

T.C.
ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
İLKÖĞRETİM ANABİLİM DALI
SOSYAL BİLGİLER ÖĞRETMENLİĞİ BİLİM DALI

ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA KULLANIM
ALİŞKANLIKLARINA YÖNELİK BİR İNCELEME

Yüksek Lisans Tezi

Hazırlayan
Güllü ASLAN

Danışman
Doç. Dr. Adnan ALTUN

BOLU, HAZİRAN-2017

YÜKSEK LİSANS TEZİ ONAY FORMU

Güllü ASLAN tarafından hazırlanan “Ortaokul Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıklarına Yönelik Bir İnceleme” başlıklı çalışma jüri tarafından Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Anabilim Dalı Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Bilim Dalında **Yüksek Lisans Tezi** olarak kabul edilmiştir. 07/07/2017

Jüri Üyeleri

Akademik Unvan,

Adı ve Soyadı

İmza

Üye (Danışman)

: Doç. Dr. Adnan ALTUN



Üye

: Doç. Dr. Hüseyin ÇALIŞKAN



Üye

: Yrd. Doç. Dr. Fahri KILIÇ



Eğitim Bilimleri Enstitüsü'nün Onayı

Prof. Dr. Türkan ARGON

Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürü

ETİK KURALLARA UYULDUĞUNA İLŐKİN BEYAN

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “**Ortaokul Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıklarına Yönelik Bir İnceleme**” başlıklı çalışmamın yazılmasında, bilimsel ve etik kurallara uyulduğunu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda atıfta bulunulduğunu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin tamamının ya da bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitede tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim.

Güllü ASLAN**07/07/2017**

TEŞEKKÜR

Lisans eğitimimden itibaren her zaman akademik fikirleri ile beni aydınlatan, ufkumu genişleten, bu çalışmanın her aşamasında bana rehberlik eden, güvenini ve desteğini hiçbir zaman benden esirgemeyen, bilimsel bakış açısıyla ve en önemlisi de sahip olduğu insani değerlerle bana her zaman örnek olan tez danışmanım Sayın Doç. Dr. Adnan ALTUN'a,

Lisans ve yüksek lisans eğitimim boyunca emeği geçen Sayın Prof. Dr. Cemal AVCI'ya, Sayın Yrd. Doç. Dr. Fahri KILIÇ'a ve Yrd. Doç. Dr. Hatice MEMİŞOĞLU'na ve diğer Sosyal Bilgiler Eğitimi Anabilim Dalı hocalarıma,

Bana hayatta kalmayı öğreten babama ve anneme, benden desteklerini esirgemeyen ablalarım Çelen ve Sabire'ye, her zaman varlığını yanımda hissettiğim hem manevi hem maddi desteğini sağlayan, hayattaki en büyük şansım olan ağabeyim Hüseyin ASLAN'a ve varlıklarıyla beni mutlu eden yeğenlerime,

Sonsuz saygı ve teşekkürlerimi sunarım...

Güllü ASLAN

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI.....	ii
ETİK KURULUNA UYULDUĞUNA İLİŞKİN BEYAN	iii
TEŞEKKÜR.....	iv
İÇİNDEKİLER	v
TABLolar DİZİNİ.....	viii
KISALTMALAR DİZİNİ.....	x
ÖZET	xi
ABSTRACT.....	xiii
I. BÖLÜM.....	1
1. GİRİŞ	1
1.1. Problem Durumu.....	1
1.2. Araştırmanın Amacı	3
1.3. Araştırmanın Önemi.....	3
1.4. Problem Cümlesi.....	4
1.4.1 Alt problemler	5
1.5. Sınırlılıklar	5
1.6. Tanımlar	6
II. BÖLÜM	7
2. Kavramsal Çerçeve ve İlgili Literatür	7
2.1. Medyadan Sosyal Medyaya	7
2.1.1. Sosyal medya	7
2.1.2. Sosyal medyanın tarihi gelişimi.....	10
2.1.3. Sosyal medya ortamları.....	11
2.1.3.1. Facebook	13
2.1.3.2. Twitter	14
2.1.3.3. Instagram.....	14
2.1.3.4. MySpace.....	14
2.1.3.5. LinkedIn	15

2.1.3.6. YouTube.....	15
2.1.3.7. Flickr	16
2.2. Sosyal medya ve çocuk.....	16
2.3. Sosyal medya ve eğitim	18
2.3.1. Medya Okuryazarlığı Eğitimi	21
2.3.2. Medya okuryazarlığı nedir	21
2.3.3. Dünyada medyaokuryazarlığı eğitimi	28
2.3.4. Türkiye’de medya okuryazarlığı eğitimi.....	31
2.3.5. Seçmeli medya okuryazarlığı ders programı.....	33
2.3.6. Sosyal bilgiler ve sosyal medya	38
2.4. İlgili Araştırmalar.....	39
2.4.1. Öğrencilerin sosyal medya kullanımına ilişkin çalışmalar.	39
2.4.2. Medya okuryazarlığı programının sosyal medyada kullanımına ilişkin çalışmalar.....	41
III. BÖLÜM.....	45
3. Yöntem.....	45
3.1. Araştırmanın Yöntemi.....	45
3.2. Çalışma Grubu	46
3.3. Veri Toplama Aracı.....	46
3.4. Verileri Çözümleme	47
3.5. Güvenirlilik ve Geçerlilik.....	47
IV. BÖLÜM.....	49
4. Bulgular ve Yorumlar	49
4.1. Birinci Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorumlar.....	49
4.1.1. Sosyal medya nedir?	49
4.1.2. Sosyal medya ne işe yarar	53
4.1.3. Sosyal medyanın olumlu yönleri ve zararları nelerdir	56
4.1.4. Sosyal medyanın olumsuz yönleri ve zararları nelerdir.....	59
4.2. İkinci Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorumlar	62
4.2.1. Hangi sosyal medya hesabı kullanılıyor	62
4.2.2. Sosyal medyayı kullanmama nedeni.....	63
4.2.3. Sosyal medyayı kullanma nedeni.....	65

4.2.4. Sosyal medya günde ortalama ne kadar süre kullanılıyor.....	68
4.2.5. Sosyal medyaya nereden bağlanılıyor.....	69
4.3. Üçüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorumlar	70
4.3.1. Sosyal medyada daha çok kimlerle sohbet ediliyor ve paylaşımda bulunuluyor.....	70
4.3.2. Sosyal medyada daha çok iletişim kurulan kişiler seçilirken nelere dikkat ediliyor.....	71
4.4. Dördüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorumlar.....	73
4.4.1. Sosyal medyada daha çok neler paylaşıyor	73
4.4.2. Sosyal medyada daha çok neler paylaşılmıyor	76
4.4.3. Sosyal medyada bir şeyi paylaşıp paylaşmamaya daha çok nasıl karar veriliyor	77
4.4.4. Sosyal medyada daha çok kimlerin hangi paylaşımlarına yorum yapılıyor	79
4.4.5. Sosyal medyada daha çok kimlerin hangi paylaşımlarına yorum yapılmıyor	81
4.4.6. Sosyal medyada bir kişi veya konuya yorum yapmadan önce daha çok nelere dikkat ediliyor.....	82
4.4.7. Sosyal medyada daha çok neler beğeniliyor	84
4.4.8. Sosyal medyada daha çok neler beğenilmiyor	87
4.4.9. Sosyal medyada bir şeyi beğenip beğenmemeye daha çok nasıl karar veriliyor	88
4.4.10. Sosyal medyada daha çok kimler ve hangi konudaki paylaşımlar düzenli olarak takip ediliyor.....	90
4.4.11. Sosyal medyada daha çok bir kişiyi, grubu veya bir konuyu düzenli olarak takip edip etmeme kararı nasıl veriliyor	92
V. BÖLÜM.....	95
5. Sonuç, Tartışma ve Öneriler	95
5.1. Sonuç ve Tartışmalar.....	95
5.2. Öneriler	102
5.2.1. Öğretmenlere yönelik öneriler	102
5.2.2. Ebeveynlere yönelik öneriler	104

5.2.3. Gelecek araştırmalara yönelik neriler	104
KAYNAKÇA.....	106
EKLER	
Ek-1. Araştırma İzni	115
Ek-2. Görüş Formu	116
Ek-3. Beşinci Sınıf Görüş Formu	118
Ek-4. Altıncı Sınıf Görüş Formu	120
Ek-5. Yedinci Sınıf Görüş Formu	122
Ek-6. Sekizinci Sınıf Görüş Formu.....	124



TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 3.1. Çalışma grubu	46
Tablo 4.1.1. Sosyal medyanın ne olduğuna ilişkin bulgular	49
Tablo 4.1.2. Sosyal medyanın ne işe yaradığına ilişkin bulguların sonuçları.....	53
Tablo 4.1.3. Sosyal medyanın olumlu yönlerine ve faydalarına ilişkin bulgular	56
Tablo 4.1.4. Sosyal medyanın olumsuz yanlarının ve zararlarının ne olduğuna ilişkin bulgular	59
Tablo 4.2.1. Hangi sosyal medya hesabının kullanıldığına ilişkin bulgular	63
Tablo 4.2.2. Sosyal medyayı kullanmama nedenine ilişkin bulgular	64
Tablo 4.2.3. Sosyal medyayı kullanma nedenine ilişkin bulgular	66
Tablo 4.2.4. Sosyal medyanın günde ne kadar ortalama ile kullanıldığına ilişkin bulgular	69
Tablo 4.2.5. Sosyal medyaya nereden bağlanıldığına ilişkin bulgular	70
Tablo 4.3.1. Sosyal medyada daha çok kimlerle (aile, arkadaş, diğerler) iletişim kurulduğuna ilişkin bulgular.....	71
Tablo 4.3.2. Sosyal medyada (aile, arkadaş, diğerler) iletişim kurulan bu kişileri seçerken nelere dikkat edildiğine ilişkin bulgular	71
Tablo 4.4.1. Sosyal medyada daha çok neler paylaşıldığına ilişkin bulgular	74
Tablo 4.4.2. Sosyal medyada daha çok neler paylaşılmadığına ilişkin bulgular	76
Tablo 4.4.3. Sosyal medyada daha çok bir şeyi paylaşıp paylaşmamaya nasıl karar verildiğine ilişkin bulgular.....	77
Tablo 4.4.4. Sosyal medyada daha çok kimlerin hangi paylaşımlarına yorum yapıldığına ilişkin bulgular	79
Tablo 4.4.5. Sosyal medyada daha çok kimlerin hangi paylaşımlarına yorum yapılmadığına ilişkin bulgular	81
Tablo 4.4.6. Sosyal medyada bir kişi veya bir konuya yorum yapmadan önce, daha çok nelere dikkat edildiğine ilişkin bulgular.....	83
Tablo 4.4.7. Sosyal medyada daha çok nelerin beğenildiğine ilişkin bulgular.....	85
Tablo 4.4.8. Sosyal medyada daha çok nelerin beğenilmediğine ilişkin bulgular	87

