ve bu kavramla ilgili varsa kavram yanılgılarının neler olduğu da belirlenmiştir. Bu bağlamda yapılan çalışmada “7. sınıf öğrencilerinin sosyal bilgiler dersi bağlamında sosyal medya kavramına ilişkin bilişsel yapıları” na yanıt aranmıştır.

## 1.2. Araştırmanın Amacı

Yapılan bu araştırmada, Antalya ilinde bulunan özel ve devlet okullarında öğrenim gören 7. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kavramına ilişkin bilişsel yapılarının metaforlar yoluyla incelenmesi amaçlanmıştır.

### 1.2.1. Alt Amaçlar

1- Sosyal bilgiler dersini alan 7. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kavramına ilişkin sahip oldukları metaforlar nelerdir?

a- Metaforlar ortak özellikler bakımından hangi temalar altında toplanmaktadır?

2- Sosyal bilgiler dersini alan 7. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kavramına ilişkin çizimlerinde yansıtılan metaforlar nelerdir?

a- Çizimler ortak özellikler bakımından hangi zihinsel imgeler altında toplanmaktadır?

3- Sosyal bilgiler dersini alan 7. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kavramına ilişkin kompozisyonlarında yansıtılan metaforlar nelerdir?

a- Kompozisyonlar ortak özellikler bakımından hangi temalar altında toplanmaktadır?

4- 7. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kavramına ilişkin metaforlarının, çizimlerinin ve kompozisyonlarının analizi sonucunda elde edilen benzerlik ve farklılıkları nelerdir?

5- Sosyal bilgiler dersini alan 7. sınıf öğrencilerinin oluşturduğu metaforlar, çizimler ve kompozisyonlardan elde edilen sosyal medya kavramı algısı, sosyal bilgiler dersi öğretim programındaki beceri ve kazanımlarla benzer nitelik göstermekte midir?

## 1.3. Araştırmanın Önemi

Hızla ilerleme gösteren iletişim teknolojileri, insanların toplumsal hayatını da etkilemektedir. Çoğunluğun kullandığı iletişim araçlarından biri olan sosyal medya, günümüzde önemli bir yere sahiptir (Vatandaş, 2017). Preeti (2009) sosyal medyayı insanların fikirlerini paylaşmalarını ve ortak bir amaç doğrultusunda birbirleriyle etkileşim kurmalarını kolaylaştıran çevrimiçi bir topluluk oluşumu olarak tanımlamaktadır. Sosyal medya ağları, çevrimiçi ortamlarda bireysel ya da topluluk halinde küresel iletişime fırsat vererek yaşamın vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiştir (Tutgun Ünal ve Deniz, 2020).

Teknolojik araçların taşınabilir olması ile her yerde internete ulaşılabilmesi, çocukların vakitlerinin çoğunu sosyal medyada geçirmelerine dolayısıyla da sosyal medyadan önemli derecede etkilenmelerine yol açmaktadır (Erol, 2024). Çocuklar sosyal medyayı günlük

yaşantılarının her alanına dahil etmektedir. Sosyal medya iletişim kurma, eğlenme, bilgi edinme gibi çeşitli amaçlarla kullanılmaktadır. Ancak kullanım durumuna bağlı olarak sosyal medyanın bağımlılık yapma, zaman kaybına neden olma gibi olumsuz etkileri de ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla öğrencilerin sosyal medya kavramına ilişkin farklı bakış açıları oluşmaktadır. Bu bağlamda öğrencilerin eğitim sürecinde öğrendikleri bilgileri bilişsel olarak nasıl yapılandırdıklarını belirlemek önemlidir (Kaya ve Aladağ, 2018). Öğrenmede ve hatırlamada önemli olan bilişsel yapı yeni bilgilerin bağlanacağı şemayı ve bilgiler arasındaki ilişkilerin durumunu belirlemektedir (Benibil, 2019). Yapılan çalışma ile 7. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kavramına ilişkin bilişsel yapıları incelenmiştir.

Literatür incelendiğinde, sosyal medya kavramının metaforik algısı üzerine birçok çalışma yapılmıştır. Ancak bu çalışma ortaokul 7. sınıf öğrencilerinin sosyal bilgiler dersi bağlamında sosyal medya kavramına ilişkin bilişsel yapılarını metaforlar yoluyla inceleyen bir çalışma olması bakımından önem taşımaktadır. Bu çalışmanın alan yazına ve sonraki çalışmalara yol göstereceği düşünülmektedir.

#### **1.4. Sayıtlar**

Bu araştırmada;

Farklı veri toplama araçlarının kullanımının çalışmalarda nitelikli veri toplama hususunda etkisinin olduğu,

7. sınıf öğrencileri, sosyal medya kavramı ile ilgili veri toplama formuna görüşlerini belirtmeden önce, araştırmacı tarafından veri toplama formunda metaforun nasıl oluşturulması ve açıklanması gerektiği, çizim ve kompozisyon yazma bölümlerinin nasıl cevaplandırılması gerektiği konularıyla ilgili bilgilendirmiş ve öğrencilerin bunu anladıkları ve veri toplama formundaki verileri samimi ve dikkatli şekilde cevapladıkları, varsayılmıştır.

#### **1.5. Sınırlılıklar**

Bu araştırma;

Araştırmanın gerçekleştirildiği 2022-2023 eğitim-öğretim yılı,

Araştırmanın gerçekleştirildiği Kepez, Muratpaşa, Konyaaltı ve Aksu ilçeleri,

Çalışma grubundaki devlet okulu ve özel okulda öğrenim gören 7. sınıf öğrencilerinin veri toplama formuna verdiği yanıtlar,

Araştırmacının ulaşmış olduğu kaynaklar ile sınırlıdır.

## 1.6. Tanımlar

**Sosyal Bilgiler:** Kişinin toplumsal varoluşunu hayata geçirmesine yardımcı olma sebebiyle; tarih, psikoloji, sosyoloji, ekonomi, antropoloji, felsefe, hukuk, coğrafya, siyaset bilimi gibi sosyal bilimler ile vatandaşlık bilgisini içeren konuları kapsayan; bir ünite ya da tema başlığı altında öğrenme alanlarının bir araya gelmesini içeren; bireylerin fiziksel ve sosyal çevresiyle girdiği etkileşimi, geçmişten başlayarak bugün ve gelecek zamanlarını da kapsayacak şekilde ele alan; toplu öğretim anlayışı doğrultusunda oluşturulmuş bir derstir (MEB, 2005).

**Sosyal Medya:** Genel ağda oluşturulan sosyal ağlar aracılığıyla kullanan kişiler arasında işitsel-görsel içerik paylaşımı yapmayı, bilgi iletimini, haberleşmeye katkısı olan iletişim platformudur (TDK, 2024).

**Bilişsel Yapı:** Bir öğrenme durumunda bilgiyi oluşturan yapıları düzenleyen ve zihinde tutan şema veya çatı olarak tanımlanır (Özenç Uçak ve Güzeldere, 2006).

**Metafor:** Kişilerin bir kavrama yönelik oluşturduğu anlam, etiket veya kavramsal açıklamalardır (Eraslan, 2011).

**Çizim:** Çizgiyle yapılan ve sanatsal olmaktan çok teknik özellikler taşıyan betimleme; özel olarak, biçimlerin taslak olarak ya da salt sanatsal amaçla bir yüzey üstünde çizgiyle verilmesi (TÜBA, 2011, aktaran Bayram, 2019).

**Kompozisyon:** Öğrencilerin duygularını ve fikirlerini düzgün ve etkili bir şekilde açıklamaları için yaptırılmış olan sözlü ya da yazılı çalışmadır (TDK, 2024).

## BÖLÜM II

### KURAMSAL ÇERÇEVE VE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Bu bölümde medya ve sosyal medya kavramına, sosyal medya kullanım verilerine, sosyal medya araçlarına, sosyal medya kavramının sosyal bilgiler dersi öğretim programındaki ve sosyal bilgiler ders kitabındaki yerine, metafor kavramına, metaforun eğitimde ve sosyal bilgiler dersi öğretimindeki yeri ve önemine, bilişsel yapı ve metafor yoluyla bilişsel yapının belirlenmesine, zihinsel imgeye, yurt dışında ve yurt içinde yapılan çalışmalara yer verilmiştir.

#### 2.1. Medya Kavramı

Medyanın var olması apaçık bir şekilde bireylerin iletişim kurma ihtiyacından doğmuştur. Geçmiş zamanda kişilerin duman ve ateş yoluyla iletişim kurması, yaşadıkları yerlerin duvarlarına resimler yapması ya da çeşitli sesleri çıkarabilmek için değişik aletleri kullanması gibi sebepler iletişime olan ihtiyacı ve bununla birlikte medyanın gelişim sürecine örnek olarak verilmektedir (Vardarlıer ve Zafer, 2019). Karaboğa'ya (2019) göre medya; bireyleri haberdar etme, bilgilendirme, eğitme, eğlendirme gibi işlevleri olan kitle iletişim araçlarının tamamıdır. Başka bir tanıma göre medya; bilgi, içerik, haber üretmek ve bilgiyi paylaşma, bilgiyi elde etme ile okuma yatkınlıklarının değişim göstermesidir (Polat, 2016, aktaran Temizel, 2023). Üstelik medya, kitap, dergi, gazete, televizyon, radyo ile internet gibi büyük kitlelere erişilmesine destek olan sözlü, yazılı ve görsel kitle iletişim ya da başka anlamıyla kitle haberleşme araçlarının hepsini de kapsamaktadır (Pala, 2017).

Sanayi devrimi sonrasında ülkeler arasındaki ekonomik, siyasi, kültürel yakınlaşmalar nedeniyle zaman tasarrufu sağlamak amacıyla kitle iletişim araçlarına ihtiyaç duyulmuştur. Günümüzde elektronik devirde kitle iletişim araçları da toplumsal hayatın ayrılmaz bir parçası olmuştur (Temizel, 2023). Bu bağlamda medya, işlevlerini yerine getirebilmek için farklı araçlar kullanmıştır. Medya; basılı, görsel ve işitsel olmak üzere üç bölümden oluşmaktadır. Basılı medya; gazete, kitap, dergi ve broşür olarak karşımıza çıkarken; işitsel medya radyodan, görsel ve işitsel medya ise sinema ve televizyondan oluşmaktadır (Manovich, 2001; Güven, 2024, aktaran İleri Aksoy, 2024). İnternet ile dijital teknolojilerde hızla yaşanan değişimler neticesinde günümüzde çoğu insanın bildiği sosyal medya kavramı kullanılmaya başlanmıştır (Zeytinli, 2021).

## 2.2. Sosyal Medya Kavramı

Uluslararası ilişkilerde pazarlama, bilginin yayılması, uzaktan toplantıların gerçekleşmesi, mekânda birlik yerine zamanda birliğin sağlanması, zamanın daha iyi değerlendirilmesi gibi nedenlerden dolayı internet ortaya çıkmıştır. Tüm dünyada herkesin kullandığı bilgisayar ve diğer dijital araçlar yoluyla çeşitli bilgi aktarımını sağlayan iletişim ağı internet olarak tanımlanmaktadır (Siberay, 2024). Bir başka tanıma göre internet, bilgisayarlar vasıtasıyla ortaya çıkarılan birçok haberleşme ağı ile iletişim ortamı olarak ifade edilmektedir (Güdücü, 2006). İnternet, 1960'lı ve 1970'li yıllarda olan askeri bir saldırı esnasında iletişimin sürekliliğini sağlamak, askeri hatlar hasar görse bile iletişimde aksama olmamasını ve devamlı iletişim içinde olunmasını sağlamak sebebiyle kullanıma sunulan bir iletişim aracı haline gelmiştir (Şimşir, 2024).

1969 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde askeri gereksinimler için ortaya çıkarılan ve ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network) olarak isimlendirilen proje, karşılıklı bağlı bilgisayarlar vasıtasıyla iletişimde koordinasyonu sağlama hedefiyle yapılmıştır. Aynı zamanda bu proje günümüzdeki internetin temelini oluşturmaktadır (Siberay, 2024). 1990'lı yılların başlarında internet sadece üniversiteler, ordu ve devletin erişimine açık olarak kullanılmıştır. Birkaç yıl sonra internet servis sağlayıcıları, Amerika'nın büyük şehirlerine ve halka internete erişim olanağı sağlamıştır (Tecimer, 2022). 1991 yılında Tim Barnes Lee tarafından "www" icat edilmiştir. Bu icat, "Dünyayı Saran Ağ" manasını taşıyan "World Wide Web" olarak isimlendirilmiştir. İcat edilen bu sistemin kullanıma başlanması ile internetin yayılması hızlanmış ve diğer ülkelere ulaşmaya başlamıştır (Yavuzarslan Gök, 2017).

Türkiye'ye internetin girişinin aşamalarından ilki 1991 yılında TÜBİTAK-ODTÜ ortaklığı sonucu hazırlanan TÜBİTAK-DPT projesi ile olmuştur. Türkiye'de ilk internet bağlantısı 23 Ekim 1992'de olurken genel kullanıma açılması ise 21 Nisan 1993 yılında gerçekleşmiştir (Erkul, 2009, aktaran Argın, 2013). 2000'li yıllara gelindiğinde ise internet ve internete bağlı akıllı telefonların hızla gelişim göstermesiyle kişinin bilgiye erişimi, bilgiyi aktarımı daha fazlası bilgi oluşturma şekilleri ile kişilerarası iletişim şekilleri değişim göstermiştir (Aydın, 2016).

Günümüzün en önemli kitle iletişim araçlarından biri haline gelen bilgisayarlar ile bu sayede hayata dahil olan internet, bilgi edinme, iletişimde bulunma, işlem yapma, haberleşme, eğlenme ve eğitim işlevleriyle yaşamın vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiştir (Zeytinli, 2021). Öyle ki internet şimdilerde bilgi edinme amaçlı kullanılan bir ağ olma dışında, insanları karşılıklı yaklaştıran ve sosyalleşmelerine olanak sağlayan bir ortam olmaktadır (Aydın, 2016). İnternetin doğuşu ve toplumda hızla yayılmasıyla birlikte kişiler arası sosyal ilişki oluşturma

yolları da değişmiştir. İnternet teknolojileri ile sosyal ilişkilere farklı bir açıdan bakılmaya başlanmıştır. Bu anlamda kişiler arası ilişkide yüz yüze gerçekleştirilen iletişimin yerini teknolojik araçlarla yapılan iletişim almıştır (Özer, 2019). Böylece internetin sıklıkla kullanılmasıyla beraber yeni bir iletişim mecrası gündeme gelmiş (Gönenç, 2011) ve sosyal medya kavramının ortaya çıkması kaçınılmaz olmuştur.

Güçdemir (2010) sosyal medyayı, ismini sosyal yaşamdan almış olup kapsam bakımından sanal bir dünyayı içine alan bir ortam olarak tanımlamıştır (aktaran Özer, 2019). Uysal’a (2013) göre ise sosyal medya, insanların sosyalleştikleri, diğer insanlarla iletişim kurdukları, çevredekilerin hayatları ve beklentileriyle ilgili ayrıntıları karşılıklı paylaştıkları, anlık gelişmelerin çoğu insan tarafından öğrenilmesine katkıda bulunan iletişim ağıdır. Başka bir tanıma göre ise sosyal medya, kullanan kişilerin internetten çeşitli konuşmalar yapması veya diğer paylaşımların mekânı şeklinde açıklanabilir (Eser, 2024). Kısacası sosyal medya, iletişimin, haberleşmenin, paylaşım yapmanın, diğer kişilerle etkileşimde bulunmanın mekân ve zaman sınırlaması olmadan yapıldığı bir ortamdır.

Sosyal medya, bireylerin günlük fikirlerini paylaşıp tartışmalar yapmalarına, yeni fikirler oluşturmalarına fırsat tanır. Ayrıca kişisel bilgilerini, videolarını ve resimlerini paylaşabilir, iş arayabilir ya da iş bulabilir bununla birlikte gerçek dünyayı sanal mecrada keşfederek sıkılmadan vakit geçirebilirler (Vural ve Bat, 2010). Kaplan ve Haenlein (2010) sosyal medyayı “internet kapsamı içinde yer alan ancak kendi içeriğinin kullanan kişilerce dönüştürülmesine, düzenlenmesine veya yeniden ortaya koymasına onay veren bir grup internet temelli uygulamalardır” şeklinde ifade etmiştir. Bu bağlamda sosyal medya kişinin paylaşacağı içerikleri özelleştirilebildiği bir mecra anlamına gelir.

Fuchs’un (2018) eserinde bazı yazarların sosyal medya ile ilgili yapmış oldukları tanımlara bakılınca şu açıklamaların olduğu görülmektedir:

Body’a (2009) göre sosyal medya, çoğunlukla kişilerin ve toplulukların bir arada toplanmasına, iletişim sağlamasına, paylaşım yapmasına ve bazı zamanlarda birlik olunmasına ya da oynamasına fırsat sağlayan yazılım yığını ifade etmek için kullanılmaktadır. Başka bir tanıma bakacak olursak Van Dijck (2013) sosyal medyayı, bireylerin ilişki kurmasında çevrimiçi kolaylaştırma ya da güçlendirme aracı, sosyal değer anlamında ise bağlanabilme durumunu özendiren bireyler ağı şeklinde açıklamaktadır. Meikle ve Young’a (2012) göre ise sosyal medya, “bireysel iletişim (birebir paylaşım yapma) ile kamusal medya (özellikle belirli bir kişi ile paylaşılmayan) şeklinde bir yakınsama belirtmektedir.”

Bireylerin hızlı bir şekilde iletişime geçtiği, zaman ve mekân fark etmeksizin kolayca ulaşılabilen sosyal medyanın pek çok özelliği bulunmaktadır (Mayfield, 2008, aktaran Zeytinli, 2021). Bu özellikler aşağıda yer almaktadır.

*Katılımcılar:* Sosyal medya katılım sağlayan kişileri cesaretlendirir ve ilgili olan kullanıcıların hepsinden geri dönüt alır.

*Açıklık:* En fazla sosyal medya hizmetleri geri dönütlere ve katılım sağlayanlara açıktır. Bu hizmetler yorum yapma, bilgi paylaşma, oylama gibi konularda cesaretlendirirler. Bunlar ulaşma yönelik çok az güçlükler koyarlar.

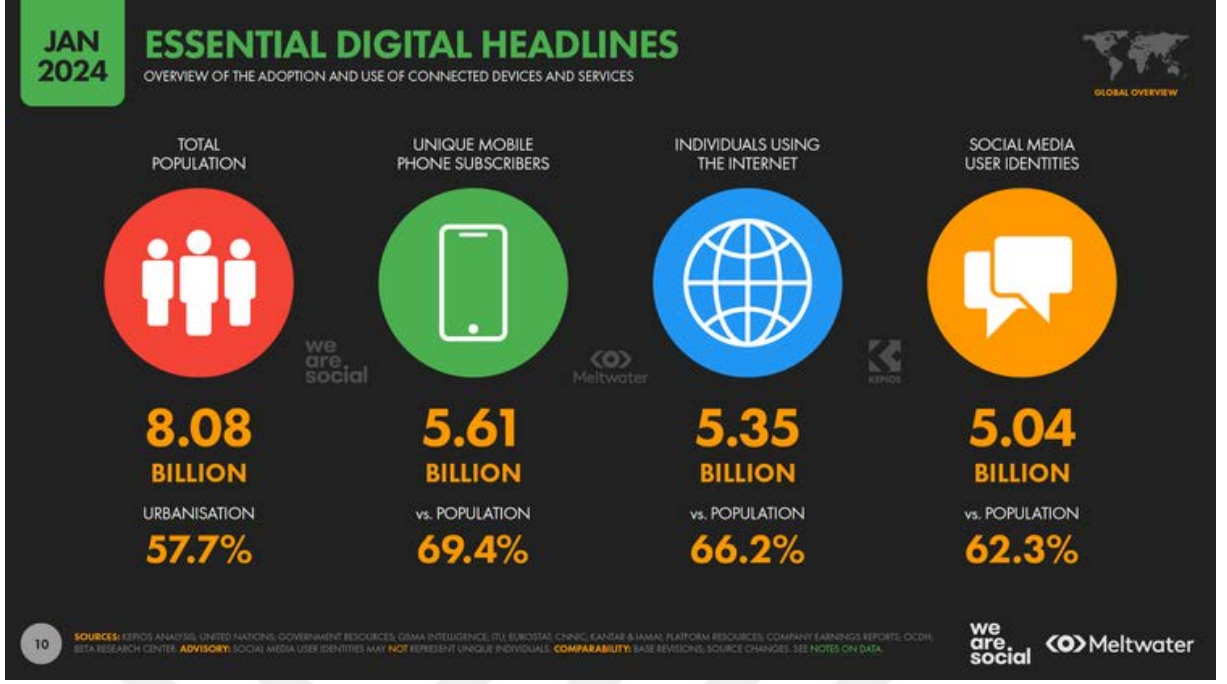
*Konuşma:* Geleneksel medya yayına dair iken (dinleyen kişilere bilgi aktarımı veya içerik paylaşımı), sosyal medya iki yönlü diyaloglara fırsat tanınması açısından daha iyidir.

*Toplum:* Sosyal medya topluluklara etkili ve hızlı bir oluşum yapılması bakımından müsaade verir. Topluluklar da bu şekilde beğendikleri resimler, politik değerler, en iyi gördükleri televizyon programları gibi ilgi alanına giren içerikleri paylaşırlar.

*Bağlantılılık:* Sosyal medyanın birçok çeşidi, bağlantılı işler yapmaktadır; diğer platformlar, araştırmalar ve insanların ilgi alanına giren gelişigüzel bir konuda bağlantı paylaşılmasına imkân tanır.

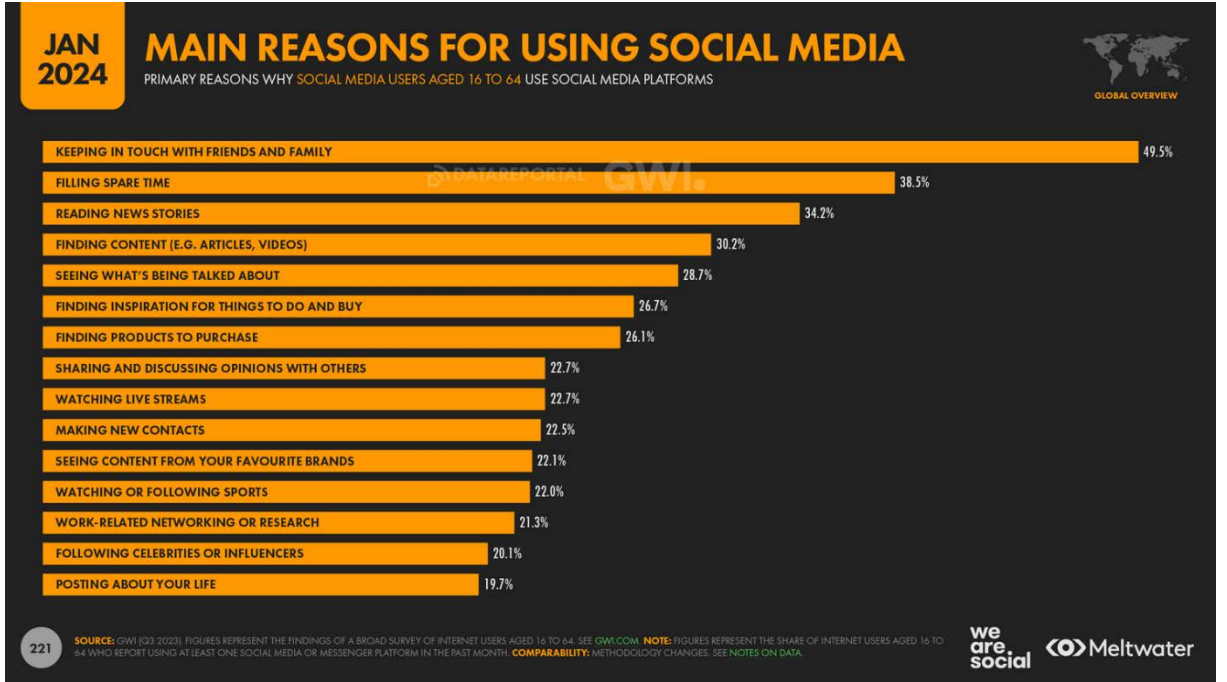
### **2.3. Sosyal Medya Kullanım Verileri**

Her yılın belli zamanlarında dünya genelindeki dijital verileri belirleyen We Are Social Dijital 2024 raporuna ait bazı veriler aşağıda yer almaktadır.



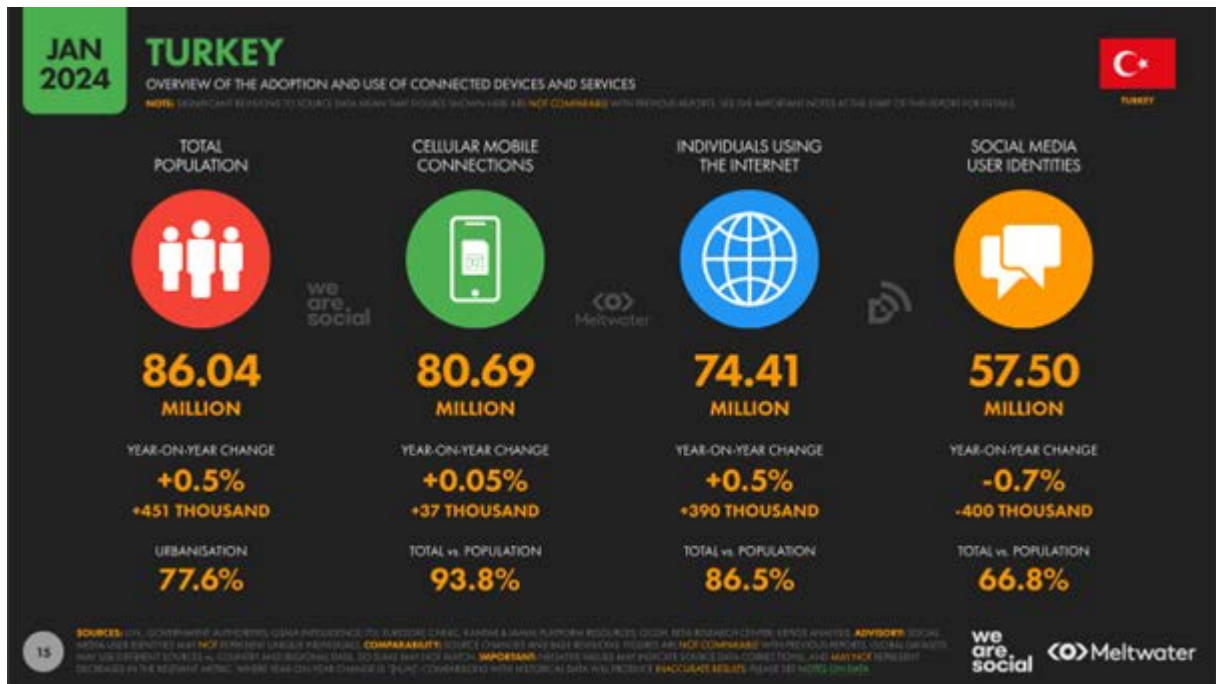
Şekil 1. Temel Dijital Başlıklar (We Are Social, Dijital 2024 Raporu)

Şekil 1'e göre, toplam nüfusun 8,08 milyar olduğu dünyada; nüfusun %69,4'ünü oluşturan 5,61 milyar mobil cihaz kullanıcısı; nüfusun %66,2'sinden fazlasını oluşturan 5,35 milyar internet kullanıcısı ve nüfusun %62,3'ünü oluşturan 5 milyar sınırını geçen aktif sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır.



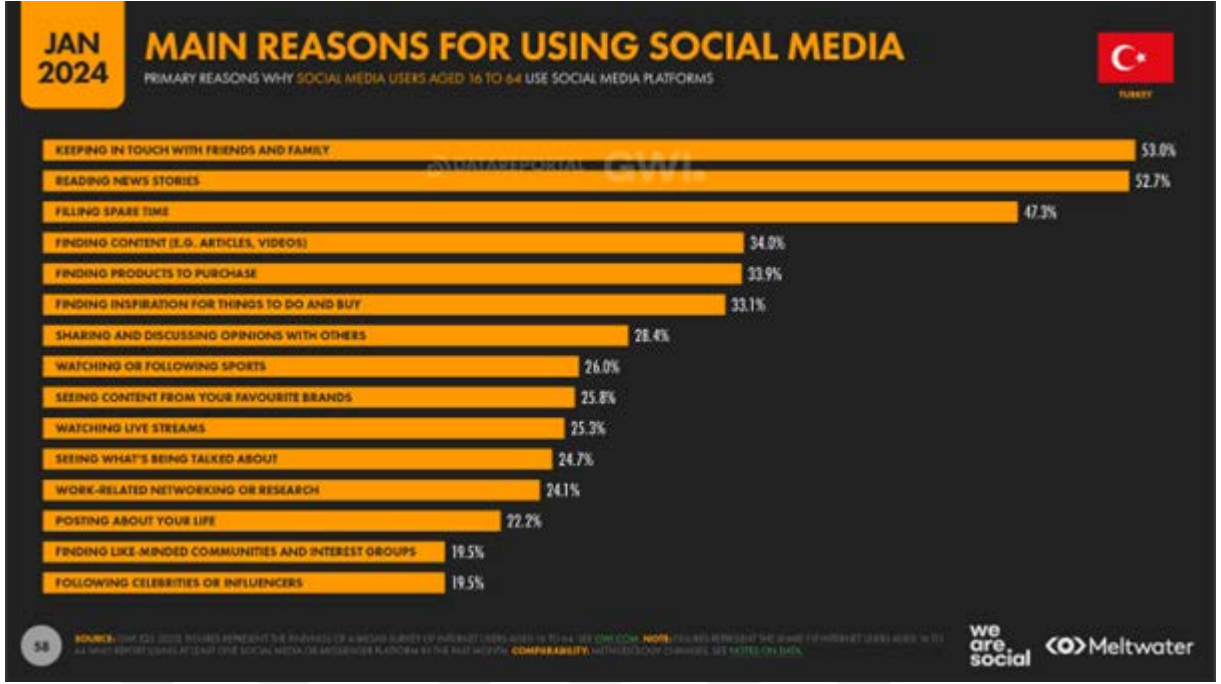
Şekil 2. Sosyal Medyayı Kullanmanın Başlıca Nedenleri (We Are Social, Dijital 2024 Raporu)

Şekil 2'ye göre, ankete katılanların %49,5'ine göre “arkadaşlarla ve aileyle iletişim halinde olmak” ; %38,5'ine göre “ boş zamanları doldurmak” ; %34,2'sine göre “yeni hikayeler okumak” için sosyal medyayı kullandıkları görülmektedir.



Şekil 3. Türkiye Dijital Verileri (We Are Social, Dijital 2024 Raporu)

Şekil 3'e göre, 86,04 milyon nüfusa sahip Türkiye'de ise; nüfusun %93,8'ini oluşturan 80,69 milyon hücresel mobil bağlantı kullanıcısı; nüfusun %86,5'ini oluşturan 74,41 milyon internet kullanıcısı ve nüfusun %66,8'ini oluşturan 57,50 milyon sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır.



Şekil 4. Türkiye’de Sosyal Medyayı Kullanmanın Başlıca Nedenleri (We Are Social, Dijital 2024 Raporu)

Şekil 4’e göre, ankete katılanların %53’üne göre “arkadaşlarla ve aileyle iletişim halinde olmak”; %52,7’sine göre “yeni hikayeler okumak”; %47,3’üne göre “boş zamanları doldurmak” için sosyal medyayı kullandıkları görülmektedir.

We Are Social verileri dikkate alındığında, 2024 yılında geniş bir kullanıcı kitlesi olan sosyal medyanın bir önceki yıla göre kullanıcı sayısında artış olurken Türkiye’deki sosyal medya kullanıcılarının 2023 başı ile 2024 başı arasında %7’lik, yani 400 bin azalma olduğu görülmektedir. Sosyal medyanın başlıca kullanıma nedenlerine bakıldığında ise dünya ve Türkiye’de “arkadaşlarla ve aileyle iletişim halinde olmak” ilk sırada yer almaktadır.

## 2.4. Sosyal Medya Araçları

Tüm sosyal medya araç ve ortamlarını kapsamı içine alacak yalnızca bir sistemden söz etmek güçtür, bu sebeple sosyal medya araçlarına yönelik çeşitli sınıflandırmalar bulunmaktadır.

Literatüre bakıldığında sosyal medyayı değişik kriterlere göre sınıflandıran kaynakları görmek mümkündür. Sosyal medya araçları günden güne artış göstermektedir ve oluşturulma sebepleri ile kullanıma biçimlerine göre sınıflara ayrılmışlardır (Uysal, 2013).

**Tablo 1. Sosyal Medya Araçlarıyla İlgili Yapılmış Bazı Sınıflandırmalar**

|                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Mangold ve Faulds (2009) | <ul style="list-style-type: none"><li>-Sosyal Ağ Siteleri (ör: Myspace, Facebook )</li><li>-Yaratıcı Şeyler Paylaşma Siteleri (ör: Youtube, Flickr )</li><li>-Kullanıcı Sponsorlu Bloglar (ör: Resmi Apple Blogu )</li><li>-Şirket Sponsorlu Web Siteleri-Bloglar (ör:Apple.Com )</li><li>-Şirket Sponsorlu Hedef Yardım Siteleri (ör: Dove'un "Gerçek Güzellik" Kampanyası)</li><li>-Sadece Davet Çağrılı Sosyal Ağlar (ör:Asmallworld.Net )</li><li>-İş Ağ Siteleri (ör: LinkedIn )</li><li>-İşbirlikli İnternet Siteleri (ör: Wikipedia )</li><li>-Sanal Dünyalar ör: (Second Life)</li><li>-Ticari Topluluklar (ör: Ebay, Amazon.Com)</li><li>-Podcastler (ör: "For Immediate Release: The Hobson and Holtz Report )</li><li>-Haber Dağıtım Siteleri (ör: Current TV )</li><li>-Eğitim İle İlgili Materyallerin Paylaşımı (ör: MIT Opencourseware)</li><li>-Açık Kaynak Yazılım Toplulukları ör: (Mozilla'nın Spreadfirefox.com sitesi)</li><li>-Sosyal İşaretleme Siteleri (ör: Digg, Reddit)</li></ul> |
| DEI Worldwide (200A8)    | <ul style="list-style-type: none"><li>-Bloglar</li><li>-Sohbet Odaları</li><li>-Anlık Mesajlaşma</li><li>-İlan Tahtaları ile Forumlar</li><li>-Video Paylaşım İnternet Siteleri</li><li>-Sosyal Ağ Siteleri</li><li>-Eleştiri Siteler ör: (Twitter ve Wikiler)</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| ICrossing (2007)         | <ul style="list-style-type: none"><li>-Sosyal Ağlar (ör: MySpace, Facebook )</li><li>-Bloglar</li><li>-Wikiler (ör: Wikipedia)</li><li>-Podcastler (ör: Apple iTunes)</li><li>-Forumlar</li><li>-İçerik Toplulukları (ör: Flickr Youtube)</li><li>-Microblogging (ör: Twitter)</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Ontario (2008)           | <ul style="list-style-type: none"><li>-Wikiler (ör: Wiki, Wetpaint.)</li><li>-Resim Paylaşım (ör: Flickr)</li><li>-Ses Paylaşım (Blog Talk Radio)</li><li>-Bloglar (ör: Mashable!, Boing Boing)</li><li>-Sosyal İşaretleme (ör:Digg, Reddit)</li><li>-Video Paylaşım (ör: Youtube)</li><li>-İş Birliği Araçları (ör:Zimbra, Zoho)</li><li>-İş Ağları (ör: LinkedIn.)</li><li>-Sosyal Ağlar (ör:Facebook, MySpace)</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Blossom (2009:32-37)     | <ul style="list-style-type: none"><li>-Kişisel Yayımlama (ör: Webloglar, Twitter)</li><li>-İşbirlikli Yayımlama (ör: Wikiler)</li><li>-Sosyal Ağ Yayımlama (MySpace,Facebook vb.)</li><li>-Geri Dönüt ve Tartışmalar (ör:Amazon.com'da ürünle ilgili görüşlerin yazılması)</li><li>-Birleştirme ve Filtreleme (Sosyal İşaretleme ve Resim -Video Paylaşım Siteleri(ör: Youtube ve Flickr)</li><li>-Küçük Destekleyici Eklentiler (Widget) ve Mashup'lar</li><li>-Kişisel Pazarlar ve Pazarlama (ör: eBay)</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Universal McCANN (2008)  | <ul style="list-style-type: none"><li>-Blogging</li><li>-Mikro-blogging</li><li>-RSS</li><li>-Küçük Destekleyici Eklentiler (Widget)</li><li>-Sosyal Ağ Kurma</li><li>-Sohbet Odaları</li><li>-Mesaj Tahtaları</li><li>-Podcastler</li><li>-Video Paylaşım</li><li>-Fotoğraf Paylaşım</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

(Akar, 2011)

Bu araştırmada, yukarıda belirtilen sınıflandırmalardan yola çıkarak Akar (2011) tarafından oluşturulan sosyal medya araçları sınıflamasına yer verilmiştir. Buna göre sosyal medya araçları toplamda sekize ayrılıp; wikiler, medya paylaşım siteleri, bloglar, mikrobloglar,

forumlar, sosyal işaretleme siteleri, sosyal ağlar ile diğer sosyal ağlar olmak üzere yapılan bu sınıflandırma doğrultusunda ifade edilmiştir.

#### **2.4.1. Bloglar**

Blog, kullanıcıları sosyal olarak paylaşım yapmaya ve katılım göstermeye yönlendiren araçlar olarak açıklanmaktadır (İşlek, 2012). Blog kavramı, “Web” ve “Log” sözcüklerinin bir araya gelmesi ile oluşan Weblog’ un kısaltılmış halidir. Bloglar, günlük türünde sunulan web siteleri olarak tanımlanmaktadır. Bir blog, çoğunlukla kişiler veya gruplar tarafından, son günlerde ise işletmeler aracılığıyla sürdürülen, büyük bir izleyici grubu için yorumlar ve düşünceler sunan web sitesidir (Akar, 2011). Başka bir tanıma göre de blog, herhangi bir programın, bilgiye ihtiyaç duyulmadan kişilerin herhangi bir konuyla alakalı paylaşımında bulunabilmesi için metin, müzik ve resim gibi çeşitli gönderilerin sunulabileceği, bireysel profillerin oluşturulmasına imkân tanıyan ortamlardır (Kocabaş, 2019).

##### **2.4.1.1. Blogger**

Pyra Labs tarafından geliştirilen Blogger.com’un ilerleyen süreçte Google tarafından satın alınması gerçekleştirilmiş; ayrıca internetteki ilk blog hizmeti sunan ve en fazla ziyaret edilen 10 ağ sitesinden biri olmayı başarmıştır (Şahin, 2013, aktaran Temizel, 2023).

##### **2.4.1.2. Wordpress**

Wordpress esasen bir içerik yönetim işlevi olarak tasarlanmıştır. Bu uygulama bilimsel makalelerin yazılmasını, düzenlenmesini bununla birlikte makalelerin yayınlanmasını da sağlayan bir hizmet sunmaktadır (Polat, 2016, aktaran Temizel, 2023).

##### **2.4.1.3. Blogcu**

Blogcu, okuma yapmaktan ve yazı yazmaktan hoşlanan yüz binlerce kişinin bir araya geldiği, tanışma imkânı bulduğu, blogları yazıp yazılanları okuduğu Türkiye’nin ilk blog sitesidir. 2005 yılından günümüze kadar ücretsiz olarak sunulmaktadır. Servis hedefi, “okuyan, yazan, düşünen ve düşündüklerini paylaşan her yaştan internet kullanıcısına, kendilerini en kolay şekilde ifade etmelerini sağlayacak bir alan yaratmak” olarak ifade edilmektedir (Bostancı, 2010).

### 2.4.2. Mikrobloglar

Blogların daha küçük şekli olan mikrobloglarda bireyler detaylı, uzun içerikler yazmak yerine artık daha kısa ve öz yazılar yazmaya başlamıştır. Ayrıca bloglara göre mikroblogların daha çabuk ulaşılabilen ve daha kolay bir platform olduğu ifade edilmektedir (Safko, 2012, aktaran Zeytinli, 2021). Mikrobloglar, diğer sosyal medya ağlarında olduğu gibi kullanan kişilerin duygularını paylaşmasına imkân tanır fakat bunları karakter sınırlaması koyarak yapar (Kocabaş, 2019). En fazla kullanılan mikrobloglar Twitter ve Tumblr'dır (Demirtaş, 2017).

#### 2.4.2.1. Twitter

2006 yılında Jack Dorsey tarafından geliştirilmiştir. Hem mikroblog sitesi hem de sosyal ağ olma özelliği gösterir. Twitter, kullanıcılarına paylaşımlarında en fazla 140 karakter sunabilen, paylaşımları kapsamına fotoğraflar, resimler ve kısa süreli olan videolar da konulabilen sosyal paylaşım sitesi olarak hizmet sunmaktadır (Kazancı ve Dönmez, 2013, aktaran Temizel, 2023).

Kişilerin kendilerine ait olan sayfalarda duygularını ve fikirlerini kısa cümleler aracılığıyla yazıp ifade edebildiği bu sosyal ağda, ayrıca resim ile video paylaşma imkânı da vardır. Sosyal medyanın temel kullanım hedefi olarak “Şu anda ne oluyor?” sorusuna yönelik ortaya çıkan Twitter, esasında anlık duygu ve düşüncelerin paylaşılması adına kurulan bir ağıdır (Özer, 2019). 2022 yılında Elon Musk tarafından satın alınmıştır (Temizel, 2023). Elon Musk tarafından satın alındıktan sonra adı X olarak değiştirilmiştir.

#### 2.4.2.2. Tumblr

2007 yılının şubat ayı içerisinde David Karp tarafından ABD’de kurulmuştur. “Milyonlarca insan yaptıklarını, bulduklarını, sevdiklerini, düşündüklerini ve oluşturduklarını paylaşıyor” sloganı ile yola koyulan, Twitter ile benzer özellik gösteren mikroblog olmakla beraber (Kocabaş, 2019) Tumblr, kullanan kişilerin kısa blog yazıları ve multimedya içerikleri paylaşabileceği bir sitedir. Tumblr’ın esas özelliği uzun uzadıya blog yazıları yerine kısa metinlerin, videoların, resimlerin ve bağlantıların paylaşılma imkanının olmasıdır (İlter, 2014, aktaran Temizel, 2023).

### 2.4.3. Wikiler

İngilizce bir kelime olan “What I know is” in kısaltılmış hali olan Wiki, “Bildiğim kadarıyla...” şeklinde Türkçeye çevrilmektedir (Bostancı, 2010). Wikiler, kullananların

oluşturduğu ve düzenlediği internet tabanlı bilgi sayfaları olarak tanımlanmaktadır. İlk olarak wiki kavramı, bir yazılım geliştirme tipi ile ilgili programcılarının kolay bir biçimde internet sitesinde düzenleme yapabilmesi düşüncesiyle 1994 yılında ortaya çıkmıştır. İlk wiki olarak tanımlanabilen internet sitesinin ise Cunningham'ın oluşturduğu WikiWikiWeb (wikiwikiweb.com) internet sitesi olduğu bilinmektedir (Safko, 2012, aktaran Zeytinli, 2021).

Wiki sayfaları için herkesin katkıda bulunduğu sanal bir ansiklopedi denilebilir. Wikiler, wikideki sayfalar aracılığıyla tüm kullanıcıların bir konu dahilinde yazılmış bilgiyi eklemeler veya çıkarmalar yaparak değiştirebileceği, özgürce şekillendirebileceği sanal bir ortamdır (Bostancı, 2010). En çok tercih edileni Türkçe karakterlerin kullanımına da o fırsatı veren ansiklopedik arşiv olarak isimlendirilen Wikipedia'dır (Christakis ve Fowler, 2012, aktaran Kocabaş, 2019).

#### 2.4.3.1 Wikipedia

Wikipedia, wiki teknolojileriyle oluşturulmuş, pek çok dilde yayınlarıyla tanınan sanal bir ansiklopedidir. Kullanıcılarının katkılarıyla değişiklikler yapılabilen bu ansiklopedi asla tamamlanmış olmayacaktır. Kurucularından biri olan Jimmy Wales Wikipedia'yı, "Dünya üzerindeki her insana kendi dillerinde, en üst kalitede bedava bir ansiklopedi yaratma ve dağıtma emeği" olarak ifade etmektedir (Bostancı, 2010). 2001 yılında dünyada hizmete giren Wikipedia, 2003 yılından itibaren Türkçe olarak hizmet sunmaya başlamış olup (Polat, 2016 aktaran Temizel, 2023) 2017 yılında erişimi engellenmiştir.

#### 2.4.4. Sosyal İşaretleme Siteleri

Sosyal işaretleme uygulamaları, internetteki içerikleri ya da linkleri toplamaya ve oylamaya imkân sağlayan web 2.0 sistemleridir (Kaplan ve Haenlein, 2010). Başka bir tanıma göre de sosyal işaretleme, kullanıcıların etiketler olarak bilinen anahtar sözcükler aracılığıyla favori web sitelerini, görselleri ve videoları ilişkilendirmelerine imkân tanımaktadır (Süzgün, 2013, aktaran Altınay Bor, 2018).

##### 2.4.4.1. Pinterest

Pinterest, görsel, video paylaşımları için ideal bir ortamdır. 2010 yılında Paul Sciarra, Evan Sharp ve Ben Silbermann tarafından Amerika'da kurulmuştur ve iki şekilde kullanım fırsatı sağlamıştır. Kullanıcılar kendi paylaştıkları veya başka kullanıcıların paylaştıkları görselleri ve videoları paylaşabilmektedirler. Bu da Pinterest jargonunda "pinlemek" olarak

adlandırılmaktadır. Pinlenen içerikler kişisel olan panolara eklenmekte ve bu içeriklerin gruplandırılmasına fırsatı sunmaktadır (Zeytinli, 2021).

#### **2.4.5. Medya Paylaşım Siteleri**

Medya paylaşımı, sosyal medya siteleri ve dijital topluluklar sayesinde hızla gelişen platformlarda resimler, videolar, ses kayıtları, oyunlar ve diğer dijital medya türlerinin paylaşılması, yüklenmesi ve yorumlanması işlemlerini ifade eder. Bloglarda ya da web sitelerinde seçilen bir hedef topluluğa e-posta gönderme, anlık mesajlaşma, gönderi ile bağlantı paylaşma gibi etkinlikleri kapsayan etkileşimli bir süreçtir (Öztürk ve Talas 2015).

##### **2.4.5.1. Flickr**

Kanada şirketi olan Ludicorp tarafından 2004 senesinde geliştirilmiş, 2005 senesinin mart ayında ise Yahoo tarafınca 35 milyon dolar karşılığında satın alınması gerçekleşmiştir (İlter, 2014, aktaran Temizel, 2023). Flickr, görsel paylaşma hizmeti sunan ve bu alanda en yaygın yararlanılan site olma özelliğini barındırır (İşlek, 2012). Kullanıcılarına yüklemesini yaptıkları fotoğrafları düzenleyebilme, şekillendirme ve paylaşma, takvim, afiş gibi değişik şekillere dönüştürebilme ve etraftan gelen yenilikleri alarak iletişimlerini devam ettirebilme imkânı tanımaktadır (Akar, 2011).

##### **2.4.5.2. Youtube**

Eski Paypal çalışanı olan 3 kişi tarafından 15 Şubat 2005 tarihinde kurulmuş, 2006 yılının ekim ayında Google tarafından satın alınmış olan Youtube, içerisinde video bulundurma özelliği olan web sitesi olarak karşımıza çıkmaktadır (Bostancı, 2010). Bu siteye içerik yükleyen her kullanıcının şahsına ait “kanal” diye nitelendirilen bir profili bulunmaktadır (Zarrella, 2010). Kullanıcılar, Youtube kanallarında kendi içeriklerini oluşturup paylaşabileceği gibi, diğer kanalların içeriklerini de izleyebilirler.

##### **2.4.5.3. Tiktok**

Çin’de tanınan ismiyle Douyin ya da küresel ismiyle Tiktok, Musical.ly temel alınarak geliştirilen, video içerikleri üretme ve paylaşmanın yanı sıra canlı yayınlar yapma imkânı tanıyan bir sosyal medya ortamı olarak karşımıza gelmektedir. Tiktok uygulaması 2016 yılı eylül ayı itibarıyla ByteDance tarafından piyasaya tanıtılmıştır. Özellikle Asya ülkelerinde çok kısa bir sürede kullanılmaya başlayan Tiktok hızlı bir şekilde bütün dünyada yaygın biçimde kullanılmaya başlanmıştır (Polat, 2016, aktaran Temizel, 2023).

#### 2.4.6.Forumlar

Forumlar, bilgi, eğlence gibi çeşitli konularda düşüncelerin paylaşıldığı bilgi ve paylaşım yapma siteleridir (Kocabay, 2007). Eski konu başlıkları veya yakın zamanda oluşturulmuş konu başlıkları aracılığıyla kullanan kişilerin konuya dair diğer kullanan kişilere yanıtlarını yazıp düşüncelerini savunarak bilgi edinme fırsatı da yaratan tartışma ortamıdır (Kocabaş, 2019).

#### 2.4.7. Sosyal Ağlar / Sosyal Ağ Siteleri

Akar (2011) sosyal ağı “kişiler arasında bulunan bağlantıyı açıklayan yapı” şeklinde dile getirmektedir. Başka bir deyişle sosyal ağ siteleri, insanların internet aracılığıyla başka insanlarla diyalog kurması, onlarla çeşitli paylaşımlar yapması ile bundan dolayı dijital bir platform yoluyla sıkça sosyalleşmelerine imkân sağlayan araçlar şeklinde tanımlanmaktadır (Alfa, 2014, aktaran Temizel, 2023). Sosyal ağ siteleri kişilerin sınırları ayarlanan bir sistemde başka kullanan kişilere kısmen açık profil yapabilmelerine imkân sağlayan, irtibatta bulundukları kişilerin yaptığı listeleri açık bir şekilde paylaşımlarına, kişilerin sistem içinde sıralanmış bağlantıları görmelerine ve de buralarda gezebilmelerine fırsat tanıyan web tabanlı servistir (Büyüksener, 2009, aktaran Kocabaş, 2019).

##### 2.4.7.1.Facebook

Harvard üniversitesinde öğrenci olan Mark Zuckerberg ve arkadaşları tarafından 2004 yılında kurulmuş olan Facebook (Alfa, 2014, aktaran Temizel, 2023) öncelikli olarak yalnızca bu üniversitede bulunan öğrenciler için yapılmıştır. Ancak ileriki zamanlarda diğer üniversitelerin kullanımına da açılmış olup gitgide her insanın katılım sağlayabileceği bir ortam haline getirilmiştir (Uysal, 2013).

##### 2.4.7.2.Myspace

Myspace 2003 yılında kurulan, üye olan kişilerin diğer üye olmuş kişilerle iletişim sağlaması ile arkadaşlık kurmasına fırsat tanıyan sosyal ağ sitelerinden biri şeklinde açıklanmaktadır (Danah ve Nicole, 2007, aktaran Temizel, 2023). Kullanıcı üyelerin kendisine ait duvarlarını resimle, metinle ya da videoyla doldurabileceği sosyal ağlardandır. Ancak esas olarak dikkat çekmesinin nedeni fazlasıyla müzik gruplarının da üyeliğinin bulunmasıdır (Kaymak 2012, aktaran Kocabaş, 2019). Myspace, genel olarak video ve müzik paylaşımına fırsat veren bir platformdur (Demirtaş, 2017).