Tablo 4.4.9. Sosyal medyada daha çok bir şeyi beğenip beğenmemeye nasıl karar verildiğine ilişkin bulgular	88
Tablo 4.4.10. Sosyal medyada daha çok kimlerin ve hangi konudaki paylaşımların düzenli olarak takip edinildiğine ilişkin bulgular	90
Tablo 4.4.11. Sosyal medyada daha çok bir kişiyi/grubu veya bir konuyu düzenli olarak takip edip etmeme kararının nasıl verildiğine ilişkin bulgular	93



KISALTMALAR DİZİNİ

Akt	: Aktaran
K	: Kadın
E	: Erkek
MEB	: Milli Eğitim Bakanlığı
RTÜK	: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
MOY	: Medya Okuryazarlığı
SM	: Sosyal Medya
%	: Yüzde
Ed	: Editör
UNESCO	: United Nations Educational Scientific and Cultural Organization

ÖZET

ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA KULLANIM ALİŞKANLIKLARINA YÖNELİK BİR İNCELEME

Aslan, Güllü

Yüksek Lisans Tezi

Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Anabilim Dalı

Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Adnan Altun

Temmuz-2017, xv + 125 Sayfa

Bu çalışmanın amacı ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarının belirlenmesidir. Çalışmada öğrencilerin sosyal medya algıları, kullanımları, iletişimleri ve tercih eğilimlerinin ortaya konulması ile elde edilen bulguların medya okuryazarlığı eğitimine katkı sağlanması hedeflenmiştir.

Çalışma, 2015-2016 eğitim-öğretim yılında Bolu ili Merkez ilçesinde bulunan Millî Eğitim Bakanlığı'na bağlı üç farklı okullarda öğrenim gören 5. sınıftan 118, 6. sınıftan 118, 7. sınıftan 146 ve 8. sınıftan 146 olmak üzere toplam 528 öğrenciyle gerçekleştirilmiştir. Betimsel bir araştırma olan çalışmada veriler yarı yapılandırılmış görüş formu vasıtasıyla elde edilmiştir. Görüş formlarında öğrencilerin kişisel bilgilerinin yanı sıra sosyal medya dört boyutta ele alınmıştır: Sosyal medya algısı, çeşitli kullanım özellikleri, bazı iletişim davranışları ve tercih eğilimlerine odaklanılmıştır. Öğrencilerin bilgi ve görüşleri alınarak hazırlanan çalışmada elde edilen veriler betimsel analiz yoluyla çözümlenmiştir. Bu çözümlmeler sonucu elde edilen bilgilerle temalar oluşturulmuş ve bu temalar alt temalara ayrılmış, temaları ve alt temaları temsil eden öğrenci görüşleri kodlamalar kullanılarak doğrudan aktarılmıştır.

Çalışmanın sonunda, öğrencilerin sosyal medyayı işlevsel olarak algıladıkları, çoğunluğunun sosyal medya hesaplarını kullandığı ve daha çok arkadaşları ile iletişim kurdukları tespit edilmiştir. Çalışmada elde edilen bulgular alan yazını açısından tartışılmış ve öneriler sunulmuştur. Araştırma sonucunda elde edilen verilerin medya okuryazarlığı bağlamında öğretmenlere ve araştırmacılara yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, ortaokul öğrencileri, medya okuryazarlığı eğitimi



ABSTRACT**AN INVESTIGATION ON THE HABITS MIDDLE-SCHOOL STUDENTS'
SOCIAL MEDIA USAGE**

Aslan, Güllü

Master Thesis

Department of Turkish and Social Sciences Education

Social Sciences Teaching Departmen Of

Thesis Supervisor: Doç. Dr. Adnan Altun

July-2017, xv + 125 Pages

The aim of this work is to detect the habits of Middle-School Students Social Media Usage. The purpose of this study is to determine the social media usage habits of middle school students. The aim of the study is to contribute to the media literacy education of the findings of the students' social media perceptions, usage, communication and preference tendencies.

This work consists from 118 5th grades, 118 6th grades, 146 7th grade and 146 8th grade students located in schools those within the purview of Ministry of Education in Bolu Province between 2015-2016. The descriptive methodology of this work derives from a quantitative research pattern. Research data consists from semi-constructive interview forms. The interview forms accepted the social media in a four dimensions: The personal information of students, their perceptions of social media, their usage durations, the space where the usage takes place and whom they communicate through social media. Information and opinions from students are analyzed through constructive analysis. Following this procedure themes are formed from previously analyzed data and later dived into sub-themes, any information of students found striking have been presented directly by using coding.

As a conclusion it is detected that students' perceive of social media functionally. It is detected that majority of students are using social media accounts and they are in communication with their friend's. Findings of this work discussed pending on literature while recommendations were presented. It is evaluated that the findings of this work would aid researchers and teachers on media literacy.

Key Words: Social Media, Secondary School Students, Media Literacy



I. BÖLÜM

1. Giriş

Bu bölümde araştırmanın problemi, amacı, önemi, sınırlılıkları ve konu ile ilgili tanımlanması gereken temel kavramlar ele alınmıştır.

1.1. Problem Durumu

Günümüzde çağın en önemli teknolojik gelişmelerinden biri de internet olmuştur. İnternet, iletişim alanına bazı yenilikler getirmiş ve bu yeniliklerin başında ise en çok kullanılan internet tabanlı sosyal medya araçları olmuştur.

Sosyal medya araçları iletişimle beraber hayatın her alanında yer almaya başlamış ve farklı amaçlarla kullanım oluşturmıştır. Bireyler sosyal medya ile kendilerini ifade etme, sosyalleşme, bilgi edinme, profil oluşturma vb. türden işlevlerle kullanılmaktadırlar. Bunun yanı sıra kullanıcılarına kolaylık sağlayan sosyal medya hemen hemen her yaştaki bireylerin kullanımına sunulmakta ve her gün milyarlarca insanın ziyaret ettiği sayfalar haline gelmektedir.

Sosyal medyanın kullanımı küresel olarak her geçen gün arttığı görülmektedir. Bununla ilgili “We Are Social ve Hootsuite tarafından yayınlanan “Digital in 2017 Global Overview” raporu bu artışı sayısal veriler ile sunmaktadır. Rapora göre dijital dünyada 2015’e kıyasla 2016’da neredeyse tüm önemli verilerde ciddi bir büyüme yaşandığı görülmektedir. Rakamlara göre günümüzde 3,77 milyarı bulan global internet kullanıcı sayısı %50’lik bir orana eşittir. Bu nüfusun 2,80 milyarı aktif olarak sosyal

medya kullanıyor. Dünyadaki aktif sosyal medya kullanıcıları 2015 yılına kıyasla %21 büyüme ile 482 milyon arttığı görülmüştür. Aynı araştırma Türkiye’de 48 milyon insanın internete bağlandığını ve bu nüfusun aktif sosyal medya kullanıcı sayısı olarak da 48 milyon olduğunu fakat bu sayının tekil kullanım olmadığını belirtmiştir. Türkiye’de 2016 Ocak ayından bu yana aktif sosyal medya kullanıcı sayısının ise %14 ile 6 milyon arttığı görülmüştür (Digital Global Overview, 2017).

Sosyal medya kullanımı çocuklar arasında da yaygın hale gelmekte ve her geçen gün artmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu’nun çocuklarda bilişim teknolojileri kullanımı ve medya kapsamında 2013 yılı Nisan ayında gerçekleştirilen “Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması” başlıklı çalışmada ilk kez 06-15 yaş grubu çocukları da içeren bir araştırma yapılmıştır. Bu çalışmada internet kullanan çocukların %53,5’inin sosyal medya ağlarına katılma amacıyla kullandığını ortaya koymuştur (Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), 2013). Sosyal medya sayfalarına üye olma yaşının en düşük 13 olmasına rağmen 13 yaş altı pek çok çocuğun sosyal medya uygulamaları bulunmaktadır. Bu durum da bize çocukların maruz kalabilecekleri olumsuzlukların küçük yaşlardan itibaren görülme ihtimalinin yüksek olduğunu açıkça göstermektedir (Tuğlu, 2017).