#### 2.4.7.3.Instagram

Mike Krieger ve Kevin Systrom adlı iki girişimci tarafından 2010 yılının ekim ayında kurulan bir sosyal ağ sitesidir. Instagram önceleri sadece resim paylaşma ağırlıklı bir ortamken yapılan son değişiklikler doğrultusunda kullanıcı kişilere video yapma ve paylaşabilme imkânı da vermiştir. Gitgide değerlenen bu site Facebook sahipleri tarafından 2021 yılında 1 milyar dolara satın alınmıştır (İlter, 2014, aktaran Temizel, 2023). Instagram'ın bazı temel özelliklerine bakıldığında kullanıcıların profil oluşturabildiği; yaşamlarındaki farklı birçok anı fotoğraf veya video olarak arkadaşları veya diğer kullanıcılar ile paylaşabildiği; @ ve # simgeleri ve ilgili özelliklerini kullanabildiği; paylaşımlara kolaylıkla filtre uygulayabildiği bir medya paylaşım sitesi olduğu görülmektedir (Lee ve Chau, 2018, aktaran Zeytinli, 2021).

#### 2.4.7.4.Linkedin

Reid Hoofman ve arkadaşları tarafından 5 Mayıs 2003'te bu uygulama oluşturulmuştur. İş yaşamı ve profesyonel çalışan kişilere göre olan LinkedIn, bugünlerde çoğu ülkede milyonlarca üyeye sahip sosyal bir ağıdır (İlter, 2014, aktaran Temizel, 2023). Bu uygulama ile kişiler aynı meslektan olan diğer kişilere ve farklı meslek gruplarından olan bireylere çeşitli sorular sorabilmekte ve cevaplar edinebilmektedir (Blossom, 2009, aktaran Kocabaş, 2019). Bu uygulamanın temel fonksiyonları şu şekilde açıklanabilir: İş ilanında bulunma ve başvuru yapma, sunumlar paylaşma, profesyonel bir görünüm hazırlama, şirketler tarafından çalışan sağlama (Temizel, 2023).

### 2.4.8. Diğer Sosyal Ağlar

#### 2.4.8.1.Whatsapp

Akıllı telefon kullanımının artmasıyla birlikte SMS'e seçenek olarak sunulmuş olan bir mesajlaşma aracıdır (Demirtaş, 2017). Günümüzde herkes tarafından tanınan anlık mesajlaşma aracı Whatsapp 2009 yılında SMS'e seçenek olarak önceleri 20 yıl kadar Yahoo'da çalışmış olan Jan Koum ve Brian Acton tarafından oluşturulmuştur. 2014 yılında ise Facebook'a dahil olmuştur. Whatsapp sesli iletişim kurmanın yanında belge, yazı, video, resim, konum atma gibi çeşitli içerikleri göndermemize yardımcı olan bir uygulama olarak ifade edilmektedir (Zeytinli, 2021).

## 2.5. Sosyal Medya Kavramının Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programındaki Yeri

Öğrenciler zamanlarının çoğunu akıllı telefon, bilgisayar ve tablet gibi sosyal medyayı kullanabileceği, oyun oynayabileceği, iletişim sağlayabileceği araçları kullanarak geçirmektedir. Bu anlamda öğrencilerin günün çoğunu geçirdikleri sosyal medya araçlarını doğru tanınması ve güvenli bir şekilde kullanımı önemlidir. Teknolojik nesilde hızla artış gösteren etkileşim, iletişim ve bilgi paylaşımının çeşitli yanlışlardan, risk ve tehlikelerden olabildiğince azaltılması için eğitim süzgecinden geçirilmesi gerekmektedir (Güneş, 2016).

Sosyal bilgiler dersi de bireyi toplumun içinde yetiştiren ve bireyin sağlıklı sosyal ilişkiler kurmasına yardımcı olan bir derstir. Bu ders bireylerin yaşamlarını, geçmiş ve geleceklerini konu edindiği gibi bireyin çevresini nasıl etkileyip çevresinden de nasıl etkilendiğini de konu edinmektedir (Shamsi, 2004, aktaran Bayır, 2016). Sosyal bilgiler, değişen aynı zamanda da gelişen dünya düzeninde, yaşamın çoğu alanında ihtiyaç duyulabilecek bilgi, beceri ve değerleri ilköğretim öğrencilerine kazandırmayı amaç edinen bir öğretim programı, bir temel eğitim dersidir (Sever, 2015, aktaran Yaman, 2019).

2018 Sosyal bilgiler öğretim programı incelendiğinde 7. sınıf sosyal bilgiler dersi kapsamında sosyal medya ile ilişkilendirilen yetkinlikler, özel amaç, beceri ve değerler ile kazanımlar belirlenmiştir. 2018 Sosyal bilgiler öğretim programında sosyal medya ile ilişkilendirilen yetkinlikler boyutunda *teknolojide yetkinlik, algılanan insan istek ve ihtiyaçlarını karşılama bağlamında bilgi ve metodolojinin uygulanması olarak görülmektedir. Bilim ve teknolojide yetkinlik, insan etkinliklerinden kaynaklanan değişimleri ve her bireyin vatandaş olarak sorumluluklarını kavrama gücünü kapsamaktadır (MEB, 2018). Dijital yetkinlik, iş, günlük hayat ve iletişim için bilgi iletişim teknolojilerinin güvenli ve eleştirel şekilde kullanılmasını içermektedir. Bu yetkinlikte, bilgiye erişim ve bilginin değerlendirilmesi, saklanması, üretimi, sunulması ve alışverişi için bilgisayarların kullanılması ayrıca internet aracılığıyla ortak ağlara katılım sağlanması ve iletişim kurulması gibi temel beceriler yer almaktadır (MEB, 2018).*

2018 Sosyal bilgiler öğretim programında sosyal medya ile ilişkilendirilen özel amaç “*bilim ve teknolojinin gelişim sürecini ve toplumsal yaşam üzerindeki etkilerini kavrayarak bilgi ve iletişim teknolojilerini bilinçli kullanmaları*” şeklindedir. Bu özel amaçla öğrencilerin teknolojiyi doğru ve verimli kullanmaları hedeflenmektedir.

2018 Sosyal bilgiler öğretim programında sosyal medya ile ilişkilendirilen beceriler “*iletişim ve medya okuryazarlığı*” şeklindedir. İletişim, duygu, düşünce ya da bilgilerin akla

gelebilecek çeşitli yolla başkalarına aktarılması, haberleşme olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2024). Medya okuryazarlığı, kaynağı ne olursa olsun, bilgiyi inceleyip değerlendirerek, onu amacına uygun kullanabilen insanlar yetiştirmeyi hedeflemektedir (Solmaz ve Yılmaz, 2012). Medya okuryazarlığı becerisi, kişilerin medyayı doğru algılayıp analiz yapmaları, toplum içinde aktif olmaları için kazandırılması gereken bir beceridir (Kul Kanbur, 2023).

2018 Sosyal bilgiler öğretim programında sosyal medya ile ilişkilendirilen kazanımlar değerlendirildiğinde sosyal medya ile ilgili kazanımlar “Birey ve Toplum” öğrenme alanı içerisinde bulunmaktadır. Konuya dair iki kazanım vardır.

*“SB.7.1.3. Medyanın sosyal değişim ve etkileşimdeki rolünü tartışır. (Seçilen bir iletişim kanalının (TV, İnternet, akıllı telefonlar vb.) bireyler arasındaki iletişimi ve toplumsal olarak da kültürü nasıl değiştirdiği ele alınır.) ile “SB.7.1.4. İletişim araçlarından yararlanırken haklarını kullanır ve sorumluluklarını yerine getirir.(Özel hayatın gizliliği, düşünceyi açıklama özgürlüğü ve doğru bilgi alma hakkı ile kitle iletişim özgürlüğü arasındaki ilişki ele alınır.)”* şeklindedir. Kazanımlar incelendiğinde doğrudan ve dolaylı olarak sosyal medya konusunu kapsamaktadır.

## **2.6. Sosyal Medya Kavramının Sosyal Bilgiler Ders Kitabındaki Yeri**

Atmaca, Toygur ve Çamurcu (2020) tarafından yapılan çalışmada 7. sınıf sosyal bilgiler ders kitabı (Ekoyay Yayıncılık) iletişim becerileri ve yeterlilikleri kapsamında incelenmiştir. “Medyanın Hayatımızdaki Yeri” konusu içerisinde medya kavramı açıklanarak, kitle iletişim araçları ile ilgili bilgi verilmiştir. Ayrıca sosyal medyanın yararları ve zararları konusunda içeriklerin yer aldığı da belirtilmiştir.

7. sınıf sosyal bilgiler ders kitabı incelendiğinde sosyal medya kavramı ile ilgili içeriklerin yer aldığı belirlenmiştir. 7. sınıf ders kitabında bulunan “Birey ve Toplum” öğrenme alanında ele alınan sosyal medya kavramı; doğrudan olumlu ve olumsuz etkileri, sosyal medyanın kullanımı olarak yer alırken dolaylı olarak ise düşünce özgürlüğü, sosyal medyada kişinin kendi fikirlerini paylaşması, yanlış haberlerin sosyal medya aracılığıyla da yapılabilmesi ve bunun ilgi çekmesi ile sosyal medya hesabının kişiye özel olması şeklinde açıklanmıştır. Ders kitabında yer alan içeriklerden bazılarına aşağıda yer verilmiştir.

Televizyonun ardından bir başka önemli gelişme genel ağın kullanılmaya başlanması oldu. Genel ağ aracılığıyla sosyal medya kullananlar, arkadaşlarıyla istediği zaman sesli veya görüntülü görüşebiliyor (Görsel 1.10). Üstelik genel ağdaki çeviri programları sayesinde birbirinin dilinden anlamayan iki kişi rahatlıkla iletişim sağlayabiliyor. Genel ağın eğitime de çok büyük katkıları var. Torunum ödevlerini yaparken, merak ettiği bir konuyu araştırırken genel ağdan yararlanıyor. Bilmediğim konuları torunuma soruyorum. Genel ağa bakıp beni bilgilendiriyor. Ancak sosyal medyanın dolayısıyla genel ağın iletişimde sağladığı kolaylıkların yanında bazı olumsuz etkileri de bulunuyor. İnsanların büyük bir kısmı sosyal medyada gereğinden fazla zaman geçiriyor. Bazı insanlar sosyal medya, bazıları ise oyun bağımlısı hâline geliyor. Bu durum kişinin hem sosyal hayatını hem de sağlığını tehdit ediyor.

Metin 1. Genel Ağ ve Sosyal Medya (Sosyal Bilgiler Ders Kitabı, MEB, 2024)

Metin 1’de, ders kitabından verilen bölümde, genel ağın dolayısıyla sosyal medyanın kullanımının faydalarına değinilmiş olup bazı olumsuz etkilerinin de bulunduğu açıklanmıştır.



Görsel 1.10: Genel ağ aracılığıyla sosyal medya üzerinden görüntülü iletişim

Fotoğraf 1. Sosyal Medya Üzerinden Görüntülü İletişim (Sosyal Bilgiler Ders Kitabı, MEB, 2024)

Fotoğraf 1’de ders kitabından verilen görselde bir kişinin sosyal medya aracılığıyla gerçekleştirdiği görüntülü iletişime örnek verilmiştir.



Genel ağda oluşturulan sosyal ağlar üzerinden görsel ve işitsel materyal paylaşımını, bilgi aktarımını ve haberleşmeyi sağlayan iletişim ortamına sosyal medya denir. Sosyal medya kullanımının olumlu ve olumsuz yönleri neler olabilir? Tartışınız.

Metin 2. Sosyal Medya Kullanımı Olumlu ve Olumsuz Yönleri (Sosyal Bilgiler Ders Kitabı, MEB, 2024)

Metin 2’de, ders kitabından verilen bölümde yer alan tartışma sorusunda, sosyal medyanın tanımı açıklanarak olumlu ve olumsuz yanlarının neler olduğu sorulmuş ve arkadaşlarıyla paylaşımları istenmiştir.

Televizyon, genel ağı, cep telefonu gibi teknolojik ürünler kitle iletişiminde yeni boyutlar kazandırdı. İnsanlar, toplumlar, kültürler arasındaki etkileşim arttı. Günümüzde insanlar aradıkları bilgiye, görüntüye istedikleri zaman ve yerde rahatlıkla ulaşabiliyor. Sosyal medya aracılığıyla istediği herhangi bir bilgiyi insanlarla paylaşabiliyor ve tepkilerini farklı şekillerde anında dile getirebiliyor.

Metin 3. Sosyal Medya Kullanımı (Sosyal Bilgiler Ders Kitabı, MEB, 2024)

Metin 3’de, ders kitabından verilen bölümde, insanların paylaşmak istediği her bilgiyi sosyal medya aracılığıyla yayınlatabildiği ve anlık olarak çeşitli tepkiler gösterebildiği açıklanmıştır.

## 2.7. Metafor Kavramı

Türkçede benzetme ya da mecaz kelimeleriyle tanımlanan metafor, bir şeyi veya bir düşünceyi kendisine benzerlik gösteren başka bir şeyle açıklamak, anlatımın üslubunu güzelleştirmek ve anlatımı kolaylaştırmak amacıyla kullanılan kelime ile kelime grupları şeklinde açıklanmaktadır (Aydın, 2006). Başka bir tanıma göre metafor, bir durumdan diğerine iletilen anlam olarak tanımlanır (Demirkaya ve Çal 2018). Metaforlar insana iki konu, kavram, olay veya olgu arasında karşılaştırma yapabilmeyi bunun yanı sıra aralarındaki benzerlikleri mecazlı bir şekilde anlatmayı sağlamaktadır (Coşkun, 2010). Cerit’e (2008) göre metaforlar, bireylerin yaşamı, yaşadığı çevreyi, olayları ve nesneleri ne şekilde gördüklerini, çeşitli benzetmeler aracılığıyla açıklamaya çalışmada kullandıkları bir araç olarak ifade edilmektedir.

Keray Dinçel ve Yılmaz (2018) metaforları, birbiriyle benzerlik gösteren iki düşüncenin, kavramın ya da nesnenin birbirine bağlandığı dilsel oluşumlar şeklinde açıklamıştır. Bu bağlamda metaforlar, bir kişinin zihninin bir anlamdan diğerine geçmesini sağlayarak o kişinin var olan bir olguya farklı bir açıdan bakmasına fırsat tanır (Saban, 2008). Kılıç’a (2010) göre metaforlar bilişsel süreci açıklamaya yardımcı olan en önemli sözel veya yazılı araçlardır. Metaforlar, hayatın her anında duyguları ve düşünceleri, açık veya kapalı anlamlarıyla sözcükler üzerinden en etkili şekilde taşıyan anlam ifadeleri olarak açıklanmıştır.

### 2.7.1. Eğitimde ve Sosyal Bilgiler Dersi Öğretiminde Metaforun Yeri ve Önemi

Metaforlar, öğrenmeye yardımcı olmak amaçlı çok kullanılan araçlardan biridir. Yeni bir şeyi keşfetmek için ilk olarak bunun hayal edilmesi önemlidir. Bu bakımdan metaforlar, bir şeyleri keşfetmeye ve yaratıcı öğrenmeye destek olabilir çünkü metaforlar bireyin hayal dünyasında belirsiz olan kavramlardan ziyade net fikirleri ortaya koyabilmek için gerekli

araçlardır. Metaforların, çocukların yaşadığı çevreye olan bakış açılarını değiştirme ve zihninde olan kavramsal yapısında dönüşüm yapma etkisi bulunmaktadır (Sanchez vd., 2000, aktaran Aslan ve Bayrakçı, 2006).

Metaforlar öğretim ortamında önemli bir yere sahiptir. Çünkü metaforlar, öğrencilerin zihinsel aktivitelerinin gelişmesinde ve onlara düşünme fırsatı vermede önemli bir faktördür. Yaratıcı düşünme ortamı oluşturan metaforlar üst düzey düşünme becerilerinin gelişmesine katkı sağlamaktadır (Kantekin, 2018). Yaratıcılığın gelişmesinde önemli düşünme becerilerinden biri olan metaforlar bireyin öğrenme aşamasında oluşturduğu şemaların gelişmesinde de etkili olmaktadır (Kavak, 2024). Metaforlar, öğrenme-öğretme sürecinde yaratıcılığı ve etkin katılımı destekleyen araçlardır. Öğretmenin bir konuyu öğrencinin seviyesine göre anlatmasında, öğrencilerin manasını bildiği kavramlar aracılığıyla yeni bilişsel yapılar oluşturmada destek olmaktadır (Kılıç, 2010).

Sosyal bilgiler dersinde metaforların kullanılması, daha önce edinilen bilgilerin yeni bilgilerle benzetme yapılarak kavramlar arasında bağlantı kurulmasını sağlayarak, öğretimi kolay hale getirmeye ve verimli öğrenmeye yardımcı olmaktadır (Zeytinli, 2021). Bunun yanı sıra sosyal bilgilerde oldukça fazla yer alan soyut kavramlar ile olaylar metaforlar sayesinde daha somut ve basit hale getirilmektedir (Kantekin, 2018).

### **2.7.2. Bilişsel Yapı ve Metafor Yoluyla Bilişsel Yapının Belirlenmesi**

Bilişsel yapı kavramı, yapılandırmacı yaklaşımın eğitim sistemlerini etkilemesiyle beraber son zamanlarda fazlasıyla dikkat çeken kavramlardan biri olarak literatürde yer almaktadır. Bu bağlamda bilişsel yapı; kişinin belleğinde uzun süreli yer alan kavramların organize edilmesi ile kavramlar arasındaki ilişkilerin üzerinde duran kuramsal yapılar şeklinde açıklanmaktadır (Ekici ve Ilgın Bilici, 2017). Shavelson (1974) bilişsel yapıyı, bir öğrencinin uzun süreli belleğinde var olan kavramların ilişkilerini temsil eden varsayımsal yapı olarak tanımlamıştır (aktaran Ceylan, 2015). Başka bir tanıma göre bilişsel yapı zihnin içindeki içeriğin düzenlenmesini, birbiriyle ilişkilendirilmesini ve konumlandırmasını ifade etmektedir (Yılmaz ve Arun, 2020).

Bilişsel yapılar kişilerin bilgiyi anlamlandırmak için kullandığı zihinsel işlemlerdir (Doruk, 2015). Kavramların anlamlı hale gelmesinde, kavramlar arası ilişkilerin oluşturulmasında ve bilinen bir kavramın geri getirilmesinde bilişsel yapı önemli yere sahiptir (Elmas, 2018). Bilişsel yapıların öğrencilerin öğrenmelerinin analiz edilmesi amacıyla

araştırılması hem öğrencilerin öğrenme durumunu hem de öğrenme süreci içinde öğrencilerde bilgilerin ne şekilde değişim gösterdiğini belirlemeyi sağlayacaktır (Ekici ve Ilgın Bilici, 2017).

Bilişsel yapı olarak metaforu ilk kez ele alan Lakoff ve Johnson (2015) metaforun temelinde bir şeyi başka bir şeyin bakış açısı ile anlamak ve deneyim kazanmak olduğunu ifade etmişlerdir (aktaran Özdel, 2018). Bu açıdan metaforlar, kişilerin soyut ya da karmaşık olan olguları somut ya da deneyimlenen olgularla karşılaştırmalarını, bunun sonucunda da bilinmeyen olgularla ilgili anlayışlarının gelişimini sağlamaktadır (Ocak ve Gündüz, 2006). Kişinin bilişsel yapısının analizinin yapılması; bireyin öğrenmesinin nasıl oluştuğunu görmesine, öğrencinin geçmişe ilişkin belirli kavramlarını veya diğer kavramlarını düşünmesine ve zihnindeki yapılarla ilişkisi bulunan bilgi organizasyonu ile karşılaştırmasına fırsat vermektedir (Selvi ve Yakışan, 2005).

## **2.8. Zihinsel İmge Kavramı**

İmge, duyu organlarının dışarıdan algıladığı bir nesnenin zihne yansıyan benzeri, hayal; duyularla algılanan, bir uyaran olmadan zihinde beliren olaylar ve nesneler şeklinde tanımlanmaktadır (TDK, 2024). Narin'e (2019) göre ise imge, herhangi bir olguya, olaya, nesneye ya da düşüncelere ait bireyin zihninde oluşan resmin veya görüntünün ismidir.

Piaget (1953) çocuk için resmin rolünü ilk olarak sembolik bir oyun olarak gözlemlemiş, bu oyunda çocuğun fıkırsel ve duygusal hayatıyla ilgili imgeler paylaştığını, dünyayı temsil etme gayretinin olduğunu söylemiş bu doğrultuda çocuğun çizimlerini zihinsel imgenin ortaya çıkışı, kâğıt üzerine yansması olarak ifade etmiştir (Piaget ve Inhelder, 1969, aktaran Ölçer, 2019). Zihinsel süreçlerde aktif bir şekilde kullanılmakta olan imgeler, bir görüntüyü temsil etmenin yanı sıra oluşum ve ifade aracıdır (Narin, 2019). Bir başka tanıma bakacak olursak zihinsel imge ya da zihinsel görüntü, çevredeki olayların ya da dış dünyanın insanın zihnindeki görüntüsüdür. Yani çevredeki olayların, kişilerin, seslerin, nesnelerin zihnindeki resimleri ya da görüntüleridir (Güneş, 2021, aktaran Yazar, 2023).

## **2.9. Yurt Dışında Yapılan Çalışmalar**

Shafiq ve Parveen (2023) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, üniversite öğrencilerinin sosyal medyayı nasıl kullandıklarını incelemek ve sosyal medya kullanımının akademik performanslarında belli bir etkiye sahip olup olmadığını belirlemek amaçlanmıştır.

Araştırmanın çalışma grubunu Pakistan'ın en iyi 10 üniversitesinden rastgele seçilen 234 kişi oluşturmakta olup verileri toplamak için yapılandırılmış bir anket kullanılmıştır. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre; katılımcıların sosyal medyayı akademik sebeplerle kullandıklarında öğrencilerin öğrenme çıktılarının ilerlediği ve sosyal medyanın bilgi paylaşım işlevinin akademik performanslarına etki ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Wickramanayake (2022) yaptığı çalışmada, öğrencilerin sosyal medyanın eğitimde potansiyel kullanımına ilişkin algılarını incelemeyi amaçlamıştır. Çalışma, Sri Lanka'daki üç eğitim bölgesinden 300 öğrenciyle, 20'si kapalı uçlu biri açık uçlu anket sorularıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre; öğrenciler tarafından en fazla ilgi gören sosyal medya platformu Youtube olarak belirlenmiştir. Sosyal medya kullanımının ergenlerin öğrenmeye ayırdıkları vakti olumsuz açıdan etkilemediği ya da azaltmadığı ifade edilmiştir.

Saha ve Guha (2019) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, sosyal medyanın aşırı kullanımının, üniversite öğrencilerinin kişisel ve sosyal hayatlarını nasıl etkileyebileceğini belirlemek amaçlanmıştır. Bu araştırma için Bangladeş'teki iki üniversiteden anket aracılığıyla veriler toplanmıştır. Çalışma grubunu iki üniversiteden 502 lisans öğrencisi oluşturmaktadır. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre; öğrencilerin sosyal medyayı en çok kullanma nedenlerinden birisi, arkadaşlarıyla sohbet etmek şeklinde ifade edilmiştir. Olumsuz etkilerine bakıldığında, öğrencilerin çalışmalarına kötü etki edebilmesi ve zamanlarını çok harcamasıdır. Öğrencilerin sosyal medyaya yönelik algılarının yüksek, olumsuz tutumlarının düşük, bağımlılıklarının orta seviyede olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Martin vd. (2018) yapmış oldukları araştırmada, ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımına ilişkin algılarını belirlemeyi ve siber güvenlikle ilgili görüşlerini toplamayı amaçlamışlardır. Araştırma grubunu ABD'nin Güneydoğu bölgesindeki iki okuldan 6. ile 8.sınıf arasında değişen 593 ortaokul öğrencisi oluşturmaktadır. Öğrencilerin sosyal medya kullanımı ve siber güvenliğe yönelik düşünceleri hakkında bilgi elde etmek için 14 maddelik anket tasarlanmıştır. Çalışmadan elde edilen sonuca göre; öğrencilerin sosyal medyayı çoğunlukla kullandığı ancak kötü paylaşımlar, hacklenme, zorbalık gibi nedenlerden dolayı da endişe duydukları ifade edilmiştir.

Wang vd. (2011) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, sosyal medya ile öğrencilerin ders çalışma verimliliği arasındaki ilişkiyi incelemek amaçlanmıştır. Araştırmada sosyal medyanın üniversite öğrencilerini nasıl etkilediğine yönelik bir grup araştırması yapılmıştır. Veriler anonim anket uygulanarak toplanmıştır. Anket sonunda iki açık uçlu soru da öğrencilere

yöneltilmiştir. Çalışmanın sonucuna göre; üniversite öğrencilerinin çoğunun sosyal medyayı kullandıkları ve bu sebeple sosyal medya sitelerini kontrol etmek için fazlasıyla zaman harcadıkları belirlenmiştir. Öğrencilerin yüzde doksanınin eğlence için vaktini harcadığı, ödevlerini yapmak için sosyal medyayı kullanan öğrenci sayısının neredeyse hiç olmadığı ifade edilmiştir.

## 2.10. Yurt İçinde Yapılan Çalışmalar

Gençer (2024) tarafından yapılan çalışmada amaç, lise öğrencilerinin ders başarısına etki eden faktörlerden biri olan sosyal medya kullanımını araştırmaktır. Araştırma 20 lise öğrencisi ile derinlemesine görüşme yapılarak gerçekleştirilmiştir. Farklı sosyal ve kültürel yapılara sahip lise öğrencileri çalışmaya dahil edilmiştir. Çalışmadan elde edilen sonuçlar incelendiğinde, lise öğrencilerinin ders amaçlı kullansalar bile kullanım süresini kontrol edemediklerinde başarılarının düştüğü tespit edilmiştir. Öğrencilerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ile ders başarısı arasında önemli bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir.

Kandemir (2024) gerçekleştirdiği çalışmada, öğretmen adaylarının sosyal medya kullanım amaçları ile okudukları bölümler arasında bu amaçların farklılık gösterip göstermediğini belirlemeyi amaçlamıştır. Nicel araştırma yöntemlerinden tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre; öğretmen adaylarının sosyal medyayı genellikle arkadaşlarla iletişim kurma, gündemi ve olayları takip etme, bilgiye ulaşabilme gibi amaçlarla kullandıkları tespit edilmiştir. Toplanan veriler demografik özelliklerine göre incelendiğinde, sosyal medya kullanım amaçlarının yaşa göre farklılık göstermediği, kadınlarda kullanım amacının daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bunun yanı sıra bölüm olarak bakıldığında, okul öncesi öğretmenliği bölümünde öğrenim gören kişilerin diğer branşlara göre sosyal medya kullanım amaçlarının daha düşük seviyede olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Öğretmen adaylarının sosyal medya bağımlılık düzeylerinin de çoğunlukla düşük olduğu ifade edilmiştir.

Özet, Aybaş ve Duran (2024) tarafından yapılan çalışmanın amacı, lise 10.sınıf öğrencilerinin sosyal medya algılarını metafor yoluyla incelemek; alt amacı ise lise öğrencilerinin günlük sosyal medya kullanım sürelerini tespit etmektir. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden olan olgu bilim deseni kullanılmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu 2023-2024 yılları arasında güz döneminde öğrenim gören 155 lise 10.sınıf öğrencisi oluşturmaktadır. Çalışmanın sonucunda; öğrencilerin ürettikleri metaforlar “olumlu”, “olumsuz” ve “hem olumlu hem olumsuz” olmak üzere üç kategori ve 12 tema olarak

sınıflandırılmıştır. Öğrencilerin en çok ürettikleri metaforlar “olumlu” kategorisinde “eğlenme” temasında yer alan “eğlence merkezi” olurken, “olumsuz” kategorisinde “bağımlılık yapma” temasında yer alan “alkol” ve “uyuşturucu” olmuştur. Oluşturulan metaforlar ağırlıklı olarak “hem olumlu hem olumsuz” kategorisinde toplanmıştır. Öğrenciler, sosyal medyanın insanı hem olumlu hem olumsuz şekilde etkilediğini ifade etmişlerdir.

Selvi (2024) yaptığı çalışmada, ortaöğretim matematik dersinde kullanılan bazı sosyal medya araçlarının öğretmen ve öğrenci açısından etkisini belirlemeyi amaçlamıştır. Çalışma Siirt İl Milli Eğitim Müdürlüğü’ne bağlı üç farklı kategorideki (Fen Lisesi, Anadolu Lisesi, Teknik Lise) devlet okulunda görev alan matematik öğretmenleri ve öğrencileri ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonucunda; matematik öğretmenlerinin sosyal medya kullanım amaçları 5 başlık altında; öğrencilerin sosyal medya kullanım amaçları 6 başlık altında değerlendirilmiştir. Öğretmenler, sosyal medya araçlarını eğitim-öğretimde kullandıklarını belirtirken, öğrenciler ise kullandıkları sosyal medya aracına göre amaçlarının değiştiğini ifade etmiştir. Araştırmada sosyal medyaya ilişkin öğretmen ve öğrencilerin metaforik algıları da incelenmiştir. Öğretmenlerin en çok oluşturduğu metaforlar “yemek”, “dipsiz kuyu” ve “deniz” şeklindedir. Öğrenciler tarafından en çok oluşturulan metafor ise sosyal medyanın bağımlılık yapması ve belli bir süre sonra kullanan kişilere zarar vermeye başlaması sebebiyle “zararlı alışkanlıklar” şeklindedir.

Şener (2024) tarafından yapılan çalışmada amaç, meslek yüksekokullarında öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya kullanım durumları ile sosyal medyaya ilişkin görüşlerini belirlemektir. Araştırmanın örneklemini 70 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırma karma yöntem ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmadan elde edilen sonuca göre, öğrencilerin 4 yıldan uzun süredir sosyal medya hesabının olduğu, sosyal medyanın bilgiye ulaşma, haberlere hızlı erişim sağlama ve uzaktaki kişilerle iletişim kurma gibi yararlarının yanı sıra zaman kaybı, bağımlılık, kötü insanların olması gibi zararlarının olduğu tespit edilmiştir.

Sağar ve Özçelik (2023) tarafından yapılan çalışmada, ergenlerin sosyal medyaya ilişkin algılarının metaforlar yoluyla incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma grubu 2022-2023 yılları arasında öğrenim gören 182 lise öğrencisinden oluşmaktadır. Elde edilen sonuçlara göre; ergenlerin geliştirdikleri metaforlar “olumlu” ve “olumsuz” kategorilerde sınıflandırılmış ve 6 temaya ayrılmıştır. Olumlu kategoride geliştirilen temalar; “mutluluk”, “ihtiyaç” ve “yararlı” şeklindeyken; olumsuz kategoride geliştirilen temalar ise “bağımlılık”, “zaman kaybı” ve “zararlı” şeklindedir. Ergenlerin sosyal medyaya yükledikleri anlamlar incelendiğinde, sosyal medya kavramına daha çok olumlu anlam yükledikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Temizel (2023) yapmış olduğu çalışmada, ilkokul 4.sınıf öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını belirlemeyi amaçlamıştır. Bu çalışmada durum çalışması deseninden, iç içe geçmiş tek durum deseni kullanılmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu 2021-2022 yılları arasında ilkokulda öğrenim gören 30 farklı 4.sınıf öğrencisi oluşturmaktadır. Elde edilen sonuçlara göre; sosyal medyanın çocuklar için vazgeçilmez bir araç olduğu, genelinin sosyal medya kullandığı ve farklı sosyal medya platformlarında kendisine ait hesaplarının olduğu tespit edilmiştir. Youtube ve Tiktok platformlarını çoğunlukla kullanma nedenlerinin, bu ağlarda üretilen videoları izleyip zaman geçirmek olduğu, dolayısıyla öğrenciler arasında izlenmesinin artış gösterdiği belirtilmiştir. Bu çalışma ile sosyal medya kullanımının olumsuz yanları ve zararlı olabilecek durumlarından öğrencileri korumak için ailelerin ve diğer paydaşların iş birliği içerisinde hareket etmeleri gerektiği; bilinçli sosyal medya kullanıcıları ve medya okuryazarı insanlar yetiştirmek amacıyla sosyal medya kullanımında çocukları bilgilendirmeleri ve kılavuzluk etmeleri gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Demirtaş, Van Yazlak ve Yazlak (2022) tarafından yapılan çalışmada, okul öncesi öğretmenlerinin sosyal medya kullanımına ilişkin görüşlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden olgu bilim deseni kullanılmıştır. Çalışma 55 okul öncesi öğretmeni ile gerçekleştirilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre; okul öncesi öğretmenleri sosyal medyanın olumlu yanı olarak bilgi edinmeyi sağladığını, olumsuz yanı olarak zaman kaybına sebep olduğunu ifade etmişlerdir. Sosyal medyayı daha çok bilgilendirme amaçlı kullandıklarını belirtmişlerdir.

Avcı (2021) yapmış olduğu çalışmada, çocukların yaşamında önemli bir yerde olan sosyal medya kavramının kendi resimlerine nasıl yansıdığını araştırmayı amaçlamıştır. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışması deseni kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemini 9-12 yaş gerçeklik döneminde olan ilkokul ve ortaokul öğrencilerinden oluşmaktadır. Yapılan çalışma kapsamında, devlet ve özel okulların yanı sıra ulusal resim yarışmalarından da 9-12 yaş grubundaki çocuklara ait resimler bir havuzda toplanıp, rastgele seçilen 30 resim incelenmiştir. Çalışmadan elde edilen sonuca göre; çocukların sosyal medya kavramına yönelik farklı yaklaşımları olduğu, bunun çocukların içinde bulundukları aile ve çevresi, sosyo-ekonomik durumları ile kendi sosyal çevreleriyle bağlantılı olduğu ifade edilmiştir. Değerlendirmeye alınan resimlerde, sosyal medyaya ilişkin olumsuz bakış açıları olan kişilerin daha fazla sayıda olduğu sonucu saptanmıştır. Resimlerin değerlendirilmesi sonucunda, çocukların çoğunun yaşlarının dönem özelliklerini yansıtmı bakımından paralellik gösterdiği ve çizimlerinin gerçekteki haliyle benzerlik içerdiği ifade edilmiştir.

Zeytinli (2021) yapmış olduğu çalışmada, 5.sınıf sosyal bilgiler dersini alan öğrencilerin sosyal medya kavramına ilişkin bilişsel yapılarını metaforlar, çizimler ve kompozisyonlar aracılığıyla belirlemeyi amaçlamıştır. Çalışma grubu 2018-2019 yılı ikinci döneminde dört ortaokulun 5.sınıfında öğrenim gören 403 öğrenciden oluşmaktadır. Araştırmada ulaşılan sonuçlara göre, sosyal bilgiler ders kitabında sosyal medya kavramı kapsamlı olarak yer almış olsa da sosyal medyanın tanımı ve uygulamalarına yer verilmediğinden, öğrencilerin sosyal medya kavramına ilişkin kavram yanılgısının olduğu belirlenmiştir. Kullanılan her üç veri toplama aracında da öğrencilerin bilişsel yapılarını başarılı ve detaylı olarak açıkladıkları ifade edilmiştir. Sosyal medya kavramına yönelik 5.sınıf öğrencilerinin bilişsel yapılarının zengin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Avcı (2020) yapmış olduğu çalışmada, öğretmenlerin sosyal medya kullanımları ile sosyal medyaya ilişkin metaforik algılarının ortaya çıkarılmasını amaçlamıştır. Araştırmada olgu bilim deseni kullanılmıştır. Çalışma grubu 75 öğretmenden oluşmaktadır. Çalışmadan elde edilen sonuca göre, sosyal medya kavramına ilişkin metaforlar 7 tema altında değerlendirilmiştir. Öğretmenlerin ürettiği metaforların ağırlıklı olarak “olumlu-olumsuz geniş içeriği ile sosyal medya” ardından ise “bilgi kaynağı olarak sosyal medya” temasında toplandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Özel (2020) yapmış olduğu çalışmada, Z kuşağının medya okuryazarlığı bağlamında sosyal medya kullanım alışkanlıklarını incelemeyi amaçlamıştır. Z kuşağının özellikle sosyal medya platformlarında baktıkları iletileri, medya okuryazarlığı kavramı kapsamında nasıl açıkladıkları ile bu platformları hangi amaçla kullandıkları araştırılmıştır. Niteliksel araştırma yöntemlerinden odak grup görüşmesi kullanılmıştır. Çalışma 6., 7. ya da 8.sınıfların birinde medya okuryazarlığı dersi alan ve almayan olmak üzere üç odak grup görüşmesi şeklinde gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın örneklemini 13 öğrenci oluşturmaktadır. Çalışmanın sonucunda; Z kuşağının günlük yaşamında yeni medyayı çok kullanırken, nasıl kullanmaları gerektiğini bilmedikleri ifade edilmiştir. Takip ettikleri platformlar kendi hobi ve ilgilerine göre olup boş vakitlerini değerlendirmek başlıca öncelikleri olmuştur. Bu doğrultuda en çok Instagram platformunu kullandıklarını belirtmişlerdir. Sosyal medyayı kullanmayı yalnızca arkadaşlarıyla iletişim sağlamada alternatif bir seçenek olarak gördüklerinden dolayı, medya okuryazarlığı beceri ve yeteneklerini geliştirme gereği duymadıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Üztemur ve Dinç (2020) yapmış oldukları çalışma ile ortaokul öğrencilerinin sosyal medya algılarını metaforlar yoluyla incelemeyi amaçlamışlardır. Çalışma bir devlet ortaokulunun farklı sınıf seviyelerindeki 153 öğrenci ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma

sonuçlarına göre; öğrencilerin en fazla geliştirdikleri metafor “dünya” kavramı olmuştur. Öğrencilerin geliştirdiği metaforlar ortak özellikleri dikkate alınarak 9 farklı tema altında toplanmıştır. Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyaya yönelik algılarının çeliştiği sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medyanın hem olumlu hem olumsuz yanları olmakla birlikte karmaşık bir yapısı olduğu ifade edilmiştir.

Altun ve Ulusoy (2018) yaptıkları araştırmada, okul öncesi öğretmen adaylarının teknoloji ve sosyal medya hakkında sahip oldukları metaforları incelemeyi amaçlamışlardır. Yöntem olarak olgu bilim deseni kullanılmıştır. Çalışma grubu 2017-2018 yılları arasında bir devlet üniversitesinde öğrenim gören 120 okul öncesi öğretmen adayından oluşmaktadır. Çalışmanın sonucuna göre; sosyal medya kavramına ilişkin oluşturulan metaforlar 12 kategoride değerlendirilmiştir. Öğretmen adayları tarafından oluşturulan metaforlara bakıldığında en çok “bağımlılık” kategorisinde toplandıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Egüz ve Kesten (2018) tarafından yapılan çalışmada, sosyal bilgiler öğretmenliği öğrencilerinin sosyal medya algılarını metafor yoluyla belirlemek amaçlanmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu 1, 2, 3, ve 4. sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Katılımcıların geliştirdikleri metaforlar ile ortak özelliklerinden hareketle geliştirilen metafor kategorileri sınıf düzeyi bakımından karşılaştırılmıştır. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre; katılımcılar tarafından en çok üretilen metafor “sigara” olmuştur. Oluşturulan metaforlar 6 kategori altında sınıflandırılmıştır. Katılımcıların çoğunluğu, sosyal medyayı “yol gösteren ve bilgiye ulaştıran bir kaynak” şeklinde açıklamışlardır. Bunun yanı sıra 1.sınıf öğrencilerinin sosyal medyayı “bağımlılık yaratan bir unsur” olarak ifade eden metaforlar geliştirdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Köseoğlu (2018) tarafından yapılan çalışmanın amacı, öğretmen adaylarının sosyal medya kavramına ilişkin algılarını metaforlar yoluyla belirlemektir. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan olgu bilim deseni kullanılmıştır. Çalışma 2015-2016 yılları arasında Hacettepe ve Gazi Üniversitesinde öğrenim gören 138 biyoloji öğretmen adayı ile gerçekleştirilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, Oluşturulan metaforlar 7 kategori altında toplanmıştır. Öğretmen adaylarının çoğunluğunun sosyal medyayı olumlu algıladığı sonucuna ulaşılmıştır.

Aslan (2017) yapmış olduğu çalışmada, ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını belirlemeyi amaçlamıştır. Araştırmanın çalışma grubunu 2015-2016 yılları arasında farklı üç okulda öğrenim gören 528 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmada betimsel araştırma modeli kullanılmıştır. Elde edilen sonuca göre, öğrencilerin birçoğunun sosyal

medyayı kullandıkları, sosyal medyayı çok farklı şekillerde algıladıkları ve işlevsel gördükleri belirlenmiştir.

Erdem, Alkan ve Erdem (2017) tarafından yapılan çalışmada, öğretmen adaylarının sosyal medya kavramına ilişkin metaforik algılarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma bir devlet üniversitesinin eğitim fakültesine devam eden 73 öğrenci ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonucuna göre, öğretmen adayları tarafından en çok geliştirilen metafor “arkadaşlık” kavramı olmuştur. Geliştirilen metaforlar “paylaşım”, “zarar”, “eğlence”, “hem iyi hem kötü” olmak üzere 4 farklı kategoride sınıflandırılmıştır. Öğretmen adaylarının geliştirdiği metaforların en çok “zarar” kategorisinde yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Onursoy (2017) yapmış olduğu çalışmada, kullanıcıların sosyal medya ile ilgili derin metaforlarına odaklanmayı amaçlamıştır. Çalışma Türkiye ve Fildişi, Gambia gibi farklı ülkelerdeki iletişim fakülteleri arasından 15 üniversite öğrencisiyle derinlemesine görüşme yapılarak gerçekleştirilmiştir. Öğrencilerin sosyal medya ile ilgili metaforlarını belirlemek için Zaltman Metafor Çıkarım Tekniği kullanılmıştır. 18-25 yaş aralığında olan öğrenciler, aktif sosyal medya araçlarını kullanan ve temel Photoshop yazılımını bilen kişilerden oluşmaktadır. Çalışmadan elde edilen sonuçlara bakıldığında; insanlarla irtibat kurmak, bu doğrultuda kendini göstermek, ifade etmek sosyal medya kullanan kişilerin araştırma kapsamında ortaya çıkardığı derin metaforik anlamlar olarak tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra onları sınırlayan ve bağımlılık durumunun engellenmesine yönelik kendini kontrol edebilme ihtiyacı da ortaya çıkan diğer derin metaforik anlamlardır. Araştırma ile katılımcıların günlük yaşamlarında sosyal medyaya bağımlı oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

## BÖLÜM III

### YÖNTEM

#### 3.1. Araştırma Yöntemi

7. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kavramına ilişkin bilişsel yapılarının metaforlar yoluyla incelenmesinin amaçlandığı bu çalışmada, nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma, algıların ve olayların gerçekçi ve bütüncül bir biçimde doğal ortamda ortaya çıkarılmasına ilişkin nitel bir sürecin izlendiği çalışma olarak tanımlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Bir başka tanıma göre nitel araştırma, kişinin kendisine ait sırlarını çözebilmek ve kendi gayretiyle şekillendirdiği toplumsal düzenin derinliklerini keşfedebilmek için geliştirdiği bilgi üretme yollarından birisidir (Özdemir, 2010).

Araştırmada nitel araştırma desenlerinden biri olan olgu bilim (fenomenoloji) kullanılmıştır. Olgu bilim (fenomenoloji), farkında olunan ancak derinlemesine ve ayrıntılı bir anlayışa sahip olmadığımız olgulara odaklanmayı amaçlamaktadır. Olgular yaşanan dünyadaki durumlar, olaylar, algılar, deneyimler gibi çeşitli şekillerde kendini göstermektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Olgu biliminde, olguyu yaşayan bireylerin olgu ile aralarında bir ilişkinin olduğu belirtilmekte ve olgu bilimin başlangıç noktasını yine olguların kendisi oluşturmaktadır (Kocabıyık, 2015).

#### 3.2. Çalışma Grubu

Bu araştırmanın çalışma grubunu, 2022-2023 eğitim öğretim yılında Antalya ili Kepez, Konyaaltı, Muratpaşa ve Aksu ilçelerindeki özel ve devlet okullarında öğrenim gören 169'u kız, 177'si erkek olmak üzere toplam 346 7. sınıf öğrencisi oluşturmaktadır. Öğrencilerin cinsiyete göre olan dağılımları Tablo 2'de gösterilmiştir.

Bu sınıfın çalışma grubu olarak seçilmesinin temel nedeni, sosyal medya kavramının 7. sınıf öğrencilerinin sosyal bilgiler dersi müfredatında yer alması ve bu sınıf seviyesindeki öğrencilerin sosyal medya kavramıyla ilgili metaforlar üretebileceğinin düşünülmesidir. Araştırmanın çalışma grubu amaçlı örnekleme yöntemlerinden kolay ulaşılabilir durum örneklemesine göre belirlenmiştir. Kolay ulaşılabilir durum örnekleme, çalışmaya hız ve pratiklik kazandırır (Yıldırım ve Şimşek, 2011).

**Tablo 2.** Öğrencilerin Cinsiyete Göre Dağılımlarının Frekansları ve Yüzdelik Oranları

| Cinsiyet | Frekans (f) | Yüzde (%) |
|----------|-------------|-----------|
| Kız      | 169         | 48,84     |
| Erkek    | 177         | 51,15     |
| Toplam   | 346         | 99,99     |

### 3.3. Veri Toplama Aracı

Araştırmada üç bölümden oluşan veri toplama aracı kullanılmıştır. Veri toplama formu hazırlanırken Zeytinli (2021) tarafından hazırlanan veri toplama formu örnek alınmıştır. Veri toplama aracına ekte yer verilmiştir.

#### 3.3.1. Metafor

Saban’a (2009) göre veri toplama aracı olarak metaforların kullanıldığı araştırmalarda “gibi” kelimesi genelde metaforun konu ve kaynağı arasındaki ilişkiyi daha net bir biçimde yansıtmak için kullanırken; “çünkü” kelimesine de yer verilerek katılımcıların oluşturduğu metaforlar için bir gerekçe açıklaması istenir.

Veri toplama formunun ilk bölümünde, çalışma grubuna katılan öğrencilerin sosyal medya kavramına ilişkin sahip oldukları anlamları belirlemek amacıyla metaforlar kullanılmıştır. Buna göre “Sosyal medya ..... gibidir. Çünkü .....” şeklinde oluşturulmuş açık uçlu soru cümlesi ile metafor ilişkisi kurulmaya çalışılmıştır.

### 3.4. Veri Toplama Teknikleri

Teknik, “Bir sanat, bir bilim, bir meslek dalında kullanılan yöntemlerin hepsi, yol, beceri, yöntem” olarak açıklanmaktadır (TDK, 2024).

#### 3.4.1. Çizim Tekniği

Öğrencilerin bilinçaltında var olan fikirlerini anlamlandırmasına yardımcı olan çizimler, güçlü bir veri toplama tekniğidir (Uzun vd., 2022). Çizimler, kişinin konuşarak ya da yazarak yaptığı açıklamalara göre farklı bir bakış açısı sunar çünkü çizimler, kelimelerle ifade edilmesi zor olan, anlaşılamayan, henüz düşünülmemiş durumları ve bilinçaltını yansıtabilir (Haney, Russel ve Bebell, 2004). Ayrıca çizimler belli bir konuya ilişkin fikir ve duyguların ifade edilmesinin yanı sıra çocukların kavramsal bilgi seviyelerinin ortaya çıkarılmasında da kullanılan etkili bir yöntemdir (Kıryak vd., 2019). Çizim tekniğinin amacı, öğrencide açığa

çıkamamış düşünce, inanış ve bilgileri, öğrenciyi sözcüklerle sınırlamadan ortaya çıkarmaktır (Eser vd., 2015).

Veri toplama formunun ikinci bölümünde, 7. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kavramına ilişkin çizimlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaca yönelik 7. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kavramının kendilerine hatırlattıklarını çizmeleri istenmiştir. Öğrencilerin sosyal medya kavramı ile ilgili zihinlerinde yer alan duygu, düşünceleri somutlaştırmaları, bunu çizim aracılığıyla ifade etmeleri beklenmiştir. Ancak bu tekniğin analizinde ve çizimlerin yorumlanmasında güçlükler yaşanabilmektedir. Bunun önlenmesi için çizimlerin açıklamalarla desteklenmesi önerilmektedir (Ural Keleş, 2019). Uygulama sırasında öğrencilerin çizimlerinin yanına kısaca açıklama yapmaları hem veri toplama formuna yazılmış hem de sözel olarak ifade edilmiştir. Bu şekilde çizimlerde öğrenci teyidi alınmıştır.

### **3.4.2. Kompozisyon Tekniği**

Kompozisyon, öğrencilere duygu ve düşüncelerini düzgün ve etkili bir şekilde açıklamaları için yaptırılan sözlü ya da yazılı çalışma olarak açıklanmaktadır (TDK, 2024). Şengül'e (2011) göre yazma (yazılı anlatım / kompozisyon), herhangi bir konu hakkında var olan duyguların, fikirlerin, bilgilerin, yaşam deneyimlerinin, hayallerin bilişsel işlemler sonucunda, dilin kurallarına göre, düzgün ve bütünlük oluşturacak şekilde düzenlenerek yazıya aktarılmasıdır. Yazma, öğrencilerin fikirlerini ifade etmeleri için bir araç görevi görmektedir (Albert, 2000).

Veri toplama formunun üçüncü bölümünde ise 7. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kavramına ilişkin kompozisyon yazmaları istenmiştir. Buna yönelik 7. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kavramı konusunda düşüncelerini kısa bir kompozisyon yazarak açıklamaları beklenmiştir. Bu sayede 7. sınıf öğrencilerinin sosyal medya ile ilgili zihinlerinde yer alan düşüncelerine ulaşılmaya çalışılmıştır.

### **3.5. Veri Toplama Süreci**

Araştırma gerçekleştirilmeden önce araştırmacı tarafından öğrenim gördüğü üniversitenin etik kurul komisyonundan etik kurul izni alınmıştır. Onaylanan etik kurul izni sonrasında, Millî Eğitim Bakanlığı'na bağlı ortaokullardaki 7. sınıf öğrencileriyle çalışmanın gerçekleştirilmesi için Antalya İl Milli Eğitim Müdürlüğü'ne araştırma izni için başvurulmuştur. Araştırma izninin onaylanması ile veri toplama süreci başlamıştır. Veri toplama formunda yer alan soruların cevaplanması için okul müdür ya da müdür yardımcısı ile

görülmüş, uygun gün ve ders saati belirlenerek veriler öğrencilerden toplanmıştır. Veri toplama esnasında öğrencilere veri toplama formu tanıtılarak sosyal medya kavramına ilişkin metafor oluşturmaları, sosyal medyanın hatırlattıkları ile ilgili çizim yapmaları, sosyal medya ile ilgili düşüncelerini açıklamaları belirtilmiştir. Çizimlerinin yanına açıklama yapmaları hem veri toplama formuna yazılmış hem de sözel olarak öğrencilere ifade edilmiştir. Veri toplama süresi yaklaşık 20-25 dakika sürmüştür.

### 3.6. Verilerin Analizi

Araştırmadan elde edilen veriler betimsel analize ve içerik analizine tabi tutulmuştur. Betimsel analizin hedefi, elde edilen bulguların düzenlenmiş ve yorumlanmış bir şekilde okuyan kişilerle buluşturulmasıdır. Bu hedef doğrultusunda toplanan veriler, ilk önce sistematik ve anlaşılır bir şekilde betimlenir. Daha sonra bu betimlemeler açıklanır ve yorumlanır, sebep-sonuç ilişkileri incelenir ve çeşitli sonuçlara ulaşılır (Yıldırım ve Şimşek, 2011). İçerik analizinde temel hedef, önceden toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere erişmektir. Bu hedef doğrultusunda toplanan verilerin birinci aşamada kavramsallaştırılması, ikinci aşamada ise açığa çıkan kavramlara göre uygun bir şekilde düzenlenmesi ve temaların belirlenmesi gerekmektedir. Elde edilen veriler içerik analizinde 4 aşamada analiz edilir. Bunlar; toplanan verilerin kodlanması, temaların belirlenmesi, kodlanan verilerin ve belirlenen temaların düzenlenmesi son olarak ise bulguların tanımlanması ve yorumlanması şeklindedir (Yıldırım ve Şimşek, 2011).

Öğrencilerin cevaplandırmış oldukları veri toplama formunda sosyal medya kavramına ilişkin metaforları ve açıklamalarını oluşturan birinci bölüm, çizimleri oluşturan ikinci bölüm ve kompozisyonları oluşturan üçüncü bölüm detaylı bir şekilde incelenmiştir. Her bir kağıt Ö1'den Ö346'ya kadar numaralandırılmıştır. Öğrencilerin oluşturduğu metaforları içeren birinci bölümde, metaforlar ve açıklamaları incelenmiş ve bazıları değerlendirmeye dahil edilmemiştir. Bunun nedeni öğrencilerin kağıtları boş bırakması, alakasız bağlantıların kurulmasıdır. Bu bölümde toplam 311 metafor geçerli kabul edilmiştir. Öğrencilerin yaptıkları çizimleri içeren ikinci bölümde, çizimler ve yanlarına yazdıkları kısa açıklamalar incelenmiş ve bazıları değerlendirmeye dahil edilmemiştir. Bunun nedeni öğrencilerin çizim kısmını boş bırakması, sosyal medya kavramı ile ilgisi olmayan ve yanlış bilgi içeren çizimler yapmasıdır. Bu bölümde toplam 142 çizim geçerli kabul edilmiştir. Öğrencilerin yazdıkları kompozisyonları içeren üçüncü bölümde, bu yazılar incelenmiş ve bazıları değerlendirmeye dahil edilmemiştir.

Bunun nedeni ise öğrencilerin bu bölümü boş bırakması ve yanlış bilgiler yazmasıdır. Bu bölümde toplam 231 kompozisyon geçerli kabul edilmiştir.

Oluşturulan metaforlar, çizimler ve kompozisyonlar ortak özelliklerine göre sınıflandırılmıştır. Veri toplama formunun birinci bölümünde yer alan metaforlar, temaya ayrılırken “çünkü...” kısmındaki açıklamalar dikkate alınmıştır. İkinci bölümde yer alan çizimler, öğrencilerin yaptıkları çizimler ve açıklamalarına göre zihinsel imge olarak sınıflandırılmıştır. Çizimlerin zihinsel imge olarak sınıflandırılmasının nedeni, öğrencilerin zihinlerinde oluşan şeyleri resmetmeleridir. Kompozisyonlarda ise, öğrencilerin yazdıkları açıklamalar dikkate alınarak temalar oluşturulmuştur. Metaforlar 8 temada, çizimler 6 zihinsel imgede, kompozisyonlar ise 6 temada sınıflandırılmıştır. Bu temalara bulgular kısmında tablolar halinde yer verilmiştir. Verilerin geçerliliğini ve güvenilirliğini artırmak amacıyla bulgularda öğrenci açıklamalarından doğrudan alıntılara ve çizimlerinden örneklere yer verilmiştir.

## BÖLÜM IV

### BULGULAR

#### 4.1. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Sahip Oldukları Metaforlara Yönelik Bulgular

Araştırmanın birinci alt probleminde, 7. sınıf öğrencilerinin “Sosyal medya... gibidir. Çünkü...” sorusuna yönelik verdikleri cevaplar doğrultusunda sahip oldukları metaforlar, frekans değerleri ve yüzdeleri Tablo 3’te yer almaktadır.

**Tablo 3.** 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Sahip Oldukları Metaforlar

| Sıra No | Metafor          | f  | %    | Sıra No | Metafor                      | F | %    |
|---------|------------------|----|------|---------|------------------------------|---|------|
| 1.      | Eğlence Yeri     | 12 | 3,85 | 77.     | Eğlence Alanı                | 1 | 0,32 |
| 2.      | Kitap            | 12 | 3,85 | 78.     | Eğlence Evi                  | 1 | 0,32 |
| 3.      | Sigara           | 12 | 3,85 | 79.     | Eğlence Platformu            | 1 | 0,32 |
| 4.      | Eğlence Merkezi  | 9  | 2,89 | 80.     | Eğlence Robotu               | 1 | 0,32 |
| 5.      | Zaman Kaybı      | 9  | 2,89 | 81.     | Ev                           | 1 | 0,32 |
| 6.      | Eğlence          | 8  | 2,57 | 82.     | Ev Arkadaşı                  | 1 | 0,32 |
| 7.      | Alkol            | 7  | 2,25 | 83.     | Fare Kapanı                  | 1 | 0,32 |
| 8.      | Arkadaş          | 7  | 2,25 | 84.     | Gazetenin Teknolojik Hali    | 1 | 0,32 |
| 9.      | Okul             | 7  | 2,25 | 85.     | Gerçeklikten Kopuş           | 1 | 0,32 |
| 10.     | Bilgi Kaynağı    | 6  | 1,92 | 86.     | Girdap                       | 1 | 0,32 |
| 11.     | Bağımlılık       | 6  | 1,92 | 87.     | Gökyüzü                      | 1 | 0,32 |
| 12.     | Dost             | 6  | 1,92 | 88.     | Gurme                        | 1 | 0,32 |
| 13.     | Hayat            | 5  | 1,60 | 89.     | Güneş                        | 1 | 0,32 |
| 14.     | Öğretmen         | 5  | 1,60 | 90.     | Günlük                       | 1 | 0,32 |
| 15.     | Çöplük           | 4  | 1,28 | 91.     | Haber Ağı                    | 1 | 0,32 |
| 16.     | Hayatın Parçası  | 4  | 1,28 | 92.     | Haberci                      | 1 | 0,32 |
| 17.     | İhtiyaç          | 4  | 1,28 | 93.     | Hobi                         | 1 | 0,32 |
| 18.     | Oyun             | 4  | 1,28 | 94.     | Hortum                       | 1 | 0,32 |
| 19.     | Kötü Alışkanlık  | 4  | 1,28 | 95.     | İki Yüzlü Arkadaş            | 1 | 0,32 |
| 20.     | Tuzak            | 4  | 1,28 | 96.     | İnsan                        | 1 | 0,32 |
| 21.     | Aile             | 3  | 0,96 | 97.     | İnsan Beyni                  | 1 | 0,32 |
| 22.     | Çanta            | 3  | 0,96 | 98.     | İnsan Topluluğu              | 1 | 0,32 |
| 23.     | Farklı Bir Dünya | 3  | 0,96 | 99.     | İnsana Zarar Veren Bir Madde | 1 | 0,32 |
| 24.     | Haber Programı   | 3  | 0,96 | 100.    | İnternet                     | 1 | 0,32 |
| 25.     | Oyuncak          | 3  | 0,96 | 101.    | İnternet Kafe                | 1 | 0,32 |
| 26.     | Park             | 3  | 0,96 | 102.    | Kanser                       | 1 | 0,32 |
| 27.     | Saat             | 3  | 0,96 | 103.    | Kedi                         | 1 | 0,32 |
| 28.     | Sanal Arkadaş    | 3  | 0,96 | 104.    | Kelepçe                      | 1 | 0,32 |
| 29.     | Virüs            | 3  | 0,96 | 105.    | Kral                         | 1 | 0,32 |
| 30.     | Yemek            | 3  | 0,96 | 106.    | Kuklacı                      | 1 | 0,32 |
| 31.     | Ansiklopedi      | 2  | 0,64 | 107.    | Korku Alanı                  | 1 | 0,32 |
| 32.     | Asistan          | 2  | 0,64 | 108.    | Kötü İnsan                   | 1 | 0,32 |
| 33.     | Canavar          | 2  | 0,64 | 109.    | Labirent                     | 1 | 0,32 |
| 34.     | Can Simidi       | 2  | 0,64 | 110.    | Meditasyon                   | 1 | 0,32 |
| 35.     | Çukur            | 2  | 0,64 | 111.    | Megafon                      | 1 | 0,32 |
| 36.     | Dünya            | 2  | 0,64 | 112.    | Melek ve Şeytan              | 1 | 0,32 |
| 37.     | Düşman           | 2  | 0,64 | 113.    | Mıknatıs                     | 1 | 0,32 |
| 38.     | Eğlence Aracı    | 2  | 0,64 | 114.    | Moral Veren Bir İnsan        | 1 | 0,32 |
| 39.     | Eğlence Mekânı   | 2  | 0,64 | 115.    | Mutluluk                     | 1 | 0,32 |

|        |                               |   |      |      |                            |     |        |
|--------|-------------------------------|---|------|------|----------------------------|-----|--------|
| 40.    | Evcil Hayvan                  | 2 | 0,64 | 116. | Müze                       | 1   | 0,32   |
| 41.    | Gazete                        | 2 | 0,64 | 117. | Müzik Dinlemek             | 1   | 0,32   |
| 42.    | Gökkuşığı                     | 2 | 0,64 | 118. | Müzik Kutusu               | 1   | 0,32   |
| 43.    | Haber Kanalı                  | 2 | 0,64 | 119. | Nikotin                    | 1   | 0,32   |
| 44.    | Kafe                          | 2 | 0,64 | 120. | Okyanusun Derinlikleri     | 1   | 0,32   |
| 45.    | Kalem                         | 2 | 0,64 | 121. | Örümcek Ağı                | 1   | 0,32   |
| 46.    | Karadelik                     | 2 | 0,64 | 122. | Özgürlük                   | 1   | 0,32   |
| 47.    | Kardeş                        | 2 | 0,64 | 123. | Patronun Yardımcısı        | 1   | 0,32   |
| 48.    | Keşif                         | 2 | 0,64 | 124. | Radyo                      | 1   | 0,32   |
| 49.    | Kötü Arkadaş                  | 2 | 0,64 | 125. | Rahatlık                   | 1   | 0,32   |
| 50.    | Kütüphane                     | 2 | 0,64 | 126. | Rehberlik                  | 1   | 0,32   |
| 51.    | Lunapark                      | 2 | 0,64 | 127. | Robot                      | 1   | 0,32   |
| 52.    | Oyun Oynamak                  | 2 | 0,64 | 128. | Rüyalar                    | 1   | 0,32   |
| 53.    | Sözlük                        | 2 | 0,64 | 129. | Şarj                       |     | 0,32   |
| 54.    | Telefon                       | 2 | 0,64 | 130. | Satranç Tahtası            | 1   | 0,32   |
| 55.    | Uzay                          | 2 | 0,64 | 131. | Silgi                      | 1   | 0,32   |
| 56.    | Yakın Çevre                   | 2 | 0,64 | 132. | Sığınma Yeri               | 1   | 0,32   |
| 57.    | Ağaç                          | 1 | 0,32 | 133. | Sonsuz Bir Boşluk          | 1   | 0,32   |
| 58.    | Ağır İlaçlar                  | 1 | 0,32 | 134. | Stand Up Gösterisi         | 1   | 0,32   |
| 59.    | Ağrı Kesici                   | 1 | 0,32 | 135. | Stres Topu                 | 1   | 0,32   |
| 60.    | Alışkanlık                    | 1 | 0,32 | 136. | Su                         | 1   | 0,32   |
| 61.    | Anahtarı Üstünde Kilit        | 1 | 0,32 | 137. | Şöhret                     | 1   | 0,32   |
| 62.    | Araba Hurdalığı               | 1 | 0,32 | 138. | Takip Cihazı               | 1   | 0,32   |
| 63.    | Arkadaş Ortamı                | 1 | 0,32 | 139. | Tanıdık Biri               | 1   | 0,32   |
| 64.    | Arşiv                         | 1 | 0,32 | 140. | Televizyon                 | 1   | 0,32   |
| 65.    | Bağ(Sohbet) Avcısı            | 1 | 0,32 | 141. | Terapi                     | 1   | 0,32   |
| 66.    | Bilgi Aracı                   | 1 | 0,32 | 142. | Toksik İnsan               | 1   | 0,32   |
| 67.    | Bilim Uzmanı                  | 1 | 0,32 | 143. | Uyuşturucu                 | 1   | 0,32   |
| 68.    | Bizden Nefret Eden Birisi     | 1 | 0,32 | 144. | Uzaydaki Boşluk            | 1   | 0,32   |
| 69.    | Bıçak                         | 1 | 0,32 | 145. | Uzuv                       | 1   | 0,32   |
| 70.    | Boşluk                        | 1 | 0,32 | 146. | Yardımcı                   | 1   | 0,32   |
| 71.    | Boş Teneke                    | 1 | 0,32 | 147. | Yargılayıcı Bir İnsan      | 1   | 0,32   |
| 72.    | Buzdağı                       | 1 | 0,32 | 148. | Zaman Geçirme Makinesi     | 1   | 0,32   |
| 73.    | Cennet                        | 1 | 0,32 | 149. | Zaman Öldürücü Bir Arkadaş | 1   | 0,32   |
| 74.    | Çikolata                      | 1 | 0,32 |      |                            |     |        |
| 75.    | Dedikodu                      | 1 | 0,32 |      |                            |     |        |
| 76.    | Dünyanın Bir Arada Olduğu Yer | 1 | 0,32 |      |                            |     |        |
| TOPLAM |                               |   |      |      |                            | 311 | 100,00 |

Tablo 3 incelendiğinde, 7. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kavramına ilişkin 149 farklı metafor oluşturdıkları görülmektedir. Sosyal medya kavramına ilişkin en çok üretilen metaforların “eğlence yeri” (12), “kitap” (12) ve “sigara” (12) olduğu belirlenmiştir. Bunları sırasıyla “eğlence merkezi” (9), “zaman kaybı” (9), “eğlence” (8), “alkol” (7), “arkadaş” (7), “okul” (7), “bilgi kaynağı” (6), “bağımlılık” (6), “dost” (6), “hayat” (5), “öğretmen” (5), “çöplük” (4), “hayatın parçası” (4), “ihtiyaç” (4), “oyun” (4), “kötü alışkanlık” (4), “tuzak” (4), “aile” (3), “çanta” (3), “farklı bir dünya” (3), “haber programı” (3), “oyuncak” (3), “park” (3), “saat” (3), “sanal arkadaş” (3), “virüs” (3), “yemek” (3) metaforları izlemektedir.

#### 4.1.1. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Oluşturduğu Metaforların Ortak Özellikleri Bakımından Toplandığı Temalara Yönelik Bulgular

Araştırmada, 7. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kavramına ilişkin oluşturdukları 311 geçerli metafor, 8 tema altında toplanmıştır. Geliştirilen temalar ve bu temalara ait frekans değerleri Tablo 4’te yer almaktadır.

**Tablo 4.** 7. Sınıf Öğrencileri Tarafından Oluşturulan Metaforların Ortak Özellikleri Bakımından Toplandığı Temalar

| Sıra No       | Tema                                                     | Frekans<br>(f) |
|---------------|----------------------------------------------------------|----------------|
| 1.            | Eğlenme ve Vakit Geçirme Unsuru Olarak Sosyal Medya      | 75             |
| 2.            | Bilgi Edinme ve Haber Kaynağı Unsuru Olarak Sosyal Medya | 60             |
| 3.            | Bağımlılık Yapma Unsuru Olarak Sosyal Medya              | 53             |
| 4.            | İnsanı Etkileme Unsuru Olarak Sosyal Medya               | 49             |
| 5.            | Sosyalleşme ve Paylaşım Yapma Unsuru Olarak Sosyal Medya | 33             |
| 6.            | Zaman Kaybetme Unsuru Olarak Sosyal Medya                | 23             |
| 7.            | Yaşam Kaynağı Unsuru Olarak Sosyal Medya                 | 14             |
| 8.            | Sınırsız Olma Unsuru Olarak Sosyal Medya                 | 4              |
| <b>Toplam</b> |                                                          | 311            |

Tablo 4 incelendiğinde, 7. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kavramına ilişkin oluşturdukları metaforların 8 tema altında sınıflandırıldığı görülmektedir. Bu temalar “eğlenme ve vakit geçirme unsuru olarak sosyal medya” (75), “bilgi edinme ve haber kaynağı unsuru olarak sosyal medya” (60), “bağımlılık yapma unsuru olarak sosyal medya” (53), “insanı etkileme unsuru olarak sosyal medya” (49), “sosyalleşme ve paylaşım yapma unsuru olarak sosyal medya” (33), “zaman kaybetme unsuru olarak sosyal medya” (23), “yaşam kaynağı unsuru olarak sosyal medya” (14), “sınırsız olma unsuru olarak sosyal medya” (4) şeklinde sıralanmaktadır.

Öğrenciler tarafından oluşturulan metaforların en çok “eğlence ve vakit geçirme unsuru olarak sosyal medya” temasında yoğunlaştığı; en az ise “sınırsız olma unsuru olarak sosyal medya” temasında yer aldığı görülmektedir. 8 tema altında toplanan metaforlar, frekans ve yüzdelik dağılımları ile öğrencilerin oluşturdukları metaforlara ait cümleler alıntılanarak sunulmuştur.

##### 4.1.1.1. Eğlenme ve Vakit Geçirme Unsuru Olarak Sosyal Medya

Öğrencilerin “eğlenme ve vakit geçirme unsuru olarak sosyal medya” temasında oluşturdukları metaforlar ile bu metaforlara ait frekans ve yüzdelik değerleri Tablo 5’te yer almaktadır.

**Tablo 5.** Eğlenme ve Vakit Geçirme Unsuru Olarak Sosyal Medya Temasına Ait Metaforların Dağılımı

| Tema                                                   | Alt Tema            | Metafor                      | f         | %             |
|--------------------------------------------------------|---------------------|------------------------------|-----------|---------------|
| 1. Eğlenme ve Vakit Geçirme Unsuru Olarak Sosyal Medya | 1.1.Yer/Mekân       | 1.1.1.Eğlence Yeri           | 12        | 16            |
|                                                        |                     | 1.1.2.Eğlence Merkezi        | 9         | 12            |
|                                                        |                     | 1.1.3.Park                   | 3         | 4             |
|                                                        |                     | 1.1.4.Lunapark               | 2         | 2,6           |
|                                                        |                     | 1.1.5.Eğlence Mekânı         | 2         | 2,6           |
|                                                        |                     | 1.1.6.Cennet                 | 1         | 1,3           |
|                                                        |                     | 1.1.7.Eğlence Alanı          | 1         | 1,3           |
|                                                        |                     | 1.1.8.Eğlence Evi            | 1         | 1,3           |
|                                                        |                     | 1.1.9.İnternet Kafe          | 1         | 1,3           |
|                                                        |                     | 1.1.10.Sığınma Yeri          | 1         | 1,3           |
|                                                        |                     | <b>Ara Toplam</b>            | <b>33</b> |               |
|                                                        | 1.2.İnsan ve Hayvan | 1.2.1.Arkadaş                | 5         | 6,6           |
|                                                        |                     | 1.2.2.Dost                   | 4         | 5,3           |
|                                                        |                     | 1.2.3.Evcil Hayvan           | 2         | 2,6           |
|                                                        |                     | 1.2.4.Ev Arkadaşı            | 1         | 1,3           |
|                                                        |                     | 1.2.5.Kardeş                 | 1         | 1,3           |
|                                                        |                     | 1.2.6.Kedi                   | 1         | 1,3           |
|                                                        |                     | 1.2.7.Moral Veren Bir İnsan  | 1         | 1,3           |
|                                                        |                     | 1.2.8.Yakın Çevre            | 1         | 1,3           |
|                                                        |                     | <b>Ara Toplam</b>            | <b>16</b> |               |
|                                                        | 1.3.Materyal        | 1.3.1.Oyuncak                | 3         | 4             |
|                                                        |                     | 1.3.2.Can Simidi             | 2         | 2,6           |
|                                                        |                     | 1.3.3.Eğlence Aracı          | 2         | 2,6           |
|                                                        |                     | 1.3.4.Eğlence Platformu      | 1         | 1,3           |
|                                                        |                     | 1.3.5.Eğlence Robotu         | 1         | 1,3           |
|                                                        |                     | 1.3.6.Müzik Kutusu           | 1         | 1,3           |
|                                                        |                     | 1.3.7.Radyo                  | 1         | 1,3           |
|                                                        |                     | 1.3.8.Stres Topu             | 1         | 1,3           |
|                                                        |                     | 1.3.9.Zaman Geçirme Makinesi | 1         | 1,3           |
|                                                        |                     | <b>Ara Toplam</b>            | <b>13</b> |               |
|                                                        | 1.4.Eylem           | 1.4.1.Eğlence                | 7         | 9,3           |
|                                                        |                     | 1.4.2.Oyun                   | 2         | 2,6           |
|                                                        |                     | 1.4.3.Meditasyon             | 1         | 1,3           |
|                                                        |                     | 1.4.4.Oyun Oynamak           | 1         | 1,3           |
|                                                        |                     | 1.4.5.Stand Up Gösterisi     | 1         | 1,3           |
|                                                        |                     | <b>Ara Toplam</b>            | <b>12</b> |               |
|                                                        | 1.5.Diğer           | 1.5.1.Gökkuşağı              | 1         | 1,3           |
|                                                        |                     | <b>GENEL TOPLAM</b>          | <b>75</b> | <b>100,00</b> |

Tablo 5 incelendiğinde, eğlenme ve vakit geçirme unsuru olarak sosyal medya temasındaki metaforların; yer/mekân (33), insan ve hayvan (16), materyal (13), eylem (12) ve diğer (1) olmak üzere 5 alt temaya ayrıldığı görülmektedir.

1.1. Yer/mekân alt teması içerisinde eğlence yeri (12), eğlence merkezi (9), park (3), lunapark (2), eğlence mekânı (1), cennet (1), eğlence alanı (1), eğlence evi (1), internet kafe

(1), sığınma yeri (1) olmak üzere toplam 33 metafor oluşturulmuştur. 1.1. Yer/mekân alt teması ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö33:*Sosyal medya eğlence yeri gibidir. Çünkü sosyal medyaya girdiğim zaman eğleniyorum komik videolar izliyorum.*

Ö36:*Sosyal medya eğlence merkezi gibidir. Çünkü vakit geçirebileceğim güzel şeyler var*

Ö50:*Sosyal medya eğlence yeri gibidir. Çünkü en çok canım çok sıkıldığı zaman girerim.*

Ö67:*Sosyal medya park gibidir. Çünkü orda vakit geçirmek beni eğlendiriyor*

Ö107:*Sosyal medya eğlence yeri gibidir. Çünkü bizi güldüren eğlendiren paylaşımlar onda var*

Ö120:*Sosyal medya eğlence evi gibidir. Çünkü komik ve güldüren videolar, reelsler var içinde*

Ö132:*Sosyal medya eğlence merkezi gibidir. Çünkü üzülduğümüzde sinirlendiğimizde sıkıldığımızda kafamızı dağıtacağımız bir yer*

Ö154:*Sosyal medya eğlence yeri gibidir. Çünkü sıkıldığımda orda vakit geçiririm.*

Ö155:*Sosyal medya eğlence merkezi gibidir. Çünkü genelde canımız sıkıldığında eğlenmek için girdiğimiz bir yer*

Ö166:*Sosyal medya eğlence alanı gibidir. Çünkü orada zaman geçiriyorum eğleniyorum arkadaşlarımla oyun oynuyorum.*

Ö184:*Sosyal medya cennet gibidir. Çünkü eğlenebileceğim birçok içerik var*

Ö206:*Sosyal medya eğlence yeri gibidir. Çünkü yapacak birşey bulamadığımızda ya da sıkılınca vakit geçirmek için eğlenceli bir yer*

Ö243:*Sosyal medya lunapark gibidir. Çünkü lunaparka gittiğimiz gibi sosyal medyayı açarız içindeki şeylerle eğleniriz*

Ö245:*Sosyal medya eğlence yeri gibidir. Çünkü boş vakitlerimizi değerlendiriyoruz*

Ö250:*Sosyal medya eğlence merkezi gibidir. Çünkü moralimiz bozuk olduğunda beni eğlendirir.*

Ö275:*Sosyal medya sığınma yeri gibidir. Çünkü üzgün veya mutlu olduğunda sosyal medyada zaman geçirirsin.*

Ö279:*Sosyal medya internet kafe gibidir. Çünkü istediğin zaman herkesle eğlenceli oyunlar oynayabilirsin*

Ö299:*Sosyal medya eğlence mekanı gibidir. Çünkü vakit geçirmek için farklı sosyal medya uygulamalarına bakarım.*

1.2. İnsan ve hayvan alt teması içerisinde arkadaş (5), dost (4), evcil hayvan (2), ev arkadaşı (1), kardeş (1), kedi (1), moral veren bir insan (1), yakın çevre (1) olmak üzere toplam 16 metafor oluşturulmuştur. 1.2. İnsan ve hayvan alt teması ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö8:Sosyal medya moral veren bir insan gibidir. Çünkü o da eğlenebildiğimiz kafa dağıtabildiğimiz yerlerden birisi

Ö15:Sosyal medya arkadaşımız gibidir. Çünkü arkadaşlarımızla da oyun oynar vakit geçiririz.

Ö24:Sosyal medya ev arkadaşı gibidir. Çünkü birşey yerken sosyal medyada vakit geçirmek bana iyi geliyo

Ö109:Sosyal medya kardeşim gibidir. Çünkü sıkılınca hemen video izlerim öyle vakit geçiririm

Ö118:Sosyal medya bir dost gibidir. Çünkü ne zaman sıkıntıda olsam ne zaman kendimi kötü hissetsem ne zaman gergin olsam beni mutlu eder.

Ö152:Sosyal medya kedi gibidir. Çünkü sıkılınca onunla vakit geçiririz.

Ö153:Sosyal medya evcil hayvan gibidir. Çünkü sıkıldığımızda ilgilenip eğleneceğimiz bir şey

Ö176:Sosyal medya arkadaşım gibidir. Çünkü can sıkıntımı gidermek için içerik üretenlerin videolarını izleyerek arkadaşımım gibi hissediyο eğleniyorum

Ö193:Sosyal medya arkadaşım gibidir. Çünkü istediğimizde onunla vakit geçirebiliriz.

Ö200:Sosyal medya yakın çevre gibidir. Çünkü eğlenmek istediğimizde ilk ona bakarız

Ö263:Sosyal medya dost gibidir. Çünkü üzgün olduğumda bunun gibi duygular yaşadığımda beni mutlu eder.

1.3. Materyal alt teması içerisinde oyuncak (3), can simidi (2), eğlence aracı (2), eğlence platformu (1), eğlence robotu (1), müzik kutusu (1), radyo (1), stres topu (1), zaman geçirme makinesi (1) olmak üzere toplam 13 metafor oluşturulmuştur. 1.3. Materyal alt teması ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö13:Sosyal medya eğlence aracı gibidir. Çünkü yapacak bir şey olmayınca arada sırada eğlenmek için ona bakarız

Ö16:Sosyal medya eğlence robotu gibidir. Çünkü insanı eğlendiriyor güzel vakit geçirebiliriz

Ö26:Sosyal medya can simidi gibidir. Çünkü biraz da olsa can sıkıntımızı giderir eğlendirir.

Ö94:Sosyal medya stres topu gibidir. Çünkü kafamızı rahatlatmamızı eğlenmemizi sağlar.

Ö130:Sosyal medya zaman geçirme makinesi gibidir. Çünkü zaman geçmediği anlarda sosyal medyaya girip 10 dakikayı 1 dakika gibi kullanabiliriz

Ö204:Sosyal medya oyuncak gibidir. Çünkü boş zamanımızda canımız sıkılır ve sosyal medyayla bunu değerlendiririz.

Ö244:Sosyal medya radyo gibidir. Çünkü radyoda bir çok müzik kanalı olduğu gibi vakit geçirmek için de çeşitli sosyal medya uygulamaları vardır.

Ö268:Sosyal medya müzik kutusu gibidir. Çünkü hem duygulandırır hem eğlendirir.

Ö286:Sosyal medya eğlence platformu gibidir. Çünkü keyifli vakit geçirebileceğimiz uygulamalar vardır.

1.4. Eylem alt teması içerisinde eğlence (7), oyun (2), meditasyon (1), oyun oynamak (1), stand up gösterisi (1) olmak üzere toplam 12 metafor oluşturulmuştur. 1.4. Eylem alt teması ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö55:Sosyal medya oyun oynamak gibidir. Çünkü keyifli vakit geçirmemi sağlıyor.

Ö95:Sosyal medya eğlence gibidir. Çünkü dersimizi bitirdikten sonra eğlenebiliriz

Ö101:Sosyal medya oyun gibidir. Çünkü eğlenceli vakit geçirmeye yardımcı olur

Ö129 Sosyal medya stand up gösterisi gibidir. Çünkü mizah içeren içeriklere bakıp gülebilirim.

Ö217:Sosyal medya eğlence gibidir. Çünkü sosyal medyada çok eğlenceli içerikler vardır

Ö276:Sosyal medya meditasyon gibidir. Çünkü insanı rahatlatıp eğlendirir.

Ö293:Sosyal medya eğlence gibidir. Çünkü orada vakit geçirdiğimde eğleniyor keyif alıyorum.

1.5. Diğer alt teması içerisinde gökkuşağı (1) olmak üzere 1 metafor oluşturulmuştur.

1.5. Diğer alt teması ile ilgili oluşturulan öğrenci metaforu şu şekildedir:

Ö160:Sosyal medya gökkuşağı gibidir. Çünkü gökkuşağının içinde birçok renk vardır sosyal medyada da herşey vardır. Kimisi eğlenmek kimisi de can sıkıntısını gidermek için bakar.

#### 4.1.1.2. Bilgi Edinme ve Haber Kaynağı Unsuru Olarak Sosyal Medya

Öğrencilerin “bilgi edinme ve haber kaynağı unsur olarak sosyal medya” temasında oluşturdukları metaforlar ile bu metaforlara ait frekans ve yüzdelik değerleri Tablo 6’da yer almaktadır.

**Tablo 6.** Bilgi Edinme ve Haber Kaynağı Unsuru Olarak Sosyal Medya Temasına Ait Metaforların Dağılımı

| Tema                                                | Alt Tema                  | Metafor                         | f         | %      |
|-----------------------------------------------------|---------------------------|---------------------------------|-----------|--------|
| 2.Bilgi Edinme ve Haber Kaynağı Olarak Sosyal Medya | 2.1.Bilgiye Ulaşma        | 2.1.1.Kitap                     | 9         | 15     |
|                                                     |                           | 2.1.2.Bilgi Kaynağı             | 6         | 10     |
|                                                     |                           | 2.1.3.Ansiklopedi               | 2         | 3,33   |
|                                                     |                           | 2.1.4.İhtiyaç                   | 2         | 3,33   |
|                                                     |                           | 2.1.5.Sözlük                    | 2         | 3,33   |
|                                                     |                           | 2.1.6.Arşiv                     | 1         | 1,66   |
|                                                     |                           | 2.1.7.Bilgi Aracı               | 1         | 1,66   |
|                                                     |                           | 2.1.8.Hayat                     | 1         | 1,66   |
|                                                     |                           | 2.1.9.İnternet                  | 1         | 1,66   |
|                                                     |                           | 2.1.10.Keşif                    | 1         | 1,66   |
|                                                     |                           | <b>Ara Toplam</b>               | <b>26</b> |        |
|                                                     | 2.2.Yer/Mekân             | 2.2.1.Okul                      | 5         | 8,33   |
|                                                     |                           | 2.2.2.Kütüphane                 | 2         | 3,33   |
|                                                     |                           | 2.2.3.Müze                      | 1         | 1,66   |
|                                                     |                           | 2.2.4.Okyanusun Derinlikleri    | 1         | 1,66   |
|                                                     |                           | 2.2.5.Uzay                      | 1         | 1,66   |
|                                                     |                           | <b>Ara Toplam</b>               | <b>10</b> |        |
|                                                     |                           | 2.3.1.Haber Programı            | 3         | 5      |
|                                                     | 2.3.Habere Ulaşma         | 2.3.2.Gazete                    | 2         | 3,33   |
|                                                     |                           | 2.3.3.Haber Kanalı              | 2         |        |
|                                                     |                           | 2.3.4.Gazetenin Teknolojik Hali | 1         | 1,66   |
|                                                     |                           | 2.3.5.Haber Ağı                 | 1         | 1,66   |
|                                                     |                           | 2.3.6.Haberci                   | 1         | 1,66   |
|                                                     |                           | <b>Ara Toplam</b>               | <b>10</b> |        |
|                                                     | 2.4.Destekleyici Personel | 2.4.1.Öğretmen                  | 5         | 8,33   |
|                                                     |                           | 2.4.2.Asistan                   | 2         | 3,33   |
|                                                     |                           | 2.4.3.Bilim Uzmanı              | 1         | 1,66   |
|                                                     |                           | 2.4.4.Patronun Yardımcısı       | 1         | 1,66   |
|                                                     |                           | 2.4.5.Yardımcı                  | 1         | 1,66   |
|                                                     |                           | <b>Ara Toplam</b>               | <b>10</b> |        |
|                                                     | 2.5.Nesne                 | 2.5.1.Çanta                     | 2         | 3,33   |
|                                                     |                           | 2.5.2.Ağaç                      | 1         | 1,66   |
|                                                     |                           | 2.5.3.İnsan Beyni               | 1         | 1,66   |
|                                                     |                           | <b>Ara Toplam</b>               | <b>4</b>  |        |
|                                                     | GENEL TOPLAM              |                                 | 60        | 100,00 |

Tablo 6 incelendiğinde, bilgi edinme ve haber kaynağı unsur olarak sosyal medya temasındaki metaforların; bilgiye ulaşma (26), yer/mekân (10), habere ulaşma (10), destekleyici personel (10), nesne (4) olmak üzere 5 alt temaya ayrıldığı görülmektedir.

2.1. Bilgiye ulaşma alt teması içerisinde kitap (9), bilgi kaynağı (6), ansiklopedi (2), ihtiyaç (2), sözlük (2), arşiv (1), bilgi aracı (1), hayat (1), internet (1), keşif (1) olmak üzere

toplam 26 metafor oluşturulmuştur. 2.1. Bilgiye ulaşma alt teması ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö2:Sosyal medya bilgi kaynağı gibidir. Çünkü bilmediğimiz şeyleri sosyal medyadan öğreniyoruz

Ö3:Sosyal medya kitap gibidir. Çünkü içinde aradığımız herşey vardır.

Ö25:Sosyal medya ansiklopedi gibidir. Çünkü istediğimiz bilgiye kolayca ulaşırız

Ö35:Sosyal medya bilgi kaynağı gibidir. Çünkü çeşitli konularla ilgili video izleyip bilgilenebiliyorum

Ö70: Sosyal medya kitap gibidir. Çünkü bazı şeyler araştırırken bize faydası olur

Ö86:Sosyal medya ihtiyaç gibidir. Çünkü dünyada olan herşeyden anında haberimiz olur.

Ö91:Sosyal medya ihtiyaç gibidir. Çünkü bilmediğimiz konularda sosyal medyadan yardım alırız.

Ö115:Sosyal medya kitap gibidir. Çünkü yeni şeyler öğrenmemize yardımcı olur.

Ö135:Sosyal medya sözlük gibidir. Çünkü bilgi doludur. Herhangi bir bilgiye saniyeler içinde ulaşırız.

Ö175:Sosyal medya ansiklopedi gibidir. Çünkü içinde birçok bilgi vardır.

Ö191:Sosyal medya kitap gibidir. Çünkü her bilgiye sahiptir

Ö197:Sosyal medya bilgi aracı gibidir. Çünkü istediğimiz zaman istediğimiz konuyla ilgili bize herşeyi verir

Ö226:Sosyal medya bilgi kaynağı gibidir. Çünkü merak ettiğimiz öğrenmek istediğimiz şeylerin cevabını bize gösterir.

Ö227:Sosyal medya sözlük gibidir. Çünkü ödevlerimizi derslerimizi yaparken ya da kafamıza takılan şeyi ondan öğrenebiliriz.

Ö232:Sosyal medya hayat gibidir. Çünkü hayatımızda bilmediğimiz görmediğimiz eğitici şeyleri onda görürüz

Ö237:Sosyal medya internet gibidir. Çünkü her zaman bir bilgiye ulaşabilirim.

Ö235:Sosyal medya kitap gibidir. Çünkü aradığımız bilgileri birçok kitaptan araştırmak yerine ordan bulabiliyoruz

Ö267:Sosyal medya kitap gibidir. Çünkü bilgi eksikliği yaşadığımızda ya da yeni birşey öğrenmek istediğimizde ondan bakarız

Ö272:Sosyal medya bilgi kaynağı gibidir. Çünkü bilmediğimiz birşey varsa ondan öğrenebiliriz

Ö287:Sosyal medya keşif gibidir. Çünkü yeni bilgiler keşfedebiliriz.

Ö302:Sosyal medya arşiv gibidir. Çünkü merak ettiğim birşey olunca birçok bilgiye ulaşabildiğim bir yer

2.2. Yer/mekân alt teması içerisinde okul (5), kütüphane (2), müze (1), okyanusun derinlikleri (1), uzay (1) olmak üzere toplam 10 metafor oluşturulmuştur. 2.2. Yer/mekân alt teması ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö29:Sosyal medya uzay gibidir. Çünkü içinde ulaşabileceğimiz bir çok bilgi vardır.

Ö40:Sosyal medya okyanusun derinlikleri gibidir. Çünkü okyanusun derinlerine indikçe yeni şeyler keşfedersin sosyal medyada da yeni bilgiler keşfederiz

Ö93:Sosyal medya kütüphane gibidir. Çünkü insan istediğinde istediği bilgiye ulaşabilir.

Ö112:Sosyal medya okul gibidir. Çünkü bilgi öğreniriz.

Ö127:Sosyal medya müze gibidir. Çünkü görmek istediğim yerleri keşfedip bilgilenmek için kullandığım birşey

Ö128:Sosyal medya okul gibidir. Çünkü oradan da ders çalışıp bilgi edinebiliriz.

Ö288:Sosyal medya okul gibidir. Çünkü okulda öğrendiğimiz gibi yeni bilgiler edinebiliriz

Ö297:Sosyal medya kütüphane gibidir. Çünkü aradığınız her şeyi bulabilirsiniz.

2.3. Habere ulaşma alt teması içerisinde haber programı (3), gazete (2), haber kanalı (2), gazetenin teknolojik hali (1), haber ağı (1), haberci (1) olmak üzere toplam 10 metafor oluşturulmuştur. 2.3. Habere ulaşma alt teması ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö71:Sosyal medya haber programı gibidir. Çünkü dünyanın diğer ucundaki haberleri anında öğreniriz.

Ö81:Sosyal medya haber ağı gibidir. Çünkü olumlu olumsuz herşeyi öğrenmemizi sağlar

Ö90:Sosyal medya haber kanalı gibidir. Çünkü anlık olan her şeyden haberdar olabiliriz.

Ö99:Sosyal medya haberci gibidir. Çünkü en yeni bilgilere ve bunun gibi şeylere ulaşabiliriz

Ö165:Sosyal medya gazete gibidir. Çünkü bize bilmediğimiz görmediğimiz haberleri gösterir.

Ö168:Sosyal medya haber programı gibidir. Çünkü bazı haberleri genelde oradan görüp dünyada olan bitenleri öğreniyoruz

Ö171:Sosyal medya haber kanalı gibidir. Çünkü her şeyden hızlıca haberim oluyor

Ö172:Sosyal medya haber programı gibidir. Çünkü gündemi takip edebiliriz

Ö202:Sosyal medya gazetenin teknolojik hali gibidir. Çünkü ikisinde de farklı konular hakkında bilgi sahibi oluruz

Ö296:Sosyal medya gazete gibidir. Çünkü dünyadan haberim olur

2.4. Destekleyici personel alt teması içerisinde öğretmen (5), asistan (2), bilim uzmanı (1), patronun yardımcısı (1), yardımcı (1) olmak üzere toplam 10 metafor oluşturulmuştur. 2.4. Destekleyici personel alt teması ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö39:Sosyal medya öğretmen gibidir. Çünkü merak ettiğim yapamadığım şeyleri daha kolay şekilde nasıl yapmam gerektiğini gösterir bazen beni komiklikleriyle eğlendirir.

Ö59:Sosyal medya öğretmen gibidir. Çünkü bilmediğimiz şeyleri youtube gibi yerlerden öğrenebiliriz.

Ö79:Sosyal medya asistan gibidir. Çünkü merak ettiğimiz birşeyi iki tuşla önümüze sunar

Ö84:Sosyal medya öğretmen gibidir. Çünkü bilmek istediklerimizi bize gösterir.

Ö105:Sosyal medya asistan gibidir. Çünkü bana derslerimde yardımcı oluyo

Ö169:Sosyal medya yardımcı gibidir. Çünkü evdeki işlere yardımcı olan biri olduğu gibi sosyal medyada bana yardımcı olur

Ö233:Sosyal medya bilim uzmanı gibidir. Çünkü bilimle ilgili ne varsa bize bulmamızda yardımcı olur.

Ö256:Sosyal medya patronun yardımcısı gibidir. Çünkü bulamadığımız anlamadığımız şeylerde yardımcıdır

2.5. Nesne alt teması içerisinde çanta (2), ağaç (1), insan beyni (1) olmak üzere toplam 4 metafor oluşturulmuştur. 2.5. Nesne alt teması ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö41:Sosyal medya çanta gibidir. Çünkü içinde her konudan bilgilere bakabiliriz

Ö110:Sosyal medya bir ağaç gibidir. Çünkü her bir yaprağında farklı bilgiler var

Ö190:Sosyal medya çanta gibidir. Çünkü çantamızı açtığımızda herşeyi buluruz aynı şekilde sosyal medyaya girince de her bilgiye ulaşırız

Ö222:Sosyal medya insan beyni gibidir. Çünkü içinde kesin olan olmayan bilgiler tartışılacak fikirler vardır sosyal medyada da detaylı bilgiler var

#### 4.1.1.3. Bağımlılık Yapma Unsuru Olarak Sosyal Medya

Öğrencilerin “bağımlılık yapma unsuru olarak sosyal medya” temasında oluşturdukları metaforlar ile bu metaforlara ait frekans ve yüzdelik değerleri Tablo 7’de yer almaktadır.

**Tablo 7. Bağımlılık Yapma Unsuru Olarak Sosyal Medya Temasına Ait Metaforların Dağılımı**

| Tema                                          | Alt Tema                   | Metafor                           | f         | %             |
|-----------------------------------------------|----------------------------|-----------------------------------|-----------|---------------|
| 3.Bağımlılık Yapıcı Unsur Olarak Sosyal Medya | 3.1.Bağımlı Edici Maddeler | 3.1.1.Sigara                      | 11        | 20,75         |
|                                               |                            | 3.1.2.Alkol                       | 7         | 13,20         |
|                                               |                            | 3.1.3.Nikotin                     | 1         | 1,88          |
|                                               |                            | 3.1.4.Uyuşturucu                  | 1         | 1,88          |
|                                               |                            | <b>Ara toplam</b>                 | <b>20</b> |               |
|                                               | 3.2.Eylem                  | 3.2.1.Bağımlılık                  | 5         | 9,43          |
|                                               |                            | 3.2.2.Kötü Alışkanlık             | 4         | 7,54          |
|                                               |                            | 3.2.3.Alışkanlık                  | 1         | 1,88          |
|                                               |                            | 3.2.4.Müzik Dinlemek              | 1         | 1,88          |
|                                               |                            | 3.2.5.Oyun Oynamak                | 1         | 1,88          |
|                                               |                            | <b>Ara toplam</b>                 | <b>12</b> |               |
|                                               | 3.3.Çekim Gücü             | 3.3.1.Karadelik                   | 2         | 3,77          |
|                                               |                            | 3.3.2.Tuzak                       | 2         | 3,77          |
|                                               |                            | 3.3.3.Çukur                       | 1         | 1,88          |
|                                               |                            | 3.3.4.Fare Kapanı                 | 1         | 1,88          |
|                                               |                            | 3.3.5.Girdap                      | 1         | 1,88          |
|                                               |                            | 3.3.6.Hortum                      | 1         | 1,88          |
|                                               |                            | 3.3.7.Örümcek Ağı                 | 1         | 1,88          |
|                                               |                            | 3.3.8.Sonsuz Bir Boşluk           | 1         | 1,88          |
|                                               |                            | <b>Ara Toplam</b>                 | <b>10</b> |               |
|                                               | 3.4.Diğer                  | 3.4.1.Anahtarı Üstünde Olan Kilit | 1         | 1,88          |
|                                               |                            | 3.4.2.Canavar                     | 1         | 1,88          |
|                                               |                            | 3.4.3.Çikolata                    | 1         | 1,88          |
|                                               |                            | 3.4.4.Çöplük                      | 1         | 1,88          |
|                                               |                            | 3.4.5.Kuklacı                     | 1         | 1,88          |
|                                               |                            | 3.4.6.Şarj                        | 1         | 1,88          |
|                                               |                            | 3.4.7.Toksik İnsan                | 1         | 1,88          |
|                                               |                            | 3.4.8.Zaman Kaybı                 | 1         | 1,88          |
|                                               |                            | <b>Ara Toplam</b>                 | <b>8</b>  |               |
|                                               | 3.5.Hastalık Edici         | 3.5.1.Virüs                       | 2         | 3,77          |
|                                               |                            | 3.5.2.Kanser                      | 1         | 1,88          |
|                                               |                            | <b>Ara toplam</b>                 | <b>3</b>  | 1,88          |
|                                               |                            | <b>GENEL TOPLAM</b>               | <b>53</b> | <b>100,00</b> |

Tablo 7 incelendiğinde, bağımlılık yapıcı unsur olarak sosyal medya temasındaki metaforların; bağımlılık edici maddeler (20), eylem (12), çekim gücü (10) diğer (8) ve hastalık edici (3) olmak üzere 5 alt temaya ayrıldığı görülmektedir.

3.1. Bağımlılık edici maddeler alt teması içerisinde sigara (11), alkol (7), nikotin (1), uyuşturucu (1) olmak üzere toplam 20 metafor oluşturulmuştur. 3.1. Bağımlılık edici maddeler alt teması ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö5:Sosyal medya alkol gibidir. Çünkü insan kullandıkça bırakamaz hale gelir

Ö7:Sosyal medya sigara gibidir. Çünkü çok fazla bakınca bağımlılık yapar 10 dakika bakarım diyip saatlerce bakabiliriz

Ö140:Sosyal medya sigara gibidir. Çünkü bağımlılık yapar

Ö96:Sosyal medya sigara gibidir. Çünkü sigarayı içince hep içmek istersin sosyal medyada onun gibi hep onunla vakit geçirmek istersin

Ö143:Sosyal medya alkol gibidir. Çünkü bağımlılık yapan birşey

Ö147:Sosyal medya nikotin gibidir. Çünkü bakmaya başladığımızda bir daha çıkamıyoruz

Ö187:Sosyal medya uyuşturucu gibidir. Çünkü anlık mutluluk verir ama çok kullanırsan seni yavaş yavaş ele geçirir.

Ö228:Sosyal medya sigara gibidir. Çünkü kullandıkça insanı kendine bağlar bağımlı yapar.

Ö248:Sosyal medya alkol gibidir. Çünkü hemen etkisi altına alan bağımlılık yapabilen bir şey

Ö253:Sosyal medya alkol gibidir. Çünkü bağımlılık yapar onu asla bırakamayız.

Ö254:Sosyal medya sigara gibidir. Çünkü sosyal medyaya çok bakınca ona karşı bağımlılık olur

Ö264:Sosyal medya sigara gibidir. Çünkü insanlar sigarayı çok içip bağımlı olur sosyal medyaya da öyle.

Ö282:Sosyal medya sigara gibidir. Çünkü insanı bağımlı yapar

Ö291:Sosyal medya sigara gibidir. Çünkü bir kere başlayınca bırakmak çok zor

Ö308:Sosyal medya alkol gibidir. Çünkü alkole başlayan onu bırakmakta zorlanır sosyal medyayı çok kullananda bırakamaz

3.2. Eylem alt teması içerisinde bağımlılık (5), kötü alışkanlık (4), alışkanlık (1), müzik dinlemek (1), oyun oynamak (1) olmak üzere toplam 12 metafor oluşturulmuştur. 3.2. Eylem alt teması ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö10:Sosyal medya bağımlılık gibidir. Çünkü çok fazla baktığımız için yavaş yavaş hayatımızın bir parçası olmaya başlar

Ö14:Sosyal medya bağımlılık gibidir. Çünkü sosyal medyaya girdiğin zaman asla çıkamazsın hatta çıkmak istemez bağımlı hale gelirsin

Ö44:Sosyal medya kötü alışkanlıklar gibidir. Çünkü bir kere sosyal medyaya girdiğimiz zaman video izlemeye başladığımız zaman çıkamıyoruz.

Ö60:Sosyal medya oyun oynamak gibidir. Çünkü insanı bağımlı yapabiliyo

Ö151:Sosyal medya kötü alışkanlık gibidir. Çünkü insan çok kullanınca onu bırakamaz duruma gelir

Ö230:Sosyal medya bağımlılık gibidir. Çünkü ne kadar bırakmak istesekte saatlerce bakarız

Ö255:Sosyal medya alışkanlık gibidir. Çünkü mesela telefon ya da teknolojik birşeyi elimize alıp sosyal medyaya bakmaktan bırakamıyoruz

Ö269:Sosyal medya müzik dinlemek gibidir. Çünkü müzik dinlemekten vazgeçemediğim gibi sosyal medyaya girmektende vazgeçemiyorum

Ö310:Sosyal medya kötü alışkanlıklar gibidir. Çünkü kullanmaya başlayınca bağımlılık yapıyor

3.3. Çekim gücü alt teması içerisinde karadelik (2), tuzak (2), çukur (1), fare kapanı (1), girdap (1), hortum (1), örümcek ağı (1), sonsuz bir boşluk (1) olmak üzere toplam 10 metafor oluşturulmuştur. 3.3. Çekim gücü alt teması ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö42:Sosyal medya fare kapanı gibidir. Çünkü bizi kendisine çeker ve bırakmaz saatlerce onda kalırız.

Ö125:Sosyal medya sonsuz bir boşluk gibidir. Çünkü asla sonu gelmeyen bir bağımlılık oluyor

Ö134:Sosyal medya tuzak gibidir Çünkü ağına düşünce çıkamazsın

Ö157:Sosyal medya kara delik gibidir. Çünkü içine girince çıkamayız yani zamanın nasıl geçtiğini anlamıyo insan

Ö161:Sosyal medya örümcek ağı gibidir. Çünkü bir süre sonra kurtulmak zor

Ö266:Sosyal medya tuzak gibidir. Çünkü bizi yakaladığında asla bırakmaz.