Sosyal medyanın olumsuz yönleri çeşitli şekillerde ortaya çıkmaktadır. Örneğin; sanal dünyada oluşturulan bir iletişim ortamı bireylerin gerçek yaşamda kendini ifade edememesine, arkadaşları ile yüz yüze iletişim kurmasında sorun yaşamasına ve bireyselleşmeye yol açabilir. Bireyler sosyal medyayı kullanım süresini ayarlayamayabilir ve bu onları sosyal medyaya bağımlı hale getirebilir. Sosyal medya çocukların da bağımlı olmasına neden olabilir. Çocuklar sosyal medya kullanımını kontrol edemez ise bağımlı duruma gelebilir ve biyolojik açıdan sağlıklarına zarar verebilir. Oyun çağındaki bir çocuğun yaşı itibari ile oluşturulan sanal dünyayı ayırt edememesi yaşlıları ile oynamasını engelleyebilir ve oyun ihtiyacını sanal âlemde karşılamasına neden olabilir. Çocuğun yaşına uygun olamayan sitelerle karşılaşması psikolojik olarak zarar görmesi sonucunu doğurabilir. Sosyal medyanın olumsuz yönlerini tespit etmek ve çocukların bu olumsuzluklarla baş etmesine katkı sağlamak araştırmamızın da ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Sosyal medyanın ortaya çıkması ile birlikte hayatımıza birçok olumsuzluk girmiştir. Siber suçlar buna örnek olarak gösterilebilir. Sosyal medya aracılığı ile gerçekleşen bir sisteme girerek kullanıcı şifrelerini çalınması, kullanıcı adına ekleme ve silme yapılması, özel hayata müdahale etdilmesi gibi eylemlerden oluşan suçlardır. Siber zorbalıklar meydana gelmekte ve sosyal medya aracılığı ile kullanıcılar tehdit edilmektedir. Yetişkinlerin ve çocukların siber suçlarla ve siber zorbalıkla karşılaşması durumunda onlara yasal haklarının farkında olması sağlanabilir ve medya okuryazarlığı eğitimi sunulabilir. Bu sorunların ortaya çıkması çalışmamıza yön vermiştir.

1.2. Araştırmanın Amacı

Alan yazın incelendiğinde medya okuryazarlığı programı hakkında birçok çalışma yapıldığı, medya okuryazarlığı programına ilişkin öğretmen görüşlerinin alındığı, medya okuryazarlığının öğrenciler üzerindeki etkisine dair çalışmaların olduğu görülmektedir. Ancak bugüne dek Türkçe alan yazında öğrencilerin sosyal medyayı nasıl algıladıklarına, hangi içerikleri tercih ettiklerine dair bir çalışma bulunmamaktadır. Bu çalışma, alandaki boşluğa katkı sağlamayı amaçlamaktadır. Çalışmada ortaokul öğrencilerinin sosyal medya algıları, iletişimleri, sosyal medyayı kullanım alışkanlıklarına yönelik eğilimleri, içerik ve sayfa seçimleri ortaya konulmaya çalışılmış ve elde edilen değerlendirmeler ile medya okuryazarlığı eğitime katkı sağlanması hedeflenmiştir.

1.3. Araştırmanın Önemi

Sosyal medyanın olumsuz yönleri ile birlikte birçok yararlı boyutu da vardır. Kullanımı kolay olan sosyal medya hızlı iletişim olanağı sağlar ve bireylere seslerini duyurabilme, duygu ve düşüncelerini ifade edebilme, yaşadıkları deneyimleri paylaşabilme imkânları sunar. Bireylerin internet aracılığı ile daha yakın ilişki kurmasını ve toplumsallaşmasını sağlayabilir. Sosyal medya bireylerin yaşanan herhangi bir felaket karşısında daha hızlı haber almasını ve daha duyarlı hareket etmelerini sağlayabilir aynı zamanda dünyanın herhangi bir yerinde gerçekleşen bir

yenilikten de kısa sürede haberdar olunabilir. Çalışmamız bu tür becerilerin kazandırılmasında önem taşımaktadır.

Çocuklar da sosyal medya sayfaları aracılığı ile yenilikleri ve güncel gelişmeleri, merak ettikleri konuları rahatlıkla takip edebilirler. Sosyal medya çocukların yazma, yazılı olarak kendini ifade etme ve teknolojiyi etkili bir şekilde kullanma becerisini de geliştirebilir. Ayrıca çocuklar oyun sitelerinde farklı kültürlerle tanışma, yabancı dillerini ve hayal dünyalarını geliştirme olanağı da elde edebilirler.

Sosyal medya, çocuklar için oluşturulacak eğitim sayfaları ile öğrencilerin araştırma yapma ve bilgi edinmede yararlandıkları, eğitimlerine katkı sağladıkları bir alana dönüşebilir. Öğrenciler hem görsel olarak hem de okuyarak mekân sınırlaması olmaksızın öğrenme olanağı elde edebilir. Eğitimcilerin oluşturacağı sayfalar ile öğrencilere sadece derslerine yönelik değil, okuma kitapları tavsiye edilebilir. Öğrenciler, ilgi duydukları sayfalarla karşılaşabilir ve kendi yeteneğini keşfetmesine yardımcı olabilir, çocuklara yenilikleri takip etme olanağı sunabilir. Sosyal medya öğrencilere dünya hakkında ufuk açıcı nitelikte ve görsel destekli bilgiler sunmaktadır. Öğrenciler bireysel haklarını sosyal medya üzerinden öğrenebilir. Araştırmamız bu bağlam da öğrencilere katkı sağlayabilir.

Sosyal medyanın olumlu ve olumsuz yönleri ile öğrencilerin sosyal medyayı ne şekilde kullandıklarının, nasıl algıladıklarının tespiti bizlere bu alanın eğitim amacıyla nasıl kullanılabileceği sorusunun cevabını bulmak için önemli veriler sağlayabilir.

1.4. Problem Cümlesi

Ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarında sosyal medya algıları, kullanımları, iletişimleri ve tercih eğilimleri nelerdir?

1.4.1 Alt problemler

1. Öğrencilerin sosyal medya algısına ilişkin:

- Öğrenciler sosyal medyayı nasıl algılamaktadırlar?
- Öğrencilere göre sosyal medyanın olumlu yönleri ve olumsuz yönleri nelerdir?

2. Öğrencilerin sosyal medya kullanımına ilişkin:

- Öğrencilerin sosyal medya hesabını kullanma ve kullanmama nedenleri nelerdir?
- Öğrenciler hangi sosyal medya hesabını kullanmaktadırlar?
- Öğrenciler sosyal medyayı günde ortalama ne kadar süre kullanmaktalar?
- Öğrencilerin sosyal medya kullanım mekânları nerelerdir?

3. Öğrencilerin sosyal medyadaki iletişimsel eğilimlerine ilişkin:

- Öğrenciler sosyal medyada daha çok kimlerle iletişimde bulunulup paylaşımlar sağlıyorlar?
- Öğrenciler sosyal medyada kimlerle paylaşımda bulunuyor ve hangi paylaşımlara yorum yapıyorlar?

4. Öğrencilerin sosyal medya tercih eğilimlerine ilişkin:

- Öğrenciler sosyal medyada neleri paylaşıyor ve neleri paylaşmıyorlar?
- Öğrenciler sosyal medya sayfalarında neleri beğeniyor ve neleri beğenmiyorlar?
- Öğrenciler sosyal medya sayfalarını beğenmeye veya beğenmemeye nasıl karar veriyorlar?
- Öğrenciler sosyal medyada hangi kişi veya grupları düzenli olarak takip ediyorlar?
- Öğrenciler sosyal medyada bir sayfayı düzenli olarak takip etme kararını nasıl veriyorlar?

1.5. Sınırlılıklar

Araştırmanın kapsamı ve sınırlılıkları aşağıda belirtildiği gibidir:

1. Araştırma, 2015–2016 eğitim öğretim yılında Bolu iline bağlı üç okulda bulunan ortaokul (5-8 sınıf) öğrencileri ile sınırlıdır.

2. Araştırma, araştırma grubundaki ortaokul (5-8 sınıf) öğrencilerinin çalışma konusuna dair görüşleri ile sınırlıdır.
3. Araştırma, veri toplama aracında yer alan yarı yapılandırılmış, açık uçlu sorulara verilen yanıtlar ile sınırlıdır.

1.6. Tanımlar

Medya: Kitaplar, gazeteler, dergiler, radyo, televizyon, filmler, videolar, ilan tahtaları, müzik kayıtları ve interneti kapsayan ortam (Scheibe ve Rogow, 2006)

Medya Okuryazarlığı: Çeşitli biçimlerdeki medya mesajlara erişebilme, analiz etme, değerlendirme ve kendi medya mesajını üretip, iletme yeteneğidir (Aufderheide, 1993; Christ ve Potter, 1998; Taylor, 2002). Medya okuryazarlığı yaygın kabul gören tanımıyla, çeşitli türden (görsel, işitsel, basılı, vb.) medya mesajlarına erişebilme, erişilen medyaları eleştirel bakış açısıyla çözümleyip değerlendirebilme ve kendi medya iletilerini üretebilme becerisidir (RTÜK, URL).

Medya Okuryazarlığı Eğitimi: Bilgilendirilmiş ve eleştirel bir medya anlayışını, bunun teknikleri ve etkisini öğrencilere verme amacı taşıyan bir eğitim (Quin and McMahon, 2001: 311, akt. Altun, 2010).

Sosyal Medya: Bireylerin internet üzerinden birbirleriyle gerçekleştirdikleri diyaloglar, paylaşımlar genel olarak sosyal medyayı oluşturur (Tekin, 2016).

II. BÖLÜM

2. Kavramsal Çerçeve ve İlgili Literatür

2.1. Medyadan Sosyal Medyaya

Hayatın neredeyse her alanında yer alan medya, teknolojik gelişmelerle beraber çeşitli boyutlar kazanmaya başlamıştır. Günümüz bakımından sosyal medyanın bu boyutlardan en önemlisi olduğu söylenebilir. Bireyler geleneksel medyada pasif konumda iken, sosyal medya kullanımı ile beraber aktif hale gelmiş; kendini ifade etme, metnini oluşturma, anında cevap verme gibi olanaklar elde etmiştir.