Ö271:Sosyal medya kara delik gibidir. Çünkü bizi içine çeker

Ö277:Sosyal medya çukur gibidir. Çünkü girdiğin zaman çıkamazsın çıkmak için çok uğraşman gerek

Ö305:Sosyal medya hortum gibidir. Çünkü çok yaklaştıkça seni içine çeker.

Ö306:Sosyal medya girdap gibidir. Çünkü girdiğimde asla ama asla çıkamıyorum

3.4. Diğer alt teması içerisinde anahtar üzerinde olan kilit (1), canavar (1), çikolata (1), çöplük (1), kuklacı (1), şarj (1), toksik insan (1), zaman kaybı (1) olmak üzere toplam 8 metafor oluşturulmuştur. 3.4. Diğer alt teması ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö6:Sosyal medya şarj gibidir. Çünkü şarjın bitmesini istemediğin gibi sosyal medyayı da bırakmak istemezsin

Ö88:Sosyal medya canavar gibidir. Çünkü insanları kendine bağımlı ediyor

Ö179:Sosyal medya anahtarı üstünde olan bir kilit gibidir. Çünkü insanlar bağımlı olduklarında çözüm olsada kurtulamıyor

Ö199:Sosyal medya zaman kaybı gibidir. Çünkü sosyal medya ile tanışınca derslerim düştü sanki beni bir kafese kapatmış gibi etkisi altına aldı

Ö219:Sosyal medya toksik insan gibidir. Çünkü insanları her zaman kendisine çeken insanlar gibi istesekte bırakamayız

Ö221:Sosyal medya kuklacı gibidir. Çünkü bizi tamamen kontrole alıyor

Ö265:Sosyal medya çikolata gibidir. Çünkü istediğin kadar yersin yemekten bıksan bile yemeye devam edersin

Ö285:Sosyal medya çöplük gibidir. Çünkü içi bir bataklık

#### 4.1.1.4. İnsanı Etkileme Unsuru Olarak Sosyal Medya

Öğrencilerin “insanı etkileme unsuru olarak sosyal medya” temasında oluşturdukları metaforlar ile bu metaforlara ait frekans ve yüzdelik değerleri Tablo 8’de yer almaktadır.

**Tablo 8. İnsanı Etkileme Unsuru Olarak Sosyal Medya Temasına Ait Metaforların Dağılımı**

| Tema                                | Alt Tema             | Metafor                   | f        | %    |
|-------------------------------------|----------------------|---------------------------|----------|------|
| 4.1.Hem Olumlu Hem Olumsuz Etkileme | 4.1.1.Yaşam          | 4.1.1.1.Hayat             | 3        | 6,12 |
|                                     |                      | 4.1.1.2.Dünya             | 2        | 4,08 |
|                                     |                      | <b>Ara Toplam</b>         | <b>5</b> |      |
|                                     | 4.1.2.Eğitim         | 4.1.2.1.Kitap             | 2        | 4,08 |
|                                     |                      | 4.1.2.2.Kalem             | 1        | 2,04 |
|                                     |                      | 4.1.2.3.Silgi             | 1        | 2,04 |
|                                     |                      | <b>Ara Toplam</b>         | <b>4</b> |      |
|                                     | 4.1.3.İnsan          | 4.1.3.1.İki Yüzlü Arkadaş | 1        | 2,04 |
|                                     |                      | 4.1.3.2.İnsan             | 1        | 2,04 |
|                                     |                      | 4.1.3.3.Kral              | 1        | 2,04 |
|                                     |                      | <b>Ara Toplam</b>         | <b>3</b> |      |
|                                     | 4.1.4.İlaç           | 4.1.4.1.Ağır İlaçlar      | 1        | 2,04 |
|                                     |                      | 4.1.4.2.Ağrı Kesici       | 1        | 2,04 |
|                                     |                      | <b>Ara Toplam</b>         | <b>2</b> |      |
|                                     | 4.1.5.Nesne          | 4.1.5.1.Bıçak             | 1        | 2,04 |
|                                     |                      | 4.1.5.2.Robot             | 1        | 2,04 |
|                                     |                      | <b>Ara Toplam</b>         | <b>2</b> |      |
|                                     | 4.1.6.Diğer          | 4.1.6.1.Buzdağı           | 1        | 2,04 |
|                                     |                      | 4.1.6.2.Çikolata          | 1        | 2,04 |
|                                     |                      | 4.1.6.3.Çukur             | 1        | 2,04 |
|                                     |                      | 4.1.6.4.Gökkuşağı         | 1        | 2,04 |
|                                     |                      | 4.1.6.5.Labirent          | 1        | 2,04 |
|                                     |                      | 4.1.6.6.Melek ve Şeytan   | 1        | 2,04 |
|                                     |                      | 4.1.6.7.Su                | 1        | 2,04 |
|                                     |                      | <b>Ara Toplam</b>         | <b>7</b> |      |
|                                     | 4.2.Olumsuz Etkileme | 4.2.1.İnsan               |          |      |
|                                     |                      | 4.2.1.1.Kötü Arkadaş      | 2        | 4,08 |
|                                     |                      | 4.2.1.2.Düşman            | 2        | 4,08 |

|                                              |                         |                                      |           |               |
|----------------------------------------------|-------------------------|--------------------------------------|-----------|---------------|
| 4.İnsanı Etkileme Unsuru Olarak Sosyal Medya |                         | 4.2.1.3.Bizden Nefret Eden Birisi    | 1         | 2,04          |
|                                              |                         | 4.2.1.4.Gurme                        | 1         | 2,04          |
|                                              |                         | 4.2.1.5.Kötü İnsan                   | 1         | 2,04          |
|                                              |                         | 4.2.1.6.Yargılayıcı Bir İnsan        | 1         | 2,04          |
|                                              |                         | <b>Ara Toplam</b>                    | <b>8</b>  |               |
|                                              | 4.2.2.Soyut             | 4.2.2.1.Bağ (Sohbet Avcısı)          | 1         | 2,04          |
|                                              |                         | 4.2.2.2.Gerçeklikten Kopuş           | 1         | 2,04          |
|                                              |                         | 4.2.2.3.Korku Alanı                  | 1         | 2,04          |
|                                              |                         | <b>Ara Toplam</b>                    | <b>3</b>  |               |
|                                              | 4.2.3.Bağımlılık Yapıcı | 4.2.3.1.İnsana Zarar Veren Bir Madde | 1         | 2,04          |
|                                              |                         | 4.2.3.2.Sigara                       | 1         | 2,04          |
|                                              |                         | <b>Ara Toplam</b>                    | <b>2</b>  |               |
|                                              | 4.2.4.Diğer             | 4.2.4.1.Araba Hurdalığı              | 1         | 2,04          |
|                                              |                         | 4.2.4.2.Bağımlılık                   | 1         | 2,04          |
|                                              |                         | 4.2.4.3.Canavar                      | 1         | 2,04          |
|                                              |                         | 4.2.4.4.Dedikodu                     | 1         | 2,04          |
|                                              |                         | 4.2.4.5.Mıknatıs                     | 1         | 2,04          |
|                                              |                         | 4.2.4.6.Virüs                        | 1         | 2,04          |
|                                              |                         | <b>Ara Toplam</b>                    | <b>6</b>  |               |
| 4.3.Olumlu Etkileme                          | 4.3.1.Soyut             | 4.3.1.1.Özgürlük                     | 1         | 2,04          |
|                                              |                         | 4.3.1.2.Rüyalar                      | 1         | 2,04          |
|                                              |                         | <b>Ara Toplam</b>                    | <b>2</b>  |               |
|                                              | 4.3.2.Diğer             | 4.3.2.1.Aile                         | 1         | 2,04          |
|                                              |                         | 4.3.2.2.Farklı Bir Dünya             | 2         | 4,08          |
|                                              |                         | 4.3.2.3.Rehber                       | 1         | 2,04          |
|                                              |                         | 4.3.2.4.Satranç Tahtası              | 1         | 2,04          |
|                                              |                         | <b>Ara Toplam</b>                    | <b>5</b>  |               |
|                                              | <b>GENEL TOPLAM</b>     |                                      | <b>49</b> | <b>100,00</b> |

Tablo 8 incelendiğinde, insanı etkileme unsuru olarak sosyal medya temasındaki metaforların hem olumlu hem olumsuz adı altında; yaşam (5), eğitim (4), insan (3), ilaç (2), nesne (2), diğer (6) şeklinde 6 alt temaya, olumsuz etkileme adı altında; insan (8), soyut (3), bağımlılık yapıcı (2), diğer (6) şeklinde 4 alt temaya, olumlu etkileme adı altında ise; soyut (2), diğer (4) şeklinde 2 alt temaya ayrıldığı görülmektedir.

Hem olumlu hem olumsuz etkileme olarak 4.1.1. Yaşam alt teması içerisinde hayat (3), dünya (2) olmak üzere toplam 5 metafor oluşturulmuştur. 4.1.1. Yaşam alt teması ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö38:Sosyal medya hayat gibidir. Çünkü bazen olumlu bazen de olumsuz etkiler insanı

Ö85:Sosyal medya hayat gibidir. Çünkü bazen çok önemlidir bir şeyler öğreniyorum ama bazen de tehlikeli videolar çıkabiliyor kötü oluyor.

Ö123:Sosyal medya dünya gibidir. Çünkü iyi ve kötünün barındığı bir yer

Ö126:Sosyal medya dünya gibidir. Çünkü hem kötü hem iyi şeyler insanlar vardır

Ö249:*Sosyal medya hayat gibidir. Çünkü insanın karşısına iyi kötü neler çıkacağı belli olmuyo*

Hem olumlu hem olumsuz etkileme olarak 4.1.2. Eğitim alt teması içerisinde kitap (2), kalem (1), silgi (1) olmak üzere toplam 4 metafor oluşturulmuştur. 4.1.2. Eğitim alt teması ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö103:*Sosyal medya kitap gibidir. Çünkü birçok duyguyu yaşatır doğru şekilde okursan sana birşey katar ama anlamadan okursan sadece zaman kaybı olur*

Ö174:*Sosyal medya kitap gibidir. Çünkü bize faydası var ama okuma kitabı gibi bir süre sonra gözümüzü yorabiliyor*

Ö212:*Sosyal medya silgi gibidir. Çünkü işine yarar ama çok kullanılan silginin ucu kararıp boya oluyo tekrar kullandığında da beyaz kağıt boya olup kötü oluyor*

Ö281:*Sosyal medya kalem gibidir. Çünkü kullanışı kolay ama bazen aynı kalemin elimize battığı gibi canımızı acıtabilir*

Hem olumlu hem olumsuz etkileme olarak 4.1.3. İnsan alt teması içerisinde iki yüzlü arkadaş (1), insan (1), kral (1) olmak üzere toplam 3 metafor oluşturulmuştur. 4.1.3. İnsan alt teması ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö48:*Sosyal medya bir kral gibidir. Çünkü istediğin zaman herhangi birşeyi sana verebilir ama seni alttan alta sömürür*

Ö177:*Sosyal medya iki yüzlü arkadaş gibidir. Çünkü bizi iyi de etkileyebilir kötü de etkileyebilir*

Ö289:*Sosyal medya insan gibidir. Çünkü zararlı da olabilir faydalı da*

Hem olumlu hem olumsuz etkileme olarak 4.1.4. İlaç alt teması içerisinde ağır ilaçlar (1), ağrı kesici (1) olmak üzere toplam 2 metafor oluşturulmuştur. 4.1.4. İlaç alt teması ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö142:*Sosyal medya ağrı kesici gibidir. Çünkü sosyal medya bir problemin varsa onu çözmez o anlığına seni sosyal hissettirir*

Ö189:*Sosyal medya ağır ilaçlar gibidir. Çünkü sosyal medyanın faydaları ilaç gibidir ama fazla bakıldığında nasıl ağır ilaçlar zehir olursa sosyal medyada zehir olabilir insana*

Hem olumlu hem olumsuz etkileme olarak 4.1.5. Nesne alt teması içerisinde bıçak (1), robot (1) olmak üzere toplam 2 metafor oluşturulmuştur. 4.1.5. Nesne alt teması ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö247:Sosyal medya robot gibidir. Çünkü canımız sıkılınca vakit geçirsek bile sosyal medya duygusuzdur arkadaşım gibi sıkıntılarımı anlatamam ona

Ö283:Sosyal medya bıçak gibidir. Çünkü dikkatli kullanırsak zarar vermez ama dikkatli kullanmazsak çok büyük zarar verir

Hem olumlu hem olumsuz etkileme olarak 4.1.6. Diğer alt teması içerisinde buzdağı (1), çikolata (1), çukur (1), gökkuşağı (1), labirent (1), melek ve şeytan (1), su (1) olmak üzere toplam 7 metafor oluşturulmuştur. 4.1.6. Diğer alt teması ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö20:Sosyal medya çukur gibidir. Çünkü içinde iyi kötü ne ararsan bulabilirsin dibi olmayan bir çukurda her türlü kötü işler bulunabilir

Ö31:Sosyal medya gökkuşağı gibidir. Çünkü içinde her çeşit insan var

Ö43:Sosyal medya melek ve şeytan gibidir. Çünkü iyi yönleri de var kötü yönleri de vardır

Ö104:Sosyal medya buzdağı gibidir. Çünkü görünen kısmı iyi gibidir ama görünmeyen kısmı içinde büyük kötülükler olabilir

Ö178:Sosyal medya su gibidir. Çünkü bir çiçeği yeterli sularsan büyür güzel olur ama çok sularsan ölür. Sosyal medyaya da yeterli bakarsan faydalı olur çok bakarsan zarar olur

Ö203:Sosyal medya çikolata gibidir. Çünkü insana iyi güzel ve eğlenceli gelir ama zararları da vardır.

Ö301:Sosyal medya labirent gibidir. Çünkü insanlar seçtiği sosyal medya uygulamasına veya içeriğine göre bir yola giriyor bu yolu sevedebilir bu yolda kayboladabilir

Olumsuz etkileme olarak 4.2.1. İnsan alt teması içerisinde kötü arkadaş (2), düşman (2), bizden nefret eden birisi (1), gurme (1), kötü insan (1), yargılayıcı bir insan (1) olmak üzere toplam 8 metafor oluşturulmuştur. 4.2.1. İnsan alt teması ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö150:Sosyal medya gurme gibidir. Çünkü en iyi içeriğin yorumlarına bile baksan hep bir hata bulmaya çalışırlar

Ö156:Sosyal medya kötü arkadaş gibidir. Çünkü sosyal medyadaki içerikler bizi kötü yönde yönlendirebilir biz bunun farkına varmayız

Ö162:Sosyal medya bizden nefret eden birisi gibidir. Çünkü bence insanları ırkına görünüşüne göre ayırıştırır

Ö167:Sosyal medya düşman gibidir. Çünkü sosyal medyada yanlış yada kendimize uygun sitelere girmezsek kötü etkilenebiliriz sosyal medya kurbanı olabiliriz

Ö224:Sosyal medya kötü arkadaş gibidir. Çünkü sosyal medyada karşımıza çıkan şiddet korku içeren şeyler olumsuz yönde etkilenmemizi sağlar.

Ö229:Sosyal medya yargılayıcı bir insan gibidir. Çünkü insanların yaptığı çoğu şeyi yargılayıp eleştirirler

Ö258:Sosyal medya düşman gibidir. Çünkü bize karşı birçok insan kötü anlamda takip isteği falan atabilir.

Ö270:Sosyal medya kötü insan gibidir. Çünkü sosyal medyada herkese güvenilmez insanlara güvenirsen hesabını çalabilirler

Olumsuz etkileme olarak 4.2.2. Soyut alt teması içerisinde bağ (sohbet) avcısı (1), gerçeklikten kopuş (1), korku alanı (1) olmak üzere toplam 3 metafor oluşturulmuştur. 4.2.2. Soyut alt teması ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö58:Sosyal medya gerçeklikten kopuş gibidir. Çünkü sosyal medyada çok vakit geçirirsek bu gerçek hayatta arkadaş bulmamıza engel olur mutsuz oluruz

Ö146:Sosyal medya korku alanı gibidir. Çünkü içinde her türlü korkunç videolar var

Ö196:Sosyal medya bir bağ (sohbet) avcısı gibidir. Çünkü sosyal medya insanları birbirinden uzaklaştırır yüzyüze iletişimi azaltır.

Olumsuz etkileme olarak 4.2.3. Bağımlılık yapıcı alt teması içerisinde insana zarar veren bir madde (1), sigara (1) olmak üzere toplam 2 metafor oluşturulmuştur. 4.2.3. Bağımlılık yapıcı alt teması ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö246:Sosyal medya insana zarar veren bir madde gibidir. Çünkü amacı dışında kullanıldığında özellikle küçük yaştaki çocukların öğrenmemesi gereken şeyleri öğretebilir

Ö261:Sosyal medya sigara gibidir. Çünkü her ikisi de fazla kullanılırsa zarar verir

Olumsuz etkileme olarak 4.2.4. Diğer alt teması içerisinde araba hurdalığı (1), bağımlılık (1), canavar (1), dedikodu (1), mıknaş (1), virüs (1) olmak üzere toplam 6 metafor oluşturulmuştur. 4.2.4. Diğer alt teması ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö52:Sosyal medya virüs gibidir. Çünkü bir süre sonra kendimizi kaptırıp gidebiliyoruz bu bizi olumsuz etkiliyor

Ö92:Sosyal medya dedikodu gibidir. Çünkü yalan yanlış haberlerle dolu

Ö136:*Sosyal medya araba hurdalığı gibidir. Çünkü herkesin bilgileri orda toplanır ve kötü amaçlı kullanılabilir*

Ö145:*Sosyal medya bağımlılık gibidir. Çünkü sürekli kullanınca insanın hayatını kötü etkiler*

Ö205:*Sosyal medya mıknatıs gibidir. Çünkü düşüncelerimizi kişisel bilgilerimizi içine çeker.*

Ö231:*Sosyal medya canavar gibidir. Çünkü sosyal medyadaki bazı insanlar gençlere (özellikle kızlara) tehdit veya kötü içerikli cümleler konuşmalar yapabilir*

Olumlu etkileme olarak 4.3.1. Soyut alt teması içerisinde özgürlük (1), rüyalar (1) olmak üzere toplam 2 metafor oluşturulmuştur. 4.3.1. Soyut alt teması ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö121:*Sosyal medya rüyalarımız gibidir. Çünkü içinde güzel şeyler bulunur*

Ö133:*Sosyal medya özgürlük gibidir. Çünkü istediklerimizi yapabilir söyleyebiliriz.*

Olumlu etkileme olarak 4.3.2. Diğer alt teması içerisinde farklı bir dünya (2), aile (1), rehber (1), satranç tahtası (1) olmak üzere toplam 5 metafor oluşturulmuştur. 4.3.2. Diğer alt teması ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö131:*Sosyal medya satranç tahtası gibidir. Çünkü satrançta doğru oynayan kazanır sosyal medyayı da doğru kullanırsan faydası olur*

Ö139:*Sosyal medya farklı bir dünya gibidir. Çünkü istediğini istediğin zaman yapabilir görebilirsin.*

Ö181:*Sosyal medya rehber gibidir. Çünkü bizim hayata bakış açımızı değiştiren şeylerden biridir sosyal medya*

Ö242:*Sosyal medya aile gibidir. Çünkü hayatımızı kolaylaştırır birşeyi kolayca halledebiliriz*

Ö262:*Sosyal medya farklı bir dünya gibidir. Çünkü içinde yapabileceğimiz çok farklı ve güzel şeyler var*

#### **4.1.1.5. Sosyalleşme ve Paylaşım Yapma Unsuru Olarak Sosyal Medya**

Öğrencilerin “sosyalleşme ve paylaşım yapma unsuru olarak sosyal medya” temasında oluşturdukları metaforlar ile bu metaforlara ait frekans ve yüzdelik değerleri Tablo 9’da yer almaktadır.

**Tablo 9. Sosyalleşme ve Paylaşım Yapma Unsuru Olarak Sosyal Medya Temasına Ait Metaforların Dağılımı**

| Tema                                                       | Alt Tema          | Metafor                             | f             | %      |
|------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------------------------|---------------|--------|
| 5.Sosyalleşme ve Paylaşım Yapma Unsuru Olarak Sosyal Medya | 5.1.İnsan         | 5.1.1.Sanal Arkadaş                 | 3             | 9,09   |
|                                                            |                   | 5.1.2.Arkadaş                       | 1             | 3,03   |
|                                                            |                   | 5.1.3.Dost                          | 1             | 3,03   |
|                                                            |                   | 5.1.4.İnsan Topluluğu               | 1             | 3,03   |
|                                                            |                   | 5.1.5.Tanıdık Biri                  | 1             | 3,03   |
|                                                            |                   | 5.1.6.Yakın Çevre                   | 1             | 3,03   |
|                                                            |                   | Ara Toplam                          | 8             |        |
|                                                            | 5.2.Yer /Mekân    | 5.2.1.Kafe                          | 2             | 6,06   |
|                                                            |                   | 5.2.2.Okul                          | 2             | 6,06   |
|                                                            |                   | 5.2.3.Arkadaş Ortamı                | 1             | 3,03   |
|                                                            |                   | 5.2.4.Dünyanın Bir Arada Olduğu Yer | 1             | 3,03   |
|                                                            |                   | 5.2.5.Ev                            | 1             | 3,03   |
|                                                            |                   | Ara Toplam                          | 7             |        |
|                                                            |                   | 5.3.Eylem                           | 5.3.1.Eğlence | 1      |
|                                                            | 5.3.2.Hobi        |                                     | 1             | 3,03   |
|                                                            | 5.3.3.Keşif       |                                     | 1             | 3,03   |
|                                                            | 5.3.4.Oyun        |                                     | 1             | 3,03   |
|                                                            | 5.3.5.Şöhret      |                                     | 1             | 3,03   |
|                                                            | 5.3.6.Terapi      |                                     | 1             | 3,03   |
|                                                            | Ara Toplam        |                                     | 6             |        |
|                                                            | 5.4.İletişim      | 5.4.1.Telefon                       | 2             | 6,06   |
|                                                            |                   | 5.4.2.Megafon                       | 1             | 3,03   |
|                                                            |                   | 5.4.3.Televizyon                    | 1             | 3,03   |
|                                                            |                   | Ara Toplam                          | 4             |        |
|                                                            | 5.5.Yaşam         | 5.5.1.Hayatın Parçası               | 3             | 9,09   |
|                                                            |                   | 5.5.2.Hayat                         | 1             | 3,03   |
|                                                            |                   | Ara Toplam                          | 4             |        |
|                                                            | 5.6.Duygu İfadesi | 5.6.1.Mutluluk                      | 1             | 3,03   |
|                                                            |                   | 5.6.2.Rahatlık                      | 1             | 3,03   |
|                                                            |                   | Ara Toplam                          | 2             | 6,06   |
|                                                            | 5.7.Nesne         | 5.7.1.Günlük                        | 1             | 3,03   |
|                                                            |                   | 5.7.2.Kalem                         | 1             | 3,03   |
|                                                            |                   | Ara Toplam                          | 2             |        |
| GENEL TOPLAM                                               |                   |                                     | 33            | 100,00 |

Tablo 9 incelendiğinde, sosyalleşme ve paylaşım yapma unsuru olarak sosyal medya temasındaki metaforların; insan (8), yer/mekân (7), eylem (6), iletişim (4), yaşam (4), duygu ifadesi (2), nesne (2) olmak üzere 7 alt temaya ayrıldığı görülmektedir.

5.1. İnsan alt teması içerisinde sanal arkadaş (3), arkadaş (1), dost (1), insan topluluğu (1), tanıdık biri (1), yakın çevre (1) olmak üzere toplam 8 metafor oluşturulmuştur. 5.1. İnsan alt teması ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö23:Sosyal medya insan topluluğu gibidir. Çünkü her insan artık orda sosyalleşiyor

Ö34:Sosyal medya sanal arkadaş gibidir. Çünkü gerçek hayattan daha fazla arkadaşımız olur

Ö53:Sosyal medya dost gibidir. Çünkü bir sorunla karşılaştığımızda sosyal medyadan sesimizi duyurup yardım isteyebiliriz.

Ö117:Sosyal medya yakın çevre gibidir. Çünkü tanıdıklarımla takipleşir onlarla sohbet ederim.

Ö124:Sosyal medya sanal arkadaş gibidir. Çünkü yalnız kaldığımda çeşitli sosyal medya uygulamalarından arkadaşlarıma yazabiliyorum çok arkadaşım olduğu için yalnızlık çekmiyorum

Ö218:Sosyal medya tanıdık biri gibidir. Çünkü rahat iletişim kurup konuşabiliyorum

Ö295:Sosyal medya arkadaş gibidir. Çünkü tek kaldığımızda sosyal medyadan arkadaşlarımızla konuşuruz

Ö304:Sosyal medya sanal arkadaş gibidir. Çünkü tanımadan birçok kişiyle arkadaş oluyorum.

5.2. Yer/Mekân alt teması içerisinde kafe (2), okul (2), arkadaş ortamı (1), dünyanın bir arada olduğu yer (1), ev (1) olmak üzere toplam 7 metafor oluşturulmuştur. 5.2. Yer/mekân alt teması ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö78:Sosyal medya okul gibidir. Çünkü yeni insanlar tanıyıp arkadaş olabiliriz

Ö111:Sosyal medya bir kafe gibidir. Çünkü arkadaşlarıyla toplanıp sohbet ettiğin gibi vakit geçirirsin

Ö113:Sosyal medya kafe gibidir. Çünkü içinde farklı arkadaşlar gruplarının bulunduğu bir ortam

Ö122:Sosyal medya okul gibidir. Çünkü orada tanışabileceğim çok arkadaş var

Ö201:Sosyal medya ev gibidir. Çünkü oturduğum yerden istediğim paylaşımı yapıyorum.

Ö213:Sosyal medya arkadaş ortamı gibidir. Çünkü sosyal medyada birbirimizi tanırız çok iyi arkadaş oluruz eğleniriz.

Ö274:Sosyal medya dünyanın bir arada olduğu yer gibidir. Çünkü sosyal medyada insanlar aynı konulara bakıp aynı konuda düşüncesini söyleyebilir herkes bunu görebilir

5.3. Eylem alt teması içerisinde eğlence (1), hobi (1), keşif (1), oyun (1), şöhret (1), terapi (1) olmak üzere toplam 6 metafor oluşturulmuştur. 5.3. Eylem alt teması ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö45:Sosyal medya eğlence gibidir. Çünkü orada çok arkadaşım oldu ve birlikte eğleniyoruz

Ö87:Sosyal medya oyun gibidir. Çünkü arkadaşlarla birlikte bakarız sıkılmayız.

Ö108:Sosyal medya keşif gibidir. Çünkü gerçek hayattaki gibi sosyal medyada da bir yerleri gezip görebiliyoruz

Ö149:Sosyal medya şöhret gibidir. Çünkü sosyal medya ortamında herkes ünlü olmak istiyor iyi kötü bilinmek için uğraşıyor

Ö195:Sosyal medya hobi gibidir. Çünkü içinde her türlü özellik var yeni moda kıyafetler takip ettiğim ünlüler arkadaşlarımın hayatlarından şeyler görmek güzel

Ö251:Sosyal medya terapi gibidir. Çünkü bazen en yakınlarımıza bile söyleyemeyeceğimiz olaylar yaşayabiliyor bunu paylaşmak istemiyoruz sosyal medya ile kendimiz hakkında bilgi vermeden bunu yapabiliriz

5.4. İletişim alt teması içerisinde telefon (2), megafon (1), televizyon (1) olmak üzere toplam 4 metafor oluşturulmuştur. 5.4. İletişim alt teması ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö69:Sosyal medya televizyon gibidir. Çünkü herkes dikkat çekmeye çalışıyor ve ünlü olmak istiyor

Ö259:Sosyal medya megafon gibidir. Çünkü bir sıkıntımız olduğunda sosyal medya sayesinde insanlara duyurabiliyoruz

Ö278:Sosyal medya telefon gibidir. Çünkü uzaktaki insanları yakın edebilir

Ö300:Sosyal medya telefon gibidir. Çünkü uzağımızdaki insanlar yanımızda gibi konuşabiliriz.

5.5. Yaşam alt teması içerisinde hayatın parçası (3), hayat (1) olmak üzere toplam 4 metafor oluşturulmuştur. 5.5. Yaşam alt teması ile ilgili bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö17:Sosyal medya hayatın parçası gibidir. Çünkü her an yaptığımız her şeyi başkasıyla paylaşabiliriz.

Ö65:Sosyal medya hayatın parçası gibidir. Çünkü sosyal medya olmasaydı insanların ne paylaştığını göremezdik.

Ö164:Sosyal medya hayatın parçası gibidir. Çünkü sosyal medya olmasa whatsapp gibi şeyler olmasa ailemize ulaşmak görüntülü konuşmak zor olurdu

Ö241:Sosyal medya hayat gibidir. Çünkü yeni arkadaşlar ediniriz çevremiz genişler canımız sıkılınca telefonda arkadaşlarımızla vakit geçirebiliriz

5.6. Duygu ifadesi alt teması içerisinde mutluluk (1) rahatlık (1) olmak üzere toplam 2 metafor oluşturulmuştur. 5.6. Duygu ifadesi alt teması ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö89:Sosyal medya mutluluk gibidir. Çünkü arkadaşlarımla mesajlaşmak beni mutlu eder.

Ö225:Sosyal medya rahatlık gibidir. Çünkü insanlarla iletişim kurmak bana göre zordur ama sosyal medya kullanırken daha kolay iletişim kuruyorum.

5.7. Nesne ifadesi alt teması içerisinde günlük (1) kalem (1) olmak üzere toplam 2 metafor oluşturulmuştur. 5.7. Nesne alt teması ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö194:Sosyal medya günlük gibidir. Çünkü nerdeyse her günümüzü orada geçiriyoruz ve herşeyi oraya yazıyoruz

Ö252:Sosyal medya kalem gibidir. Çünkü istediğimiz şeyleri oraya yazabiliriz

#### 4.1.1.6. Zaman Kaybetme Unsuru Olarak Sosyal Medya

Öğrencilerin “zaman kaybetme unsuru olarak sosyal medya” temasında oluşturdukları metaforlar ile bu metaforlara ait frekans ve yüzdelik değerleri Tablo 10’da yer almaktadır.

**Tablo 10.** Zaman Kaybetme Unsuru Olarak Sosyal Medya Temasına Ait Metaforların Dağılımı

| Tema                                        | Metafor                         | f  | %      |
|---------------------------------------------|---------------------------------|----|--------|
| 6.Zaman Kaybetme Unsuru Olarak Sosyal Medya | 6.1.Zaman Kaybı                 | 8  | 34,78  |
|                                             | 6.2.Çöplük                      | 3  | 13,04  |
|                                             | 6.3.Saat                        | 3  | 13,04  |
|                                             | 6.4.Tuzak                       | 2  | 8,69   |
|                                             | 6.5.Boşluk                      | 1  | 4,34   |
|                                             | 6.6.Boş Teneke                  | 1  | 4,34   |
|                                             | 6.7.Farklı Bir Dünya            | 1  | 4,34   |
|                                             | 6.8.Kelepçe                     | 1  | 4,34   |
|                                             | 6.9.Oyun                        | 1  | 4,34   |
|                                             | 6.10.Uzaydaki Boşluk            | 1  | 4,34   |
|                                             | 6.11.Zaman Öldürücü Bir Arkadaş | 1  | 4,34   |
| TOPLAM                                      |                                 | 23 | 100,00 |

Tablo 10 incelendiğinde, zaman kaybı (8), çöplük (3), saat (3), tuzak (2), boşluk (1), boş teneke (1), farklı bir dünya (1), kelepçe (1), oyun (1), uzaydaki boşluk (1), zaman öldürücü bir arkadaş (1) metaforlarının yer aldığı bu temada, toplamda 23 öğrenci tarafından metaforlar oluşturulmuştur. Bu tema ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö1:Sosyal medya tuzak gibidir. Çünkü sizi esir tutup zamanınızı çalar.

Ö30:Sosyal medya çöplük gibidir. Çünkü herkes saçma saçma şeyler paylaşıyor

Ö37:Sosyal medya saat gibidir. Çünkü zamanın nasıl geçtiğinizi anlamazsın

Ö46:Sosyal medya oyun gibidir. Çünkü geçirdiğin zamanın farkına bile varmıyorsun

- Ö51: Sosyal medya saat gibidir. Çünkü buraya bir giriyoruz ve saatler geçiyor
- Ö68: Sosyal medya çöplük gibidir. Çünkü zamanı boşa geçirir
- Ö72: Sosyal medya zaman kaybı gibidir. Çünkü sosyal medyada vaktin nasıl geçtiğini anlamadan kullanmaya devam ediyoruz.
- Ö102: Sosyal medya uzaydaki boşluk gibidir. Çünkü bana boş ve sıkıcı geliyor.
- Ö138: Sosyal medya çöplük gibidir. Çünkü gereksiz içerikler var
- Ö159: Sosyal medya kelepçe gibidir. Çünkü anlık bir eğlence için girdiğimiz sosyal medya bizi tutup saatlerimizi onda harcamamıza sebep olur
- Ö182: Sosyal medya zaman kaybı gibidir. Çünkü zamanı doğru kullanamayız çok fazla vakit geçiririz
- Ö192: Sosyal medya zaman öldürücü bir arkadaş gibidir. Çünkü sosyal medya arkadaş gibi görünsede ona bakmaya başladığın an zaman hızla geçiyor boşuna gitmiş oluyor.
- Ö208: Sosyal medya tuzak gibidir. Çünkü yapmamız gereken şeylere zaman ayıramayız.
- Ö209: Sosyal medya boş teneke gibidir. Çünkü çok ses çıkarır ama bir işe yaramaz
- Ö216: Sosyal medya boşluk gibidir. Çünkü zaman kaybı fakat günümüz şartlarında gereklidir
- Ö257: Sosyal medya zaman kaybı gibidir. Çünkü onlarla vaktimizi çok harcadığımız için kendimize, ders çalışmaya vakit ayıramıyoruz.
- Ö280: Sosyal medya saat gibidir. Çünkü vaktimin nasıl geçtiğini bilmediğim fark etmediğim için genelde akıp giden bir saat gibi
- Ö292: Sosyal medya zaman kaybı gibidir. Çünkü sosyal medyaya baktığımızda zaman çok hızlı akıyo
- Ö294: Sosyal medya zaman kaybı gibidir. Çünkü vaktimizi boşa harcamış oluyoruz
- Ö307: Sosyal medya farklı bir dünya gibidir. Çünkü ordaki çoğu şey gerçeklikten uzak olduğu için sadece zaman kaybederiz

#### **4.1.1.7. Yaşam Kaynağı Unsuru Olarak Sosyal Medya**

Öğrencilerin “yaşam kaynağı unsuru olarak sosyal medya” temasında oluşturdukları metaforlar ile bu metaforlara ait frekans ve yüzdelik değerleri Tablo 11’de yer almaktadır.

**Tablo 11.** Yaşam Kaynağı Unsuru Olarak Sosyal Medya Temasına Ait Metaforların Dağılımı

| Tema                                | Metafor             | f  | %      |
|-------------------------------------|---------------------|----|--------|
| 7.Yaşam Kaynağı Olarak Sosyal Medya | 7.1.Yemek           | 3  | 21,42  |
|                                     | 7.2.Aile            | 2  | 14,28  |
|                                     | 7.3.İhtiyaç         | 2  | 14,28  |
|                                     | 7.4.Arkadaş         | 1  | 7,14   |
|                                     | 7.5.Dost            | 1  | 7,14   |
|                                     | 7.6.Güneş           | 1  | 7,14   |
|                                     | 7.7.Hayatın Parçası | 1  | 7,14   |
|                                     | 7.8.Kardeş          | 1  | 7,14   |
|                                     | 7.9.Takip Cihazı    | 1  | 7,14   |
|                                     | 7.10.Uzuv           | 1  | 7,14   |
|                                     | TOPLAM              | 14 | 100,00 |

Tablo 11 incelendiğinde, yemek (3), aile (2), ihtiyaç (2), arkadaş (1), dost (1), güneş (1), hayatın parçası (1), kardeş (1), takip cihazı (1), uzuv (1) metaforlarının yer aldığı bu temada, toplamda 14 öğrenci tarafından metaforlar oluşturulmuştur. Bu tema ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö28:Sosyal medya dost gibidir. Çünkü her zaman benimledir

Ö32:Sosyal medya güneş gibidir. Çünkü güne güneş olmadan başlayamadığımız gibi sosyal medya olmadan da başlayamıyoruz

Ö47:Sosyal medya yemek gibidir. Çünkü istesekte bırakamayız

Ö63:Sosyal medya hayatın parçası gibidir. Çünkü günümüzün çoğunu orda geçiririz.

Ö66:Sosyal medya yemek gibidir. Çünkü yemek gibi vazgeçilmezdir.

Ö73:Sosyal medya arkadaş gibidir. Çünkü istediğim her zaman yanı başımda

Ö75:Sosyal medya takip cihazı gibidir. Çünkü her zaman yanımızda olur ne zaman istesek cebimizden çıkarıp bakabiliriz

Ö97:Sosyal medya kardeş gibidir. Çünkü her zaman yanımızda bulunur.

Ö98:Sosyal medya aile gibidir. Çünkü birşey olsa ona koşarız.

Ö100:Sosyal medya aile gibidir. Çünkü 7/24 onunla yaşıyorum.

Ö119:Sosyal medya uzuv gibidir. Çünkü elimiz gibi ayrılmaz bir parçamızdır her zaman yanımızdadır.

Ö185:Sosyal medya yemek gibidir. Çünkü sosyal medyadan da yemek yemek gibi vazgeçemeyiz.

Ö207:Sosyal medya bir ihtiyaç gibidir. Çünkü günlük hayatımızın her anında kullanırız.

Ö223:Sosyal medya ihtiyaç gibidir. Çünkü hayatımızın her tarafında çok kullandığımız bir şey

#### 4.1.1.8. Sınırsız Olma Unsuru Olarak Sosyal Medya

Öğrencilerin “sınırsız olma unsuru olarak sosyal medya” temasında oluşturdukları metaforlar ile bu metaforlara ait frekans ve yüzdelik değerleri Tablo 12’de yer almaktadır.

**Tablo 12.** *Sınırsız Olma Olarak Sosyal Medya Temasına Ait Metaforların Dağılımı*

| Tema          | Metafor     | f | %   |
|---------------|-------------|---|-----|
| 8.Sınırsızlık | 8.1.Çanta   | 1 | 25  |
|               | 8.2.Gökyüzü | 1 | 25  |
|               | 8.3.Kitap   | 1 | 25  |
|               | 8.4.Uzay    | 1 | 25  |
|               | TOPLAM      | 4 | 100 |

Tablo 12 incelendiğinde, çanta (1), gökyüzü (1), kitap (1), uzay (1) metaforlarının yer aldığı bu temada, toplamda 4 öğrenci tarafından metaforlar oluşturulmuştur. Bu tema ile ilgili oluşturulan bazı öğrenci metaforları şu şekildedir:

Ö4:*Sosyal medya uzay gibidir. Çünkü içinde sınırsız içerikler vardır.*

Ö114:*Sosyal medya kitap gibidir. Çünkü oku oku bitmez*

Ö180:*Sosyal medya çanta gibidir. Çünkü içinde ne ararsan var*

Ö186:*Sosyal medya gökyüzü gibidir. Çünkü içindekiler sınırsızdır*

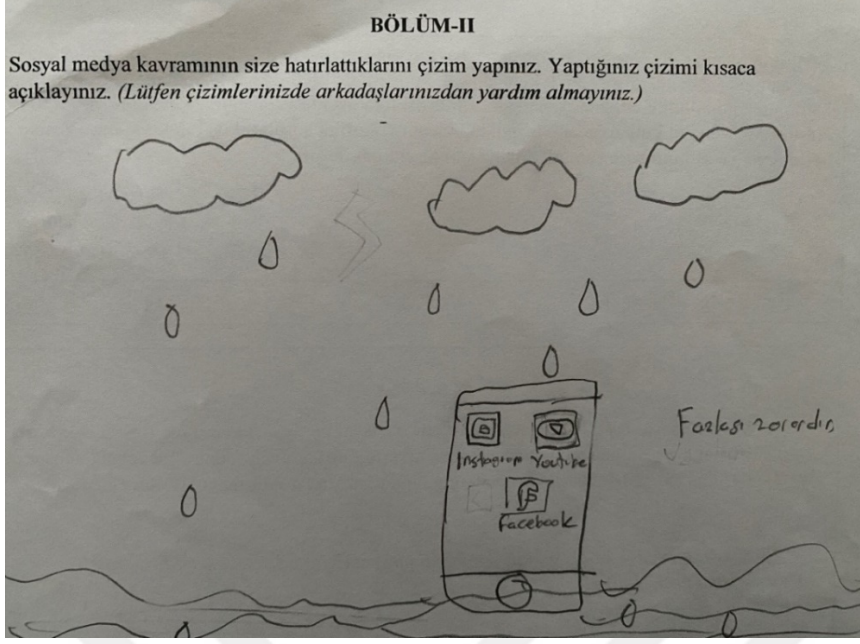
Bununla birlikte, 7. sınıf öğrencilerinin “Sosyal medya...gibidir. Çünkü ...” sorusuna verdikleri yanıtlar incelenmiş olup boş bırakılması ve alakasız bağlantıların kurulması sebebiyle değerlendirmeye dahil edilmemiştir. Konuyla ilgisi olmayan ve alakasız bağlantı kurulduğu için geçerli kabul edilmeyen metaforlara ait birkaç örneğe aşağıda yer verilmiştir.

*Sosyal medya boşluk gibidir. Çünkü günümüz şartlarında gereklidir.*

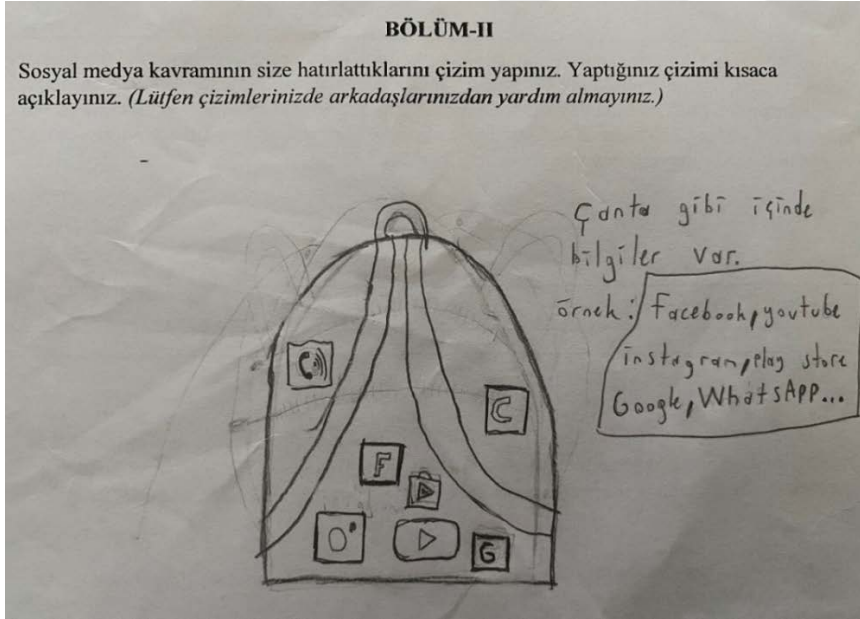
*Sosyal medya platonik aşk gibidir. Çünkü karşılıksızdır.*

#### 4.2. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Çizimlerinde Yansıtılan Metaforlara Yönelik Bulgular

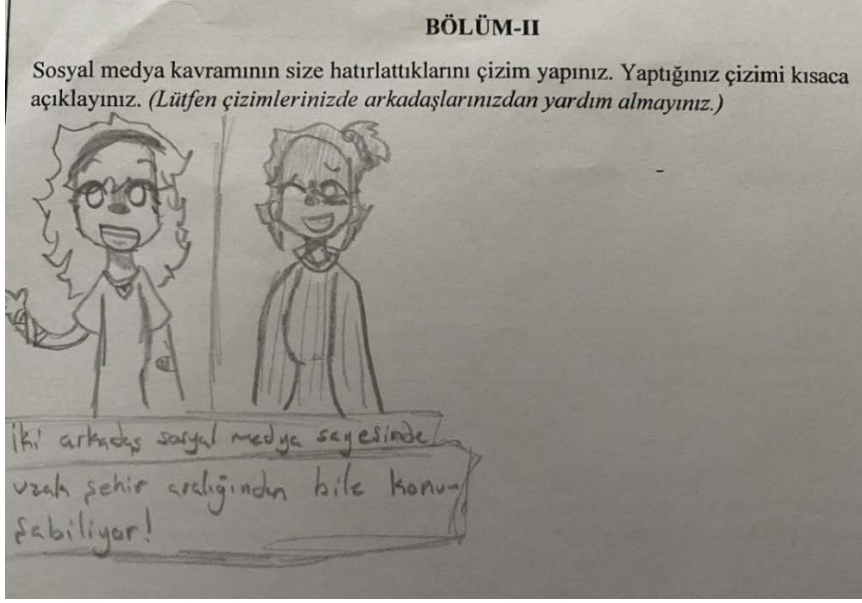
7. sınıf öğrencilerinin “sosyal medya kavramının size hatırlattıklarını çizim yaparak anlatınız.” sorusuna verdikleri yanıtlar incelenmiş, 142 öğrencinin çizimi geçerli kabul edilmiştir. 7. sınıf öğrencilerinin yapmış oldukları çizimler incelendiğinde, en çok sosyal medyayı bilinçli kullanma ve farkındalık (çeşitli yarar ve zararının olduğu, bilgi içerdiği, bilgi edinmeye yardımcı olduğu, iletişim kurmada etkili olduğu, zaman kaybına neden olduğu vs.) ile ilgili çizimler yaptıkları belirlenmiştir. Bu çizimlerin örneklerine Resim 1, Resim 2, Resim 3’te yer verilmiştir.



Resim 1. Ö178'e Ait Çizim



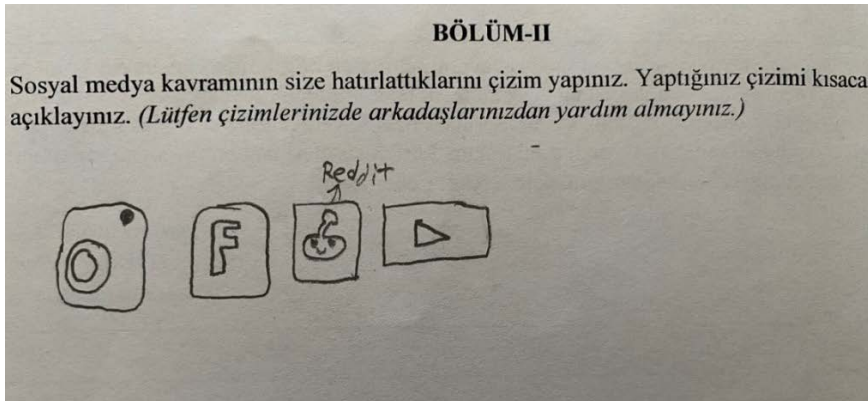
Resim 2. Ö41'e Ait Çizim



Resim 3. Ö197'ye Ait Çizim

Resim 1’de yağmurun fazla yağmasının sele sebep olabileceği gibi Instagram, Youtube ve Facebook gibi sosyal medya uygulamalarını fazla kullanmanın da zararlı olduğu; Resim 2’de sırt çantasındaki kitaplardan bilgi edinilebildiği gibi sosyal medya uygulamalarından da bilgi edinilebildiği; Resim 3’te ise sosyal medya aracılığıyla iki arkadaşın uzak şehirlerde olsalar bile iletişim kurabildiği ifade edilmektedir. Öğrenciler bu çizimlerde sosyal medyanın doğru ve bilinçli kullanılmasına yönelik çizimler yapmışlardır.

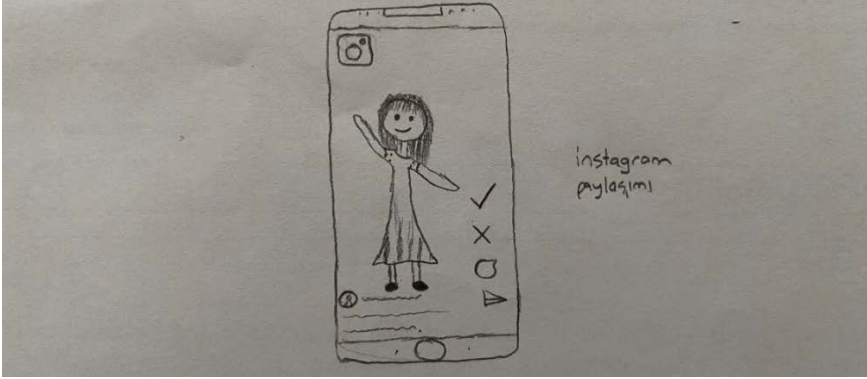
7. sınıf öğrencilerinden bazılarının sosyal medya uygulamalarının kullanımı (çeşitli sosyal medya uygulamaları ve gönderi içerikleri) ile ilgili çizimler yaptıkları belirlenmiştir. Bu çizimlerin örneklerine Resim 4 ve Resim 5’te yer verilmiştir.



Resim 4. Ö13’e Ait Çizim

## BÖLÜM-II

Sosyal medya kavramının size hatırlattıklarını çizim yapınız. Yaptığınız çizimi kısaca açıklayınız. (Lütfen çizimlerinizde arkadaşlarınızdan yardım almayınız.)



Resim 5. Ö243'e Ait Çizim

Resim 4'te öğrencinin çeşitli sosyal medya uygulamalarına örnek vererek logolarını çizdiği; Resim 5'te ise öğrencinin Instagram uygulamasına girildiğinde görülebilecek örnek bir paylaşımı resmettiği görülmektedir. Öğrenciler bu çizimlerde sosyal medya uygulamalarının neler olduğuna ve uygulama içeriklerine örnekler vermişlerdir.

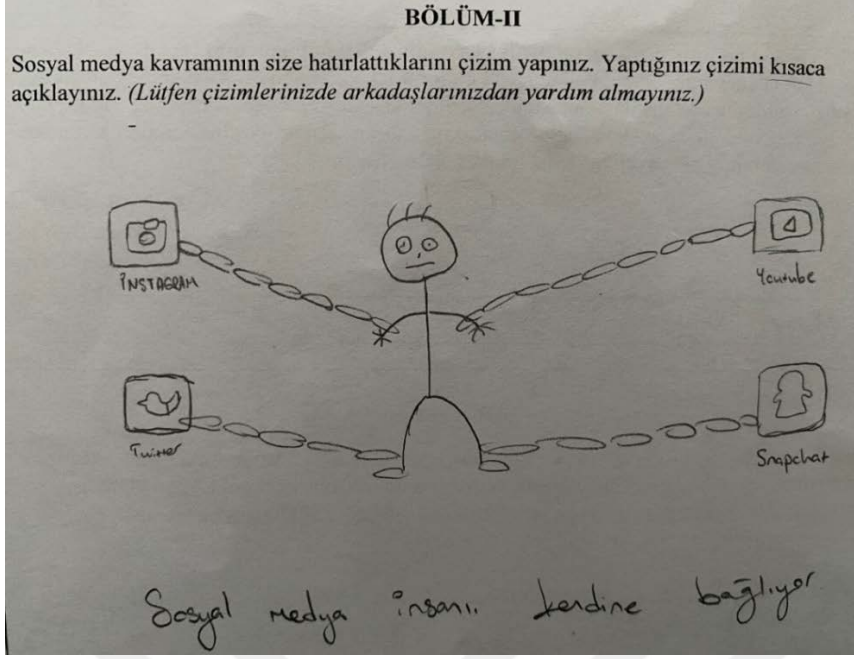
7. sınıf öğrencilerinden bazılarının bağımlılık yapma ile ilgili çizimler yaptıkları belirlenmiştir. Bu çizimlerin örneklerine Resim 6 ve Resim 7'de yer verilmiştir.