2.1.1. Sosyal medya

Sosyal medya, içeriği yaratıcı tüketiciler tarafından oluşturulan içeriklerin paylaşılmasına olanak sağlayan internet tabanlı uygulamalar olarak tanımlanabilir (Tuncer, 2013). Sosyal medya ilk olarak 1979 yılında Jim Elis ve Tom Truscott tarafından kurulan Usenet ile ortaya çıkmıştır. Usenet, İngilizcede kullanıcı ağı (user's network) kısaltmasından türetilmiştir ve birden fazla internet kullanıcısını bir araya getirmeyi hedefleyen bir tartışma platformunun ilk örneği olarak kabul edilir. Kullanıcılar arası genel mesaj gönderimlerine izin veren bu platform aynı zamanda kullanıcıların kendilerine özgü profil oluşturmalarına olanak sağlamakta, bu da günümüzdeki sosyal paylaşım ağlarının yapısını çağrıştırmaktadır (Kaplan & Haenlein, 2010, ss. 59–68).

Bireyler, çağın en önemli sosyal ağı haline gelen sosyal medyayı genel olarak diyaloga girme, sosyalleşme, eğlenme gibi çok farklı amaçlarla kullanmaktadırlar. Bunun yanı sıra sosyal medya uygulamaları kullanıcılarına bilgi edinme, fikirlerini paylaşarak katılım sağlama, görüş ve izlenimlerini aktarma gibi olanaklar da sağlamaktadır. Kietzmann, Hermkens, McCarthy ve Silvestre (2011) (Akt. Bedir, 2016) sosyal medya ile ilgili yaptıkları bir çalışmada sosyal medyayı oluşturan temel unsurları kategorilere ayırarak incelemişlerdir. Bunlar; kimlik, sohbet, paylaşım, konum, ilişkiler, itibar ve gruplar olmak üzere sıralanabilir.

Kimlik: Kullanıcıların sosyal medya platformu içinde profillerinde yer alan kendilerini tanıtmaya elverişli isim, yaş, cinsiyet, meslek, yaşanılan yer, kişisel düşünceler ve ilgi alanları gibi bilgileri ifade etmektedir.

Sohbet: Sosyal medyada sohbet, kullanıcıların herhangi bir uygulamada birbirleriyle kurdukları iletişimi ifade etmektedir. Sohbetin içeriği kullanılan uygulamaya göre farklılık gösterir.

Paylaşım: İzleyicilerin veya kullanıcıların fotoğraf, video gibi görsel materyallerle birlikte müzik, kişisel duygu, düşünce, izlenim, deneyim vb. içerikleri dolaşıma koymalarını ifade etmektedir.

Konum: Sosyal medya kullanıcılarının bulundukları yerin bilgisini paylaşmalarını ve diğer kullanıcıların konumlarını ya da yerlerini görmelerini temsil etmektedir.

İlişkiler: Sosyal medyanın herhangi bir uygulamasında katılımcıların diğer katılımcılarla nasıl bir ilişki kurduklarını ifade eder. Bazı uygulamalarda bu ilişki resmi bir nitelikteyken bazı uygulamalarda ise gayri resmi nitelikte olabilmektedir.

İtibar: Sosyal medya kullanımındaki güvenilirliği ifade eder. Örneğin; Instagram'da, Twitter'da takipçi ve beğeni sayısı, Youtube için izlenme ve beğeni

sayısı, Facebook'ta ise beğeni ve paylaşım sayısı itibarın ölçüsü olarak değerlendirilmektedir.

Gruplar: Bir sosyal medya uygulaması içinde kullanıcı ve izleyicilerin belirli gruplar ya da alt gruplar kurabilme ölçüsünü ifade eder.

Sosyal medya farklı özellikler içerir ve bu özellikler uzmanlar tarafından farklı tanımlanabilir. Vural ve Bat'a (2010) (Akt. Tekin,2016) göre sosyal medya aşağıdaki özellikleri içerir:

- Katılımcılar: Sosyal medya, katılımcıları cesaretlendirir ve ilgili olan her bir kullanıcıdan geri bildirim alır.
- Açıklık: Sosyal medya servisleri, geri bildirim ve katılımcılara açıktır. Bu servisler oylama, yorum ve bilgi paylaşımı gibi konularda katılımcıları cesaretlendirir.
- Konuşma: Geleneksel medya, yayına ilişkin iken, sosyal medya iki yönlü konuşmaya açıktır.
- Topluluk: Sosyal medya topluluklara çabuk ve etkili oluşum için izin verir.
- Bağlantılılık: Sosyal medyanın birçok türü, bağlantılı işler gerçekleştirir; diğer siteler, araştırmalar ve insanların ilgili oldukları herhangi bir konuda link (bağlantı) verilmesine olanak sağlar.

Sosyal medya interaktif yapısı nedeniyle kullanıcıların sanal ortamda birbirleriyle çevrimiçi olarak iletişim kurduğu bir platformdur. Web 2.0 teknolojileri üzerine kurulu sosyal medya uygulamaları etkileşimli niteliği gereği iletişim, birliktelik, grup oluşumu ve proje ortaklığına imkân sağlar (Akar, 2010). Sosyal medya platformu sağladığı bu olanaklarla kullanıcıların birbirleriyle iletişime geçmesine, kendilerini ifade etmesine, katılımcı ve izleyicilerin karşılıklı etkileşimde bulunarak sosyalleşmelerine katkı sağlar (Evans, 2008, akt. Bedir, 2016).

2.1.2. Sosyal medyanın tarihi gelişimi

Sosyal medyanın ortaya çıkışı 1979 yılında Jim Elis ve Tom Truscott tarafından kurulan Usenet ile başlar. Usenet, İngilizce’de kullanıcı ağı (user’s network) kısaltmasından türetilmiştir ve birden fazla internet kullanıcılarını bir araya getirmeyi hedefleyen bir tartışma platformunun ilk örneği olarak kabul edilir. Kullanıcılar arası genel mesaj gönderimlerine izin veren bu platform, aynı zamanda kullanıcıların kendilerine özgü profil oluşturmalarına olanak sağlamakta, bu da günümüzdeki sosyal paylaşım ağlarının yapısını andırmaktadır (Kaplan & Haenlein, 2010,).

1997 yılında Usenet’ten sonra Sixdegrees.com, sosyal medya sitelerinin temelini oluşturan ikinci adımı atarak, günümüzdeki sosyal medya platformları ile benzer tarzda, arkadaş ekleme ve kendi arkadaş listesini oluşturabilme özelliği eklemiştir. Site, dört yıl içerisinde 3 milyon 500 bin kullanıcı ile 125 milyon dolarlık değer kazanmış ve YouthStream Social Media Networks şirketi tarafından satın alınmıştır (Kavuk, 2016). 2000 yılına gelindiğinde şirket kullanıcı kaybı yaşamış ve sunulan hizmeti sonlandırma kararı almıştır (Kırık, 2014, akt. Kavruk, 2016). Sixdegrees ile eşzamanlı olarak farklı sosyal paylaşım ağları kurulmuş, ancak hiçbirinin Sixdegrees kadar başarılı olamadığı görülmüştür. AsianAvenue, BlackPlanet ve MiGente gibi sosyal paylaşım ağları bunlardan birkaçı olarak gösterilebilir. Bu sosyal paylaşım ağlarında kişisel kullanıcı profili oluşturmak, ağ üzerindeki kullanıcılarla etkileşime geçmek olanağı elde edilmiştir. Günümüzde birçok sosyal medya mecrası varlığını sürdürmekte ve her geçen gün eklenen yeni platform kullanıcıları bu mecralarda buluşmaktadır (Kavruk, 2016).

Dünya pazarlama ajansı “We Are Social” 2016 yılında “*İnternet ve Sosyal Medya Kullanıcı İstatistikleri*” raporunu yayımlamıştır. 2016 yılı için küresel ve lokal dijital istatistikleri içeren 537 sayfalık “*Digital in 2016*” adlı raporla dijital, sosyal ve mobil mecralara hâkim olan son trendler ve kullanıcı sayıları hakkında önemli bilgiler elde edilmiştir. Global Web Index verileri ile hazırlanan rapora göre; dünya genelinde 3.419 milyar insanın internete bağlandığı, 2.307 milyar kullanıcının aktif olarak sosyal medyada yer aldığı tespit edilmiştir (TUİK, 2016). Raporda yer alan Türkiye istatistiklerine baktığımızda; 79,14 milyonluk nüfusun 46,3 milyonunun internete

bağlandığını, internet kullananların da 42 milyonunun aktif olarak sosyal medyada yer aldığını görüyoruz (TUİK, 2016).

Türkiye’de en çok kullanılan sosyal medya platformları sıralamasında, ilk sırayı %32’lik oran ile Facebook’un aldığı, onu %24 ile WhatsApp, %20 ile Facebook Messenger, %17 ile Twitter, %16 ile Instagram’ın takip ettiği ve bu sıralamanın Google+, Skype, Linkedin, Viber ve Vine ile devam ettiği görülmektedir. Ülkemizdeki Facebook kullanıcılarının yaş grubu dağılımlarında öne çıkan yaş aralığı 20-29 arasındadır. Bu Facebook kullanıcılarının %63’ünü erkekler, %37’sini ise kadınlar oluşturmaktadır (TUİK, 2016).

2.1.3. Sosyal medya ortamları

Sosyal ağ siteleri yıllara göre farklılık gösteren şekillerde sanal dünyada yer almıştır. 1997 yılında kurulan ilk sosyal ağ sitesi Sixdegrees, üyelerine profil oluşturma, arkadaş listeleme ve arkadaşlarının listelerinde gezinme imkânı sağlamıştır. Bu özelliklerin bazıları Sixdegress’den de önce bazı sitelerde yer almıştır. AIM ve ICQ Buddy’de arkadaş listeleri olmasına rağmen bu listeleri diğer kişiler görüntüleyememektedir. Classmates’de kullanıcılar lise ya da üniversite gruplarına katılmış ve bu ağda gezinmişlerdir. Fakat Classmates profil oluşturma ya da arkadaş listeleme özelliklerine sahip değildir. Sixdegrees tüm bu özellikleri bir araya getiren ilk sosyal ağ sitesi olmuştur (Boyd ve Ellison, 2008: 214, akt. Tekin, 2016).