## BÖLÜM-II

Sosyal medya kavramının size hatırlattıklarını çizim yapınız. Yaptığınız çizimi kısaca açıklayınız. (Lütfen çizimlerinizde arkadaşlarınızdan yardım almayınız.)



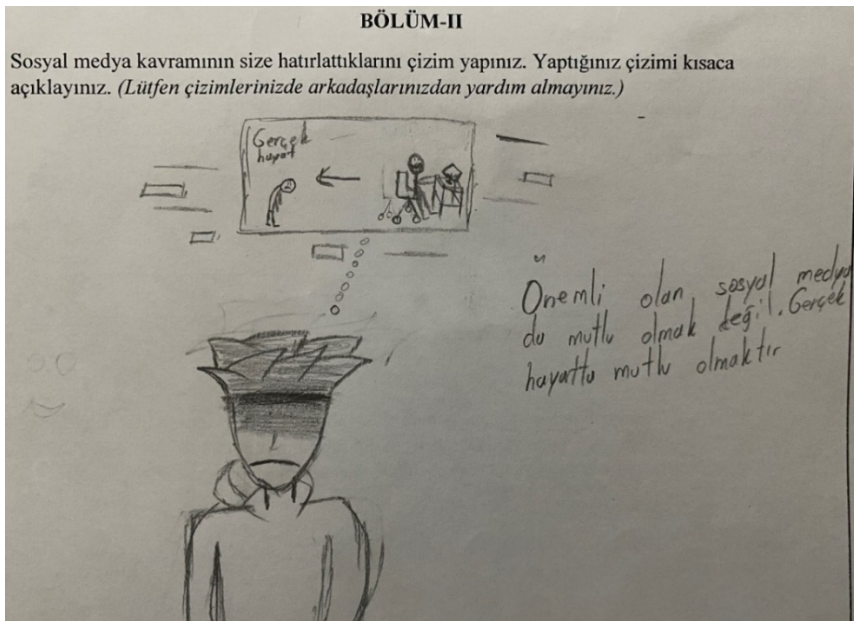
Resim 6. Ö48'e Ait Çizim



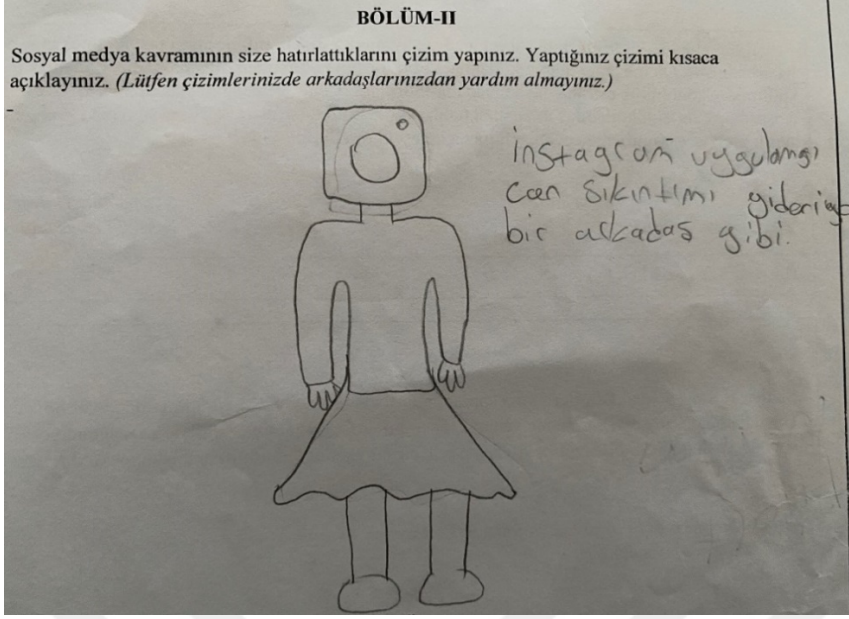
Resim 7. Ö159'a Ait Çizim

Resim 6'da sosyal medyaya bakmanın zaman geçtikçe insanı hipnoz ederek bağımlı hale getirdiği; Resim 7'de ise sosyal medya uygulamalarının insanı kendisine bağlayıp bırakmadığı ifade edilmiştir. Öğrenciler sosyal medyanın belli bir süre sonra bireyi bağımlı yaptığına yönelik çizimler yapmışlardır.

7. sınıf öğrencilerinden bazılarının sosyal medyayı kullanırken yaşadıkları duygusal etkiler ile ilgili yaptıkları belirlenmiştir. Bu çizimlerin örneklerine Resim 8 ve Resim 9'da yer verilmiştir.



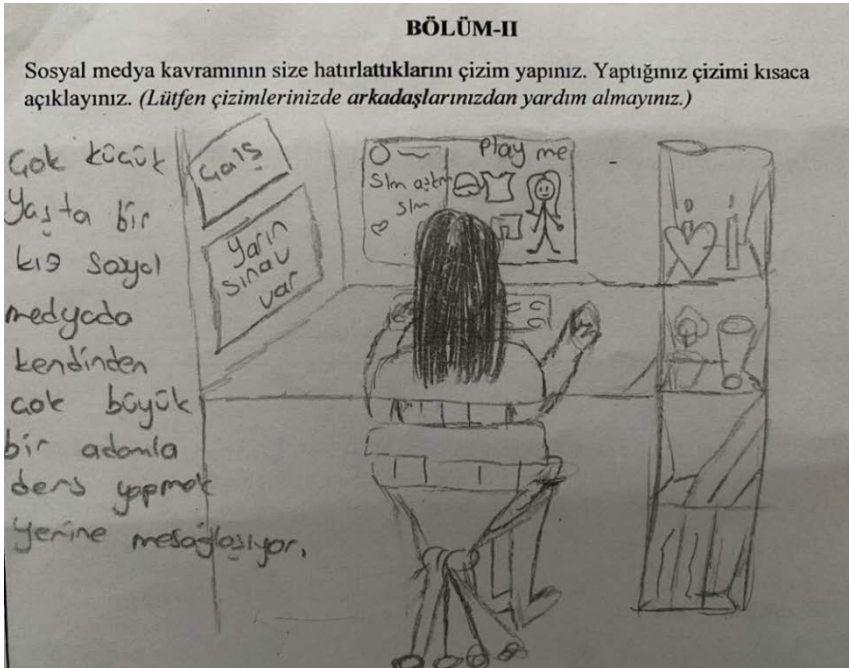
Resim 8. Ö58'e Ait Çizim



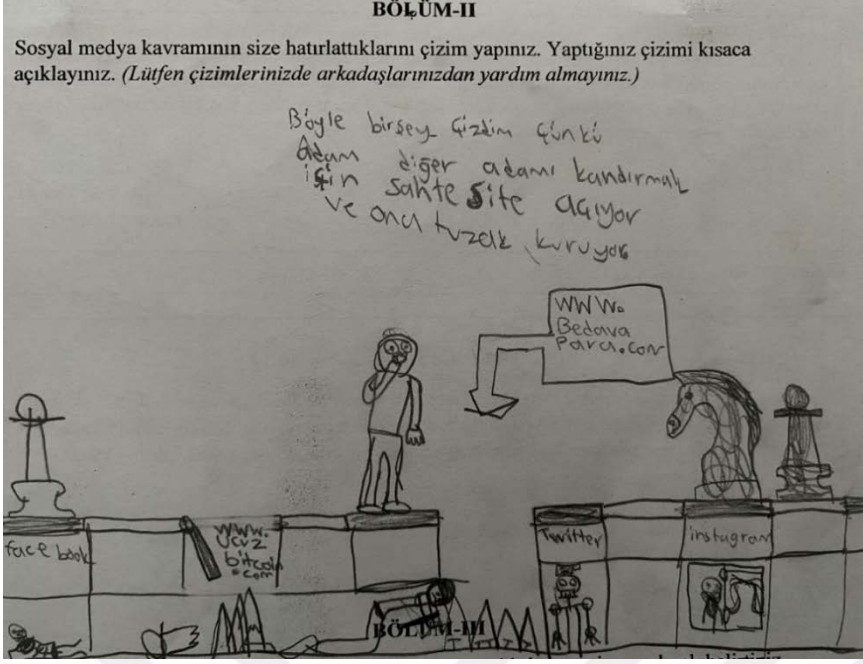
Resim 9. Ö176'ya Ait Çizim

Resim 8’de öğrencinin sosyal medyayı kullanırken mutlu olsa da gerçek yaşamda mutlu olmadığı; Resim 9’da ise öğrencinin sosyal medya uygulaması Instagram’ı bir kişi olarak göstererek arkadaşymış gibi hissettiği görülmektedir. Öğrenciler bu çizimlerde sosyal medyayı kullanırken kendilerinde oluşan duyguları ifade etmişlerdir.

7. sınıf öğrencilerinden bazılarının sosyal medyayı kullanırken tehlikeli olabilecek durumlar (kötü niyetli insanlar, dolandırıcılık) ile ilgili çizimler yaptıkları belirlenmiştir. Bu çizimlerin örneklerine Resim 10 ve Resim 11’de yer verilmiştir.



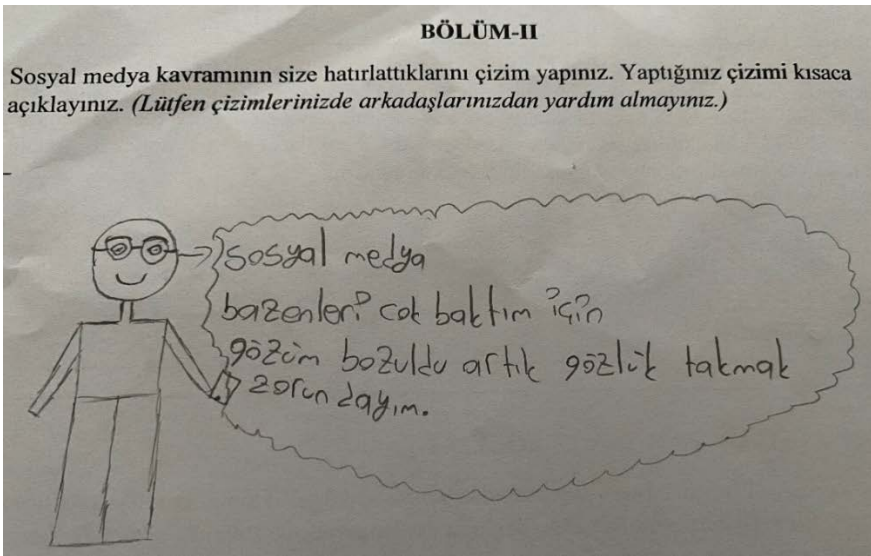
Resim 10. Ö261'e Ait Çizim



Resim 11. Ö131'e Ait Çizim

Resim 10'da öğrencinin ders çalışmak yerine kendisinden yaşça büyük kötü niyetli olabilecek biriyle konuştuğu; Resim 11'de ise sosyal medyada gezinirken dolandırıcı olabilecek sitelerin tuzaklarına düşülebileceği ifade edilmektedir. Öğrenciler sosyal medyada kötü niyetli insanlar ile dolandırıcıların olabileceğine yönelik çizimler yapmışlardır.

7. sınıf öğrencilerinden bazılarının sosyal medyayı kullanırken olabilecek hastalıklar (göz bozukluğu, şişmanlık) ile ilgili çizimler yaptıkları belirlenmiştir. Bu çizimlerin örneğine Resim 12'de yer verilmiştir.



Resim 12. Ö14'e Ait Çizim

Resim 12’de öğrenci, sosyal medyaya fazla bakmanın gözlerinin bozulmasına sebep olduğunu ve bu yüzden gözlük taktığını ifade etmiştir. Öğrenciler sosyal medyanın fazla kullandığında çeşitli hastalıklara neden olabileceğine yönelik çizimler yapmışlardır.

#### 4.2.1. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Oluşturduğu Çizimlerin Ortak Özellikleri Bakımından Toplandığı Zihinsel İmgelere Yönelik Bulgular

7. sınıf öğrencilerinin “sosyal medya kavramının size hatırlattıklarını çizim yaparak anlatınız.” sorusuna ilişkin verdikleri yanıtlar incelenmiş, çizimlerin ortak özelliklerine göre zihinsel imgeler oluşturulmuştur. Oluşturulan zihinsel imgeler, frekans ve yüzdelere göre Tablo 13’te gösterilmiştir.

**Tablo 13.** Sosyal Medya Kavramına İlişkin Çizimlerin Ortak Özellikler Bakımından Toplandığı Zihinsel İmgeler

| Sıra No | Zihinsel İmgeler                       | f   | %     |
|---------|----------------------------------------|-----|-------|
| 1.      | Bilinçli Kullanma ve Farkındalık       | 54  | 37,76 |
| 2.      | Sosyal Medya Uygulamalarının Kullanımı | 51  | 35,66 |
| 3       | Bağımlılık Yapma                       | 22  | 15,38 |
| 4.      | Duygusal Etki                          | 9   | 6,29  |
| 5.      | Tehlikeli Olabilecek Durumlar          | 5   | 3,49  |
| 6.      | Olabilecek Hastalıklar                 | 2   | 1,39  |
| TOPLAM  |                                        | 143 | 99,97 |

Tablo 13 incelendiğinde, öğrencilerin yaptıkları 346 çizimin 142’si geçerli kabul edilmiştir. Çizimlerden biri, ilişkili olduğu başka bir zihinsel imge içinde de yer aldığı için 143 çizim, ortak özellikleri yönünden 6 zihinsel imgeye ayrılmıştır. Zihinsel imgeler oluşturulurken öğrencilerin yaptıkları çizimler tek tek incelenmiş ve benzer içerikler dikkate alınmıştır.

##### 4.2.1.1. Bilinçli Kullanma ve Farkındalık

7. sınıf öğrencileri tarafından yapılan çizimler doğrultusunda geliştirilen ilk zihinsel imge “bilinçli kullanma ve farkındalık” olarak belirlenmiştir. Öğrencilerin çizimleri en fazla burada toplanmıştır. Burada toplam 54 öğrencinin çizimi bulunmaktadır. Bu zihinsel imgede yer alan çizimlerin toplam çizimler içerisindeki yüzdelik değeri %37,76 olarak tespit edilmiştir. Bilinçli kullanma ve farkındalık zihinsel imgesindeki çizimlerde, sosyal medyanın faydasının ve zararının olduğu, bilgi içerdiği, bilgi edinmeye yardımcı olduğu, iletişim kurmada etkili olduğu ve zaman kaybına neden olduğu gibi durumların resmedildiği belirlenmiştir. Bu çizimlerin örneklerine Resim 13, Resim 14, Resim 15 ve Resim 16’da yer verilmiştir.

## BÖLÜM-II

Sosyal medya kavramının size hatırlattıklarını çizim yapınız. Yaptığınız çizimi kısaca açıklayınız. (Lütfen çizimlerinizde arkadaşlarınızdan yardım almayınız.)

Sosyal medya da  
sonsuz  
bilgi vardır

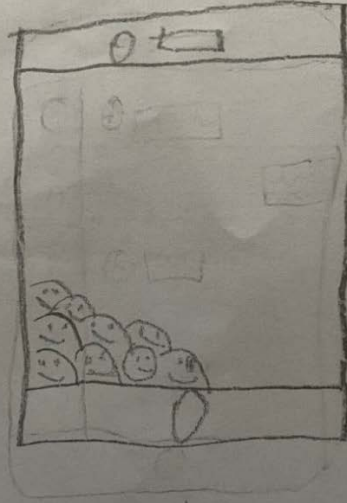


Resim 13. Ö302'ye Ait Çizim

## BÖLÜM-II

Sosyal medya kavramının size hatırlattıklarını çizim yapınız. Yaptığınız çizimi kısaca açıklayınız. (Lütfen çizimlerinizde arkadaşlarınızdan yardım almayınız.)

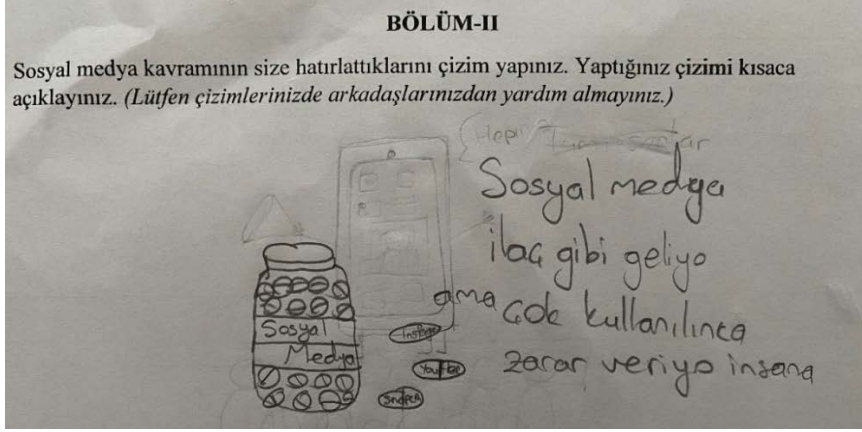
Sosyal  
medya  
çok fazla  
bilgi  
olduğu için



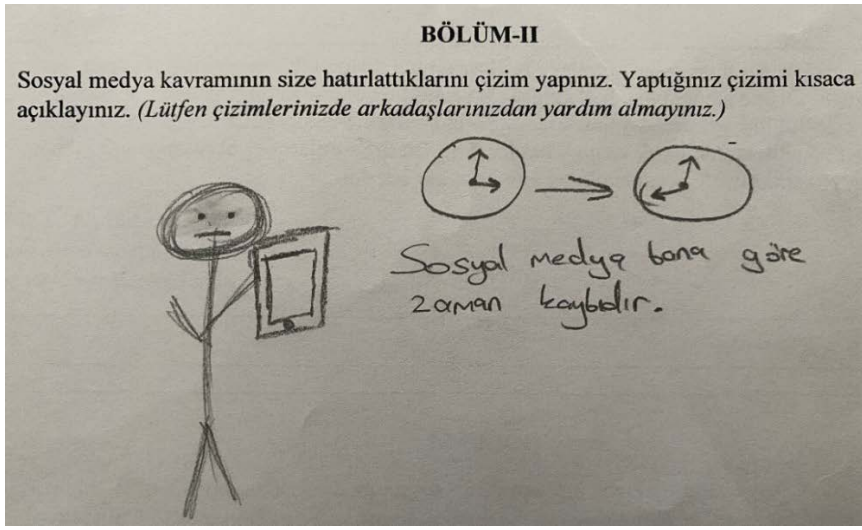
bunu çizdim

## BÖLÜM-III

Resim 14. Ö45'e Ait Çizim



Resim 15. Ö187'ye Ait Çizim



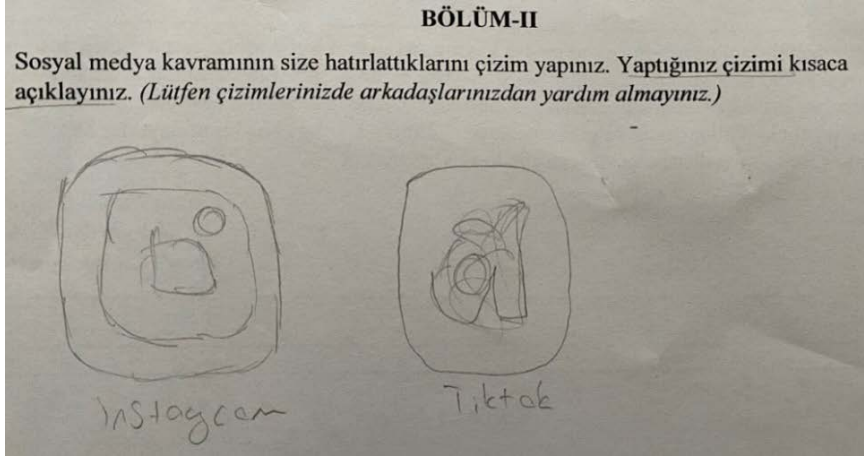
Resim 16. Ö292'ye Ait Çizim

Öğrenciler, sosyal medyayı bilinçli kullanma ve farkındalık zihinsel imgesinde yer alan çizimlerinde, sosyal medyayı kullanmanın yararları olduğunu, fazla kullanımda zararlar oluşabileceğini, sosyal medyanın çeşitli bilgiler içerdiğini, iletişim kurmada yardımcı olduğunu, zaman kaybına yol açtığını ve gereksiz olduğunu ifade etmişlerdir.

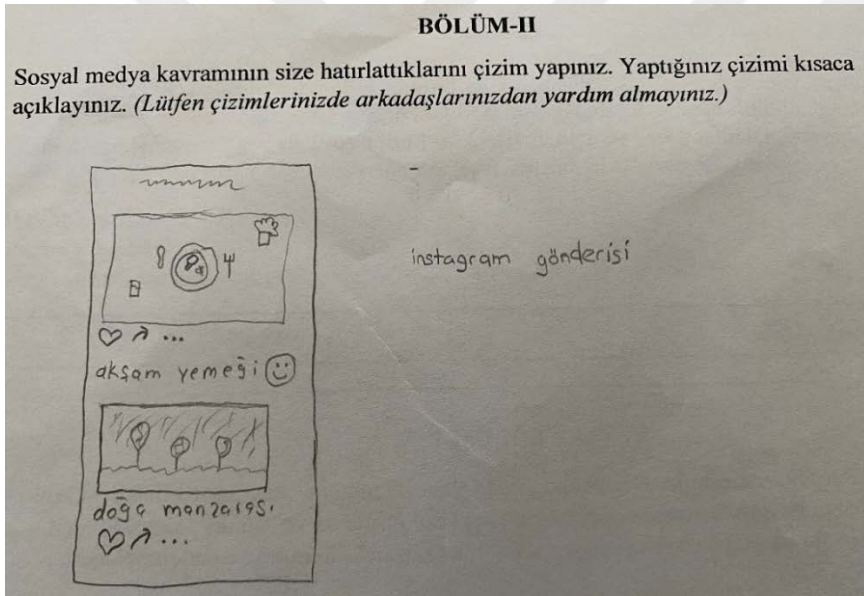
#### 4.2.1.2. Sosyal Medya Uygulamalarının Kullanımı

7. sınıf öğrencileri tarafından yapılan çizimler doğrultusunda geliştirilen ikinci zihinsel imge “sosyal medya uygulamalarının kullanımı” olarak belirlenmiştir. Burada toplam 51 öğrencinin çizimi bulunmaktadır. Bu zihinsel imgede yer alan çizimlerin toplam çizimler içerisindeki yüzdelik değeri %35,66 olarak tespit edilmiştir. Sosyal medya uygulamalarının kullanımı zihinsel imgesindeki çizimlerde, farklı sosyal medya uygulamaları, bu uygulamaların logoları, sosyal medya uygulamalarının içerik örnekleri gibi durumların resmedildiği

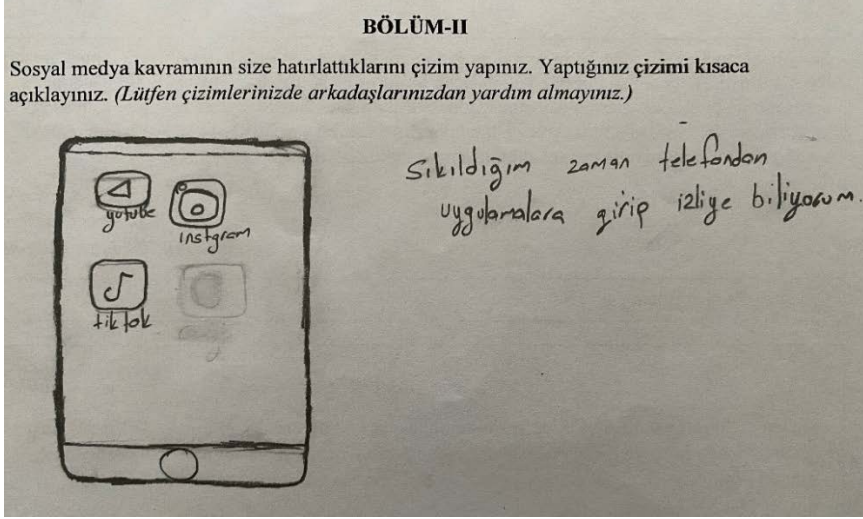
belirlenmiştir. Bu çizimlerin örneklerine Resim 17, Resim 18, Resim 19 ve Resim 20’de yer verilmiştir.



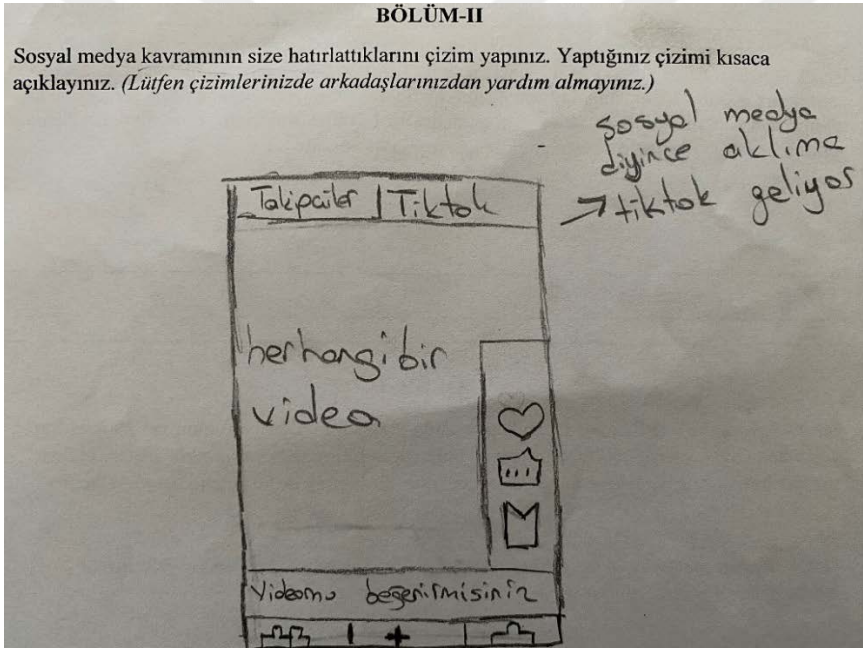
Resim 17. Ö311’e Ait Çizim



Resim 18. Ö223’e Ait Çizim



Resim 19. Ö236'ya Ait Çizim



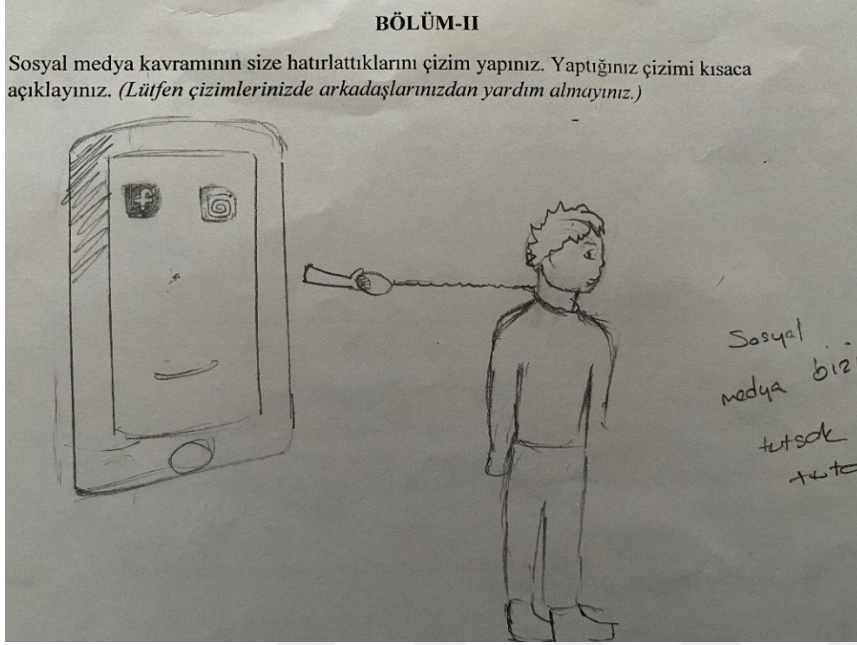
Resim 20. Ö164'e Ait Çizim

Öğrenciler, sosyal medya uygulamalarının kullanımı zihinsel imgesinde yer alan çizimlerinde, çeşitli sosyal medya uygulamaları ve logolarını, sosyal medyadaki paylaşımlara dair örnekleri ifade etmişlerdir.

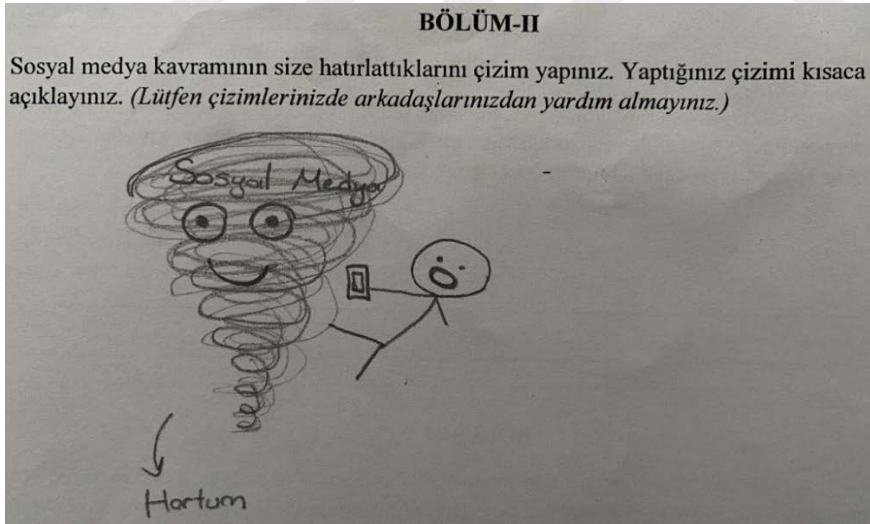
#### 4.2.1.3. Bağımlılık Yapma

7. sınıf öğrencileri tarafından yapılan çizimler doğrultusunda geliştirilen üçüncü zihinsel imge "bağımlılık yapma" olarak belirlenmiştir. Burada toplam 22 öğrencinin çizimi bulunmaktadır. Bu zihinsel imgede yer alan çizimlerin toplam çizimler içerisindeki yüzdelik değeri %15,38 olarak tespit edilmiştir. Bağımlılık yapma zihinsel imgesindeki çizimlerde,

sosyal medya etkisi altına girilmesi, sosyal medya kullanan kişilerin kullanmayı bırakamadıkları gibi durumların resmedildiği belirlenmiştir. Bu çizimlerin örneklerine Resim 21, Resim 22 ve Resim 23'te yer verilmiştir.



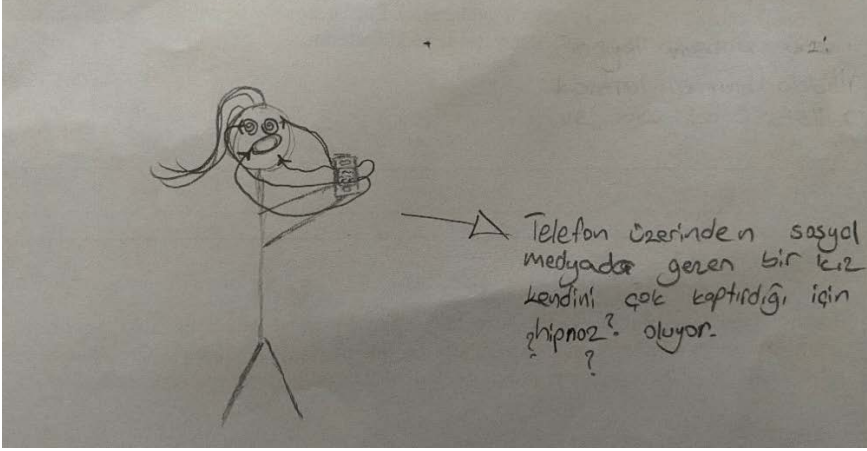
Resim 21. Ö1'e Ait Çizim



Resim 22. Ö305'e Ait Çizim

## BÖLÜM-II

Sosyal medya kavramının size hatırlattıklarını çizim yapınız. Yaptığınız çizimi kısaca açıklayınız. (Lütfen çizimlerinizde arkadaşlarınızdan yardım almayınız.)



Resim 23. Ö167'ye Ait Çizim

Öğrenciler, bağımlılık yapma zihinsel imgesine yönelik çizimlerinde, sosyal medyanın kişiyi kendisine çektiğini, sosyal medyayı aşırı kullanıp ona bağımlı hale geldiklerini, sosyal medyayı bırakamadıklarını ifade etmişlerdir.

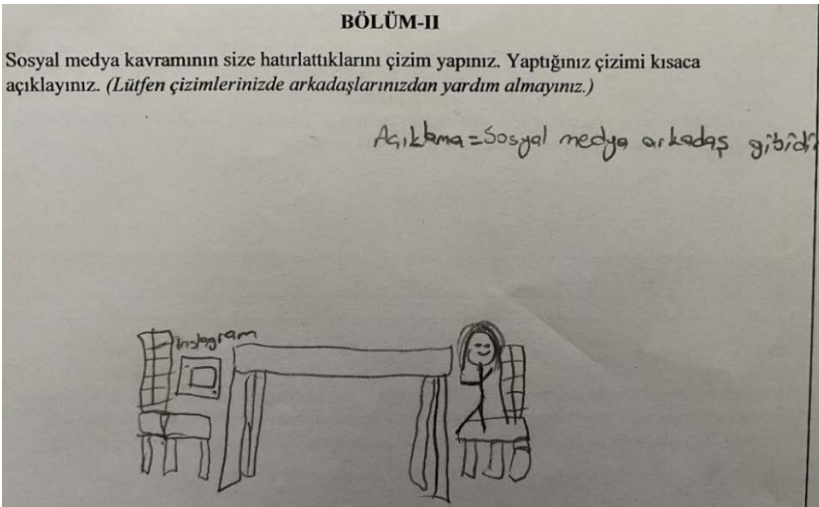
### 4.2.1.4. Duygusal Etki

7. sınıf öğrencileri tarafından yapılan çizimler doğrultusunda geliştirilen dördüncü zihinsel imge “duygusal etki” olarak belirlenmiştir. Burada toplam 9 öğrencinin çizimi bulunmaktadır. Bu zihinsel imgede yer alan çizimlerin toplam çizimler içerisindeki yüzdelik değeri %6,29 olarak tespit edilmiştir. Duygusal etki zihinsel imgesindeki çizimlerde, sosyal medya kullanımının duygulara etkisi, duyguları sosyal medya ile ifade etme gibi durumların resmedildiği belirlenmiştir. Bu çizimlerin örneklerine Resim 24 ve Resim 25’te yer verilmiştir.

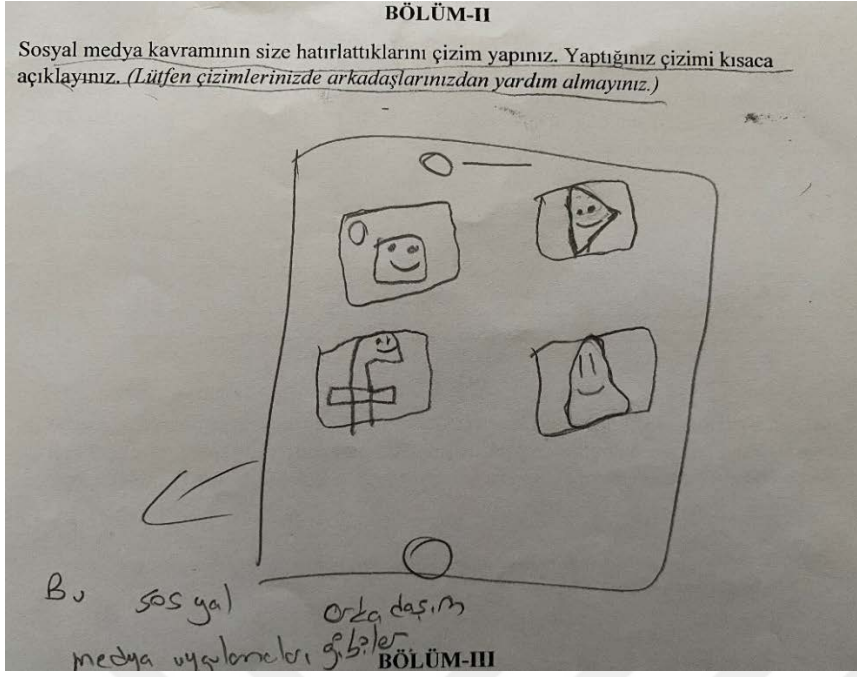
## BÖLÜM-II

Sosyal medya kavramının size hatırlattıklarını çizim yapınız. Yaptığınız çizimi kısaca açıklayınız. (Lütfen çizimlerinizde arkadaşlarınızdan yardım almayınız.)

Açıklama = Sosyal medya arkadaş gibidir



Resim 24. Ö259'a Ait Çizim

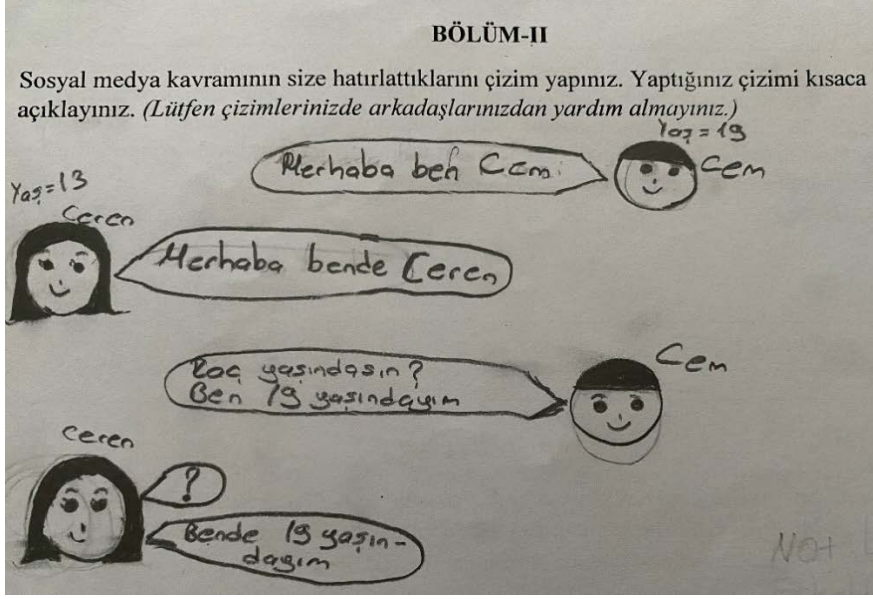


Resim 25. Ö211'e Ait Çizim

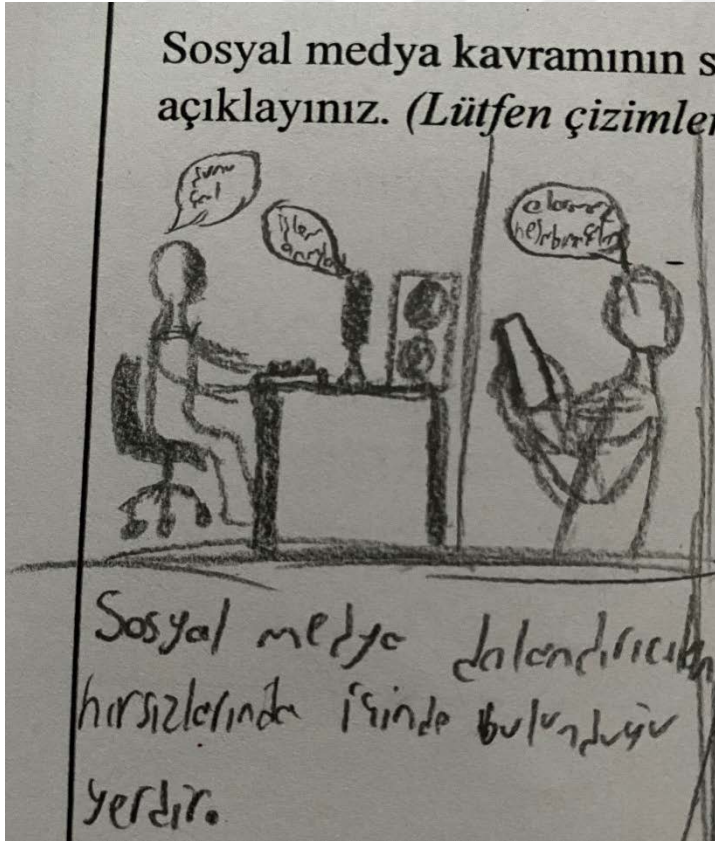
Öğrenciler, duygusal etki zihinsel imgesine yönelik çizimlerinde, sosyal medya kullanırken mutlu olduğunu, sınavdan kötü not alınca üzüntüsünü gidermek için kullandığını, sosyal medya kullanmanın arkadaşmış gibi hissettirdiğini, sosyal medyada mutlu olup gerçek hayatta mutlu olmadığını ifade etmişlerdir.

#### 4.2.1.5. Tehlikeli Olabilecek Durumlar

7. sınıf öğrencileri tarafından yapılan çizimler doğrultusunda geliştirilen beşinci zihinsel imge "tehlikeli olabilecek durumlar" olarak belirlenmiştir. Burada toplam 5 öğrencinin çizimi bulunmaktadır. Bu zihinsel imgede yer alan çizimlerin toplam çizimler içerisindeki yüzdelik değeri %3,49 olarak tespit edilmiştir. Tehlikeli olabilecek durumlar zihinsel imgesindeki çizimlerde, sosyal medyada kötü niyetli kişilerin olabileceği ve dolandırıcılığın resmedildiği belirlenmiştir. Bu çizimlerin örneklerine Resim 26 ve Resim 27'de yer verilmiştir.



Resim 26. Ö239'a Ait Çizim

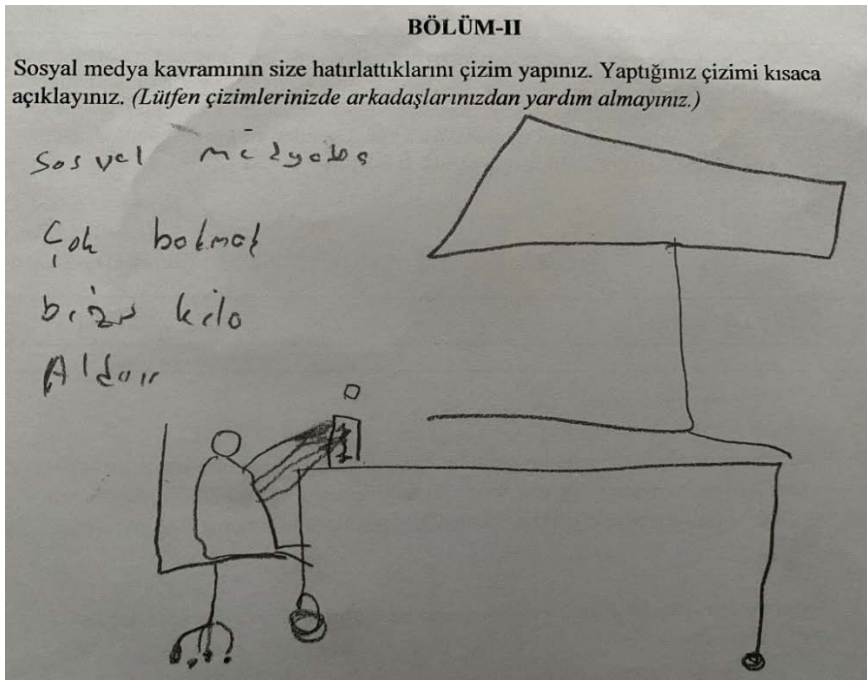


Resim 27. Ö32'e Ait Çizim

Öğrenciler, tehlikeli olabilecek durumlar zihinsel imgesine yönelik çizimlerinde, küçük çocukların yaşından büyük kötü niyetli kişiler ile konuşabileceğini ve dolandırılabilirliğini ifade etmişlerdir.

#### 4.2.1.6. Olabilecek Hastalıklar

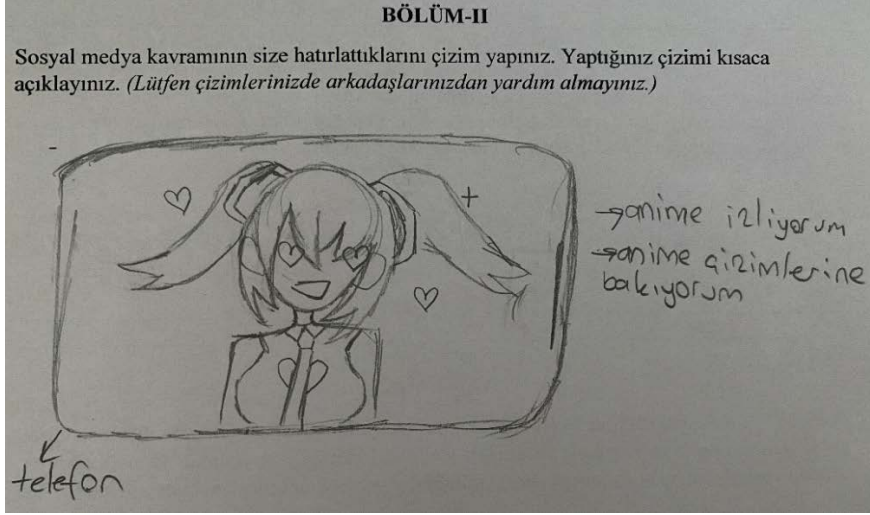
7. sınıf öğrencileri tarafından yapılan çizimler doğrultusunda geliştirilen altıncı zihinsel imge “olabilecek hastalıklar” şeklinde belirlenmiştir. Burada toplam 2 öğrencinin çizimi bulunmaktadır. Bu zihinsel imgede yer alan çizimlerin toplam çizimler içerisindeki yüzdelik değeri %1,39 olarak tespit edilmiştir. Olabilecek hastalıklar zihinsel imgesindeki çizimlerde, göz bozukluğunun ve şişmanlığın resmedildiği belirlenmiştir. Bu çizim örneğine Resim 28’te yer verilmiştir.



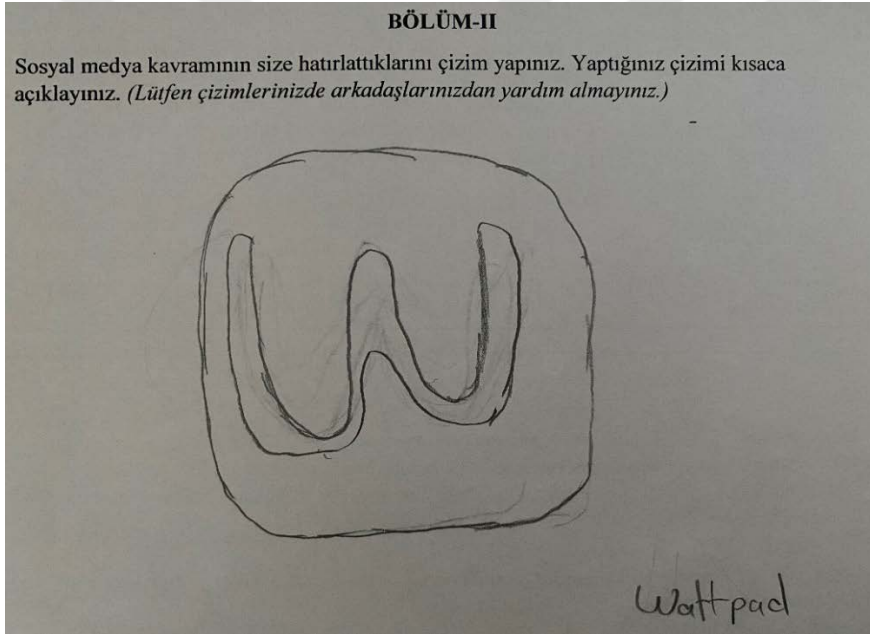
Resim 28. Ö138’e Ait Çizim

Öğrenci, olabilecek hastalıklar zihinsel imgesine yönelik çiziminde, sosyal medyaya çok bakmanın şişmanlığa yol açtığını ifade etmiştir.

Bununla birlikte 7. sınıf öğrencilerinin “sosyal medya kavramının size hatırlattıklarını çizim yaparak anlatınız.” sorusuna yönelik çizimleri incelenmiş olup boş bırakması, konuyla ilgisi olmayan ve yanlış bilgi içeren çizimler yapması sebebiyle değerlendirmeye dahil edilmemiştir. Konuyla ilgisi olmayan ve yanlış bilgi içeren çizimlere ait birkaç örneğe aşağıda yer verilmiştir.



Resim 29. Ö184'e Ait Çizim



Resim 30. Ö174'e Ait Çizim

7. sınıf öğrencileri “sosyal medya kavramının size hatırlattıklarını çizim yaparak anlatınız.” sorusuna yönelik çizimler yapmışlardır. Öğrencilerin yapmış oldukları çizimler, “bilinçli kullanma ve farkındalık”, “sosyal medya uygulamalarının kullanımı”, “bağımlılık yapma”, “duygusal etki”, “tehlikeli olabilecek durumlar” ve “olabilecek hastalıklar” olmak üzere 6 zihinsel imgeye ayrılmaktadır. Bu zihinsel imgeler içerisinde en çok “bilinçli kullanma ve farkındalık” zihinsel imgesinde çizimler yer alırken, en az “olabilecek hastalıklar” zihinsel imgesinde çizimler bulunmaktadır. Herhangi bir zihinsel imgeyle ilişkisi olmayan, yanlış bilgi içeren ve boş bırakılan kağıtlar değerlendirme dışında kalmıştır.

#### 4.3. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Kompozisyonlarında Yansıtılan Metaforlara Yönelik Bulgular

7. Sınıf öğrencilerinin “sosyal medya kavramı konusunda düşüncelerinizi kısa bir kompozisyon olarak belirtiniz.” sorusuna ilişkin verdikleri yanıtlar incelenmiş, 231 öğrencinin kompozisyonu geçerli kabul edilmiştir.

Öğrencilerin kompozisyonları incelendiğinde, en fazla bilinçli kullanma ve farkındalığın (fayda ve zararının olduğu, iletişim kurmada etkili olduğu, haberleşme ve bilgi edinmeyi sağladığı vb.) açıklandığı görülmüştür. Buna yönelik kompozisyon örneklerine aşağıda yer verilmiştir.

Ö20:*Sosyal medya aslında buzdağı gibi düşünülebilir yani buzdağının görünen kısmında her sosyal medya iyi olarak görünürken görünmeyen kısmına inerseniz yani çok fazla sosyal medya kullanırsanız zararlı bir şeye dönüşebilir*

Ö209:*Çok kullanmanın boşa zaman harcadığını düşünüyorum yararlı içerikler var ama bu içeriklerden daha çok yararsız içerikleri görüyoruz*

Ö238:*Faydalı yanları olsada zararlı yanları var tabii. Mesela insan bağlarını kopartıyor insanların yüz yüze sosyal olmasını engelliyor derslerimizde geri kalabiliyoruz başından kalkmadığımız için. Faydalı yanlarıda derslerimizde anlamadığımız konuyu youtube üzerinden öğrenebiliyoruz, sosyal medya sayesinde dünyanın öbür ucundaki insanlarla konuşabiliyoruz.*

Ö122:*Bence sosyal medyayı kısıtlı kullanmalıyız zamanı aşarsak sıkıntı olabilir veya çok az kullanırsak sıkılabiliriz belirli zaman aralığında kullanmalıyız her zaman sosyal medyada zaman geçirirsek hayatı kaçırmış oluruz.*

Öğrenciler tarafından yazılan kompozisyonların bir kısmında ise sosyal medya kullanırken oluşan duygusal etkilerin (kullanan kişilerin yaşadığı olumlu ve olumsuz duygular, uygulamaları sevmeye ya da sevmeme vb.) açıklandığı görülmüştür. Buna yönelik kompozisyon örneklerine aşağıda yer verilmiştir.

Ö206:*Sosyal medya benim için çok güzel ve eğlenceli bir platform çünkü her sıkıldığımda sosyal medyaya girip eğleniyorum orda ilgi alanım olan şeyleri görünce daha çok seviyorum*

Ö118:*Kendimi ne zaman mutlu hissetsem ne zaman üzgün olsam sosyal medyayı kullanmak bana hep iyi geliyor iyi hissederim. Orada vakit geçirmek beni mutlu yapıyor*

*Ö303:Sosyal medyayı ben eğlenmek için kafamı dağıtmak için üzgünlüğümü unutmak için kullanıyorum bence gayet eğlenceli keyifli*

Öğrenciler tarafından yazılan kompozisyonların bir kısmında ise sosyal medya kullanmanın sebep olabileceği hastalıkların (göz bozukluğu, depresyon, kamburluk, dikkat eksikliği vb.) açıklandığı görülmüştür. Buna yönelik kompozisyon örneklerine aşağıda yer verilmiştir.

*Ö169:Sosyal medyayı uzun süre kullanmak göz sağlığını, oturuş bozukluğunu kötü etkiliyor ve dikkat eksikliğine sebep oluyor*

*Ö38:Sosyal medyanın faydalı yanları olduğu kadar zararlı yanları da var mesela çok uzun süre sosyal medyaya bakarsak gözlerimiz ekrana bakmaktan yorulur ve ağrır*

*Ö102:Sosyal medya benim gibi çoğu kişiye boş gelebilir İnsanlar sosyal medya yüzünden fiziksel ruhsal çeşitli hastalıklarla karşı karşıya kalabiliyor*

Öğrenciler tarafından yazılan kompozisyonların bir kısmında ise sosyal medya kullanımında meydana gelebilecek tehlikeli durumların (yaşça büyük kötü niyetli kişilerin olması, dolandırıcılık, sosyal medya zorbalığı, kişisel bilgilerin paylaşımı vb.) açıklandığı görülmüştür. Buna yönelik kompozisyon örneklerine aşağıda yer verilmiştir.

*Ö36:İyi bir ortam sayılır ama bana göre kötü ve tehlikeli şeyler de var siber zorbalık içerik çalma ve siber hırsızlar gibi..*

*Ö224:Sosyal medyanın iyi ve kötü yanları var kötü yön olarak sosyal medya uygulamalarında karşımıza korkacağımız bizi kötü etkileyebilecek tehlikeli içerikler çıkabiliyor bazen*

*Ö139:Sosyal medya dünyada belki en çok kullanılan ama en güvenilmez yer çünkü sosyal medya üzerinden tanıştığın biri aslında 40 yaşında bir adam olabilir ama yine de herkes kullanıyor*

Öğrenciler tarafından yazılan kompozisyonların bir kısmında ise sosyal medya kullanımının bağımlılık yapmasının (kullanan kişilerin başlayınca bırakamaması, kişiyi içine çekmesi vb.) açıklandığı görülmüştür. Buna yönelik kompozisyon örneklerine aşağıda yer verilmiştir.

*Ö194:Bana göre iyi vakit geçirebileceğimiz yer ama bir o kadar da zararlı keşif olmuş çünkü bizi kendisine bağımlı hale getiriyor bakmaya başlayınca bırakamıyorsun.*

*Ö72:Sosyal medya insanların çoğu zamanını geçirdiği ama zamanın nasıl geçtiğini bilmedikleri insanları kendisine bağlayan bir yer.*

Öğrenciler tarafından yazılan kompozisyonların bir kısmında ise sosyal medya uygulamalarının kullanımının (sosyal medya uygulamalarını eğlenme, bilgi edinme amaçlı kullanma vb.) açıklandığı görülmüştür. Buna yönelik kompozisyon örneklerine aşağıda yer verilmiştir.

Ö164:*Sıkılınca tiktoka ve instegram'a girip videolar izleyebilirim aynı zamanda whatsapp ile de arkadaşlarımla yazışabilirim.*

Ö86:*Dünyadan haberdar olmak son dakika olan gelişmeleri takip etmek için twitter, instagram facebook gibi farklı uygulamaları kullanıyoruz bu yüzden sosyal medya önemli uygulamalar*

#### 4.3.1. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Oluşturduğu Kompozisyonların Ortak Özellikleri Bakımından Toplandığı Temalara Yönelik Bulgular

**Tablo 14.** Sosyal Medya Kavramına İlişkin Yazılan Kompozisyonların Ortak Özellikleri Bakımından Toplandığı Temalar

| Sıra No | Tema                                   | F   | %     |
|---------|----------------------------------------|-----|-------|
| 1.      | Bilinçli Kullanma ve Farkındalık       | 129 | 48,67 |
| 2.      | Duygusal Etki                          | 44  | 16,60 |
| 3.      | Olabilecek Hastalıklar                 | 32  | 12,07 |
| 4.      | Tehlikeli Olabilecek Durumlar          | 24  | 9,05  |
| 5.      | Bağımlılık Yapma                       | 21  | 7,92  |
| 6.      | Sosyal Medya Uygulamalarının Kullanımı | 15  | 5,66  |
|         | TOPLAM                                 | 265 | 99,97 |

Tablo 14 incelendiğinde, öğrencilerin yazdıkları 346 kompozisyonun 231'i geçerli kabul edilmiştir. Kompozisyonlar, ilişkili olduğu bir diğer temada da yer aldığı için 265 kompozisyonun ortak özellikleri yönünden 6 temada sınıflandırıldığı görülmektedir. Temalar oluşturulurken öğrencilerin yazdıkları kompozisyonlar tek tek incelenmiş ve benzer içerikler dikkate alınmıştır.

##### 4.3.1.1. Bilinçli Kullanma ve Farkındalık

7. sınıf öğrencileri tarafından yazılan kompozisyonlar doğrultusunda geliştirilen ilk tema “bilinçli kullanma ve farkındalık” temasıdır. Öğrencilerin kompozisyonları en fazla burada toplanmıştır. Bu temada toplam 129 öğrencinin kompozisyonu bulunmaktadır. Bu temada yer alan kompozisyonların toplam kompozisyonlar içerisindeki yüzdelik değeri %48,67 olarak tespit edilmiştir. Bilinçli kullanma ve farkındalık temasındaki kompozisyonlarda, sosyal medyanın faydasının ve zararının olduğu, iletişim kurmada etkili olduğu, haberleşme ve bilgi

edinmeyi sağladığı gibi konulara dair açıklamaların yer aldığı görülmüştür. Öğrencilere ait kompozisyon örneklerine aşağıda yer verilmiştir.

Ö23:*Sosyal medya güzel birşey ama hayatımıza girdiğinden beri onunla vakit geçirir olduk bu yüzden de artık insanlar asosyal olmaya başladı bence sosyal medyayı belirli süreyle kullanmak bizim için daha faydalı olur*

Ö180:*Sosyal medyanın kötü yönleri olduğu gibi iyi yönleri de var bilgi edinebiliriz arkadaşlarımızla haberleşebiliriz bu yüzden sosyal medyaya ön yargıyla yaklaşp tamamen kötü olduğunu düşünmemeliyiz.*

Ö207:*Sosyal medya artık hayatımızda fazla yer alıyor bu da günlük hayatımızdaki bazı şeyleri olumsuz etkiliyor artık sosyal medyada daha çok zaman harcamamıza yol açıyor.*

Ö223:*Bazen eğlenceli ve günümüzde artık herkesin kullandığı bir araç. Dünyanın neresinde olursak paylaşılan herşeyi görebileceğimiz bazı insanların boş zamanlarında kurcaladıkları yer*

Ö230:*Sosyal medyanın kötü olduğu kadar iyi yönleri de vardır örnek olarak çoğu şeyden haberdar olabiliyoruz fikirlerimizi özgürce paylaşabiliyoruz.*

Ö80:*Sosyal medya uzakta olup biteni öğrenmemizi sağlayan haberleri bize anında gösteren bizim de düşüncelerimizi paylaştığımız yer sosyal medya kullanımının olumlu olduğu gibi olumsuz sonuçları da var.*

Ö232:*Aslında sosyal medya iyi şeyler için kullanılırsa iyi ama sosyal medyayı kullanmak için de çok zaman harcamamız gerekiyor çünkü başka güzel aktivitelerimize de zaman ayırmamız lazım*

Ö121:*Sosyal medya herkesin bir şey paylaştığı bir platform. Dünyada herkes sosyal medya kullandığı için bu konuda toplumu bilgilendirilmeliyiz.*

Ö274:*Sosyal medyanın hem iyi kötü yanları var mesela hemen her haberi sosyal medyadan alıyoruz bu da haberleşme için oldukça fayda sağlar fakat kötü yanı da var canımız sıkıldığında sosyal medyaya girmek güzel ama çok fazla baktığımızda zamanımızı boşa harcamış oluyoruz.*

Ö128:*Sosyal medyanın olumlu ve olumsuz yönleri var mesela çok fazla kendini sosyal medyaya kaptırırsan derslerin iyi olmayabilir çok vakit geçirilirse de asosyal olabilir insan*

Öğrenciler, yazdıkları kompozisyonlarda sosyal medya kullanımının yarar ve zararları olduğunu, bilgi edinmeyi ve haberleşmeyi sağladığını, iletişimde etkili olduğunu ifade etmişlerdir.

#### 4.3.1.2. Duygusal Etki

7. sınıf öğrencileri tarafından yazılan kompozisyonlar doğrultusunda geliştirilen ikinci tema “duygusal etki” temasıdır. Bu temada toplam 44 öğrencinin kompozisyonu bulunmaktadır. Bu temada yer alan kompozisyonların toplam kompozisyonlar içerisindeki yüzdelik değeri %16,60 olarak tespit edilmiştir. Duygusal etki temasındaki kompozisyonlarda, sosyal medyayı kullanan kişilerin yaşadığı olumlu ve olumsuz duygular, uygulamaları sevmeye ya da sevmeme gibi konulara dair açıklamaların yer aldığı görülmüştür. Öğrencilere ait kompozisyon örneklerine aşağıda yer verilmiştir.

*Ö166:Hem iyi hem kötü bazen olağanüstü olaylar olunca üzülmüyoruz bazen de eğlenceli olaylar olunca eğleniyor mutlu oluyoruz.*

*Ö48:Sosyal medyada istediğin herşeyi görebilir bakabilirsin bazen başkaları için üzülsün sadece öyle görünüyorlar diye bazen de kıskanırsın*

*Ö61:Sosyal medya sıkıldığımızda vakit geçirmek için bana iyi gelen bir yer ben sosyal medya kullanmayı çok seviyorum*

*Ö237:Sosyal medya çok güzel bir şey sıkıldığımda video izlerim eğlencelidir ve sıkıntımı alır bana mutluluk verir.*

*Ö267:Sosyal medya sıkıldığımızda bize eğlence sağlayan yer benim için yapacak bir şeyim kalmadığında eğlence amaçlı kullanıyorum.*

Öğrenciler, yazdıkları kompozisyonlarda sosyal medya kullanırken yaşadığı çeşitli duyguları, uygulamaları kullanırken hissettiklerini ifade etmişlerdir.

#### 4.3.1.3.Olabilecek Hastalıklar

7. sınıf öğrencileri tarafından yazılan kompozisyonlar doğrultusunda geliştirilen üçüncü tema “olabilecek hastalıklar” temasıdır. Bu temada toplam 32 öğrencinin kompozisyonu bulunmaktadır. Bu temada yer alan kompozisyonların toplam kompozisyonlar içerisindeki yüzdelik değeri %12,07 olarak tespit edilmiştir. Olabilecek hastalıklar temasındaki kompozisyonlarda, sosyal medyanın göz bozukluğu, depresyon, kamburluk, dikkat eksikliği yapması gibi konulara dair açıklamaların yer aldığı görülmüştür. Öğrencilere ait kompozisyon örneklerine aşağıda yer verilmiştir.

*Ö165:Çok uzun süre bakınca ve her gün bakmaya devam ediyorsak insanın gözlerini bozabiliyor ve bazılarımız hayatında gözlükle yaşamak zorunda kalabiliyor.*

*Ö33:Sosyal medya evet iyi ama kötü yanları da var mesela ben küçükken çok fazla baktığım için ilaç kullanmışım.*

Ö42:Benim için sosyal medya insanları kötü etkileyebiliyor. Bunun sonuçları zekada gerilemeye saatlerce ekrana bakmaya ve gözlerin yorulmasına aynı zamanda da radyasyona maruz kalmaya sebep oluyor

Ö54:Sosyal medya vakit geçirmek için güzel ama bu güzel şeyinde zararları var çok bakınca göz bozuyor kamburluk falan gibi sorunlara yol açıyor.

Ö272:Sosyal medya çok fazla kullanılıyor olumsuz olarak depresyona girmemize psikolojimizin bozulmasına kemiklerimizin hasar görmesine yol açabilir. En fazla 2 saat kullanmalıyız fazlası sağlığınıza zarar verebilir.

Öğrenciler, yazdıkları kompozisyonlarda sosyal medya kullanırken olabilecek birçok hastalığı ve kendi yaşadıklarından örnekleri ifade etmişlerdir.

#### 4.3.1.4. Tehlikeli Olabilecek Durumlar

7. sınıf öğrencileri tarafından yazılan kompozisyonlar doğrultusunda geliştirilen dördüncü tema “tehlikeli olabilecek durumlar” temasıdır. Bu temada toplam 24 öğrencinin kompozisyonu bulunmaktadır. Bu temada yer alan kompozisyonların toplam kompozisyonlar içerisindeki yüzdelik değeri %9,05 olarak tespit edilmiştir. Tehlikeli olabilecek durumlar temasındaki kompozisyonlarda, sosyal medyada yaşça büyük kötü niyetli kişilerin olması, dolandırıcılık, sosyal medya zorbalığı, kişisel bilgilerin paylaşımı gibi konulara dair açıklamaların yer aldığı görülmüştür. Öğrencilere ait kompozisyon örneklerine aşağıda yer verilmiştir.

Ö183:...bazı açılardan saçma ve kötüdür örnek verirsek büyük yaştaki insanlar daha 9-10 yaşındaki çocuklara hoş olmayan şeyler söyleyip onları tehdit edebilir ve dahası da olabilir

Ö215:Sosyal medyada bazen tanımadığımız kişiler bilgilerimizi isteyebilir ve küçük olduğumuz için ne olduğunu anlamayıp bilgileri verebiliriz

Ö239:Sosyal medyanın olumlu olduğu gibi olumsuz yanları da vardır mesela bizleri kötü niyetli kötü karakterli kişilerle tanıştıracaktır o yüzden sosyal medyada gezerken kiminle arkadaşlık edeceğine dikkat etmen gerek

Ö251:Bence sosyal medya kötü kullanılmadığı sürece harika birşey ancak sosyal medyada bazı kişiler kötü olabiliyor insanlar birbirine zorbalık yapabiliyor

Ö132:Sosyal medya dolandırıcıların kötü niyetli insanların yani her çeşit insanın içinde olduğu bir yer

Öğrenciler, yazdıkları kompozisyonlarda sosyal medya kullanırken dolandırıcıların, kötü niyetli kişilerin karşısına çıkabileceğini ifade etmişlerdir.

#### 4.3.1.5. Bağımlılık Yapma

7. sınıf öğrencileri tarafından yazılan kompozisyonlar doğrultusunda geliştirilen beşinci tema “bağımlılık yapma” temasıdır. Bu temada toplam 21 öğrencinin kompozisyonu bulunmaktadır. Bu temada yer alan kompozisyonların toplam kompozisyonlar içerisindeki yüzdelik değeri %7,92 olarak tespit edilmiştir. Bağımlılık yapma temasındaki kompozisyonlarda, sosyal medyayı kullanan kişilerin başlayınca bırakamadığı, kişiyi içine çektiği gibi konulara dair açıklamaların yer aldığı görülmüştür. Öğrencilere ait kompozisyon örneklerine aşağıda yer verilmiştir.

Ö156:*Eğlenceli fakat çok fazla bakınca bağımlı oluyorsun ve devamlı olarak sosyal medyayı düşünür hale geliyorsun*

Ö248:*Sosyal medyayı ne kadar kullanmak istemesem de kullanıyorum zararının farkındayım fakat bırakamıyorum işte*

Ö255:*Sosyal medya bizi kendine çeker bu bizde alışkanlık olur sonsuza kadar ona bakabilecek gibi hissettirir mesela telefonu elimize alıp sosyal medyaya bir bakayım diyip bırakamıyoruz*

Ö106:*Sosyal medya kötüdür çünkü durup dururken birden sosyal medyaya dalıp gidersin ve asla çıkamazsın*

Ö113:*Sosyal medya hayatımız olmuş yani sıkıldığımızda ilk yaptığımız sosyal medyaya girmek kısaca sosyal medya bağımlısı gibi olmuşuz*

Öğrenciler, yazdıkları kompozisyonlarda sosyal medyanın uzun süreli kullanım sonucu bağımlı yapabileceğini ifade etmişlerdir.

#### 4.3.1.6. Sosyal Medya Uygulamalarının Kullanımı

7. sınıf öğrencileri tarafından yazılan kompozisyonlar doğrultusunda geliştirilen altıncı tema “sosyal medya uygulamalarının kullanımı” temasıdır. Bu temada toplam 15 öğrencinin kompozisyonu bulunmaktadır. Bu temada yer alan kompozisyonların toplam kompozisyonlar içerisindeki yüzdelik değeri %5,66 olarak tespit edilmiştir. Sosyal medya uygulamalarının kullanımı temasındaki kompozisyonlarda, sosyal medya uygulamalarını eğlenme, bilgi edinme amaçlı kullanma gibi konulara dair açıklamaların yer aldığı görülmüştür. Öğrencilere ait kompozisyon örneklerine aşağıda yer verilmiştir.

Ö24:Yemek yerken sosyal medyada takılmak bana iyi geliyor izlediğim bazı youtube kanallarındaki videolar var onlar aklıma geliyor sosyal medya diyince

Ö29:Sosyal medya öğrenmek istediğimiz bilgilere anlamadığımız derslere youtube gibi uygulamaları kullanarak ulaşabileceğimiz bir yerdir.

Ö188:.....yapacak bir şey bulamayınca youtube bakarım, instagram bakarım.

Ö240:Sosyal medya iletişim haberleşme ve eğlence kaynağıdır youtube, instagram ve whatsapp kullandığım sosyal medya uygulamalarına örnektir

Ö306:.....ben okuldan sonra genellikle tiktoka girip vakit geçiriyorum instagrama girip arkadaşlarımla konuşuyorum daha çok eğlence amaçlı bakıyorum

Öğrenciler, yazdıkları kompozisyonlarda sosyal medya uygulamalarını ve hangilerini ne amaçla kullandıklarını ifade etmişlerdir.

Bununla birlikte 7. sınıf öğrencilerinin “sosyal medya kavramı konusunda düşüncelerinizi kısa bir kompozisyon olarak belirtiniz.” sorusuna verdikleri yanıtlar incelenmiş olup boş bırakılması ve yanlış bilgiler yazılması sebebiyle değerlendirmeye dahil edilmemiştir. Yanlış bilgilerin belirlendiği kompozisyonlara ait birkaç örneğe aşağıda yer verilmiştir.

Ö47:Konu tekrarı yapmak test çözmek için...

Ö202:Bilgi ağıdır sanal bilgisayar ve telefon bilgilendiricisi olan (google siri) sanal hizmetleri var.

Ö77:Arkadaşlarımla pleysteyşin oynarım...

7. sınıf öğrencileri “sosyal medya kavramı konusunda düşüncelerinizi kısa bir kompozisyon olarak belirtiniz” sorusuna yanıtlar vermişlerdir. Öğrencilerin yazmış oldukları kompozisyonlar, “bilinçli kullanma ve farkındalık”, “duygusal etki”, “olabilecek hastalıklar”, “tehlikeli olabilecek durumlar”, “bağımlılık yapma” ve “sosyal medya uygulamalarının kullanımı” olmak üzere 6 temaya ayrılmaktadır. Bu temalar içerisinde en çok “bilinçli kullanma ve farkındalık” temasında kompozisyon yer alırken, en az “sosyal medya uygulamalarının kullanımı” temasında kompozisyon bulunmaktadır. Herhangi bir temayla ilişkili olmayan, yanlış bilgi içeren ve boş bırakılan kağıtlar değerlendirme dışında bırakılmıştır.

#### **4.4. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Metaforlarının, Çizimlerinin ve Kompozisyonlarının Benzerlik ve Farklılığına Yönelik Bulgular**

7.Sınıf öğrencilerinin sosyal medya kavramına ilişkin oluşturdukları metaforlar, çizimler ve kompozisyonlar, öncelikle ayrı bir şekilde incelenip değerlendirilmiştir. Bu bağlamda öğrencilerin sosyal medya kavramına ilişkin oluşturdukları metaforların ortak

özelliklerine bakılarak geliştirilen 8 tema, çizimlerin benzerlikleri ele alınarak oluşturulan 6 zihinsel imge ve kompozisyonların benzer açıklamaları dikkate alınarak yapılan 6 tema bir arada değerlendirilmiştir. Tabloda yer alan temalar ve zihinsel imgeler arasındaki benzerlikler, çizim ile benzerlik gösteren metafor temaları için ✕ işareti ile, kompozisyon ile benzerlik gösteren metafor temaları için ise ✓ işareti ile belirtilmiştir. Buna göre, üç bölüm için ayrı ayrı oluşturulan temalar ve zihinsel imgeler arasındaki benzerlikler Tablo 15'te gösterilmiştir.

**Tablo 15.** 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Oluşturduğu Metafor, Çizim ve Kompozisyonların Benzerlik Gösterme Bulgusu

| Metafor                                                           | Çizim-<br>Kompozisyon | Bilinçli<br>Kullanma ve<br>Farkındalık | Sosyal Medya<br>Uygulamalarının<br>Kullanımı | Bağımlılık<br>Yapma | Duygusal<br>Etki | Tehlikeli<br>Olabilecek<br>Durumlar | Olabilecek<br>Hastalıklar |
|-------------------------------------------------------------------|-----------------------|----------------------------------------|----------------------------------------------|---------------------|------------------|-------------------------------------|---------------------------|
| Eğlenme ve Vakit<br>Geçirme Unsuru<br>Olarak Sosyal Medya         |                       |                                        |                                              |                     | ✕ ✓              |                                     |                           |
| Bilgi Edinme ve<br>Haber Kaynağı<br>Unsuru Olarak<br>Sosyal Medya |                       | ✕ ✓                                    |                                              |                     |                  |                                     |                           |
| Bağımlılık Yapma<br>Unsuru Olarak<br>Sosyal Medya                 |                       |                                        |                                              | ✕ ✓                 |                  |                                     |                           |
| İnsanı Etkileme<br>Unsuru Olarak<br>Sosyal Medya                  |                       | ✕ ✓                                    |                                              |                     |                  | ✕                                   |                           |
| Sosyalleşme ve<br>Paylaşım Yapma<br>Unsuru Olarak<br>Sosyal Medya |                       | ✓                                      |                                              |                     | ✕                |                                     |                           |
| Zaman Kaybetme<br>Unsuru Olarak<br>Sosyal Medya                   |                       | ✕ ✓                                    |                                              |                     |                  |                                     |                           |
| Yaşam Kaynağı<br>Unsuru Olarak<br>Sosyal Medya                    |                       |                                        |                                              |                     |                  |                                     |                           |
| Sınırsız Olma Unsuru<br>Olarak Sosyal Medya                       |                       | ✕                                      |                                              |                     |                  |                                     |                           |

Tablo 15 incelendiğinde, 7. sınıf öğrencileri tarafından sosyal medya kavramına ilişkin geliştirilen metaforların ortak özellikleri incelenerek oluşturulan temalar satırlarda, çizimlerin benzerlikleri ele alınarak oluşturulan zihinsel imgeler ve aynı isimlendirmeye sahip kompozisyonların benzer açıklamaları dikkate alınarak yapılan temalar ise sütunlarda yer almaktadır. Benzerlik gösteren metafor teması ve çizim zihinsel imgesi ile metafor ve kompozisyon temaları aşağıda belirtilmiştir.

Tablo 15'e göre metaforlar ve çizimler incelendiğinde;

“eğlenme ve vakit geçirme unsuru olarak sosyal medya” teması ile “duygusal etki” zihinsel imgesi,  
“bilgi edinme ve haber kaynağı unsuru olarak sosyal medya” teması ile “bilinçli kullanma ve farkındalık” zihinsel imgesi,  
“bağımlılık yapma unsuru olarak sosyal medya” teması ile “bağımlılık yapma” zihinsel imgesi,  
“insanı etkileme unsuru olarak sosyal medya” teması ile “bilinçli kullanma ve farkındalık” ve “tehlikeli olabilecek durumlar” zihinsel imgeleri,  
“sosyalleşme ve paylaşım yapma unsuru olarak sosyal medya” teması ile “duygusal etki” zihinsel imgesi,  
“zaman kaybetme unsuru olarak sosyal medya” teması ile “bilinçli kullanma ve farkındalık” zihinsel imgesi,  
“sınırsızlık unsuru olarak sosyal medya” teması ile “bilinçli kullanma ve farkındalık” zihinsel imgesi arasında benzerlik olduğu belirlenmiştir.

Tablo 15'e göre metaforlar ve kompozisyonlar incelendiğinde;

“eğlenme vakit geçirme unsuru olarak sosyal medya” teması ile “duygusal etki” teması,  
“bilgi edinme ve haber kaynağı unsuru olarak sosyal medya” teması ile “bilinçli kullanma ve farkındalık” teması,  
“bağımlılık yapma unsuru olarak sosyal medya” teması ile “bağımlılık yapma” teması,  
“insanı etkileme unsuru olarak sosyal medya” teması ile “bilinçli kullanma ve farkındalık” teması,  
“sosyalleşme ve paylaşım yapma unsuru olarak sosyal medya” teması ile “bilinçli kullanma ve farkındalık” teması,  
“zaman kaybetme unsuru olarak sosyal medya” teması ile “bilinçli kullanma ve farkındalık” teması arasında benzerlik olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 16. Sosyal Medya Kavramına İlişkin Oluşturulan Metafor ve Çizimlerin Benzerliklerine İlişkin Frekans Değerleri**

| Metafor \ Çizim                                          | Bilinçli Kullanma ve Farkındalık | Sosyal Medya Uygulamalarının Kullanımı | Bağımlılık Yapma | Duygusal Etki | Tehlikeli Olabilecek Durumlar | Olabilecek Hastalıklar |
|----------------------------------------------------------|----------------------------------|----------------------------------------|------------------|---------------|-------------------------------|------------------------|
| Eğlenme ve Vakit Geçirme Unsuru Olarak Sosyal Medya      |                                  |                                        |                  | 1             |                               |                        |
| Bilgi Edinme ve Haber Kaynağı Unsuru Olarak Sosyal Medya | 3                                |                                        |                  |               |                               |                        |
| Bağımlılık Yapma Unsuru Olarak Sosyal Medya              |                                  |                                        | 16               |               |                               |                        |
| İnsanı Etkileme Unsuru Olarak Sosyal Medya               | 6                                |                                        |                  |               | 1                             |                        |
| Sosyalleşme ve Paylaşım Yapma Unsuru Olarak Sosyal Medya |                                  |                                        |                  | 1             |                               |                        |
| Zaman Kaybetme Unsuru Olarak Sosyal Medya                | 5                                |                                        |                  |               |                               |                        |
| Yaşam Kaynağı Unsuru Olarak Sosyal Medya                 |                                  |                                        |                  |               |                               |                        |
| Sınırsız Olma Unsuru Olarak Sosyal Medya                 | 1                                |                                        |                  |               |                               |                        |

Tablo 16 incelendiğinde, öğrenciler tarafından oluşturulan metaforların temaları ile çizimlerin zihinsel imgelerinin benzerliklerine ilişkin belirlenen verilerin frekans değerleri gösterilmektedir.

oluşturduğu metafor “eğlenme ve vakit geçirme unsuru olarak sosyal medya” temasında yer alan 1 öğrencinin çiziminin “duygusal etki” zihinsel imgesinde yer aldığı, oluşturduğu metafor “bilgi edinme ve haber kaynağı unsuru olarak sosyal medya” temasında yer alan 3 öğrencinin çiziminin “bilinçli kullanma ve farkındalık” zihinsel imgesinde yer aldığı, oluşturduğu metafor “bağımlılık yapma unsuru olarak sosyal medya” temasında yer alan 16 öğrencinin çiziminin “bağımlılık yapma” zihinsel imgesinde yer aldığı, oluşturduğu metafor “insanı etkileme unsuru olarak sosyal medya” temasında yer alan 6 öğrencinin çiziminin “bilinçli kullanma ve farkındalık” zihinsel imgesinde yer aldığı ve 1 öğrencinin çiziminin “tehlikeli olabilecek durumlar” zihinsel imgesinde yer aldığı, oluşturduğu metafor “sosyalleşme ve paylaşım yapma unsuru olarak sosyal medya” temasında yer alan 1 öğrencinin çiziminin “duygusal etki” zihinsel imgesinde yer aldığı, oluşturduğu metafor “zaman kaybetme unsuru olarak sosyal medya” temasında yer alan 5 öğrencinin çiziminin “bilinçli kullanma ve farkındalık” zihinsel imgesinde yer aldığı,

oluşturduğu metafor “sınırsızlık unsuru olarak sosyal medya” temasında yer alan 1 öğrencinin çiziminin “bilinçli kullanma ve farkındalık” zihinsel imgesinde yer aldığı belirlenmiştir.

**Tablo 17.** Sosyal Medya Kavramına İlişkin Oluşturulan Metafor ve Kompozisyonların Benzerliklerine İlişkin Frekans Değerleri

| Metafor \ Kompozisyon                                    | Bilinçli Kullanma ve Farkındalık | Sosyal Medya Uygulamalarının Kullanımı | Bağımlılık Yapma | Duygusal Etki | Tehlikeli Olabilecek Durumlar | Olabilecek Hastalıklar |
|----------------------------------------------------------|----------------------------------|----------------------------------------|------------------|---------------|-------------------------------|------------------------|
| Eğlenme ve Vakit Geçirme Unsuru Olarak Sosyal Medya      |                                  |                                        |                  | 4             |                               |                        |
| Bilgi Edinme ve Haber Kaynağı Unsuru Olarak Sosyal Medya | 3                                |                                        |                  |               |                               |                        |
| Bağımlılık Yapma Unsuru Olarak Sosyal Medya              |                                  |                                        | 3                |               |                               |                        |
| İnsanı Etkileme Unsuru Olarak Sosyal Medya               | 8                                |                                        |                  |               |                               |                        |
| Sosyalleşme ve Paylaşım Yapma Unsuru Olarak Sosyal Medya | 1                                |                                        |                  |               |                               |                        |
| Zaman Kaybetme Unsuru Olarak Sosyal Medya                | 1                                |                                        |                  |               |                               |                        |
| Yaşam Kaynağı Unsuru Olarak Sosyal Medya                 |                                  |                                        |                  |               |                               |                        |
| Sınırsız Olma Unsuru Olarak Sosyal Medya                 |                                  |                                        |                  |               |                               |                        |

Tablo 17 incelendiğinde, öğrenciler tarafından oluşturulan metaforların temaları ile kompozisyonların temalarının benzerliklerine ilişkin belirlenen verilerin frekans değerleri gösterilmektedir.

oluşturduğu metafor “eğlenme vakit geçirme unsuru olarak sosyal medya” temasında yer alan 4 öğrencinin kompozisyonunun “duygusal etki” temasında yer aldığı, oluşturduğu metafor “bilgi edinme ve haber kaynağı unsuru olarak sosyal medya” temasında yer alan 3 öğrencinin kompozisyonunun “bilinçli kullanma ve farkındalık” temasında yer aldığı, oluşturduğu metafor “bağımlılık yapma unsuru olarak sosyal medya” temasında yer alan 3 öğrencinin kompozisyonunun “bağımlılık yapma” temasında yer aldığı, oluşturduğu metafor “insanı etkileme unsuru olarak sosyal medya” temasında yer alan 8 öğrencinin kompozisyonunun “bilinçli kullanma ve farkındalık” temasında yer aldığı, oluşturduğu metafor “sosyalleşme ve paylaşım yapma unsuru olarak sosyal medya” temasında yer alan 1 öğrencinin kompozisyonunun “bilinçli kullanma ve farkındalık” temasında yer aldığı,

oluşturduğu metafor “zaman kaybetme unsuru olarak sosyal medya ” temasında yer alan 1 öğrencinin kompozisyonunun “bilinçli kullanma ve farkındalık” temasında yer aldığı belirlenmiştir.

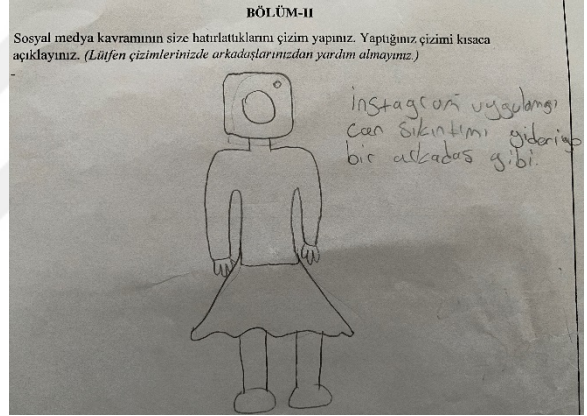
Buna göre öğrencilerin oluşturdukları metafor ve onu destekleyen çizimlerin 34 frekans olduğu, metafor ve onu destekleyen kompozisyonların 20 frekans olduğu belirlenmiştir. Metafor ve onu destekleyen çizimi oluşturan 30 öğrenci, metafor ve onu destekleyen kompozisyonu oluşturan 16 öğrenci, metafor ve onu destekleyen hem çizimi hem de kompozisyonu oluşturan 4 öğrenci olmak üzere toplamda 50 öğrenci bulunmaktadır. Birbirini destekleyen metafor ve çizim örnekleri ile birbirini destekleyen metafor ve kompozisyon örnekleri aşağıda yer almaktadır.

Metafor ve onu destekleyen çizim örnekleri;

Metafor: “eğlenme ve vakit geçirme unsuru olarak sosyal medya” teması

*Ö176:Sosyal medya arkadaşım gibidir. Çünkü can sıkıntımı gidermek için içerik üretenlerin videolarını izleyerek arkadaşımış gibi hissediyο eğleniyorum*

Çizim: “duygusal etki” zihinsel imgesi



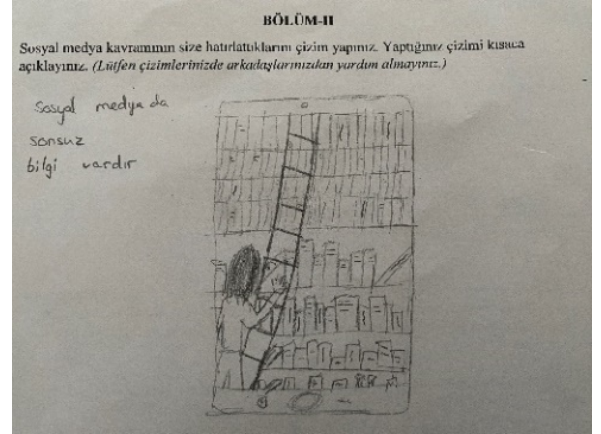
Resim 31. Ö176'ya Ait Çizim

Ö176 tarafından oluşturulan metafor ve çizim: metaforunda sosyal medyayı arkadaş olarak değerlendirdiği, izlediği içerik videoları ile arkadaşymış gibi hissettiği ve eğlendiğini ifade ettiği; çizimde ise bir kişinin kafasının Instagram olduğu ve bunu arkadaş olarak gördüğünü resmettiği görülmektedir. Oluşturulan metafor ve çizim birbirini destekler şekildedir.

Metafor: “bilgi edinme ve haber kaynağı unsuru olarak sosyal medya” teması

Çizim: “bilinçli kullanma ve farkındalık” zihinsel imgesi

Ö302: Sosyal medya arşiv gibidir. Çünkü merak ettiğim birşey olunca birçok bilgiye ulaşabildiğim bir yer



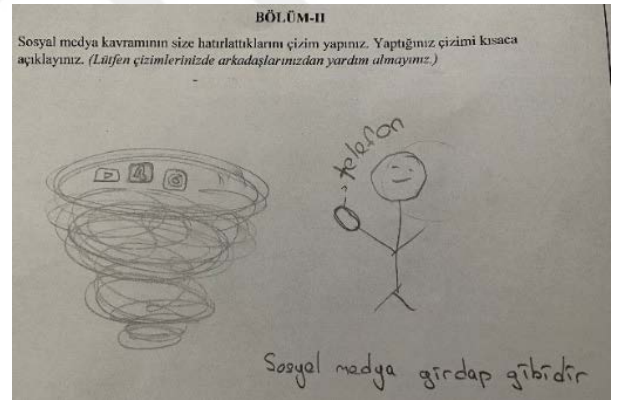
Resim 32. Ö302'ye Ait Çizim

Ö302 tarafından oluşturulan metafor ve çizim: metaforunda sosyal medyayı arşiv olarak değerlendirdiği, içinde birçok bilgiyi edinebildiğini ifade ettiği; çizimde ise telefonu kütüphaneye benzetip içinde sınırsız bilgi olduğunu resmettiği görülmektedir. Oluşturulan metafor ve çizim birbirini destekler şekildedir.

Metafor: “bağımlılık yapma unsuru olarak sosyal medya ”teması

Çizim: “bağımlılık yapma” zihinsel imgesi

Ö306: Sosyal medya girdap gibidir. Çünkü girdiğimde asla ama asla çıkamıyorum



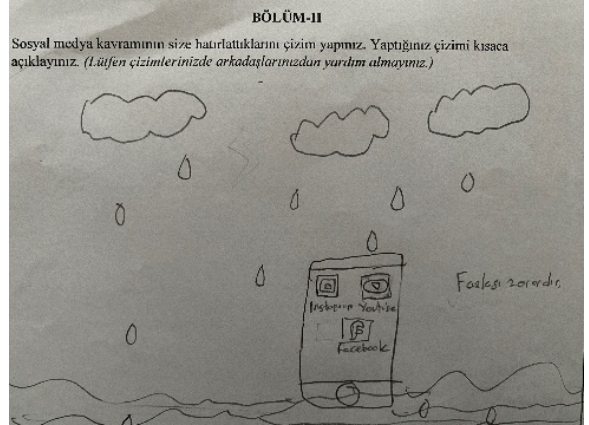
Resim 33. Ö306'ya Ait Çizim

Ö306 tarafından oluşturulan metafor ve çizim: metaforunda sosyal medyayı girdap olarak değerlendirdiği, içine girdiğinde asla çıkamadığını ifade ettiği; çizimde ise elinde telefona bakan birinin Youtube, Instagram gibi uygulamalara çekildiğini resmettiği görülmektedir. Oluşturulan metafor ve çizim birbirini destekler şekildedir.

Metafor: “insanı etkileme unsuru olarak sosyal medya “teması

Ö178: Sosyal medya su gibidir. Çünkü bir çiçeği yeterli sularsan büyür güzel olur ama çok sularsan ölür. Sosyal medyaya da yeterli bakarsan faydalı olur çok bakarsan zarar olur

Çizim: “bilinçli kullanma ve farkındalık” zihinsel imgesi



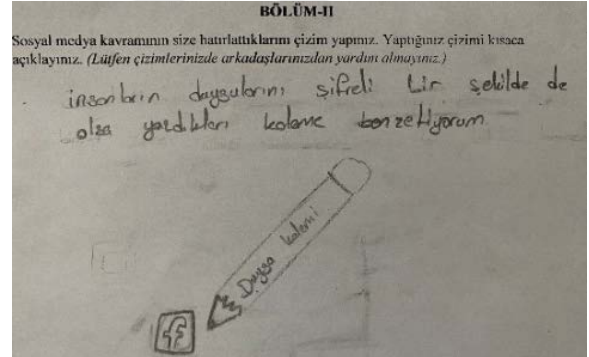
Resim 34. Ö178'e Ait Çizim

Ö178 tarafından oluşturulan metafor ve çizim: metaforunda sosyal medyayı su olarak değerlendirdiği, sosyal medyanın faydası ve zararını bir çiçeğin sulanması ile ifade ettiği; çizimde ise fazla yağan yağmur sonucu oluşan sel gibi sosyal medyanın da fazlasının zararlı olduğunu resmettiği görülmektedir. Oluşturulan metafor ve çizim birbirini destekler şekildedir.

Metafor: “sosyalleşme ve paylaşım yapma unsuru olarak sosyal medya “teması

Ö252: Sosyal medya kalem gibidir.  
Çünkü istediğimiz şeyleri oraya yazabiliriz

Çizim: “duygusal etki” zihinsel imgesi



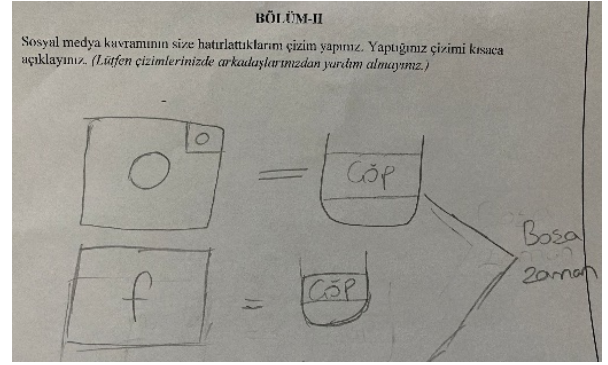
Resim 35. Ö252'ye Ait Çizim

Ö252 tarafından oluşturulan metafor ve çizim: metaforunda sosyal medyayı kalem olarak değerlendirdiği, yazmak istenilen her şeyi orada yazabildiğini ifade ettiği; çizimde ise duygu kalemi yaparak duygularını şifreli de olsa sosyal medyada paylaşabildiğini resmettiği görülmektedir. Oluşturulan metafor ve çizim birbirini destekler şekildedir.

Metafor: “zaman kaybetme unsuru olarak sosyal medya “teması

Çizim: “bilinçli kullanma ve farkındalık” zihinsel imgesi

Ö49: Sosyal medya zaman kaybı gibidir. Çünkü sosyal medya uygulamalarında gezinmek sadece vakti boşa harcamak.



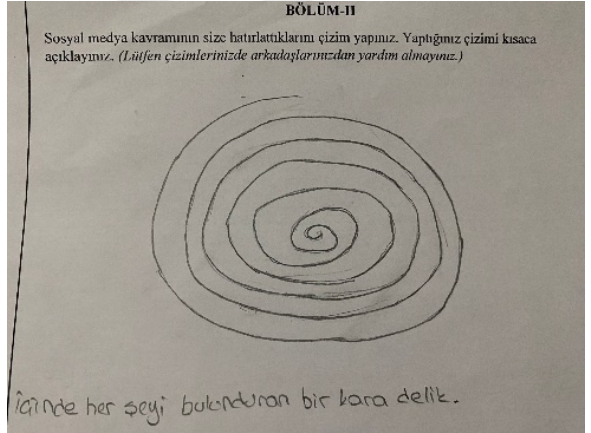
Resim 36. Ö49’a Ait Çizim

Ö49 tarafından oluşturulan metafor ve çizim: metaforunda sosyal medyayı zaman kaybı olarak değerlendirdiği, sosyal medya uygulamalarına bakmanın vakti boşa harcadığını ifade ettiği; çizimde ise Instagram ve Facebook uygulamalarını çöp olarak belirttiği ve boşa zaman olduklarını resmettiği görülmektedir. Oluşturulan metafor ve çizim birbirini destekler şekildedir.

Metafor: “sınırsızlık unsuru olarak sosyal medya” teması

Çizim: “bilinçli kullanma ve farkındalık” zihinsel imgesi

Ö180: Sosyal medya çanta gibidir. Çünkü içinde ne ararsan var



Resim 37. Ö180’e Ait Çizim

Ö180 tarafından oluşturulan metafor ve çizim: metaforunda sosyal medyayı çanta olarak değerlendirdiği, içinde aradığı ne varsa bulabileceğini ifade ettiği; çizimde ise karadeliği yaparak içinde her şeyi bulundurduğunu resmettiği görülmektedir. Oluşturulan metafor ve çizim birbirini destekler şekildedir.

Metafor ve onu destekleyen kompozisyon örnekleri;

Metafor: “eğlenme ve vakit geçirme unsuru olarak sosyal medya “teması

Kompozisyon: “duygusal etki” teması

Ö118: *Sosyal medya bir dost gibidir. Çünkü ne zaman sıkıntıda olsam ne zaman kendimi kötü hissetsem ne zaman gergin olsam beni mutlu eder.*

Ö118: Kendimi ne zaman mutlu hissetsem ne zaman üzgün olsam sosyal medyayı kullanmak bana hep iyi gelir, iyi hissederim. Orada vakit geçirmek beni mutlu yapıyor.

Metin Kutusu 1. Ö118’e Ait Kompozisyon

Ö118 tarafından oluşturulan metafor ve kompozisyon: metaforunda sosyal medyayı dost olarak değerlendirdiği, sıkıntılı olup kendini kötü hissettiğinde sosyal medyanın ona iyi geldiğini ifade ettiği; kompozisyonda ise mutlu hissettiğinde, üzgün olduğunda sosyal medyayı kullanmanın ona iyi gelip mutlu ettiğini yazdığı görülmektedir. Oluşturulan metafor ve kompozisyon birbirini destekler niteliktedir.

Metafor: “bilgi edinme ve haber kaynağı unsuru olarak sosyal medya” teması

Kompozisyon: “bilinçli kullanma ve farkındalık ” teması

Ö90: *Sosyal medya haber kanalı gibidir. Çünkü anlık olan her şeyden haberdar olabiliriz.*

Ö90: Sosyal medya hayatımızda yer edinmiş kimisine göre faydalı kimisine göre zararlı bir şey. Bence faydalı çünkü dünyanın öbür ucundaki olaylardan anında haberimizi olur. Neler olup bittiğiniz takip edebiliriz.

Metin Kutusu 2. Ö90’a Ait Kompozisyon

Ö90 tarafından oluşturulan metafor ve kompozisyon: metaforunda sosyal medyayı haber kanalı olarak değerlendirdiği, anlık oluşan her şeyden haberinin olduğunu ifade ettiği; kompozisyonda ise sosyal medyanın faydalı olduğunu, dünyanın diğer yerlerinde olan olaylardan hemen haberi olduğunu yazdığı görülmektedir. Oluşturulan metafor ve kompozisyon birbirini destekler niteliktedir.

Metafor: “bağımlılık yapma unsuru olarak sosyal medya” teması

Kompozisyon: “bağımlılık yapma” teması

Ö255:*Sosyal medya alışkanlık gibidir. Çünkü mesela telefon ya da teknolojik birşeyi elimize alıp sosyal medyaya bakmaktan bırakamıyoruz*

Ö255:Sosyal medya bizi kendine çeker ve bu bizde alışkanlık olur, sonsuza kadar ona bakabilecek gibi hissettirir. Mesela telefonu elimize alıp sosyal medyaya bir bakayım deyip bırakamıyoruz.

Metin Kutusu 3. Ö255’e Ait Kompozisyon

Ö255 tarafından oluşturulan metafor ve kompozisyon: metaforunda sosyal medyayı alışkanlık olarak değerlendirdiği, eline telefon gibi teknolojik cihazları alınca sosyal medyaya bakıp bırakmadığını ifade ettiği; kompozisyonda ise sosyal medyanın bizi kendine çektiğini, bunun bizde alışkanlık haline geldiğini, sürekli ona bakacak gibi hissettiğini yazdığı görülmektedir. Oluşturulan metafor ve kompozisyon birbirini destekler niteliktedir.

Metafor: “insanı etkileme unsuru olarak sosyal medya” teması

Kompozisyon: “bilinçli kullanma ve farkındalık” teması "

Ö177:*Sosyal medya iki yüzlü arkadaş gibidir. Çünkü bizi iyi de etkileyebilir kötü de etkileyebilir*

Ö177:Sosyal medya bana göre fazla kullanıldığı zaman insana zarar verebilecek bir arkadaşken doğru ve yeterli kullanıldığında iyi arkadaş olabilecek bir şey

Metin Kutusu 4. Ö177’ye Ait Kompozisyon

Ö177 tarafından oluşturulan metafor ve kompozisyon: metaforunda sosyal medyayı iki yüzlü arkadaş olarak değerlendirdiği, bizi iyi de kötü de etkileyebileceğini ifade ettiği; kompozisyonda ise fazla kullanıldığında kişiye zarar verebilecek arkadaş olduğunu ancak doğru kullanıldığında iyi arkadaş olabileceğini yazdığı görülmektedir. Oluşturulan metafor ve kompozisyon birbirini destekler niteliktedir.

Metafor: “sosyalleşme ve paylaşım yapma unsuru olarak sosyal medya” teması

Kompozisyon: “bilinçli kullanma ve farkındalık” teması

Ö213:*Sosyal medya arkadaş ortamı gibidir. Çünkü sosyal medyada birbirimizi tanırız çok iyi arkadaş oluruz eğleniriz.*

Ö213:Bana göre arkadaşlarımla konuşacağımız, yeni yeni arkadaşlar edindiğimiz bir ortam. Orada hep birlikte vakit geçirip istediğimiz zaman iletişim kurabiliyoruz.

Metin Kutusu 5. Ö213’e Ait Kompozisyon

Ö213 tarafından oluşturulan metafor ve kompozisyon: metaforunda sosyal medyayı arkadaş ortamı olarak değerlendirdiği, sosyal medya ile insanların birbirini tanıyıp arkadaş olduğunu ve eğlendiğini ifade ettiği; kompozisyonda ise sosyal medyanın arkadaşlar ile konuşulan yeni arkadaş edinilen bir yer olduğunu, beraber vakit geçirip iletişim kurduklarını yazdığı görülmektedir. Oluşturulan metafor ve kompozisyon birbirini destekler niteliktedir.

Metafor: “zaman kaybetme unsuru olarak sosyal medya” teması

Kompozisyon: “bilinçli kullanma ve farkındalık” teması

Ö192:*Sosyal medya zaman öldürücü bir arkadaş gibidir. Çünkü sosyal medya arkadaş gibi görünsede ona bakmaya başladığın an zaman hızla geçiyor boşuna gitmiş oluyor.*

Ö192: Bence sosyal medya eğlenceli ama zamanımı fazlasıyla boşa harcamış oluyorum. Arkadaşlarla buluşunca zamanın nasıl geçtiğini anlamıyoruz. Sosyal medyaya bakmaya başlayınca da aynısı oluyor bakmaya başlayınca zaman çok hızlı geçiyor.