Günümüzde sosyal ağlar; ortak bir amaç doğrultusunda insanların etkileşimde bulunmalarını, düşünce ve bilgi paylaşımlarını sağlayan, bilgilerin internet ortamında gruplanmasına imkân veren hizmetler olarak tanımlanabilir (Boyd ve Ellison, 2007; Preeti, 2009). Diğer bir tanımla, sosyal ağlar; bireyler ve gruplar arasındaki iletişime kolaylık sağlayan, aradaki engelleri kaldıran, engellerin kalkmasıyla sosyal dönüt(geri bildirim) sağlayan, böylece sosyal ilişkiler yumağının oluşmasına imkân veren, ilişkileri arttıran yazılımlar olarak tanımlanır (Bedir, 2016).

Sosyal ağlar, Web 2.0 teknolojisi ile hayatımıza girerek sosyal medyayı oluşturan en önemli ortamlar olarak görülür. Sosyal ağlar, kişilere toplum içinde kendilerini tanımlayarak rahatlıkla anlaşılabilmesi, paylaşım sağlayabilmesi, aynı kültürel seviyede bulunan insanlarla iletişime geçebilmesi yönünde fırsatlar sunar. Bireylerin günlük yaşamını temsil eden sembolik jest ve mimikler kullanarak kendi durumlarını kolayca ifade etmelerine yardımcı olur. Sosyal ağ ortamlarının en önemli özelliği katılımcılara kullanıcı adı, şifre ve fotoğraf gibi tanıtıcı bilgiler gönderebilmesidir. Bunun yanı sıra, genel veya özel çevrimiçi mesaj, fotoğraf, ses dosyası, video gibi yeni teknolojinin araçlarını kullanarak diğer kullanıcılarla iletişim kurmasına olanak sunan üye tabanlı web servis hizmetidir (Pempek, Yermolayeva ve Calvert, 2009, akt. Bedir, 2016). Bu sayede kullanıcılar resim, ad gibi kullanıcı bilgilerinin yer aldığı profil sayfalarıyla kendilerini ifade eder, arkadaş listesi oluşturur, arkadaşlarının arkadaşları ile tanışır ve sosyalleşirler (Buss ve Strauss, 2009, akt. Kaplan ve Haenlein, 2010).

Günümüzde sosyal ağ siteleri çok çeşitli amaçlar için kullanılabilmektedir (Gross ve Acquisti, 2005). Sosyal ağların birçok farklı yönünün bulunması bireysel ve toplumsal düzeyde olumlu ve olumsuz etkilerini de beraberinde getirmiştir (Kabilan, Ahmad ve Abidin, 2010). Sosyal ağların kullanım amaçlarının bilinmesi, bireyleri web hizmetleri kullanmaya motive eden etkenlerin belirlenmesi başarılı sosyal ağların geliştirilmesine olanak sağlayacaktır (Brandtzæg ve Heim, 2009). Bununla birlikte, sosyal ağların, eğitsel anlamda bireysel öğrenmeyi destekleyen araştırmacılara pedagojik bir araç olarak kullanılabilmesi bakımından ilham verebileceği düşünülmektedir (Lee ve McLoughlin, 2008; Lockyer ve Patterson, 2008, akt. Bedir, 2016).

Sosyal ağ siteleri kullanıcı türlerine göre üç farklı kategori altında değerlendirilebilir; genel sosyal ağ siteleri, profesyonel sosyal ağ siteleri ve niş sosyal ağ siteleri (İşlek, 2012, akt. Kavuk, 2016);

1. Genel sosyal ağ siteleri: Facebook ve Twitter gibi belli bir kitleye yönelik, özel ilgi alanına hitap etmeden tüm kullanıcıların erişimine açık olan sosyal ağ siteleridir. Bu ağ içerisinde tüketiciler istedikleri ilgi alanlarına göre küçük gruplar kurabilirler.

2. Profesyonel sosyal ağ siteleri: Kişisel kullanımın ötesinde kullanıcıların ilgi ve iş alanlarına göre, kendi alanlarındaki diğer profesyoneller ile tanışmak, iş birliği yapmak, fikir edinmek veya ilişkilerini devam ettirmek için kullandıkları sitelerdir. LinkedIn ve Xing gibi web siteleri profesyonel sitelere örnek gösterilebilir. Ülkemizde ise Orta Doğu Teknik Üniversitesi öğrencilerini bir araya getirmek amacıyla kurulan Hocam.com, şu anda tüm Türkiye’de sadece üniversite öğrencilerini bir araya getiren bir platform olarak bu türün örneğidir.
3. Niş sosyal ağ siteleri: Kullanıcılarının sadece belirli bir çevre ile iletişim halinde olmalarına imkân sağlayan sosyal ağlardır. Save The Mom, niş sosyal ağların bir örneğidir. Bu platformda alışveriş listesi, akşam yemek saati gibi bilgilerin eklenmesiyle yalnızca aile bireylerinin iletişim kurulabilmesi olanağı vardır (Ayan, 2013). Foodspotting bu sosyal ağın bir örneğidir. Kişilerin yalnızca restoranlardaki yemeklerle ilgili yaptıkları değerlendirmeleri, mekânın menüsünün, fiyatlarının, yemeklerin fotoğraflarının paylaşıldığı siteler de bu grupta yer alır (Erkurt, 2011, akt. Kavuk, 2016).

2.1.3.1. Facebook

Günümüzde kullanıcıların en yoğun ilgi gösterdiği sosyal paylaşım ağı Facebook olarak nitelendirilebilir. 2004 yılından bu yana sürekli gelişim gösteren kullanıcı kitlesi Facebook aracılığıyla arkadaşları, aileleri ve tanıdıklarıyla sağlıklı bir iletişim kurabilmektedir. Facebook kayıt esnasında kullanıcılarından herhangi bir ücret talep etmemektedir. Mark Zuckerberg tarafından oluşturulan bu ağ, başlangıçta sadece Harvard Üniversitesi'nde okuyan öğrencileri bir araya getirmek adına kurulmuştur. Fakat yoğun ilgi görmeye başlaması ve diğer kullanıcıların bu ağ içerisinde var olmak istemesi üzerine kademeli olarak üye artışı planlamasına gidilmiştir. 2005 yılı sonrasında lise öğrencilerine de hizmet vermeye başlayan Facebook 2006 yılında genel düzeyde tüm katılımcıların kullanımına açılan Facebook üzerinde diğer sosyal paylaşım ağlarına erişim sağlamak da mümkün hale getirilmiştir (Kırık, 2013, 79).

2.1.3.2. Twitter

Günümüzün popüler sosyal paylaşım ağlarından biri de Twitter'dır. Dünya genelinde yoğun bir şekilde kullanılmakta olan Twitter kapsamlı bir Microsoft Sitesi olarak tanımlanabilir. 2006 yılında Jack Dorsey tarafından San Francisco'da temelleri atılan Twitter ilk önce "TwttR" adıyla hizmet sunulmuş, daha sonra şimdi kullanılmakta olan ismini almıştır. Twitter, 140 karakter sayılı metinler yazmaya, ses, görüntü, video ve veri paylaşmaya olanak sağlayan yeni bir iletişim ortamıdır. Twitter kullanıcıları birbirlerine karşılıklı olarak mesaj gönderebilmekte, dünya ve ülke gündemini takip edebilmektedir. Kısa mesaj servisi gibi hizmet sunan Twitter, düşünce ve duyguların karşılıklı olarak takipçileriyle paylaşabilmeyi mümkün kılan kapsamlı bir sosyal paylaşım ağıdır (Kırık, 2013, 80).

2.1.3.3. Instagram

Instagram ilk olarak Iphone telefonlarda kullanılmak için yapılmış ücretsiz bir fotoğraf paylaşım ve fotoğraf düzenleme uygulamasıdır. Daha sonraları android yazılımlı telefonlarda da bu uygulama kullanılmaya başlanmıştır. Bireyler bu uygulama ile kendi günlük hayatlarındaki fotoğraflarını paylaşması ile Instagram'ı kullanıcıların sayısında artış olmuştur. Instagram'ı, Kevin Systrom ve Mike Krieger adlı iki girişimci oluşturmuştur. Instagramın görsel ve etkileyici olması, herkesin kolayca ve her yerden resim paylaşabileceği bir uygulama olmasından dolayı tercih edilmektedir. 2010 yılların da kurulan kısa sürede en çok takip edilen uygulama haline gelmiştir (Burgaz, 2014).

2.1.3.4. MySpace

MySpace, 2003 yılından bu yana dünyanın her yerinde kullanılan sosyal ağlardan bir tanesidir (Mestçi, 2009). Myspace, çevrimiçi kullanıcılarına sosyalleşme olanağı sağlayarak sanal ortamda kullanıcı denetiminde iletişim ve arkadaşlıklar kurma imkânı sunar. Bunun yanı sıra; kişisel görüntüleri, profilleri, blogları, grupları,

resimleri, müzik ve videoları barındıran sosyal iletişim ağıdır. Myspace’de de, Facebook ve diğer bazı sosyal sitelerde olduğu gibi, kullanıcıların kendi istekleri doğrultusunda iletişim bilgileri, kişisel bilgileri ve fotoğraflarını ekledikleri profil sayfası oluşturabilme imkanları vardır. Myspace genellikle ses ve video dosyalarının paylaşılmasına olanak sağlayan bir platformdur. Kullanıcılar tarafından ilgi çekmesinin asıl nedeni çok sayıda müzik grubunun bu platforma üye olmasıdır (Kaymak, 2012; Satıl, 2011, akt. Bedir, 2016).