Metin Kutusu 6. Ö192’ye Ait Kompozisyon

Ö192 tarafından oluşturulan metafor ve kompozisyon: metaforunda sosyal medyayı zaman öldürücü bir arkadaş olarak değerlendirdiği, sosyal medyanın arkadaş gibi görünüp ona bakmaya başladığında zamanın çok hızlı geçip boşa gittiğini ifade ettiği; kompozisyonda ise sosyal medyaya bakmaya başlayınca zamanın çok hızlı geçtiğini ve bunu arkadaşlarla buluşmaya benzeterek açıkladığı görülmektedir. Oluşturulan metafor ve kompozisyon birbirini destekler niteliktedir.

7. sınıf öğrencilerinin oluşturdukları metaforlar, çizimler ve kompozisyonların benzerlik ve farklılıklarına bakıldığında, metaforlar ve çizimler olarak en çok benzerlik gösteren tema metaforunda “bağımlılık yapma unsuru olarak sosyal medya” teması ile çizimde “bağımlılık yapma” zihinsel imgesidir. Metaforlar ve kompozisyonlara bakıldığında ise en çok benzerlik

gösteren tema metaforunda “insanı etkileme unsuru olarak sosyal medya” teması ile kompozisyonunda “bilinçli kullanma ve farkındalık” teması şeklindedir.

#### 4.5. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Oluşturduğu Metaforlar, Çizimler ve Kompozisyonlar ile Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programındaki Beceri ile Kazanımların İlişkisine Yönelik Bulgular

7. sınıf sosyal bilgiler dersi öğretim programında yer alan beceriler ve kazanımlar ile 7. sınıf öğrencileri tarafından oluşturulan metafor ve kompozisyon temalarının, çizim zihinsel imgelerinin ilişkisi incelenmiş olup Tablo 18’de belirtilmiştir. Tablolar metafor ve kompozisyon için 1.Tema, 2.Tema; çizimler için 1.Zihinsel imge, 2.Zihinsel imge şeklinde numaralandırılmıştır. Metafor ve kompozisyon temaları ile çizim zihinsel imgeleri aşağıda yer almaktadır.

##### Metafor temaları:

- 1.Eğlenme ve Vakit Geçirme Unsuru Olarak Sosyal Medya
- 2.Bilgi Edinme ve Haber Kaynağı Unsuru Olarak Sosyal Medya
- 3.Bağımlılık Yapma Unsuru Olarak Sosyal Medya
- 4.İnsanı Etkileme Unsuru Olarak Sosyal Medya
- 5.Sosyalleşme ve Paylaşım Yapma Unsuru Olarak Sosyal Medya
- 6.Zaman Kaybetme Unsuru Olarak Sosyal Medya
- 7.Yaşam Kaynağı Unsuru Olarak Sosyal Medya
- 8.Sınırsız Olma Unsuru Olarak Sosyal Medya

##### Çizim zihinsel imgeleri:

- 1.Bilinçli Kullanma ve Farkındalık
- 2.Sosyal Medya Uygulamalarının Kullanımı
- 3.Bağımlılık Yapma
- 4.Duygusal Etki
- 5.Tehlikeli Olabilecek Durumlar
- 6.Olabilecek Hastalıklar

##### Kompozisyon temaları:

- 1.Bilinçli Kullanma ve Farkındalık
- 2.Duygusal Etki
- 3.Olabilecek Hastalıklar
- 4.Tehlikeli Olabilecek Durumlar
- 5.Bağımlılık Yapma
- 6.Sosyal Medya Uygulamalarının Kullanımı

**Tablo 18. Araştırmada Elde Edilen Temalar ile 7. Sınıf Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programında İlişkili Bulunan Bulgular**

| Metafor Temaları | Temalar | Beceriler ve Kazanımlar |                              |                    |                    |
|------------------|---------|-------------------------|------------------------------|--------------------|--------------------|
|                  |         | İletişim Becerisi       | Medya okuryazarlığı Becerisi | SB.7.1.3. Kazanımı | SB.7.1.4. Kazanımı |
|                  | 1.Tema  | ✓                       |                              |                    |                    |
|                  | 2.Tema  | ✓                       | ✓                            | ✓                  | ✓                  |
|                  | 3.Tema  |                         | ✓                            | ✓                  |                    |
|                  | 4.Tema  |                         | ✓                            | ✓                  |                    |
|                  | 5.Tema  | ✓                       | ✓                            | ✓                  | ✓                  |
|                  | 6.Tema  |                         |                              | ✓                  |                    |
|                  | 7.Tema  |                         |                              |                    |                    |
|                  | 8.Tema  |                         |                              |                    |                    |

|                            |                  |   |   |   |   |
|----------------------------|------------------|---|---|---|---|
| Çizim<br>Zihinsel İmgeleri | 1.Zihinsel İmge  | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
|                            | 2. Zihinsel İmge |   | ✓ |   |   |
|                            | 3. Zihinsel İmge |   | ✓ | ✓ |   |
|                            | 4. Zihinsel İmge | ✓ |   |   |   |
|                            | 5. Zihinsel İmge |   | ✓ |   |   |
|                            | 6. Zihinsel İmge |   |   | ✓ |   |
| Kompozisyon<br>Tema        | 1.Tema           | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |
|                            | 2.Tema           | ✓ |   |   |   |
|                            | 3.Tema           |   |   | ✓ |   |
|                            | 4.Tema           |   | ✓ |   |   |
|                            | 5.Tema           |   | ✓ | ✓ |   |
|                            | 6.Tema           |   | ✓ |   |   |

Tablo 18 incelendiğinde, 7. sınıf sosyal bilgiler dersi öğretim programında yer alan becerilerin ve kazanımların sütunlarda, 7. sınıf öğrencileri tarafından oluşturulan metafor ve kompozisyon temaları ile çizim zihinsel imgelerinin satırlarda yer aldığı görülmektedir. Tablodaki işaretler temalar ve kazanım-beceriler arasındaki ilişkileri belirtmektedir.

“İletişim” becerisinin, “eğlenme ve vakit geçirme unsuru olarak sosyal medya”, “bilgi edinme ve haber kaynağı unsuru olarak sosyal medya”, “sosyalleşme ve paylaşım yapma unsuru olarak sosyal medya” metafor temalarıyla; “bilinçli kullanma ve farkındalık”, “sosyal medya uygulamalarının kullanımı” çizim zihinsel imgeleriyle; “bilinçli kullanma ve farkındalık”, “duygusal etki” kompozisyon temalarıyla,

“Medya okuryazarlığı” becerisinin, “bilgi edinme ve haber kaynağı unsuru olarak sosyal medya”, “bağımlılık yapma unsuru olarak sosyal medya”, “insanı etkileme unsuru olarak sosyal medya”, “sosyalleşme ve paylaşım yapma unsuru olarak sosyal medya” metafor temalarıyla; “bilinçli kullanma ve farkındalık”, “sosyal medya uygulamalarının kullanımı”, “bağımlılık yapma”, “tehlikeli olabilecek durumlar” çizim zihinsel imgeleriyle; “bilinçli kullanma ve farkındalık”, “tehlikeli olabilecek durumlar”, “bağımlılık yapma”, “sosyal medya uygulamalarının kullanımı” kompozisyon temalarıyla,

SB. 7.1.3. “*Medyanın sosyal değişim ve etkileşimdeki rolünü tartışır.*” kazanımının, “bilgi edinme ve haber kaynağı unsuru olarak sosyal medya”, “bağımlılık yapma unsuru olarak sosyal medya”, “insanı etkileme unsuru olarak sosyal medya”, “sosyalleşme ve paylaşım yapma unsuru olarak sosyal medya”, “zaman kaybetme unsuru olarak sosyal medya” metafor temalarıyla; “bilinçli kullanma ve farkındalık”, “bağımlılık yapma”, “olabilecek hastalıklar” çizim zihinsel imgeleriyle; “bilinçli kullanma ve farkındalık”, “olabilecek hastalıklar”, “bağımlılık yapma” kompozisyon temalarıyla,

SB.7.1.4. “İletişim araçlarından yararlanırken haklarını kullanır ve sorumluluklarını yerine getirir.” kazanımının, “bilgi edinme ve haber kaynağı unsuru olarak sosyal medya”, “sosyalleşme ve paylaşım yapma unsuru olarak sosyal medya” metafor temalarıyla; “bilinçli kullanma ve farkındalık” çizim zihinsel imgesiyle; “bilinçli kullanma ve farkındalık” kompozisyon temasıyla ilişkilendirildiği açıklanmaktadır.



## BÖLÜM V

### SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu bölümde bulgulardan elde edilen sonuçlar yapılan diğer çalışmalarla tartışılmış ve bulgulara dayalı olarak çeşitli önerilere yer verilmiştir.

#### 5.1. Sonuç ve Tartışmalar

##### 5.1.1. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına Yönelik Sahip Oldukları Metaforlara İlişkin Sonuç ve Tartışma

7. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kavramına ilişkin sahip oldukları bilişsel yapının metaforlar yoluyla incelenmesi amacıyla yapılan bu araştırmada, 7. sınıf öğrencilerinin ifade ettikleri cevaplardan 149 farklı olmak üzere toplam 311 geçerli metafora ulaşılmıştır. Öğrenciler sosyal medyayı en çok “eğlence yeri”, “kitap” ve “sigara” kavramlarına benzeterek açıklamışlardır. Oluşturulan bu metaforların her biri 12 frekanstadır. Buna göre sosyal medyayı eğlence yeri ile açıklayan öğrencilerin sosyal medyada eğlenceli vakit geçirdiklerinden dolayı bu benzetmeyi yaptığı, sosyal medyayı kitap ile açıklayan öğrencilerin sosyal medyayı daha çok bilgi edinme ve bir şeyler öğrenme aracı olarak görmeleri sebebiyle bu benzetmeyi yaptığı, sosyal medyayı sigara ile açıklayan öğrencilerin ise sosyal medyanın da sigara gibi bağımlılık yapabileceği düşüncesinden dolayı bu benzetmeyi yaptığı düşünülmektedir. Görüldüğü üzere sosyal medyanın öğrenciler tarafından eğlenme, bilgi edinme ve de bağımlılık yapabilme durumu eşit frekanslarda toplanmıştır. Öğrencilerin oluşturdukları metaforlara bakıldığında, sosyal medya kavramına ilişkin bilişsel yapılarının zengin olduğu ifade edilebilir. Sosyal medya ile ilgili en çok oluşturdukları metaforlar doğrultusunda sosyal medya ile ilgili hem olumlu hem olumsuz düşünceleri bulunmaktadır.

Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde, Altun ve Ulusoy’un (2018) yaptıkları araştırmada sosyal medya kavramı ağırlıklı olarak “uyuşturucu” ile açıklanmıştır. Bu çalışmada en çok oluşturulan “sigara” kavramıyla bağımlılık yapabileceği fikrinden dolayı benzerlik göstermektedir. Egüz ve Kesten (2018) tarafından yapılan çalışmada sosyal medya en çok “uyuşturucu” kavramına benzetilmiştir. Bu çalışmada en çok oluşturulan “sigara” kavramının açıklamasıyla paralel olduğu söylenebilir. Köseoğlu (2018) yapmış olduğu çalışmada sosyal medya kavramını en fazla “bağımlılık” metaforu ile açıklamıştır. Bu çalışmada en çok oluşturulan “sigara” metaforu gibi bağımlılık yapabileceği düşüncesinden dolayı benzerlik

göstermektedir. Zeytinli'nin (2021) yapmış olduğu çalışmada öğrenciler sosyal medyayı en çok “kitap” metaforu ile açıklamışlardır. Bu çalışmada en çok benzetilen “kitap” metaforu ile örtüşmektedir. Sağar ve Özçelik (2023) tarafından yapılan çalışmada sosyal medya kavramı ile ilgili en fazla oluşturulan “kitap” metaforu bu çalışmayla paralellik göstermektedir. Özet, Aybaş ve Duran (2024) tarafından yapılan çalışmada “eğlence merkezi” ve “alkol” metaforunun sık tekrar ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmada en çok tekrar eden “sigara” metaforu ile bağımlılık yapma açıklaması yönünden benzerlik göstermektedir. Diğer sık üretilen “eğlence merkezi” metaforu ise bu çalışmadaki “eğlence yeri” metaforuyla açıklaması yönünden paralellik göstermektedir. Üztemur ve Dinç'in (2020) yapmış oldukları çalışmada sosyal medya kavramına ilişkin ağırlıklı olarak “dünya” metaforu üretilmiş olup bu çalışma ile farklılık göstermektedir. Erdem, Alkan ve Erdem (2017) tarafından yapılan çalışmada en çok “arkadaşlık” metaforu oluşturulmuştur. Bu çalışmadaki en çok üretilen metaforlar ile farklılık göstermektedir. Selvi'nin (2024) yaptığı çalışmada öğretmenler sosyal medya kavramına ilişkin en fazla “yemek”, “dipsiz kuyu” ve “deniz” metaforunu geliştirmiştir. Bunun yanı sıra aynı çalışmada öğrenciler sosyal medya kavramını “zararlı alışkanlık” olarak açıklamışlardır. Bu çalışmadaki en çok oluşturulan metaforlar ile öğretmenlerin metaforları farklılık göstermektedir. Ancak öğrencilerin “zararlı alışkanlık” metaforu bu çalışmadaki “sigara” metaforuyla sosyal medyanın bağımlılık yapması ve zaman geçtikçe kullanıcılara zarar verebilecek olmasından dolayı benzerlik göstermektedir.

#### **5.1.1.1. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Oluşturduğu Metaforların Ortak Özellikleri Bakımından Toplandığı Temalara Yönelik Sonuç ve Tartışma**

7. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kavramına ilişkin oluşturdukları 311 geçerli metafor, 8 tema altında sınıflandırılmıştır. Bu temalar; “eğlenme ve vakit geçirme unsuru olarak sosyal medya”, “bilgi edinme ve haber kaynağı unsuru olarak sosyal medya”, “bağımlılık yapma unsuru olarak sosyal medya”, “insanı etkileme unsuru olarak sosyal medya”, “sosyalleşme ve paylaşım yapma unsuru olarak sosyal medya”, “zaman kaybetme unsuru olarak sosyal medya”, “yaşam kaynağı unsuru olarak sosyal medya” ve “sınırsız olma unsuru olarak sosyal medya” şeklindedir. Temalar, öğrencilerin oluşturdukları metaforların açıklamasını belirten “çünkü ...” kısmı dikkate alınarak yapılmıştır. Bunun nedeni, oluşturulan metaforlar ile ifade edilmek istenen fikrin “çünkü ...” kısmında yer almasıdır. Öğrenciler tarafından en çok metaforun üretildiği tema “eğlenme ve vakit geçirme unsuru olarak sosyal medya” teması

olmuştur. Metaforların en az üretildiği tema ise “sınırsız olma unsuru olarak sosyal medya” teması olmuştur.

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde, Altun ve Ulusoy’un (2018) yaptıkları araştırmada yer alan “bağımlılık” teması, bu çalışmada yer alan “bağımlılık yapma unsuru olarak sosyal medya” temasıyla; “sosyalleşme” teması, “sosyalleşme ve paylaşım yapma unsuru olarak sosyal medya” temasıyla; “eğlence” teması, “eğlenme ve vakit geçirme unsuru olarak sosyal medya” temasıyla; “ihtiyaç” teması, “yaşam kaynağı unsuru olarak sosyal medya” temasıyla; “hem yarar hem zarar” teması, “insanı etkileme unsuru olarak sosyal medya” temasıyla benzerlik içermektedir. Egüz ve Kesten (2018) tarafından yapılan çalışmadaki “bağımlılık yaratan bir unsur olarak sosyal medya” teması, bu çalışmada yer alan “bağımlılık yapma unsuru olarak sosyal medya” temasıyla; “zaman kaybı olarak sosyal medya” teması, “zaman kaybetme unsuru olarak sosyal medya” temasıyla; “yol gösteren ve bilgiye ulaştıran bir kaynak olarak sosyal medya” teması, “bilgi edinme ve haber kaynağı unsuru olarak sosyal medya” temasıyla; “gereksinim olarak sosyal medya” teması, “yaşam kaynağı unsuru olarak sosyal medya” temasıyla benzerlik göstermektedir.

Özet, Aybaş ve Duran (2024) tarafından yapılan çalışmada metaforlar “olumlu”, “olumsuz” ve “hem olumlu hem olumsuz” olarak sınıflandırılmıştır. Olumlu kategori altında yer alan temalardan “bilgi edinme” teması, bu çalışmada yer alan “bilgi edinme ve haber kaynağı unsuru olarak sosyal medya” temasıyla; “eğlenme” teması, “eğlenme ve vakit geçirme unsuru olarak sosyal medya” temasıyla; “gereksinim” teması, “yaşam kaynağı unsuru olarak sosyal medya” temasıyla; “iletişim” teması, “sosyalleşme ve paylaşım yapma unsuru olarak sosyal medya” temasıyla benzer niteliktedir. Olumsuz kategori altında yer alan temalardan “bağımlılık yapma” teması, bu çalışmada yer alan “bağımlılık yapma unsuru olarak sosyal medya” temasıyla; “zaman kaybı” teması, “zaman kaybetme unsuru olarak sosyal medya” temasıyla; “hem olumlu hem olumsuz” teması, “insanı etkileme unsuru olarak sosyal medya” temasıyla paralellik göstermektedir. Üztemur ve Dinç’in (2020) yapmış oldukları çalışmada “bağımlılık” teması, bu çalışmada yer alan “bağımlılık yapma unsuru olarak sosyal medya” temasıyla; “sosyalleşme” ile “haberleşme ve iletişim” temaları, “sosyalleşme ve paylaşım yapma unsuru olarak sosyal medya” temasıyla; “zaman kaybı” teması, “zaman kaybetme unsuru olarak sosyal medya” temasıyla; “bilgilendirici ve aydınlatıcı” teması, “bilgi edinme ve haber kaynağı unsuru olarak sosyal medya” temasıyla; “eğlendirme aracı” teması, “eğlenme ve vakit geçirme unsuru olarak sosyal medya” temasıyla; “gereksinim” teması, “yaşam kaynağı unsuru olarak sosyal medya” temasıyla paralellik içermektedir.

Erdem, Alkan ve Erdem (2017) tarafından yapılan çalışmada “paylaşım olarak sosyal medya” teması, bu çalışmadaki “sosyalleşme ve paylaşım yapma unsuru olarak sosyal medya” temasıyla; “hem iyi hem kötü bir durum olarak sosyal medya” teması, “insanı etkileme unsuru olarak sosyal medya” temasıyla; “eğlence olarak sosyal medya” teması, “eğlenme ve vakit geçirme unsuru olarak sosyal medya” temasıyla benzerlik göstermektedir. Avcı’nın (2020) yapmış olduğu çalışmada “kontrollü kullanılması gerektiği yönüyle sosyal medya” teması, bu çalışmada yer alan “insanı etkileme unsuru olarak sosyal medya” temasıyla; “bilgi kaynağı olarak sosyal medya” teması, “bilgi edinme ve haber kaynağı unsuru olarak sosyal medya” temasıyla; “bağımlılık yapıcı özelliği ile sosyal medya” teması, “bağımlılık yapma unsuru olarak sosyal medya” temasıyla benzerlik göstermektedir. Sağar ve Özçelik (2023) tarafından yapılan çalışmada olumlu temalar altında yer alan “ihtiyaç” teması, bu çalışmada yer alan “yaşam kaynağı unsuru olarak sosyal medya” temasıyla; olumsuz temalar altında yer alan “bağımlılık” teması, “bağımlılık yapma unsuru olarak sosyal medya” temasıyla; “zaman kaybı” teması, “zaman kaybetme unsuru olarak sosyal medya” temasıyla paralellik göstermektedir.

Köseoğlu’nun (2018) yapmış olduğu çalışmada pozitif kategoriler altında bulunan “hayatın vazgeçilmez bir parçası, yeri doldurulamaz bir unsur” teması, “yaşam kaynağı unsuru olarak sosyal medya” temasıyla; “eğitsel-öğretici, bilgi kaynağı” teması, “bilgi edinme ve haber kaynağı unsuru olarak sosyal medya” temasıyla; “eğlence aracı” teması, “eğlenme ve vakit geçirme unsuru olarak sosyal medya” temasıyla benzerlik göstermektedir. Negatif kategoriler altında bulunan “bağımlılık” teması, “bağımlılık yapma unsuru olarak sosyal medya” temasıyla paralellik göstermektedir. Zeytinli’nin (2021) yapmış olduğu çalışmada “bilgi edinmeyi sağlayan” teması, bu çalışmada yer alan “bilgi edinme ve haber kaynağı unsuru olarak sosyal medya” temasıyla; “bağımlılığa neden olan” teması, “bağımlılık yapma unsuru olarak sosyal medya” temasıyla; “iletişime etkisi olan” teması, “sosyalleşme ve paylaşım yapma unsuru olarak sosyal medya” temasıyla; “yararı ve zararı olan” teması, “insanı etkileme unsuru olarak sosyal medya” temasıyla benzer niteliktedir.

#### 5.1.1.1.1. Eğlence ve Vakit Geçirme Unsuru Olarak Sosyal Medya

7. sınıf öğrencilerinin oluşturduğu metaforların en çok yer aldığı temanın “eğlenme ve vakit geçirme unsuru olarak sosyal medya” teması olduğu belirlenmiştir. Bu temada kendi içinde 5 alt temaya ayrılmaktadır. Bu alt temalar; “yer/mekân”, “insan ve hayvan”, “materyal”, “eylem” ve “diğer” şeklindedir. En çok metafor oluşturulan alt tema “yer/mekân” olarak tespit edilmiştir. Öğrencilerin bu alt tema altında sıklıkla ürettikleri metaforlar “eğlence yeri”,

“eğlence merkezi” ve “park” olmuştur. Metaforların gerekçeleri incelendiğinde, can sıkıntısını giderme, eğlenceli içeriklere bakma, vakit geçirme gibi ifadeler kullanılmıştır. Bu anlamda öğrencilerin sosyal medyayı eğlenme amaçlı kullanmaları ile zihin yapılarında sosyal medya kavramına ilişkin olumlu düşünceleri olduğu ifade edilebilir.

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde, Altun ve Ulusoy’un (2018) yaptıkları araştırmada en az metafor üretilen tema “eğlence” teması olmuştur. Bu çalışmada ise en çok metafor üretilen tema “eğlenme ve vakit geçirme unsuru olarak sosyal medya” teması olarak tespit edilmiştir. Bu çalışma ile “oyuncak” metaforu örtüşmektedir. Özet, Aybaş ve Duran (2024) tarafından yapılan çalışmada “eğlence” temasında yer alan “eğlence merkezi”, “oyuncak”, “oyun”, “arkadaş” metaforları bu çalışmadaki metaforlar ile paralellik göstermektedir. Üztemur ve Dinç’in (2020) yapmış oldukları çalışmada “eğlendirici” temasında yer alan “park”, “eğlence”, “oyun” metaforları bu çalışma ile örtüşmektedir. Erdem, Alkan ve Erdem (2017) tarafından yapılan çalışmada “eğlence olarak sosyal medya” temasında oluşturulan “oyun” metaforu bu çalışma ile benzer niteliktedir.

#### 5.1.1.1.2. Bilgi Edinme ve Haber Kaynağı Unsuru Olarak Sosyal Medya

Sınıflanan temalar incelendiğinde en çok metaforun bulunduğu ikinci temanın “bilgi edinme ve haber kaynağı unsuru olarak sosyal medya” teması olduğu görülmektedir. Bu temada kendi içinde 5 alt temaya ayrılmaktadır. Bu alt temalar; “bilgiye ulaşma”, “yer/mekân”, “habere ulaşma”, “destekleyici personel” ve “diğer” şeklindedir. En çok metafor oluşturulan alt tema “bilgiye ulaşma” olarak tespit edilmiştir. Öğrencilerin bu alt tema altında sıklıkla ürettikleri metaforlar “kitap” ve “bilgi kaynağı” olmuştur. Metaforların gerekçeleri incelendiğinde, her bilgiye sahip olması, yeni bilgi edinme gibi ifadeler kullanılmıştır. Bu anlamda öğrencilerin sosyal medyayı bilgi amaçlı kullanmaları ile zihin yapılarında sosyal medya kavramına ilişkin olumlu düşünceleri olduğu ifade edilebilir.

Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde, Egüz ve Kesten (2018) tarafından yapılan çalışmada “yol gösteren ve bilgiye ulaştıran bir kaynak olarak sosyal medya” temasındaki “gazete”, “ağaç”, “öğretmen” metaforları bu çalışma ile benzerlik göstermektedir. Özet, Aybaş ve Duran (2024) tarafından yapılan çalışmada “bilgi edinme” temasında yer alan “kitap”, “kütüphane”, “gazete”, “okul”, “ansiklopedi” metaforları bu çalışma ile örtüşmektedir. Üztemur ve Dinç’in (2020) yapmış oldukları çalışmada “bilgilendirici ve aydınlatıcı” temasında bulunan metaforlardan “gazete”, “kitap”, “okul”, “sözlük” bu çalışma ile paralellik göstermektedir. Avcı’nın (2020) yapmış olduğu çalışmada “bilgi kaynağı olarak sosyal medya”

temasındaki “ağaç”, “gazete”, “kitap” metaforları bu çalışma ile benzerlik göstermektedir. Zeytinli’nin (2021) yapmış olduğu çalışmada “bilgi edinmeyi sağlayan” temasında yer alan “kitap”, “gazete”, “ansiklopedi”, “kütüphane”, “okul”, “öğretmen”, “asistan”, “beyin”, “çanta” yardımcı” metaforları bu çalışma ile örtüşmektedir.

#### 5.1.1.1.3. Bağımlılık Yapma Unsuru Olarak Sosyal Medya

Sınıflanan temalar incelendiğinde en çok metaforun bulunduğu üçüncü temanın “bağımlılık yapma unsuru olarak sosyal medya” teması olduğu görülmektedir. Bu temada kendi içinde 5 alt temaya ayrılmaktadır. Bu alt temalar; “bağımlılık edici maddeler”, “eylem”, “çekim gücü”, “diğer” ve “hastalık edici” şeklindedir. En çok metafor oluşturulan alt tema “bağımlılık edici maddeler” olarak tespit edilmiştir. Öğrencilerin bu alt tema altında sıklıkla ürettikleri metaforlar “sigara” ve “alkol” olmuştur. Metaforların gerekçeleri incelendiğinde, etkisi altına alması, bağımlılık yapması gibi ifadeler kullanılmıştır. Öğrencilerin sosyal medyayı fazla kullanınca bırakmanın zor olduğu, bağımlı hale getirdiği kanısında oldukları söylenebilir. Bu anlamda öğrencilerin sosyal medyayı kullanma bakımından zihin yapılarında olumsuz düşünceleri olduğu ifade edilebilir.

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde, Altun ve Ulusoy’un (2018) yaptıkları araştırmada en fazla metafor üretilen tema “bağımlılık” kategorisi olmuştur. Oluşturulan “uyuşturucu”, “sigara”, “çukur”, “kanser”, “karadelik”, “virüs” metaforları bu çalışma ile paralellik göstermektedir. Egüz ve Kesten (2018) tarafından yapılan çalışmada “bağımlılık yaratan bir unsur olarak sosyal medya” teması altında oluşturulan metaforlardan “uyuşturucu”, “sigara”, “örümcek ağı”, “hapishane”, “çikolata” bu çalışma ile benzerlik göstermektedir. Özet, Aybaşı ve Duran (2024) tarafından yapılan çalışmada “bağımlılık yapma” temasında bulunan metaforlardan “alkol”, “sigara”, “karadelik”, “çukur”, “çikolata”, “sigara” bu çalışma ile örtüşmektedir. Üztemur ve Dinç’in (2020) yapmış oldukları çalışmada “bağımlılık” teması altında oluşturulan metaforlardan “sigara”, “çukur”, “alkol”, “girdap”, “uyuşturucu” bu çalışma ile paralellik göstermektedir. Avcı’nın (2020) yapmış olduğu çalışmada “bağımlılık yapıcı özelliği ile sosyal medya” temasında yer alan “virüs”, “sigara” metaforları bu çalışma ile örtüşmektedir. Sağar ve Özçelik (2023) tarafından yapılan çalışmada “bağımlılık” temasında bulunan “sigara” metaforu bu çalışma benzerlik göstermektedir. Köseoğlu’nun (2018) yapmış olduğu çalışmada negatif kategorilerde yer alan “bağımlılık” en fazla metafor oluşturulan kategori olmuştur. Zeytinli’nin (2021) yapmış olduğu çalışmada “bağımlılığa neden olan”

temasındaki “sigara”, “uyuşturucu”, “karadelik”, “alkol”, “çikolata”, “girdap” metaforları yapılan çalışma ile paralellik göstermektedir.

#### 5.1.1.1.4. İnsanı Etkileme Unsuru Olarak Sosyal Medya

Sınıflanan temalar incelendiğinde bir diğer temanın “insanı etkileme unsuru olarak sosyal medya” teması olduğu görülmektedir. Bu tema kendi içinde “hem olumlu hem olumsuz etkileme”, “olumsuz etkileme” ve “olumlu etkileme” olarak sınıflandırılmıştır. Her başlık kendi içinde alt temalara ayrılmaktadır. Hem olumlu hem olumsuz etkileme; “yaşam”, “eğitim”, “insan”, “ilaç”, “nesne” ve “diğer” şeklinde 6 alt tema olarak belirlenmiştir. En çok metafor oluşturulan alt tema “diğer” olarak tespit edilmiştir. Öğrencilerin sıklıkla ürettikleri metafor ise “yaşam” alt temasından “hayat” metaforu olmuştur. Metaforların gerekçeleri incelendiğinde, bazen olumlu bazen ise olumsuz etkileyebileceği, nelerin çıkacağına belli olmadığı gibi ifadeler kullanılmıştır. Olumsuz etkileme; “insan”, “soyut”, “bağımlılık yapıcı” ve “diğer” şeklinde 4 alt tema olarak belirlenmiştir. En çok metafor oluşturulan alt tema “insan” olarak tespit edilmiştir. Öğrencilerin bu alt tema altında sıklıkla ürettikleri metaforlar “kötü arkadaş” ve “düşman” olmuştur. Metaforların gerekçeleri incelendiğinde, karşımıza kötü içeriklerin çıkabileceği ve bizi olumsuz yönde etkileyebileceği gibi ifadeler kullanılmıştır. Olumlu etkileme; “soyut” ve “diğer” şeklinde 2 alt temaya ayrılmaktadır. En çok metafor oluşturulan alt tema “diğer” olarak tespit edilmiştir. Öğrencilerin bu alt tema altında sıklıkla ürettikleri metafor “farklı bir dünya” olmuştur. Metaforların gerekçeleri incelendiğinde, içinde pek çok farklı şey yapılabileceği gibi ifadeler kullanılmıştır. Öğrencilerin sosyal medyanın olumlu ve olumsuz çeşitli etkileri olabileceğini bildikleri söylenebilir. Bu anlamda öğrencilerin zihin yapılarında sosyal medya kavramına ilişkin hem olumlu hem olumsuz düşüncelerinin olduğu ifade edilebilir.

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde, Altun ve Ulusoy’un (2018) yaptıkları araştırmada “hem yarar hem zarar” temasında yer alan “çikolata”, “ağrı kesici” metaforları bu çalışmanın metaforları ile örtüşmektedir. Özet, Aybaş ve Duran (2024) tarafından yapılan çalışmada “hem olumlu hem olumsuz” temasında yer alan “bıçak” metaforu bu çalışma ile benzerlik göstermektedir. Erdem, Alkan ve Erdem (2017) tarafından yapılan çalışmada “hem iyi hem kötü bir durum olarak sosyal medya” temasında bulunan “labirent” metaforu bu çalışma ile örtüşmektedir. Avcı’nın (2020) yapmış olduğu çalışmada “dikkatli kullanılması gerektiği yönüyle sosyal medya” temasında yer alan “bıçak”, “su” metaforları bu çalışma ile paralellik göstermektedir. Oluşturulan “ilaç” metaforu bu çalışmadaki “ağır ilaçlar” ve “ağrı kesici” ile

kısmen benzerlik göstermektedir. Zeytinli'nin (2021) yapmış olduğu çalışmada “yararı ve zararı olan” temasında bulunan “ilaç” metaforu ile bu çalışmadaki “ağır ilaçlar” ve “ağrı kesici” metaforları kısmen benzer niteliktedir.

#### 5.1.1.1.5. Sosyalleşme ve Paylaşım Yapma Unsuru Olarak Sosyal Medya

Sınıflanan temalar incelendiğinde bir diğer temanın “sosyalleşme ve paylaşım yapma unsuru olarak sosyal medya” teması olduğu görülmektedir. Bu temada kendi içinde 7 alt temaya ayrılmaktadır. Bu alt temalar; “insan”, “yer/mekân”, “eylem”, “iletişim”, “yaşam”, “duygu ifadesi” ve “nesne” şeklindedir. En çok metafor oluşturulan alt tema “insan” olarak tespit edilmiştir. Öğrencilerin bu alt tema altında sıklıkla ürettikleri metafor “sanal arkadaş” olmuştur. Ayrıca “yaşam” alt temasında da “hayatın parçası” en çok üretilen metafor olmuştur. Metaforların gerekçeleri incelendiğinde, sosyal medyada arkadaş edindikleri, orada daha rahat iletişim kurabildikleri, yapılan her şeyin anlık paylaşabilmesi, diğer insanların paylaşımlarının da görülebilmesi gibi ifadeler kullanılmıştır. Bu anlamda öğrencilerin sosyal medyayı sosyalleşme amaçlı kullanmaları, zihin yapılarında sosyal medya kavramına ilişkin olumlu düşünceleri olduğu ifade edilebilir.

Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde, Altun ve Ulusoy'un (2018) yaptıkları araştırmada “sosyalleşme” temasında yer alan “kafe”, “arkadaş ortamı” metaforları bu çalışmanın metaforları ile paralellik göstermektedir. Özet, Aybaş ve Duran (2024) tarafından yapılan çalışmada “iletişim” temasında yer alan “arkadaş” metaforu bu çalışma ile örtüşmekte; “topluluk” metaforu bu çalışmadaki “insan topluluğu” metaforu ile kısmen benzerlik göstermektedir. Üztemur ve Dinç'in (2020) yapmış oldukları çalışmada “sosyalleşme” temasında yer alan “hayat”, “okul”, arkadaş” metaforları bu çalışma ile örtüşmektedir. Ayrıca “haberleşme ve iletişim” temasında yer alan “hayat” ve “televizyon” metaforları da bu çalışma ile paralellik göstermektedir. Erdem, Alkan ve Erdem (2017) tarafından yapılan çalışmada “paylaşım olarak sosyal medya” temasında “arkadaş”, “kalem” metaforları üretilmiştir. Bu çalışma ile paralellik göstermektedir. Zeytinli'nin (2021) yapmış olduğu çalışmada “iletişime etkisi olan” temasında yer alan “arkadaş”, “kalem”, “okul”, “ev”, “dost”, “kafe” metaforları bu çalışma ile örtüşmektedir.

#### 5.1.1.1.6. Zaman Kaybetme Unsuru Olarak Sosyal Medya

Sınıflanan temalar incelendiğinde bir diğer temanın “zaman kaybetme unsuru olarak sosyal medya” teması olduğu görülmektedir. Öğrencilerin sıklıkla ürettikleri metaforlar “zaman

kaybı”, “      ” ve “saat” olmuştur. Metaforların gerekçeleri incelendiğinde, zamanın doğru kullanılmadığı ve hızlı aktığı, boŗa geçtiği gibi ifadeler kullanılmıŗtır. Öğrencilerin sosyal medyayı kullanırken vaktin çok çabuk geçtiği ve zamanı boŗa harcadığı düşüncesinde oldukları söylenebilir. Bu  ğrencilerin zihin yapılarında sosyal medya kavramına iliŗkin olumsuz düşünceleri olduğu ifade edilebilir.

Literatürde yer alan  alıŗmalar incelendiğinde, Egüz ve Kesten (2018) tarafından yapılan  alıŗmada oluŗturulan metaforlara bakıldığında “kum saati” metaforu, bu  alıŗmadaki “saat” metaforu ile kısmen benzerlik göstermektedir.  zet, Aybaŗ ve Duran (2024) tarafından yapılan  alıŗmada sosyal medya kavramı ile ilgili üretilen metaforlardan “boŗluk”, bu  alıŗma ile örtüşmektedir. Oluŗturulan metaforlardan “bozuk saat”, bu  alıŗmadaki “saat” metaforu ile kısmen benzerlik içermektedir.  ztemur ve Din ’in (2020) yapmıŗ oldukları  alıŗmada sosyal medya kavramı ile ilgili oluŗturulan “      ” ve “oyun” metaforları bu  alıŗma ile paralellik göstermektedir. Sağar ve    elik (2023) tarafından yapılan  alıŗmada “zaman kaybı” temasında yer alan “    kutusu” metaforu bu  alıŗmadaki “      ” metaforuyla, “kum saati” metaforu “saat” metaforu ile kısmen benzerlik göstermektedir.

#### 5.1.1.1.7. Yaŗam Kaynağı Unsuru Olarak Sosyal Medya

Sınıflanan temalar incelendiğinde bir diğer temanın “yaŗam kaynağı unsur olarak sosyal medya” teması olduğu görülmektedir. Öğrencilerin sıklıkla ürettikleri metafor “yemek” olmuŗtur. Metaforların gerekçeleri incelendiğinde, istense de bırakılamayan bir Şey olarak ifade edilmiŗtir. Öğrencilerin sosyal medyayı hayatın vazgeçilmezi olarak gördüğü, her zaman yanında olduğu kanısında oldukları söylenebilir. Bu anlamda öğrencilerin zihin yapılarında sosyal medya kavramına iliŗkin olumlu düşüncelerinin olduğu ifade edilebilir.

Literatürde yer alan  alıŗmalar incelendiğinde, Altun ve Ulusoy’un (2018) yaptıkları araŗtırmada “ihtiyaç” temasındaki “yemek”, “g neŗ”, “dost” metaforları bu  alıŗmadaki metaforlar ile örtüşmektedir. Egüz ve Kesten (2018) tarafından yapılan  alıŗmada “gereksinim olarak sosyal medya” temasında yer alan “g neŗ” metaforu bu  alıŗma ile örtüşmekte; “organ” metaforu bu  alıŗmadaki “uzuv” metaforu ile kısmen benzerlik göstermektedir.  zet, Aybaŗ ve Duran (2024) tarafından yapılan  alıŗmada “gereksinim” temasında yer alan “bedenimizin bir parçası” metaforu bu  alıŗmadaki “uzuv” metaforu ile kısmen benzerlik göstermektedir.  ztemur ve Din ’in (2020) yapmıŗ oldukları  alıŗmada “gereksinim” temasında yer alan “yemek” metaforu bu  alıŗma ile örtüşmekte; “organ” metaforu bu  alıŗmadaki “uzuv” metaforu ile kısmen paralellik göstermektedir. Sağar ve    elik (2023) tarafından yapılan

çalışmada “ihtiyaç” temasında bulunan “yemek” metaforu bu çalışma ile örtüşmektedir. Köseoğlu’nun (2018) yapmış olduğu çalışmada pozitif temalarda yer alan “hayatın vazgeçilmez bir parçası, yeri doldurulamaz bir unsur” en fazla metafor oluşturulan kategori olmuştur.

#### 5.1.1.1.8. Sınırsız Olma Unsuru Olarak Sosyal Medya

Sınıflanan temalar incelendiğinde son temanın “sınırsız olma unsuru olarak sosyal medya” teması olduğu görülmektedir. Öğrencilerin ürettikleri metaforların gerekçeleri incelendiğinde, ne aranırsa var olduğu, bak bak bitmeyeceği gibi ifadeler kullanılmıştır. Öğrencilerin sosyal medya içinde ne ararsa bulabileceği, sınırsız içeriklerin olduğu düşüncesinde oldukları söylenebilir. Bu anlamda öğrencilerin zihin yapılarında sosyal medya kavramına ilişkin olumlu düşüncelerinin olduğu ifade edilebilir.

Bunun dışında 7. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kavramı ile ilgili oluşturdukları metaforlara bakıldığında boş bırakılan, alakasız bağlantılar kurulan metaforların da bulunduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan 346 7. sınıf öğrencisinden 311 öğrencinin metaforları geçerli kabul edilmiştir. Bu anlamda araştırmaya katılan öğrencilerin metafor oluşturabildiği ve sosyal medya kavramına ilişkin bilişsel yapılarının da zengin olduğu söylenebilir.

#### 5.1.2. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Çizimlerinde Yansıtılan Metaforlara Yönelik Sonuç ve Tartışma

7. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kavramına ilişkin sahip oldukları bilişsel yapılarının metaforlar yoluyla belirlenmesi amacıyla yapılan bu çalışmada, öğrencilerin “sosyal medya kavramının size hatırlattıklarını çizim yaparak anlatınız.” sorusuna ilişkin yaptıkları çizimler incelenmiş ve 142 öğrencinin çizimi geçerli kabul edilmiştir.

Öğrencilerin çizimleri incelendiğinde, en çok sosyal medyayı bilinçli kullanma ve farkındalık (çeşitli yarar ve zararının olduğu, sınırsız bilgi içerdiği, bilgi edinmeye yardımcı olduğu, iletişim kurmada etkili olduğu, zaman kaybına neden olduğu vb.) ile ilgili çizimler yaptıkları belirlenmiştir. Bunun yanında sosyal medya uygulamalarının kullanımı (çeşitli sosyal medya uygulamaları ve gönderi içerikleri), bağımlılık yapma, sosyal medyayı kullanırken yaşadıkları duygusal etkiler, tehlikeli olabilecek durumlar (kötü niyetli insanlar, dolandırıcılık), olabilecek hastalıklar (göz bozukluğu, şişmanlık) öğrencilerin çizimlerini oluşturmaktadır. Öğrencilerin çizmiş oldukları resimler incelendiğinde, sosyal medya kavramına ilişkin bilişsel yapılarında eksiklikler olduğu, veriler arasında en az çizimlerin toplandığı ifade edilebilir.

Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde, Avcı (2021) yapmış olduğu çalışmada 9-12 yaşındaki çocukların sosyal medya kullanımının yansımaları araştırmıştır. Öğrencilerin çizimlerine bakıldığında, eğlence aracı olması, bağımlılık yapması, insanı yalnız bırakması, fayda-zarar ilişkisi kurulabileceği, sosyal medya ikonları gibi ifadeleri resmettiği belirlenmiştir. Bu çalışmadaki “bağımlılık yapma”, “bilinçli kullanma ve farkındalık”, “sosyal medya uygulamalarının kullanımı” çizimleriyle benzerlik göstermektedir. Zeytinli’nin (2021) yapmış olduğu çalışmada öğrenciler çoğunlukla sosyal medya hususunda “bilinçli kullanım” temasında çizimler yapmıştır. Bu çalışma ile paralel niteliktedir.

#### **5.1.2.1. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Oluşturduğu Çizimlerin Ortak Özellikleri Bakımından Toplandığı Zihinsel İmgelere Yönelik Sonuç ve Tartışma**

7. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kavramının hatırlattıklarına ilişkin yaptıkları 142 geçerli çizim, 6 zihinsel imge şeklinde sınıflandırılmıştır. Bu zihinsel imgeler; “bilinçli kullanma ve farkındalık”, “sosyal medya uygulamalarının kullanımı”, “bağımlılık yapma”, “duygusal etki”, “tehlikeli olabilecek durumlar” ve “olabilecek hastalıklar” şeklindedir. Sınıflanan çizimlerden bir tanesi ilişkili olduğu bir diğer zihinsel imge içinde de yer aldığı için toplam 143 çizim bulunmaktadır. Öğrenciler tarafından en çok çizimin yapıldığı zihinsel imge “bilinçli kullanma ve farkındalık” zihinsel imgesi olmuştur. En az çizimin yer aldığı zihinsel imge ise “olabilecek hastalıklar” zihinsel imgesi olmuştur.

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde, Avcı (2021) yapmış olduğu çalışmada sosyal medyaya ilişkin çizimleri, “olumlu” ve “olumsuz” olarak ele almıştır. Sosyal medyayı olumsuz yönden özellikle bağımlılık yapan, insanları yalnız bırakan bir kavram olarak resmeden sayısı daha fazladır. Bu çalışmadaki en çok resmedilen temayla benzerlik göstermemektedir. Zeytinli’nin (2021) yapmış olduğu çalışmada öğrencilerin sosyal medyayla ilgili yaptıkları çizimler “bilinçli kullanım”, “sosyal medya araçlarının kullanımı”, “oluşan hastalıklar”, “yaşanan duygular”, “oluşan tehlikeli durumlar” şeklinde sınıflandırmıştır. Bu çalışma ile benzer nitelikte zihinsel imgelerin olduğu ancak bağımlılık yapma zihinsel imgesi ile farklılık gösterdiği görülmektedir.

##### **5.1.2.1.1. Bilinçli Kullanma ve Farkındalık**

7. sınıf öğrencileri tarafından resmedilen çizimlerin en çok toplandığı zihinsel imgenin “bilinçli kullanma ve farkındalık” olduğu görülmektedir. Bu zihinsel imgede yer alan çizimlerde, sosyal medyanın faydasının ve zararının olduğu, sınırsız bilgi içerdiği, iletişim

kurmada etkili olduğu, zaman kaybına neden olduğu gibi durumların resmedildiği belirlenmiştir.

Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde, Zeytinli'nin (2021) yapmış olduğu çalışmada 5.sınıf öğrencilerinin çizimlerinin en çok “bilinçli kullanım” temasında toplandığını belirlenmiştir. Bu araştırma ile paralellik göstermektedir.

#### 5.1.2.1.2. Sosyal Medya Uygulamalarının Kullanımı

7. sınıf öğrencileri tarafından resmedilen çizimler doğrultusunda geliştirilen ikinci zihinsel imgenin “sosyal medya uygulamalarının kullanımı” olduğu görölmektedir. Bu zihinsel imgede yer alan çizimlerde, sosyal medya uygulamalarının neler olduğu, bu uygulamaların logoları, sosyal medya uygulamalarının içeriklerinin ne olduğu gibi durumlar resmedilmiştir.

Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde, Avcı'nın (2021) yapmış olduğu çalışmada sosyal medya ikonlarının da ikinci olarak sıklıkla çizildiği belirlenmiştir. Resimlerde en çok çizilen simgeler Facebook, Instagram, Youtube ve Whatsapp şeklindedir. Bu çalışma ile benzerlik göstermektedir. Zeytinli'nin (2021) yapmış olduğu çalışmada “sosyal medya araçlarının kullanımı” temasında sosyal medya uygulamaların resmedilmesi bu çalışma ile benzer olup uygulamalara olan bağımlılık, uygulamaların iletişime etkisi, alışveriş yapılabilmesi gibi çizimlerin farklılık gösterdiği ifade edilebilir.

#### 5.1.2.1.3. Bağımlılık Yapma

7. sınıf öğrencileri tarafından resmedilen çizimler doğrultusunda geliştirilen üçüncü zihinsel imgenin “bağımlılık yapma” olduğu görölmektedir. Bu zihinsel imgede yer alan çizimlerde, sosyal medyanın etkisi altına girilmesi, sosyal medyayı kullanan kişilerin kullanmayı bırakamadıkları gibi durumlar resmedilmiştir.

Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde, Avcı'nın (2021) yapmış olduğu çalışmada öğrenciler sosyal medyayı bağımlılık yapması, simgeleri figürlere bağlayarak bağımlılık boyutunu göstermesi ve vazgeçilmez bir durum olması açısından resmetmişlerdir. Bu çalışma ile benzerlik göstermektedir.

#### 5.1.2.1.4. Duygusal Etki

7. sınıf öğrencileri tarafından resmedilen çizimler doğrultusunda geliştirilen bir diğerk zihinsel imgenin “duygusal etki” olduğu görölmektedir. Bu zihinsel imgede yer alan çizimlerde,

sosyal medya kullanımı ile oluşan duygusal etkiler ve kişinin duygularını sosyal medya aracılığıyla ifade etmesi gibi durumlar resmedilmiştir.

Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde, Zeytinli'nin (2021) yapmış olduğu çalışmada sosyal medya kullananların yaşadıkları duyguları resmetmesinin bu çalışma ile paralellik gösterdiği; ancak sosyal medya kullanmayanların duyguları, yarar-zarar sonucu yaşanan duygular gibi çizimlerde farklılık gösterdiği belirlenmiştir.

#### 5.1.2.1.5. Tehlikeli Olabilecek Durumlar

7. sınıf öğrencileri tarafından resmedilen çizimler doğrultusunda geliştirilen bir diğer zihinsel imgenin “tehlikeli olabilecek durumlar” olduğu görülmektedir. Bu zihinsel imgede, sosyal medyada kötü niyetli kişilerin bulunabileceği, dolandırıcılık gibi durumlar resmedilmiştir.

Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde, Zeytinli'nin (2021) yapmış olduğu çalışmada kötü niyetli kişilerin güvenlik tehditleri, sosyal medya hesaplarında dolandırıcılık çizimlerinin benzerlik gösterdiği; fakat kişisel bilgilere ilişkin tehdit, sanal oyunlarda tehdit, zararlı yazılımlar gibi çizimlerin farklı olduğu ifade edilebilir.

#### 5.1.2.1.6. Olabilecek Hastalıklar

7. sınıf öğrencileri tarafından resmedilen çizimler doğrultusunda geliştirilen bir diğer zihinsel imgenin “olabilecek hastalıklar” olduğu görülmektedir. Bu zihinsel imge, çizimlerin en az toplandığı zihinsel imge olmuştur. Bu zihinsel imgede, sosyal medyanın uzun süreli kullanımı sonucu göz bozukluğu ve şişmanlığın olabileceği resmedilmiştir.

Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde, Zeytinli'nin (2021) yapmış olduğu çalışmada öğrencilerin göz bozukluğu ve şişmanlık ifadelerini yansıtan çizimleri bu çalışma ile paralel olduğu; felç, bulanık görme, kulakta işitme hasarı, baş ağrısı gibi çizimlerle paralel olmadığı belirlenmiştir.

Bunun dışında 7. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kavramı ile ilgili resmettikleri çizimlere bakıldığında boş bırakılan, konuyla ilgisi olmayan ve yanlış bilgi içeren çizimlerin de olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan 346 7. sınıf öğrencisinden 142 öğrencinin çizimleri geçerli kabul edilmiştir. Çizimlerden bir tanesi ilişkili olduğu bir diğer temada da yer aldığı için 143 çizim sınıflandırılmıştır. Bu anlamda araştırmaya katılan öğrencilerin yarısından azının

izimlerinin sosyal medyayla ilişkili olduğu ve bilişsel yapılarında eksiklikler olduğu ifade edilebilir.