2.1.3.5. LinkedIn

LinkedIn, 2002 yılının sonlarında Reid Hoffman tarafından geliştirilen bir diğer popüler sosyal paylaşım ağıdır. 2003 yılının başlarında hizmete sunulan LinkedIn eğlence amacıyla arkadaşlarla karşılıklı paylaşım yapmaktan ziyade, iş amaçlı kullanılmaktadır. Kullanıcılar LinkedIn aracılığıyla birçok şirketi takip edebilmekte ve kendilerine uygun iş ilanlarına başvuru yapabilmektedirler (Kırık, 2013).

2.1.3.6. YouTube

Web 2.0 teknolojisinin birçok özelliğini kullanan Youtube puan verme, etiketleme, yorum yazma, içerik paylaşma gibi olanakları bünyesinde barındırır (Burke ve Snysder, 2008). Video paylaşımına imkân veren özelliği sayesinde dünyada en çok tanınan web sayfası olan YouTube (Myfield, 2008), kullanıcılarının görsel olarak birbirleriyle iletişim kurmasını, bilgi ve becerilerini paylaşmasını sağlamaktadır. Bu sayede bilgilendirme ve internet ağında ilham kaynağı olmanın yanı sıra ticari amaçlı reklamların dağıtım platformu işlevini de görmektedir (Bedir, 2016).

YouTube, kullanıcılarına, video klipleri izleyebilmenin yanı sıra istenildiğinde kendi video klibini ekleyerek yayınlayabilme fırsatını sunmaktadır. Bu platform kullanıcıların geliştirdikleri içerikler, video klipler, film, TV programları parçacıkları ve müzik videolarından oluşmaktadır. Kullanıcıları tarafından YouTube'a günlük yaklaşık

65.000 adet yeni video klip eklenmekte ve 100 milyona yakın video klip izlenmektedir. Kullanım koşullarına uymayan video klipler kullanıcıların bildirimleri ile YouTube yetkilileri tarafından incelenerek silinmektedir. YouTube üyeleri, izledikleri video klipleri değerlendirip not verebilmekte ve yorum yazabilme imkanını taşımaktadır (Bedir, 2016).

2.1.3.7. Flickr

Günümüzde gelişen teknoloji sosyal paylaşım sitelerinden Flickr'ın kullanılmasına da imkân vermektedir. Fotoğraf paylaşımı için kullanılan Flickr uygulaması çok tercih edilen, popüler bir internet servsidir (Myfield, 2008). Fotoğraf deposu olarak da isimlendirilen bu web servis hizmeti ile fotoğraflara farklı boyutlarda bakılabilmekte ve yorum eklenebilmektedir. (Satıl, 2011). Uygulamanın popülerliğini artıran unsurları arasında yüksek çözünürlüklü dijital fotoğraf makinelerinin kullanılması ve cep telefonları ile fotoğraf paylaşımı yapılabilmesi özellikleri vardır (Bedir, 2013).

2.2. Sosyal medya ve çocuk

Dijital araçların taşınma kolaylığı ile beraber internete her yerden erişilebilmesi öğrencilerin de zamanının ciddi bir kısmını sosyal medya kullanarak geçirmesine ve bu durumdan etkilenmelerine neden olmaktadır. Sosyal medyanın giderek yaygınlaşmasıyla öğrenciler okulda, yolda, dinlenirken, yemek yerken, özel ihtiyaçların giderilmesi sırasında dahi “online” olmakta ve bu durum iletişimin bireyselleşmesi ile mevcut ilişki formlarının değişime uğramasına yol açmaktadır (RTÜK, URL).

Hızla yenilenen ve yeniden üretilen bilgi, öğretim programının yanı sıra iletişim teknolojileri alanını da etkisi altına almıştır. Bu süreçte, sosyal medyanın etkinliği ve kapsamı da genişlemiştir. Sosyal medya iletileri ve araçları her yaştan bireyin hayatını etkilediği gibi öğrencilerin de hayatlarını etkilemektedir. Öğrenciler okul öncesi

dönemden itibaren, sosyal medyanın hem alıcısı hem de paylaşım siteleri, form siteleri vb. ortamlarda üreticisi ve dağıtıcısı olabilmektedirler (Ülker, 2012).

Öğrencilerin iletişim endüstrisinin aktardığı anti, uyumsuz bilincin sonuçlarından en fazla etkilenen kesim olduğunu söylemek mümkündür. Her geçen gün yaygınlaşan ve çeşitlenen sosyal medya araçları, öğrencileri bir taraftan çeşitli bilgi ve eğlence içerikli mesajları ile olumlu yönde etkilerken, diğer taraftan şiddet, materyalizm, beslenme, beden imgesi, risk alma davranışları, habercilikte çarpıtma ve yanlışlık, ırk, sınıf, toplumsal cinsiyet ve cinsel kimlik kalıp yargıları geliştirme gibi problem alanları ile olumsuz etkilemekte ve yönlendirmektedir (Ülker, 2012). Sosyal medyanın öğrenciler üzerindeki olumsuz etkilerinin yanında olumlu işlevler taşıdığının farkına varmadan yapılacak eleştiri ve değerlendirmeler eksik ve yanıltıcı sonuçlara götürebilir. Sosyal medyanın öğrencilerin “dünya görüşlerini genişletme, kalıp yargıları yıkma, farklı fikirlere erişimlerini sağlama, eleştirel düşünceyi geliştirme, katılım gibi” yönlerini ele almadan yapılacak bir analiz sosyal medya gerçeğini yansıtmaktan yoksundur (RTÜK).

Bununla birlikte, bireysel, kurumsal, ulusal ve uluslararası platformlarda yapılan birçok çalışmada medya yolu ile iletilen mesajların bilhassa öğrenciler üzerinde bir takım olumsuz sonuçlara yol açtığı saptanmıştır. Sosyal medya mesajlarındaki olumsuzlukların temelinde medya mesajlarının oluşturulma biçimi bulunmaktadır (Ülker, 2012). Modern hayatta yetişkinlerle aynı enformasyonu almaları nedeni ile çocuk yaştaki öğrenciler hızla yetişkinlerin dünyasına karışır. Geleneksel tasarımındaki yetişkinleşmiş çocuk ile arasındaki bu benzerlik, aslında, modern dünyada çocukluğun yok oluşunun fotoğrafını çekmemizi kolaylaştırır (Şirin, 2006: 0). Küçük yaşta yetişkinlerin dünyasına katılan modern çocuk paradigması aslında modern yetişkinlik paradigmasıdır. Bu, oyun çağındaki öğrencilerin yetişkinliğe, yetişkinlerin ise çocukluğa doğru hızla kaydığı enformatik bir dünyadır. Yeni enformasyon bir taraftan yetişkinlik otoritesini aşındırırken, diğer taraftan öğrencilerin varoluş gerekçelerinden en önemli olan merak zeminini ortadan kaldırır (Şirin, 2006: 55).

Yapılan bütün araştırmalar; görsel, işitsel ve yazılı medya karşısında savunmasız bir alıcı durumunda bulunan öğrencilerin, ilköğretimden başlayarak medya karşısında bilinçlendirilmelerinin gerekliliğini ortaya koymaktadır. Böylelikle ğrenci; medya karşısında pasif bir alıcı olmak yerine, medyayı okuyabilecek, medyanın dilini çözebilecek bilinç düzeyine ulaşarak iletişim olgusunda aktif bir birey olarak yer alabilecektir (RTÜK, 2007). Bu çerçevede, medya karşısında bilinçlenme gerekliliği medya okuryazarlığı kavramını öne çıkarmaktadır.

2.3. Sosyal medya ve eğitim

21. yüzyılın teknolojik gelişmeleri teknolojinin birçok amaçla kullanılmasını sağlamıştır. Bunlardan biri öğretim materyali olarak eğitimde de kullanılabilmesidir. İnternet sosyal medyada öğrencilere eğitim amaçlı hizmet sunabilir. Yapılan araştırmalar da öğrenciler tarafından en çok kullanılan sosyal medya araçlarından Facebook, Youtube, Twitter ve Flickr’ın eğitimde kullanımını ayrıntılı olarak incelemekte yarar olabileceğini göstermektedir (Şener, 2009; Kurt ve Karaduman, 2010; Deniz, 2012; İşçioğlu, 2012; Atalay, 2014. akt. Bedir, 2016).

Eğitim ve Facebook: Sosyal medya uygulamalarında en yaygın ağ olma özelliği taşıyan Facebook akademik çalışma ortamlarını destekleme konusunda kullanımı kolay, etkin ve yararlı olan uygulamalardandır (Madge ve diğerleri, 2009). Facebook uygulaması, işbirlikçi öğrenme, kaynak-doküman paylaşımı, aktif katılım, araştırma ve tartışma ortamlarını desteklemek için etkili bir eğitim ortamıdır (Gülbahar vd., 2010). Öğretmenler bu ortamı kullanarak öğrencileriyle rahatça iletişime geçebilir, dersle ilgili paylaşımlarda bulunabilir, tartışma konuları açarak sınıftaki diğer öğrencilerle görüş alışverişinde bulunabilir, ödev ve projelerini takip edebilirler (Karademir ve Alper, 2011). Facebook’un iş birliğine dayalı öğrenme, akran destekli öğrenme ve problem çözme becerilerini desteklemek için kullanılabileceği vurgulanmaktadır (Sarsar, Başbay ve Başbay, 2015).

Facebook sosyal ağ uygulamalarında oluşturulabilecek eğitim aktiviteleri şöyle sıralanabilir (Mazer ve diğerleri, 2007; Munoz ve Towner, 2009; Gülbahar ve diğerleri 2010; Ekici ve Kıyıcı, 2012; Britland, 2012; The Edition Foundation, 2013):

- *“Sınıf dışında öğrenci-öğrenci ve öğrenci-öğretmen etkileşimini sağlanması,*
- *Konularla ilgili ders dışı etkinlik olarak faydalı linklerin, belgelerin, görsellerin, (fotoğraf, sunu, harita, vb.) videoların paylaşılması,*
- *Grupla alınan projelerin iş birliği içerisinde yürütülmesi,*
- *Ödevlerin, etkinliklerin veya kaynakların paylaşılması, öğrencilerin ödevler ve sınavlar hakkında öğretmenlerine ve birbirlerine sorular sorabilmesi,*
- *Oluşturulan gruplarla sosyal kulüplerin çevrimiçi ortamı taşıması (örneğin; öğrencilerin kitap okumalarına yönelik grupların kurulması, kitap önerilerinin yapılması, paylaşımlarda bulunulması, tartışmaların yapılması gibi),*
- *Çok hızlı gerçekleştirilen dosya, bilgi, bağlantı anket ve videoların paylaşımı, yine hızlı birimler sayesinde ebeveynler ve öğretmenler arasındaki iletişimi geliştirip maliyeti düşürerek okul-aile iş birliğinin arttırılması,*
- *Okulun profil sayfası üzerinden kurum kültürünü geliştirici faaliyetlerin yapılması” (Akt. Altun, 2015).*

Eğitim ve Twitter: Twitter, eğitimde gündemin takip edilmesi, eğitim içerikli web sayfalarının linklerinin paylaşılması, dil öğrenimine katkı sunması, dersle ilgili konular bağlamında yapılan tartışmalara aktif katılımı sağlaması amaçlarıyla kullanılabilir (Gülbahar vd., 2010). Eğitimin belli bir mekân ve zamana kısıtlanmaması açısından öğretmenin herhangi bir zamanda paylaşacağı problem veya sorunun Twitter uygulaması üzerinden tartışılması, düşüncelerin ortaya konulmasına imkân verebilir (Odabaşı vd., 2012). Grosseck ve Holotescu (2008) Twitter’ın eğitimde kullanımını şu maddelerle özetlemişlerdir:

- *Eğitimin ders saati dışında da devam etmesini sağlar,*
- *Yazma becerisi ile birlikte imla kurallarını öğrenip kullanarak metin oluşturmayı sağlar,*
- *Kendini ifade ederek yeni sorular sormaya, tartışmalara katılmaya ve paylaşımlarda bulunmaya olanak sağlanmış olur.*

- *Öğrenciler çalıştıkları konularla ilgili okul dışından, hatta dünyanın farklı ülkelerdeki kişilere tweet yollayıp fikir alışverişinde bulunabilirler (Akt. Bedir, 2016).*

Eğitim ve Youtube: Son dönemde Youtube’da video izlemenin günlük alışkanlarının arasında yer aldığı görülmektedir (Majekodunmi ve Murnaghan, 2012). Youtube uygulamasının, üyelerine çektikleri videoları yayınlama imkânı vermesinden dolayı platformda çok sayıda eğitim materyali bulunmaktadır (Lee ve Lehto, 2012). Bu uygulamanın eğitim açısından öğrencilerle öğretmenler arasında etkileşim sağladığı görülmektedir (Harley ve Fitzpatrick, 2009). Ayrıca Youtube’da yayınlanan videolara yorum yapılabilmesi dolayısıyla tartışma ortamının var olması öğrenme seviyesini de yükseltmektedir (Clifton ve Mann, 2011). Youtube sayesinde öğrencilerin zaman sınırlaması olmaksızın istedikleri zaman videolara ulaşabilmesinin eğitimin kalitesini arttırdığı, kalıcı ve kanıta dayalı öğrenmeye imkân sağladığı ifade edilmiştir (Yıldırım ve Özmen, 2011).

Eğitimciler YouTube uygulamasında, belgesellerden benzer TV programlarına, konferans konuşmalardan sunumlara, eğitim kurumlarının hazırladığı derslerden öğrencilerin yaptığı çalışmalara kadar birçok eğitici video kullanmaktadırlar. Kandemir ve Alper (2011) YouTube'un eğitsel kullanımlarını şöyle sıralamıştır:

- *“Playback kontrolü sayesinde sınıf ortamında YouTube kullanımı avantajlı ve verimlidir. Herhangi bir video gösterimi esnasında YouTube'un önerilen videolarının sayfada görünmesi, öğrencilere düşünmedikleri ya da bilmedikleri içeriye sahip olması fırsatını sunabilir,*
- *YouTube’a üyelik sonrasında öğrenci ve öğretmenler bir kanal sahibi olabilir ve bu sayede yükledikleri ders videolarını internet ortamında yayınlatabilirler,*
- *PowerPoint ve benzeri yazılımlara YouTube videoları eklenebilmektedir. Böylece öğrenci ve öğretmenler yaptıkları sunumlarda içerikle ilgili görselleri kullanılabilmektedir,*
- *Sınıf ortamında kendini ifade etmekte zorlanan eğitimciler Youtube’u derse katılımı güdüleyen bir araç olarak kullanılabılır,*

- *El becerisi isteyen derslerde öğretmenler öğrencilerinin uygulaması gereken basamakları anlatan bir videoyu YouTube'a yükleyerek öğrencilere bu hususta kılavuzluk edebilirler”* (Akt. Altun 2015).

Eğitim ve Flickr: Bu uygulamada bulunan uçsuz bucaksız resim arşivi, eğitimin her kademesinde kullanılabilir. Öğrenciler birçok ders için resim elde edebilir ve bunları paylaşabilir. Paylaşılan resimler üzerinde tartışmalar yapılabilir, ders anlatılabilir. Bu uygulama ayrıca görsel sanat ve dil becerilerini geliştirebilir. Uygulama aracılığıyla sanatsal müze turlarının düzenlenmesi, dijital fotoğraf makinesinin kullanımı, kelime öğretimi, dijital öykü oluşturulması, boyama, farklı coğrafi resimler görme gibi sınıf içi ve sınıf dışı etkinlikleri yapılabilir (Gülbahar, Kalelioğlu ve Madran, 2010, akt. Altun, 2015)

2.3.1. Medya Okuryazarlığı Eğitimi

Medyanın hayatın pek çok alanında yer almaya başlaması, teknolojinin sunduğu sınırsız enformasyon/bilgi, bilgiye ulaşım olanakları, teknolojinin giderek ucuzlaması ve taşınım kolaylığı, medyanın insanları etkileme gücünün artması, medyanın insan davranışlarını şekillendirmeye başlaması, dengesiz medya tüketim alışkanlıklarının ortaya çıkması (Şahin, 2011) gibi faktörler eğitimcilerin medya okuryazarlığı kavramını ortaya çıkarmasını sağlamıştır.

2.3.2. Medya okuryazarlığı nedir?

Medya okuryazarlığı kavramı konusundaki ilk sistematik tanımlama Finli araştırmacı Sirkka Minkkinen tarafından 1978 yılında yapılmıştır. Minkkinen'e göre medya okuryazarlığı bilişsel, etik, felsefi ve estetik konularındaki becerileri geliştirmeyi hedeflemektedir (İnceoğlu, 2006). Medya okuryazarlığı dilimiz literatürüne İngilizce “media literacy” kavramının çevrilmesiyle girmiştir (Altun, 2010).

Medya okuryazarlığı konusu ile ilgili literatür incelendiğinde çıkış noktasının 1992 yılındaki Ulusal Medya Okuryazarlığı Öncülük Konferansı'nı da (The National Leadership Conference on Media Literacy) geliştirilen ve bu konu üzerindeki akademik ilginin formel bir alana dönüşmesinin başlangıcını oluşturan medya okuryazarlığı tanımı olduğu görülür. Bu tanıma göre medya okuryazarlığı; “*çeşitli biçimlerde mesajlara ulaşma, analiz etme, değerlendirme ve iletme yeteneği*”dir (Aufderheide, 1993, akt. Altun, 2010).

Medya okuryazarlığı kavramının tanımı üzerine yapılan çalışmalar sürmektedir. UNESCO medya okuryazarlığı eğitimi kavramını kullanmaktadır. UNESCO medya okuryazarlığını tanımı ise şöyle yapmaktadır: “*Hem pratik ve teorik sanatlar olarak medyanın tüm seviyelerdeki (ilk, orta, lise, yetişkin eğitimi, yaşam boyu eğitim) ve tüm durumlardaki bütün çalışma, öğrenme ve öğretim biçimleri, tarihi, yaratıcılığı, kullanımı ve değerlendirilmesi, hem de toplumda medyanın işgal ettiği yer, sosyal etkisi, medya iletişiminin, katılımının içinde saklı olan anlam, sebep oldukları algılama tarzı değişikliği, yaratıcı çalışma rolü ve medyaya ulaşma*” (UNESCO, 1984).

Medya okuryazarlığına ilişkin bir başka tanım ise ABD’de yer alan Ulusal Sosyal Bilgiler Konseyi’nde yapılan medya okuryazarlığı kavramı olmuştur. Konseye göre: “*Medya okuryazarlığı medya ve toplumun rollerini ve tüm mesaj çeşitlerinin çoklu anlamlarını sorgulamak için farklı türden medya ve bilgi iletişim teknolojisinin (mum boya çalışmalarından web kamerasına) kullanımını destekleyen bir eğitim yaklaşımıdır. Medya içeriğinin analizi aracın sorgulanmasıyla birleştirilmiştir. Bu yaklaşım analitiktir ve beceriye dayalıdır. Böylece medya okuryazarlığı öğrencilerin kendi alternatif görüntülerini, seslerini ve fikirlerini dikkatle gözden geçirmesi, oluşturma ve yayması gibi medya üretimiyle eleştirel sorgulama sürecini ilişkilendirmiştir. Medya okuryazarlığı hem mesajlara ulaşma, analiz etme, değerlendirme, oluşturma ve yayma becerilerini hem de büyüyen bir katılımcı kültürle ilgili kültürel yeterlikleri ve toplumsal becerileri içerir. Bu katılımcı kültür yalnızca “bireysel söylem” ile kalmıyor, işbirliği ve iletişim ağı oluşturarak gelişen sosyal becerileri gerektiren “toplumsal katılım” ile de nitelendiriliyor (Jenkins ve diğerleri, 2007: 4). Medya okuryazarlığı öğrencilerin*

medyanın izleyicileri nasıl konumlandığını ve nasıl kamuoyu oluşturduğunu öğrenmesi gibi ideoloji ve gücün analizini de içerir.” (Akt. Altun, 2010).