### **5.1.3. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Kompozisyonlarında Yansıtılan Metaforlara Yönelik Sonuç ve Tartışma**

7. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kavramına ilişkin sahip oldukları bilişsel yapılarının metaforlar yoluyla belirlenmesi amacıyla yapılan bu araştırmada, öğrencilerin “sosyal medya kavramı konusunda düşüncelerinizi kısa bir kompozisyon olarak belirtiniz.” sorusuna ilişkin yazmış oldukları kompozisyonlar incelenmiş ve 231 öğrencinin kompozisyonu geçerli kabul edilmiştir. Öğrencilerin yazdıkları kompozisyonlar incelendiğinde en çok bilinçli kullanma ve farkındalık (fayda ve zararının olduğu, iletişim kurmada etkili olduğu, haberleşme ve bilgi edinmeyi sağladığı vb.) ile ilgili kompozisyonların olduğu belirlenmiştir. Bunun yanında duygusal etki (kullanan kişilerin yaşadığı olumlu ve olumsuz duygular, uygulamaları sevmeye ya da sevmeme vb.), sosyal medya kullanmanın sebep olabileceği hastalıklar (göz bozukluğu, depresyon, kamburluk, dikkat eksikliği vb.), sosyal medya kullanımında olabilecek tehlikeli durumlar (yaşça büyük kötü niyetli kişilerin olması, dolandırıcılık, sosyal medya zorbalığı, kişisel bilgilerin paylaşımı vb.), sosyal medya kullanımının bağımlılık yapması (kullanan kişilerin başlayınca bırakamaması, kişiyi içine çekmesi vb.), sosyal medya uygulamalarının kullanımı (sosyal medya uygulamalarını eğlenme, bilgi edinme amaçlı kullanma vb.) öğrencilerin kompozisyonlarını oluşturmaktadır. Öğrencilerin yazmış oldukları kompozisyonlar incelendiğinde, sosyal medya kavramına ilişkin bilişsel yapılarının zengin olduğu, sosyal medya ile ilgili bilgi sahibi oldukları ifade edilebilir.

Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde, Zeytinli’nin (2021) yapmış olduğu çalışmada yazılan kompozisyonlar “sosyal medya araçlarının kullanımı”, “bilinçli kullanım”, “oluşan tehlikeli durumlar”, “yaşanan duygular”, “oluşan hastalıklar” ve “ailedeki durumu” şeklinde sınıflandırmıştır. Bu alışma ile “ailedeki durumu” teması farklılık göstermekte olup diğer temaların içeriklerinin benzer nitelikte olduğu ifade edilebilir. Öğrencilerin yazdığı kompozisyonların ağırlıklı olarak “sosyal medya araçlarının kullanımı” temasında toplandığı belirlenmiştir. Bu alışma ile farklılık göstermektedir.

### **5.1.3.1. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Oluşturduğu Kompozisyonların Ortak Özellikleri Bakımından Toplandığı Temalara Yönelik Sonuç ve Tartışma**

#### **5.1.3.1.1. Bilinçli Kullanma ve Farkındalık**

7. sınıf öğrencileri tarafından yazılan kompozisyonların en çok toplandığı temanın “bilinçli kullanma ve farkındalık” teması olduğu görülmektedir. Bu temada yer alan kompozisyonlarda, sosyal medyanın faydasının ve zararının olduğu, iletişim kurmada etkili olduğu, haberleşme ve bilgi edinmeyi sağladığı gibi konulara dair açıklamaların yer aldığı tespit edilmiştir.

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde, Temizel (2023) yapmış olduğu çalışmada sosyal medya içeriklerini izleme nedenlerini beş başlık altında sınıflandırmıştır. Bunlardan birisi bilgilendirici olmasıdır. Öğrencilerin cevaplarından bilmediğim konuları öğreniyorum, yeni bilgiler öğreniyorum gibi nedenler bu çalışmadaki bilgi edinmeyi sağlama ifadesi ile benzerlik göstermektedir. Ayrıca sosyal medyanın fayda ve zararları sorulduğunda yeni bilgiler öğrenmelerini sağlaması ve haberleri takip edebilmesi faydalar olarak açıklanmış olup bu çalışma ile paralellik gösterdiği söylenebilir. Onursoy (2017) yapmış olduğu çalışmada sosyal medyayı hem olumlu hem olumsuz şekilde ele almıştır. Sosyal medyayı kullanma sebeplerinin başında bilgi edinme arkasından da habere erişme gelmektedir. Bu çalışmadaki “bilinçli kullanma ve farkındalık” teması kapsamında haberleşme ve bilgi edinmeyi sağlama ifadeleriyle benzerlik göstermektedir.

Kandemir’in (2024) gerçekleştirdiği çalışmada katılımcıların sosyal medyayı genellikle arkadaşlarla iletişim kurabilme, bilgiye erişim sağlama ve gündemi takip edebilme amacıyla kullandıkları ifade edilmiştir. Bu çalışmanın “bilinçli kullanma ve farkındalık” temasındaki açıklamalarıyla paralellik gösterdiği söylenebilir. Shafiq ve Parveen (2023) tarafından gerçekleştirilen çalışmada öğrencilerin sosyal medyanın bilgi paylaşım işlevinden etkilendiği, bu durumun öğrencilerin akademik performanslarında olumlu etkisi olduğu belirtilmiştir. Bu çalışma ile sosyal medyayı bilgi işlevli kullanması ve yararından bahsetmesi yönüyle benzerlik göstermektedir. Wickramanayake (2022) yaptığı çalışmada sosyal medyanın hem okuldaki öğrenme-öğretme sürecinde hem de arkadaşlarla iletişim kurmada etkili bir araç olduğu konusunda katılımcıların hemfikir olduğunu ifade etmiştir. Yapılan çalışma ile benzer niteliktedir. Wang vd. (2011) tarafından gerçekleştirilen çalışmada üniversite öğrencilerinin sosyal medya sitelerini kullanmada çok zaman harcadıkları ifade edilmiştir. Bu zamanın daha fazla eğlenceye harcandığı, ödev yapmak için sosyal medyayı kullanan öğrencinin çok olmadığı

belirtilmiştir. Bu çalışma ile sosyal medyanın insana zaman kaybı olması ve olumsuz etkilemesi açısından paralellik göstermektedir. Zeytinli'nin (2021) yapmış olduğu çalışmada öğrencilerin sosyal medyanın yarar ve zararlarının olduğu, iletişimde etkili olduğu, kişinin asosyal olmasına sebep olduğu, bilgi edinmeye katkı sağladığı şeklindeki kompozisyonları bu çalışma ile örtüşmektedir. Bağımlılık yapmayı ifade eden kompozisyonlar da bu tema altında incelenmiş olup yapılan çalışma ile farklılık göstermektedir.

Gençer (2024) tarafından yapılan çalışmada öğrenciler, eğitim pratiklerinde sosyal medyayı kullansalar da sosyal medya kullanımından önce derslerinde daha başarılı olup kullandıktan sonra ders başarılarının düştüğünü, kullanım sürelerini kontrol edemediklerini ifade etmişlerdir. Bu çalışmadaki “bilinçli kullanma ve farkındalık” teması kapsamında sosyal medyanın zararları açısından benzerlik göstermektedir. Demirtaş, Van Yazlak ve Yazlak (2022) tarafından yapılan çalışmada öğretmenler, sosyal medya uygulamalarının bilgi edinme açısından kolaylık sağladığını; ancak zaman kaybına neden olmasını olumsuzluk olarak değerlendirdiklerini ifade etmişlerdir. Bu çalışma ile benzer niteliktedir. Şener (2024) tarafından yapılan çalışmada sosyal medya kullanımı yararlarına ilişkin öğrencilerin; bilgiye ulaşma, haberlere hızlı erişim sağlama, uzaktaki kişilerle iletişim kurma gibi görüşleri bu çalışma ile benzerlik göstermektedir. Saha ve Guha (2019) tarafından gerçekleştirilen çalışmada öğrencilerin sosyal medyayı en çok arkadaşlarıyla sohbet etmek için kullandıkları ifade edilmiştir. Olumsuz etki olarak öğrencilerin çalışmalarına kötü etki edebilmesi ve zamanlarını fazla harcaması belirtilmiştir. Bu çalışma ile paralellik göstermektedir.

#### 5.1.3.1.2. Duygusal Etki

7. sınıf öğrencileri tarafından yazılan kompozisyonlar doğrultusunda geliştirilen ikinci temanın “duygusal etki” teması olduğu görülmektedir. Bu temada yer alan kompozisyonlarda, sosyal medyayı kullanan kişilerin yaşadığı olumlu ve olumsuz duygular, uygulamaları sevmeye da sevmeme gibi konulara dair açıklamaların yer aldığı tespit edilmiştir.

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde, Temizel'in (2023) yapmış olduğu çalışmada öğrencilerin sosyal medya içeriklerini izleme nedenlerinden birisi de duygusal etkilerdir. Öğrencilerin verdiği cevaplardan genel olarak mutlu olduğum için, sevdiğim için, eğlenceli ve komik olduğu için ifadeleri bu çalışmadaki kompozisyonların açıklamaları ile paralellik göstermektedir. Zeytinli'nin (2021) yapmış olduğu çalışmada öğrencilerin sosyal medyayı kullandığında mutlu hissetmesi, bazen haberlere üzülmesi, can sıkıntısını gidermesi gibi açıklamalar bu çalışma ile benzer niteliktedir.

#### 5.1.3.1.3. Olabilecek Hastalıklar

7. sınıf öğrencileri tarafından yazılan kompozisyonlar doğrultusunda geliştirilen üçüncü temanın “olabilecek hastalıklar” teması olduğu görülmektedir. Bu temada yer alan kompozisyonlarda, uzun süreli sosyal medya kullanımıyla ortaya çıkabilecek göz bozukluğu, depresyon, kamburluk, dikkat eksikliği gibi hastalıklara dair açıklamaların yer aldığı tespit edilmiştir.

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde, Temizel’in (2023) yapmış olduğu çalışmada sosyal medyanın fayda ve zararları sorulduğunda öğrencilerin; gözlerine, iskelet yapılarına, uyku düzenine zarar verebileceği yönündeki açıklamaları bu çalışma ile benzer niteliktedir. Zeytinli’nin (2021) yapmış olduğu çalışmada öğrencilerin; şişmanlık, göz bozukluğu kısmen de psikolojik bozukluk ile ilgili açıklamalarının yer aldığı kompozisyonlar, bu çalışma ile benzerlik göstermektedir. Damar tıkanıklığı, işitme kaybı ile ilgili açıklamaların yer aldığı kompozisyonlar bu çalışma ile farklılık göstermektedir. Gençler (2024) tarafından yapılan çalışmada öğrencilerin uzun süre sosyal medya kullanımından dolayı uyku sorunları, göz rahatsızlığı gibi sorunlarının olduğu belirlenmiştir. Bu çalışma ile paralellik göstermektedir.

#### 5.1.3.1.4. Tehlikeli Olabilecek Durumlar

7. sınıf öğrencileri tarafından yazılan kompozisyonlar doğrultusunda geliştirilen bir diğer temanın “tehlikeli olabilecek durumlar” teması olduğu görülmektedir. Bu temada yer alan kompozisyonlarda, yaşça büyük kötü niyetli kişilerin olması, dolandırıcılık, sosyal medya zorbalığı, kişisel bilgilerin paylaşımı gibi konulara dair açıklamaların yer aldığı tespit edilmiştir.

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde, Temizel’in (2023) yapmış olduğu çalışmada sosyal medyanın fayda ve zararları sorusunda kişisel bilgilerin çalınma ihtimalinin olması bu çalışma ile paralellik göstermektedir. Martin vd. (2018) yapmış oldukları araştırmada katılımcıların, sosyal medyada rahatsız edici ya da uygunsuz paylaşımlardan, kötü niyetli insanlarla tanışmaktan hoşlanmadıklarını belirtmişlerdir. Bu çalışma ile öğrencilerin açıklamalarının benzer olduğu görülmektedir. Zeytinli’nin (2021) yapmış olduğu çalışmada yazılan kompozisyonlardan kişisel bilgilere yönelik tehdit, kötü niyetli kişilerin güvenlik tehditi, dolandırıcılık gibi açıklamaları olanların bu çalışma ile benzerlik gösterdiği söylenebilir. Şener (2024) tarafından yapılan çalışmada sosyal medya kullanımının zararlarına ilişkin öğrencilerin, kötü insanların olması görüşleri bu çalışma ile benzerlik göstermektedir.

#### 5.1.3.1.5. Bağımlılık Yapma

7. sınıf öğrencileri tarafından yazılan kompozisyonlar doğrultusunda geliştirilen bir diğer temanın “bağımlılık yapma” teması olduğu görülmektedir. Bu temada yer alan kompozisyonlarda, kullanan kişilerin başlayınca bırakamaması, kişiyi içine çekmesi gibi açıklamaların yer aldığı tespit edilmiştir.

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde, Onursoy (2017) yapmış olduğu çalışmada sosyal medyaya bağımlılık konusunda katılımcılara fikirlerini sorduğunda, katılımcıların büyük çoğunluğu bağımlı olduklarını ifade etmişlerdir. Bu çalışma ile benzerlik göstermektedir. Gençer (2024) tarafından yapılan çalışmada öğrenciler, sosyal medyada günde 7-8 saat vakit geçirerek fazla zaman harcadıklarını, gelişmeleri kaçırma korkusu yaşadıklarını belirtmişlerdir. Aslan’ın (2017) yapmış olduğu çalışmada öğrencilere sosyal medyanın olumsuz yanları ve zararları sorulduğunda, en çok bağımlılık yapması şeklinde cevap vermişlerdir. Bu çalışma ile benzerlik göstermektedir. Şener (2024) tarafından yapılan çalışmada sosyal medya kullanımı zararlarına ilişkin öğrencilerin bağımlılık görüşleri bu çalışma ile benzer niteliktedir.

#### 5.1.3.1.6. Sosyal Medya Uygulamalarının Kullanımı

7. sınıf öğrencileri tarafından yazılan kompozisyonlar doğrultusunda geliştirilen bir diğer temanın “sosyal medya uygulamalarının kullanımı” teması olduğu görülmektedir. Bu temada yer alan kompozisyonlarda, sosyal medya uygulamalarını eğlenme, bilgi edinme amaçlı kullanma gibi açıklamaların yer aldığı tespit edilmiştir.

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde, Özel’in (2020) yapmış olduğu çalışmada katılımcılara sosyal medya araçlarını kullanma gerekçeleri sorulduğunda, en çok Instagram platformunu kullandıklarını ifade etmişlerdir. Katılımcılar, sosyal medya araçlarını her türlü bilgiye zengin içerikleri sayesinde ulaşabildiklerini ve bu çeşitlilik sebebiyle vakitlerini geçirdikleri eğlence, bilgi ve iletişim aracı olarak görmektedir. Elde edilen sonucun bu çalışmayla benzerlik gösterdiği söylenebilir. Shafiq ve Parveen (2023) tarafından gerçekleştirilen çalışmada öğrencilerin sosyal medya paylaşım sitelerini kullanarak sınavlarda iyi not aldığı, belirli dersler hakkında daha fazla bilgi edinmek için YouTube’u kullandıkları belirtilmiştir. Bu çalışma ile paralellik göstermektedir. Wickramanayake (2022) yaptığı çalışmada öğrencilerin farklı popüler sosyal medya araçlarının kullanımına ilişkin olarak en çok Youtube’u tercih ettiğini tespit etmiştir. Bu çalışma ile sosyal medya uygulamalarının kullanımı yönünden benzerlik göstermektedir. Zeytinli’nin (2021) yapmış olduğu çalışmada öğrencilerin sosyal medya uygulamaları ve içeriği ile ilgili yazdıkları kompozisyonların bu

çalışma ile benzer olduğu; çok oyunculu oynanan oyunlar, alışveriş yapılabilmesi gibi açıklamaları olan kompozisyonların ise farklı olduğu belirlenmiştir. Gençler (2024) tarafından yapılan çalışmada öğrenciler sosyal medya uygulamalarından en çok Instagram'ı kullandıklarını ancak en çok Youtube'dan yararlandıklarını ifade etmişlerdir. Bu çalışma ile sosyal medya uygulamalarını kullanmaları yönünden benzerlik göstermektedir.

Bunun dışında 7. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kavramı ile ilgili yazdıkları kompozisyonlar incelendiğinde, boş bırakılan, konuyla ilgili olmayan ve yanlış bilgi içeren kompozisyonların da olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan 346 7. sınıf öğrencisinden 231 öğrencinin kompozisyonu geçerli kabul edilmiştir. Kompozisyonlar ilişkili olduğu bir diğer temada da yer aldığı için 265 kompozisyon sınıflandırılmıştır. Bu anlamda araştırmaya katılan öğrencilerin kompozisyonlarının çoğunun sosyal medya ile ilişkili olduğu ve bilişsel yapılarının zengin olduğu ifade edilebilir.

#### **5.1.4. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Metaforlarının, Çizimlerinin ve Kompozisyonlarının Benzerlik ve Farklılığına İlişkin Sonuç ve Tartışma**

7. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kavramına ilişkin sahip oldukları bilişsel yapılarının metaforlar yoluyla belirlenmesi amacıyla yapılan bu çalışmada, öğrenciler tarafından oluşturulan metaforlar, çizimler ve kompozisyonlar öncelikle tek tek incelenip değerlendirilmiştir. Öğrencilerin sosyal medya kavramına ilişkin oluşturdukları metaforların ortak özelliklerine bakılarak geliştirilen 8 tema, çizimlerin benzerlikleri ele alınarak oluşturulan 6 zihinsel imge ve kompozisyonların benzer açıklamaları dikkate alınarak yapılan 6 tema bir arada değerlendirilmiştir. Bu inceleme ile metafor temalarının benzerlik gösterdiği çizim zihinsel imgeleri ve kompozisyon temaları tespit edilmiştir. 7. sınıf öğrencilerinin oluşturdukları metafor ve onu destekleyen çizimlerin 34 frekans olduğu, metafor ve onu destekleyen kompozisyonların ise 20 frekans olduğu belirlenmiştir. Metafor ve çizimler olarak en çok ilişkilendirilen temanın metaforunda “bağımlılık yapma unsuru olarak sosyal medya” teması ile çizimde “bağımlılık yapma” zihinsel imgesi olduğu; metafor ve kompozisyonlara bakıldığında ise en çok ilişkilendirilen temanın metaforunda “insanı etkileme unsuru olarak sosyal medya” teması ile kompozisyonda “bilinçli kullanma ve farkındalık” teması olduğu tespit edilmiştir.

Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde, Zeytinli'nin (2021) yapmış olduğu çalışmada 5. sınıf öğrencilerinin metaforunda “bağımlılığa neden olan” teması ile çizimde “bilinçli kullanma” temasının en fazla birbiriyle ilişkilendirildiği belirlenmiştir. Bu çalışmada

metafor ve çizimlere bakıldığında metaforla “bağımlılık yapma unsuru olarak sosyal medya” teması ile çizimde “bağımlılık yapma” zihinsel imgesinin en çok benzerlik gösterdiği tespit edilmiştir.

#### **5.1.5. 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Medya Kavramına İlişkin Oluşturduğu Metaforlar, Çizimler ve Kompozisyonlar ile Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programındaki Kazanımların İlişisine Yönelik Sonuç ve Tartışma**

7. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kavramına ilişkin sahip oldukları bilişsel yapılarının metaforlar yoluyla belirlenmesi amacıyla yapılan bu çalışmada, 7. sınıf sosyal bilgiler öğretim programında yer alan beceriler ve kazanımlar ile 7. sınıf öğrencileri tarafından oluşturulan metafor ve kompozisyon temaları, çizim zihinsel imgeleri ilişki yönünden ele alınmıştır. Araştırmanın verileri ile sosyal bilgiler dersi öğretim programı arasında ilişkili bulunan içeriklerin olduğu belirlenmiştir.

Araştırmanın sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde, ortaokul 7. sınıf öğrencilerinin çoğu, veri toplama formunun her bölümünde sosyal medya kavramının farklı bir özelliğini açıklamışlardır. Bununla birlikte metafor ve çizimin birbirini desteklediği ya da metafor ve kompozisyonun birbirini desteklediği açıklamalarda olmuştur. Kısacası 7. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kavramına ilişkin bilişsel yapılarının zengin olduğu ve medya okuryazarı oldukları belirlenmiştir.

## 5.2. Öneriler

1. Öğrencilerin sosyal medya kavramına ilişkin en çok “eğlence yeri”, “sigara” metaforlarını ürettikleri görülmektedir. Bu durumda ortaokul yaş grubunun sosyal medya erişimi kontrollü bir şekilde sağlanabilir.
2. Sosyal medya kavramına ilişkin oluşturulan metaforlar en çok “eğlence ve vakit geçirme unsuru” temasında toplanmıştır. Bu bağlamda okullarda öğretmenler tarafından sosyal medyanın verimli kullanımı konusunda öğrencilere açıklayıcı bilgiler verilebilir.
3. 7. sınıf öğrencilerinin medya okuryazarı oldukları tespit edilmiştir. Bu durumda, öğrencilerin medya okuryazarlığının kendi çabasıyla mı, aile, toplum ve çevre gibi faktörlerle mi şekillendiği araştırılabilir.
4. 7. sınıf öğrencilerinin sosyal medya kavramına ilişkin bilişsel yapılarını araştırmak için farklı ölçme araçları kullanılabilir.
5. Bu araştırmada sosyal medya kavramına ilişkin ortaokul 7. sınıf öğrencilerinin bilişsel yapıları incelenmiştir. Araştırmacılar tarafından aynı konu farklı kademe, cinsiyet, sosyo-ekonomik durumu bağlamında farklılık gösterip göstermediği araştırılabilir.

## KAYNAKÇA

- Albert, L. R. (2000). Outside-in–inside-out: seventh-grade students' mathematical thought processes. *Educational Studies in Mathematics*, 41(2), 109-141.
- Alu, B. (2022). *Fen bilimleri ğretmenlerinin sosyal medyanın fen eēitiminde kullanılmasına yönelik görüşleri*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Aērı İbrahim een Üniversitesi Lisansüstü Eēitim Enstitüsü, Aērı.
- Alpaslan, M. (2014). *İnternet aile stillerine göre 9. sınıf ērencilerinin internete yönelik tutum, öz-yeterlik ve internet kullanım amaçlarının incelenmesi*. Sakarya Üniversitesi Eēitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Altun, A. (2010). *Medya okuryazarlıēının sosyal bilgiler programlarıyla ilişkilendirilmesi ve ēretimi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi Eēitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Altun, D. ve Ulusoy, M. (2018). Dijital yerlilerin teknoloji ve sosyal medya hakkındaki algıları: Okul ncesi ēretmen adaylarının sahip oldukları metaforların incelenmesi. *Uluslararası Necatibey Eēitim ve Sosyal Bilimler Araştırmaları Kongresi*, (26-28 Ekim 2018), Balıkesir.
- Akar E. (2011). *Sosyal medya pazarlaması: Sosyal webde pazarlama stratejileri*. Ankara: Efil Yayınevi.
- Argın, F. S. (2013). *Ortaokul ve lise ērencilerinin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının incelenmesi: ekmeky rneēi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Arslan, M. ve Bayrakçı M. (2006). Metaforik düşünme ve ērenme yaklaşımının eēitim-ēretim açısından incelenmesi. *Milli Eēitim Dergisi*, 35(171), 100-108.
- Aslan, G. (2017). *Ortaokul ērencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarına yönelik bir inceleme*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eēitim Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Atmaca, D., Toygur, H. ve amurcu, H. (2022). Sosyal bilgiler dersi ēretim programı (sbdöp) ve ders kitaplarında “iletişim” becerileri ve yeterlikleri. *İletilişim ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 104-120. <https://doi.org/10.29228/itamder.1>

- Avcı, A. (2021). *Çocuk resminde sosyal medya algısı*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Avcı, F. (2020). Öğretmenlerin sosyal medya kullanımları ve sosyal medya kavramına ilişkin metaforik algıları. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(2), 769-788.
- Aydın, İ.H. (2006). Bir felsefî metafor “yolda olmak”. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 6(1), 9-22.
- Aydın, İ. E. (2016). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımları üzerine bir araştırma: Anadolu Üniversitesi örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (35), 373-386.
- Basmacı, P. (2018). Yeni iletişim teknolojilerinin bireyin serbest zaman kullanımına etkisi ve kuramsal açıdan değerlendirilmesi. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 110-12.
- Bayram, F. Ö. (2019). *Ortaokul öğrencilerinin çizimlerinde sosyal bilgiler dersi ve öğrenme-öğretme süreci*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Kütahya.
- Benibil, O. (2019). *Matematik öğretmen adaylarının olasılık ve istatistik kavramlarına ilişkin bilişsel yapılarının kelime ilişkilendirme testi ile incelenmesi*. Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Bostancı, M. (2010). *Sosyal medyanın gelişimi ve iletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Cerit, Y. (2008). Öğretmen kavramı ile ilgili metaforlara ilişkin öğrenci, öğretmen ve yöneticilerin görüşleri. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 6(4), 693-712.
- Ceylan, Ö. (2015). *Fen öğretiminde kavram karikatürü kullanmanın 7. sınıf öğrencilerinin akademik başarılarına ve bilişsel yapılarına etkisinin incelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Coşkun, M. (2010). Lise öğrencilerinin “iklim” kavramıyla ilgili metaforları (zihinsel imgeleri). *Turkish Studies*, 5, 3.

- Demir, Ü. (2016). Sosyal medya kullanımı ve aile iletişimi: Çanakkale’de lise öğrencileri üzerine bir araştırma. *Selçuk İletişim*, 9(2), 27-50.
- Demirkaya, H. ve Çal, Ü. T. (2018). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının dürüstlük değerine ilişkin metaforik algıları. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 19(3), 1964-1980.
- Demirtaş, S. (2017). *8. sınıf öğrencilerinin sosyal medyayı eğitsel kullanımları ile sosyal medya tutumlarının değişkenler açısından incelenmesi*. Pamukkale Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Denizli.
- Demirtaş, H., Van Yazlak, D. ve Yazlak, B. (2022). Okul öncesi öğretmenlerinin sosyal medya kullanımına ilişkin görüşleri. *Akademik İzdüşüm Dergisi*, 7(2), 69-80.
- Diñel, B. K. ve Yılmaz, A. (2018). Ortaokul öğrencilerinin ve Türkçe öğretmeni adaylarının “Türkçe dersi” ve “Türkçe öğretmeni” kavramlarına ilişkin metaforları. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 22(1), 243-276.
- Doruk, B. K. (2015). Yaratıcı yazma etkinliklerinin matematik öğretmeni adaylarının sayılar konusundaki bilişsel yapılarına etkisinin incelenmesi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(1), 105-128.
- Egüz ve Kesten (2018). Sosyal bilgiler öğretmenliği öğrencilerinin sosyal medya algılarının metafor yoluyla belirlenmesi. *Cumhuriyet Uluslararası Eğitim Dergisi*, 7(3), 219-240.
- Ekici, G. ve Ilgın Bilici, H. (2017). İlkokul öğrencilerinin “yuva” kavramına ilişkin bilişsel yapıları: Hayat bilgisi dersinde nitel bir analiz örneği. *Journal of Computer and Education Research*, 5(9), 1-30.
- Elmas, Ö. G. (2018). *6. Sınıf öğrencilerinin “yenilenebilir enerji” konusundaki bilişsel yapılarının incelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mersin Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Mersin.
- Eraslan, L. (2011). Sosyolojik metaforlar. *Akademik Bakış Dergisi*, 27, 1-22.
- Erdem, A., Alkan, M. F. ve Erdem, Ş. (2017). Öğretmen adaylarının sosyal medya kavramına ilişkin algıları. *Karaelmas Eğitim Bilimleri Dergisi*, 5(2), 169-179.

- Erol, F. Z. (2024). *Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımının sosyal katılım becerisine etkisinin incelenmesi*. Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzincan.
- Ertürk, R. (2017). İlkokul öğrencilerinin “öğretmen” kavramına ilişkin metaforik algıları. *E-Uluslararası Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 8(3), 1-15.
- Eser, H., Çetin, G., Özarslan, M. ve Işık, E. (2015). Biyoloji öğretmen adaylarının mikropalara ilişkin görüşlerinin çizme-yazma tekniğine göre incelenmesi. *Uluslararası Eğitim Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 1(1), 17-25.
- Fidan, M. (2014). Öğretmen adaylarının teknoloji ve sosyal ağ kavramlarına ilişkin metaforik algıları. *The Journal Of Academic Social Science Studies*, 8(25-I), 483-496.
- Fuchs, C. (2018). *Social media: A critical introduction* (Diyar Saraçoğlu, İlker Kalaycı) NotaBene Yayınları (2014).
- Gençer, N. (2024). *Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve okul başarısı*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Gönenç, A. (2011). İletişim teknolojilerinin medya üzerindeki etkileri. *Uluslararası İletişim Sempozyumu* (s. 438-448). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Güneş, E. P. U. (2016). Toplumsal değişim, teknoloji ve eğitim ilişkisinde sosyal ağların yeri. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 191-206.
- Güdücü, B. (2006). *Bir kamusal alan olarak Türkiye’de internet kullanımı*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Güngör Arslan, M. (2022). *Sosyal bilgiler öğretmenlerinin internet kullanım uygulamalarının incelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Gürbüz, İ.E. (2018). *Sosyal bilgiler öğretmenlerinin 7. sınıf iletişim ve insan ilişkileri ünitesine yönelik görüşleri: Van kenti örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzincan.
- Haney, W., Russell, M. ve Bebell, D. (2004). Drawing on education: Using drawings to document schooling and support change. *Harvard Educational Review*, 3(74), 241-272.

- İleri Aksoy, G. (2024). *Okul öncesi dönem çocuklarının dijital medya ve güvenli internet kullanımının ebeveyn görüşlerine göre incelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- İşlek, M. S. (2012). *Sosyal medyanın tüketici davranışlarına etkileri Türkiye'deki sosyal medya kullanıcıları üzerine bir araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- Kandemir, S. (2024). *Öğretmen adaylarının sosyal medya kullanım amaçlarının belirlenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Malatya.
- Kantekin, S. (2018). *Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının sosyal bilgiler, tarih ve coğrafya kavramlarıyla ilgili metaforik algılarının metafor analizi yoluyla incelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karadeniz Teknik Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Trabzon.
- Kaplan, A. M. ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! the challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Karaboğa, M. T. (2019). Dijital medya okuryazarlığında anne ve baba eğitimi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 14(20), 2040-2073.
- Kavak, M. ve Ekici, G. (2024). İlkokul 4. sınıf öğrencilerinin “arkadaş” kavramına ilişkin algıları: Bir metafor çalışması. *Kesit Akademi Dergisi*, 10(40), 505-542.
- Kaya, B. ve Aladağ, C. (2018). Coğrafya öğretmen adaylarının enerji kaynaklarına ilişkin bilişsel yapılarının belirlenmesi. *Uluslararası Coğrafya Eğitimi Çevrimiçi Dergisi*, 8(2), 350-370.
- Kesim, B. (2022). *Okul kültürü çerçevesinde bir iletişim aracı olarak okullarda sosyal medya kullanımı*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kastamonu.
- Kılıç, F. D. (2010). *İlköğretim beşinci sınıf öğrencilerinin sosyal bilgiler dersinde tarih konuları üzerinde oluşturdıkları metaforların söylem analiz tekniği ile incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Çanakkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.

- Kıryak, Z., Candaş, B., Karanisoğlu, B. ve Özmen, H. (2019). Yedinci sınıf öğrencilerinin enerji dönüşümlerine yönelik bilgi düzeylerinin çizimler aracılığıyla belirlenmesi. *Fen Matematik Girişimcilik ve Teknoloji Eğitimi Dergisi*, 2(2), 79-92.
- Kocabaş, S. (2019). *Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medyaya yönelik tutumlarının kullanım alışkanlıkları bağlamında incelenmesi*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Yeditepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Kocabay, H. (2007). Bir dedikodu iletim mekânı olarak internet sitelerinin forumları. *Milli Folklor Dergisi*, 19(75), 121-125.
- Kocabıyık Onat, O. (2015). Olgubilim ve gömülü kuram: Bazı özellikler açısından karşılaştırma. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(1), 55-66.
- Köseoğlu, P. (2018). An analysis of prospective teachers' perceptions concerning the concept of "social media" through metaphors. *Eurasia Journal Of Mathematics Science and Technology Education*, vol.14, no.1, 45-52. <https://doi.org/10.12973/ejmste/79325>
- Kul Kanbur, B. (2023). *Dijital öyküleme yoluyla sorumluluk ve özgürlük temelli medya okuryazarlığı becerisine yönelik farkındalık kazandırma*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Martin, F., Wang, C., Petty, T., Wang, W. ve Wilkins, P. (2018). Middle school students' social media use. *Educational Technology & Society*, 21 (1), 213–224.
- MEB (2005). *Sosyal bilgiler dersi öğretim programı (ilkokul ve ortaokul 4,5,6 ve 7. sınıflar)*. Ankara: MEB Devlet Kitapları.
- MEB (2018). *Sosyal bilgiler dersi öğretim programı (ilkokul ve ortaokul 4,5,6 ve 7. sınıflar)*. Ankara: MEB Devlet Kitapları.
- MEB. (2024). *Ortaokul ve imam hatip okulları sosyal bilgiler 7. sınıf ders kitabı*, Ankara: Yıldırım Yayınları.
- Narin, H. (2019). *Sanat eğitimi öğrencilerinin zihinsel imgeleme kapasitesini belirlemeye yönelik bir ölçme aracı geliştirme çalışması*. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.

- Ölçer, S. (2019). 4-7 Yaş çocuklarının çizdikleri resimler ve bu resimlere yönelik sözel dışa vurumları yoluyla zihinsel ve görsel gerçeklik durumlarının incelenmesi. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 23(1), 221-252.
- Özdel, İ. (2018). *Sınıf öğretmenlerinin, sınıf yönetiminin etkililiğini sağlama becerilerine ilişkin ilkökul 4. sınıf öğrencilerinin oluşturdukları metaforlar*. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Çanakkale.
- Özdemir, M. (2010). Nitel veri analizi: Sosyal bilimlerde yöntem bilim sorunsalı üzerine bir çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323-343.
- Özel, B. (2020). *Yeni medya okuryazarlığı bağlamında Z kuşağının sosyal medya kullanım alışkanlıkları*. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Özenç Uçak, N. ve Güzeldere, Ş.O. (2006). Bilişsel yapının ve işlemlerin bilgi arama davranışı üzerine etkisi. *Türk Kütüphaneciliği*, 20(1), 7-28.
- Özer, M. A. (2019). *Eğitimde sosyal medyanın kullanımı*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özet, B., Aybaş, G. ve Duran, N. (2024). Lise öğrencilerinin sosyal medyaya ilişkin algıları: Metafor analizi örneği. *Türkiye Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 9(2), 370-389.
- Öztürk, M. F. ve Talas, M. (2015). Sosyal medya ve eğitim etkileşimi. *Zeitschrift Für Die Welt Der Türken / Journal Of World Of Turks*, 7(1), 101-120.
- Ocak, G. ve Gündüz, M. (2006). Eğitim fakültesini yeni kazanan öğretmen adaylarının öğretmenlik mesleğine giriş dersini almadan önce ve aldıktan sonra öğretmenlik mesleği hakkındaki metaforlarının karşılaştırılması. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 293-310.
- Onursoy, S. (2017). Sosyal medya tüketicilerinin derin metaforları: Sosyal medya üzerine bir zmet çalışması. *I. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı*, 79-90.
- Pala, C. (2017). *Medya okuryazarlığı: Kavramlar ve kuramlar*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Preeti, M. (2009). Use of social networking in a linguistically and culturally rich India. *The International Information & Library Review*, 41(3), 129-136.

- Saban, A. (2008). Okula ilişkin metaforlar. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 55, 459-496.
- Saban, A. (2009). Öğretmen adaylarının öğrenci kavramına ilişkin sahip oldukları zihinsel imgeler. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7(2), 281-326.
- Sağar, M. E. ve Özçelik, T. (2023). Ergenlerin sosyal medya kavramına yönelik metafor algıları. *Aile Danışmanlığı ve Eğitimi Dergisi*, 8(1), 25-40.
- Saha, S. R. ve Guha, A. K. (2019). Impact of social media use of university students. *International Journal Of Statistics and Applications*, 9(1), 36-43.
- Selvi, S. (2024). *Ortaöğretim matematik dersinde öğrenme ve öğretme sürecinde kullanılan sosyal medya araçları*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Selvi, M. ve Yakışan, M. (2005). Akış haritaları yoluyla öğrencilerin bilişsel yapılarının belirlenmesi: Ekolojik döngüler. *Journal of Turkish Science Education*, 2(1), 46-55.
- Shafiq, M. ve Parveen, K. (2023). Social media usage: Analyzing its effect on academic performance and engagement of higher education students. *International Journal of Educational Development*, 98, 102738.
- Solmaz ve Yılmaz, (2013). Medya okuryazarlığı araştırması ve Selçuk Üniversitesi'nde bir uygulama. *Selçuk İletişim*, 7(3), 55-61.
- Şener, G. (2020). Meslek yüksekokulu öğrencilerinin sosyal medya kullanımına ilişkin görüşleri. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 21(1). 183-216.
- Şengül, M. (2011). *İlköğretim II. kademe Türkçe öğretiminde yazma becerilerine yönelik öğretim ve ölçme-değerlendirme yaklaşımlarının uygulamadaki etkililiğinin değerlendirilmesi*. (Yayınlanmamış doktora tezi). Gazi Fırat Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Elazığ.
- Şimşir, R. (2024). *İnternet bağımlılığı ile anksiyete ve depresyon arasındaki ilişki: Karaman ili kırsal kesim ve şehir ortaokul çocukları örneği*. İstanbul Nişantaşı Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

- Taşdemir, F. S. (2021). *Sosyal bilgiler öğretmenlerinin öğrenme ve öğretme süreçlerinde sosyal medyayı kullanma düzeylerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi*. Bursa Uludağ Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bursa.
- Tecimer, B. (2022). *Yetişkinlerin internet ve sosyal medya bağımlılık düzeyleri ile benlik saygısı düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale.
- Temizel, İ. (2023). *İlkokul 4.sınıf öğrencilerinin sosyal medya kullanma alışkanlıklarının incelenmesi*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzincan.
- Tuğlu, B. (2017). *Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçları ve sosyal medya kullanımlarına ilişkin tutumları*. Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Tutgun Ünal, A. ve Deniz, L. (2020). Sosyal medya kuşaklarının sosyal medya kullanım seviyeleri ve tercihleri. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15,1291-1292.
- Türkan, S. (2019). *Medya okuryazarlığı dersini alan öğrencilerin sosyal medyaya yönelik tutumları*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Umuş, Ş. (2022). *Sosyal bilgiler eğitimi açısından kültürün güncellenmesinde sosyal medyanın rolünün değerlendirilmesi*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- Uysal, S. (2013). *Meslek lisesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ile eğitsel sosyal medya kullanımlarının değerlendirilmesi*. Bahçeşehir Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Uzun, S., Özmaya, E., Gürhan, N., Altun, E., Karakaş, D. ve Kulakaç, N. (2022). Hemşirelik öğrencilerinin bağımsız kelime ilişkilendirme testi ve yazma çizme tekniğiyle psikolojik şiddet algısının belirlenmesi. *Ege Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi*, 38(1), 1-10. <https://doi.org/10.53490/eghemshire.891871>

- Üztemur, S. ve Dinç, E. (2020). Medya okuryazarlığı bağlamında ortaokul öğrencilerinin sosyal medya algıları: Bir metafor çalışması. *The Journal of International Lingual Social and Educational Sciences*, 6(1), 92-103.
- Vardarlier, P. ve Zafer, C. (2019). Medya ve toplum. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22(2), 355-361.
- Vatandaş, S. (2017). Sosyal medyanın anlam ve öneminin cinsiyetler bağlamında incelenmesi. *Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(8), 12-24.
- Vural, Z. ve Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya: Ege Üniversitesi iletişim fakültesine yönelik bir araştırma. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 20(5), 3348-3382. <https://doi.org/10.19168/jyu.65130>
- Yaman, C. (2019). *Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının dijital okuryazarlık düzeylerinin incelenmesi (Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi örneği)*. Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Niğde.
- Yavuzarslan Gök, A. (2017). *Ergenlerde problemlı internet kullanımı, kişilik özellikleri ve sosyal beceri arasındaki ilişkinin incelenmesi*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Yazar, Y. (2023). *Zihinsel imge oluşturma uygulamalarının dinleme becerisine etkisi*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Yıldırım, A. ve Şimsek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık
- Yılmaz, A. C.ve Arun, K. (2020). Bilişsel yapı, bilişsel stil ve öğrenilmiş güçlölük arasındaki ilişki. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (40), 53-65.
- Yüksel, D.C. (2024). *Sosyal medya kullanımının öğrencilerin öğrenme öğretme sürecindeki davranışlarına etkileri*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Zarrella, D. (2010). *The social media marketing book*. Kanada: O'Reilly Media.

Zengin, S. (2019). *Çocukların sosyal medya kullanımına ilişkin tutumları ile siber zorbalık düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Okan Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Zeytinli, F. (2021). *5. Sınıf öğrencilerinin sosyal medya kavramına ilişkin bilişsel yapılarının metaforlar yoluyla incelenmesi: sosyal bilgiler dersi örneği*. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Wang, Q., Chen, W. and Liang, Y. (2011). The effects of social media on college students. *MBA Student Scholarship*. Paper 5.

Wickramanayake, L. (2022). Social media use by adolescent students of sri lanka: impact on learning and behavior. *Global Knowledge, Memory and Communication*, 71 (1/2), 70-85.

<https://sozluk.gov.tr/> adresinden 2.3.2023 tarihinde erişilmiştir.

<https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/> adresinden 28.7. 2024 tarihinde erişilmiştir.

[https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report?utm\\_source=Global\\_Digital\\_Reports&utm\\_medium=Partner\\_Article&utm\\_campaign=Digital\\_2024](https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report?utm_source=Global_Digital_Reports&utm_medium=Partner_Article&utm_campaign=Digital_2024) adresinden 28.7. 2024 tarihinde erişilmiştir.

<https://datareportal.com/reports/digital-2024-turkey> adresinden 28.7.2024 tarihinde erişilmiştir.

<https://omgiletisim.com/we-are-social-dijital-2024-global-raporu-yayinlandi/> adresinden 28.7. 2024 tarihinde erişilmiştir.

<https://www.siberay.com/internet-nedir> adresinden 25.10.2024 tarihinde erişilmiştir.

## EKLER

### EK-1 Etik Kurul Kararı

Evrak Tarih ve Sayısı: 04.04.2023-615978



T.C  
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ  
Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu  
KURUL KARARI



**TOPLANTI TARİHİ** : 03.04.2023  
**TOPLANTI SAYISI** : 08  
**KARAR SAYISI** : 169

Üniversitemiz Eğitim Fakültesi Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü öğretim üyesi **Prof. Dr. Yüksel KAŞTAN**'ın danışmanlığını, **Esra Nur SAĞLAMER**'in araştırmacılığını üstlendiği, *"Ortaokul 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Sosyal Medya Kavramına İlişkin Bilişsel Yapılarının Metaforlar Yoluyla İncelenmesi"* konulu çalışmanın, fikri hukuki ve telif hakları bakımından metot ve ölçeğine ilişkin sorumluluğun başvurucuya ait olmak üzere, proje süresince uygulanmasının etik olarak **uygun olduğuna** oy birliği ile karar verilmiştir.

Prof. Dr. Hilmi DEMİRKAYA  
Kurul Başkanı

**Başkan**  
**Prof. Dr.**  
**Hilmi DEMİRKAYA**

**Başkan Yrd.**  
**Prof. Dr.**  
**Sibel MEHTER AYKIN**

**Üye**  
**Prof. Dr.**  
**Ebru İÇİGEN**

**Üye**  
**Prof. Dr.**  
**Nurşen ADAK**

**Üye**  
**Prof. Dr.**  
**Sibel PAŞAOĞLU YÖNDEM**

**Üye**  
**Prof. Dr.**  
**Taner KORKUT**

**Üye**  
**Prof. Dr.**  
**Gökhan AKYÜZ**

## EK-2 Araştırma Uygulama İzni



T.C.  
ANTALYA VALİLİĞİ  
İl Millî Eğitim Müdürlüğü

Sayı : E-98057890-20-75412709  
Konu : Araştırma Uygulama İzni  
Esra Nur SAĞLAMER

02.05.2023

### İL MİLLÎ EĞİTİM MÜDÜRLÜĞÜNE

İlgi : 21/01/2020 tarih ve 1563890 sayılı Millî Eğitim Bakanlığına Bağlı Okul ve Kurumlarda Yapılacak Araştırma, Yarışma ve Sosyal Etkinlik İzinlerine Yönelik İzin ve Uygulama Genelgesi.

Akdeniz Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Anabilim Dalı Sosyal Bilgiler Eğitimi Bilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi Esra Nur SAĞLAMER'in "Ortaokul 7.Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Bilgiler Dersi Bağlamında Sosyal Medya Kavramına İlişkin Bilişsel Yapıların Metaforlar Yoluyla İncelenmesi" isimli araştırmasını İlimiz Muratpaşa, Kepez, Konyaaltı, Aksu ilçelerinde bulunan resmi-özel ortaokul öğrencilerine yönelik uygulama isteği ile ilgili Akdeniz Üniversitesinin 26/04/2023 tarih ve 628571 sayılı yazısı Müdürlüğümüz Ar-Ge Birimi Değerlendirme ve İnceleme Komisyonunca incelenmiş olup;

Adı geçenin ilgi Genelge kapsamında 2022-2023 Eğitim Öğretim Yılı içerisinde olmak üzere, İlimiz Muratpaşa, Kepez, Konyaaltı, Aksu ilçelerinde bulunan resmi-özel ortaokul öğrencilerine yönelik araştırmasını, Okul Müdürlüğünün sorumluluğunda Eğitim Öğretim faaliyetlerini aksatmaksızın yapması,

Söz konusu araştırmanın bitimine müteakip; sonuç raporunun bir örneğinin CD ortamında Müdürlüğümüz Ar-Ge bürosuna gönderilmesi kaydıyla uygulanması, Komisyonca uygun görülmüştür.

Makamlarınızca da uygun görüldüğü takdirde, Valilik Makamının 25/08/2020 tarih ve 24911 sayılı yetki devrine göre olurlarınıza arz ederim.

Fatma Zeynep ŞERAN  
Müdür a.  
Müdür Yardımcısı

OLUR  
Dr. Emre ÇALIŞKAN  
Vali a.  
İl Millî Eğitim Müdürü

Adres : Soğuksu Mah. Hamidiye Cad. No:59  
Muratpaşa / Antalya  
Telefon No : 0 (242) 238 60 00  
E-Posta: basarizleme07@meb.gov.tr  
Kep Adresi : meb@hs01.kep.tr

Bu belge güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Adresi : <https://www.turkiye.gov.tr/meb-ebys>

Bilgi için: Mustafa KÜÇÜKKARA Dahili (132)

Unvan : Teknisyen

Faks:2422386001

İnternet Adresi: [ilbap07.meb.gov.tr](mailto:ilbap07.meb.gov.tr)

Bu evrak güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır. <https://evraksorgu.meb.gov.tr> adresinden 9289-1e01-3bfc-9b89-0b59 kodu ile teyit edilebilir.



## **BİLDİRİM**

Hazırladığım tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kâğıt ve elektronik kopyalarının Akdeniz Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- ☐ Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- ☐ Tezim/Raporum sadece Akdeniz Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir. Tezimin/Raporumun ..... yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

Ocak 2025

Esra Nur SAĞLAMER

## EK-4 Veri Toplama Formu

### ÖĞRENCİ VERİ TOPLAMA FORMU SORULARI

Sevgili öğrenciler, bu form sizin sosyal medya kavramına ilişkin bilgilerinizi tespit etmek amacıyla hazırlanmıştır. Ölçme aracı olarak kullanılacak bu form üç bölümden oluşmaktadır. Çalışmaya katılımınız gönüllülük esasına dayanmaktadır. Sorulara özenle vereceğiniz cevaplar sadece bu araştırmaya yönelik kullanılacak ve gizli tutulacaktır. Lütfen soruları boş bırakmayınız. Zaman ayırdığınız ve samimiyetle cevapladığınız için teşekkür ederim.

*Esra Nur SAĞLAMER  
Akdeniz Üniversitesi  
Yüksek Lisans Öğrencisi*

Cinsiyet: Kız ( ) Erkek ( )

#### BÖLÜM-I

Sizden 7. Sınıf Sosyal Bilgiler Dersi kapsamında “sosyal medya” kavramına ilişkin aklınıza gelen herhangi bir şeye benzetme yaparak, boşluğu doldurmanız ve “çünkü” sözcüğünden sonraki boşluğu ise bu benzetmeyi yapma sebebinizi yazarak doldurmanız istenmektedir.

*Örnek: Sosyal medya arkadaş gibidir çünkü canımız sıkıldığında arkadaş gibi sosyal medyada vakit geçirebiliriz.*

Sosyal Medya.....gibidir/benzer.

Çünkü.....  
.....

## **BÖLÜM-II**

Sosyal medya kavramının size hatırlattıklarını çizim yapınız. Yaptığınız çizimi kısaca açıklayınız. *(Lütfen çizimlerinizde arkadaşlarınızdan yardım almayınız.)*

## **BÖLÜM-III**

Sosyal medya kavramı konusunda düşüncelerinizi kısa bir kompozisyon olarak belirtiniz.

## ÖZ GEÇMİŞ

### Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Esra Nur SAĞLAMER

Doğum Yeri ve Tarihi :

### Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi : Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilgiler Öğretmenliği

Yüksek Lisans Öğrenimi : Akdeniz Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü,  
Sosyal Bilgiler Eğitimi Anabilim Dalı

Bildiği Yabancı Diller : İngilizce, Almanca A1

Bilimsel Faaliyetleri :

### İş Deneyimi

Stajlar : Hüseyin Avni Çöllü Ortaokulu

Projeler :

Çalıştığı Kurumlar :

### İletişim

E-Posta Adresi :

## İNTİHAL RAPORU

### Ortaokul 7. Sınıf Öğrencilerinin Sosyal Bilgiler Sersi Bağlamında Sosyal Medya Kavramına İlişkin Bilişsel Yapılarının

#### ORJİNALLİK RAPORU

%**9**

BENZERLİK ENDEKSİ

%**8**

İNTERNET KAYNAKLARI

%**5**

YAYINLAR

%**4**

ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

#### BİRİNCİL KAYNAKLAR

**1**

**dergipark.org.tr**

İnternet Kaynağı

%**2**

**2**

**acikbilim.yok.gov.tr**

İnternet Kaynağı

%**1**

**3**

**avesis.gazi.edu.tr**

İnternet Kaynağı

%**1**

**4**

**acikerisim.akdeniz.edu.tr**

İnternet Kaynağı

<%**1**

**5**

**acikerisim.akdeniz.edu.tr:8080**

İnternet Kaynağı

<%**1**

**6**

**dspace.ankara.edu.tr**

İnternet Kaynağı

<%**1**

**7**

**issuu.com**

İnternet Kaynağı

<%**1**

**8**

**acikerisim.erbakan.edu.tr**

İnternet Kaynağı

<%**1**

Submitted to (school name not available)

|    |                                                         |      |
|----|---------------------------------------------------------|------|
| 9  | Öğrenci Ödevi                                           | <% 1 |
| 10 | Submitted to Bahcesehir University<br>Öğrenci Ödevi     | <% 1 |
| 11 | www.jret.org<br>İnternet Kaynağı                        | <% 1 |
| 12 | Submitted to Istanbul Aydin University<br>Öğrenci Ödevi | <% 1 |
| 13 | Submitted to Galatasaray University<br>Öğrenci Ödevi    | <% 1 |
| 14 | 9lib.net<br>İnternet Kaynağı                            | <% 1 |
| 15 | abis-files.gazi.edu.tr<br>İnternet Kaynağı              | <% 1 |
| 16 | Submitted to Ege Üniversitesi<br>Öğrenci Ödevi          | <% 1 |
| 17 | Submitted to Istanbul University<br>Öğrenci Ödevi       | <% 1 |
| 18 | acikerisim.sakarya.edu.tr<br>İnternet Kaynağı           | <% 1 |
| 19 | www.researchgate.net<br>İnternet Kaynağı                | <% 1 |
| 20 | Submitted to Aksaray Aniversitesi<br>Öğrenci Ödevi      | <% 1 |