Masterman (1997) medya okuryazarlığını kapsam açısından bireylerin medyaya erişim, çözümleme, değerlendirme, kendi metinlerini üretebilme becerisi olarak tanımlamaktadır (Şahin, 2011,6). Medya okuryazarlığı çeşitli biçimlerdeki (televizyon, video, sinema, internet ve reklamlar gibi) medya iletilerine erişim, onları çözümleme, eleştirel olarak değerlendirme ve üretimleri kapsamaktadır (Scheibe ve Rogow, 2004). Medya okuryazarlığı becerisinde hedeflenen; bireyleri medya kullanırken demokratik haklarının farkında yurttaşlar olarak geliştirmek, toplumsal sorunlara duyarsız kalmamaları konusunda uyarmak ve medya manipülasyonu karşısında onları daha donanımlı kılmaktır (Cangöz, 2008, akt, Şahin, 2011).

Medya okuryazarlığı hakkındaki farklı bakış açıları, medya okuryazarlığının çeşitli tanımlarını ortaya çıkarmıştır:

Genel okuryazarlık kavramının bir uzantısı; görsel, müzik, reklam gibi yollarla gönderilen iletileri okumak için gerekli bir beceridir (CFML, 1999).

Basılı ve elektronik medya iletilerini okuma, çözümleme, değerlendirme ve kendi medya iletilerini üretebilme yetisidir (Masterman, 1997).

Medya metinlerine erişim yollarını bilme, eleştirel bir bakış açısıyla erişilen iletileri çözümleme ve değerlendirme, farklı sosyal iletişim biçim ve kanallarını kullanarak kendini ifade edebilme yetisidir (MLPPI, 1999).

Kitle iletişim araçları yoluyla edinilen bilgileri çözümleyerek bağımsız yargılar geliştirilmesine yardımcı olan bir eleştirel düşünme becerisidir (Silverblatt & Eliceiri, 1997).

Medya dünyasına girildiğinde karşılaşılan iletilerin anlamını yorumlarken sergilenen bir duruş veya bakış açısıdır (Potter, 2010).

Toplum içinde medyanın nasıl bir rolü olduğunu anlayabilmektir (Messaris, 1998, akt. Şahin, 2011).

Medya okuryazarlığının temelinde eleştirel ve yaratıcı düşünme yeteneklerini geliştirebilmek, örneğin; anahtar düşünceleri nasıl ayırt edebileceğini bilmek, çeşitli düşünceler arasında nasıl bağlantı kurabileceğini bilmek, uygun soruları nasıl sorabileceğini bilmek, yanıtlar oluşturabilmek, yanlışlıkları fark edebilmek vardır ki bunlar demokratik bir toplumda entelektüel özgürlüğü ve tam anlamıyla vatandaşlık görevini yerine getirmeyi sağlamaktadır (Jolls, Thoman, 2008: 13, akt. Bütün, 2010)

Medya okuryazarlığı kavramına ilişkin medya eğitimcisi (Len Masterman; Patricia Aufderheide; Scheibe ve Rogow) çeşitli ilkeler belirlemişlerdir. Bu ilkeler, medya okuryazarlığına yönelik doğru algıların gelişmesine olanak sağlamıştır. İngiltere'nin medya eğitmeni olan Len Masterman (1989) "Medya Farkındalığı Eğitimi" adlı çalışmasında medya eğitimi ile ilgili on sekiz ilke olduğunu belirtmiştir. Bu ilkeler:

1. Medya eğitimi, ciddi ve kayda değer bir uğraştır. Başta azınlıklar olmak üzere bireyselliğin desteklenmesi ve toplumun demokratik yapılarının kuvvetlendirilmesidir.
2. Medya eğitiminin merkezi kavramı temsilciliktir. Medya aracıdır, gerçeği yansıtmaz, temsil eder. Medya, deşifre edilmesi gereken sembolik işaret sistemleridir. Tüm akışı sağladığı için, bu ilke olmaksızın medya eğitimi yapılamaz.
3. Medya eğitimi, yaşam boyu devam eden bir süreçtir. Bu yüzden öğrenci motivasyonunun yüksek olması öncelikli olmalıdır.
4. Medya eğitimi, sadece eleştirel zekâyı değil, eleştirel özerkliği de geliştirmeyi amaçlar.
5. Medya eğitimi, araştırmadır; belirli kültürel ve siyasi değerleri empoze etmekle uğraşmaz.
6. Medya eğitimi güncel ve fırsatçıdır. Öğrenenlerin yaşam durumlarını aydınlatmaya çalışır. Bunu yaparken de geniş tarihsel ve ideolojik konular bağlamında bugünü konumlandırabilir.

7. Medya eğitiminde içerik sonuç için bir araçtır. Sonuç ise alternatif bir içerikten ziyade, dönüştürülebilir analitik araçların geliştirilmesidir.
8. Medya eğitiminin etkililiği sadece iki kritere göre değerlendirilebilir:
 - a. öğrencilerin eleştirel düşünebilme yeteneklerini yeni durumlara uygulayabilmeleri,
 - b. öğrencilerin gösterdikleri sorumluluk ve motivasyon miktarları.
9. Medya eğitiminde ideal değerlendirme, biçimsel ve gelişimsel anlamda öğrencinin öz değerlendirme yapabilmesidir.
10. Medya eğitimi, öğretmen ile tepki ve diyalogu doğuracak olan öğretilen arasındaki ilişkiyi değiştirmek için çabalar.
11. Medya eğitimi, araştırmalarını tartışmadan ziyade karşılıklı diyalog kurarak yürütür.
12. Medya eğitimi, aslında daha açık ve demokratik pedagojilerin gelişimini besleyen aktif ve katılımcı bir yapıdadır. Öğrencileri kendi öğrenmeleri üzerinde kontrol ve sorumluluk sahibi olmaları, ortak öğretim programı planlamasıyla meşgul olmaları ve öğrenimleri ile ilgili uzun vadeli bakış açıları kazanmaları yolunda teşvik eder.
13. Medya eğitimi, yeni konu alanları sunmaktan daha çok sınıfta yeni çalışma yolları hakkındadır.
14. Medya eğitimi, grup odaklı işbirlikçi öğrenmeyi kapsar. Rekabet içerisinde değil, tüm grubun iç görüşü ve kaynaklarına ulaşarak değeri artırılmış bir bireysel öğrenmeyi kabul eder.
15. Medya eğitimi, uygulamalı eleştiri ve eleştirel uygulamadan oluşur. Kültürel eleştirinin, kültür taklidine üstünlüğünü onaylar.
16. Medya eğitimi, holistik bir süreçtir. Yani ebeveyn, medya uzmanları ve öğretmen-meslektaş arasındaki ilişkilerin biçimlenmesidir.
17. Medya eğitimi, sürekli değişim ilkesine bağlıdır. Sürekli değişen gerçeklikle beraber gelişmek zorundadır.
18. Medya eğitiminin temeli özgün bir epistemolojidir. Mevcut bilgi öğretmenler tarafından basit bir şekilde aktarılmamış ve öğrencilerce keşfedilmemiştir. Bu bir son değil, başlangıçtır. Öğrenci ve öğretmenlerin aktif olarak

oluşturdukları yeni bilgidен çıkan diyalogun ve eleştirel araştırmanın konusudur.

Masterman, belirlediği bu 18 ilkede medya okuryazarlığı eğitiminin sahip olması gereken nitelikleri ortaya konulmaktadır (Çelik, 2008, akt. Ardıç, 2016).

Medya okuryazarlığı eğitimi ile ilgili çalışmalar sürdüğü için uzmanlar eğitimin nitelikleri hakkında tanımlar yapmaya devam etmektedir. Thoman, (2003, akt. Altun, 2013) bu ilkeleri yeni tanımlar yaparak şöyle açıklamıştır:

- Tüm medya mesajları kurgulanmıştır.
- Yapılandırılan medya mesajları kendi kuralları olan yaratıcı bir dil kullanır.
- Farklı kişiler aynı medya mesajını başka türlü yaşar.
- Medya, temelinde kazanç amaçlı bir sektördür.
- Medyaya değerler ve farklı bakış açıları yerleştirilmiştir.

Thoman'ın yaptığı bu tanımlar medya okuryazarlığı eğitiminde bireyin medya mesajları hakkında bilinçlenmesi gerektiğini ortaya koymuştur. Altun (2013), belirlenen ilkelerin medya mesajlarının analiz edilmesinde bir teknik kullanılmakta olduğunu belirtmiş ve bu amaçla medya okuryazarlığının ilkelerini aşağıdaki soruya dönüştürmüştür:

- Soru-1: Bu mesajı kim oluşturdu?
- Soru-2: Dikkatimi çekmek için yaratılan teknikler nelerdir?
- Soru-3: Başka insanlar bu mesajı sizden farklı olarak nasıl anlayabilirler?
- Soru-4: Bu mesaj niçin gönderildi?
- Soru-5: Bu mesajda sunulan ya da ihmal edilen yaşam tarzları, değerler ve bakış açıları nelerdir?

Özet olarak medyanın diliyle okuyup yazabilmek olarak tanımlayabileceğimiz medya okuryazarlığı yaşamı öğrenme çerçevesinde ele alan ve yaşam boyu sürmesi gereken bir beceridir.

Potter (1998), medya okuryazarlığı eğitim düzeyinin düşükten yükseğe doğru geliştirilmesi gerektiğini düşünürken şu hususlara dikkat çeker: Medya metnlerinin tüketim miktarlarını bilmek, tüketim süreci ve üretim süreci ile ilgili temel bilgilerle donanmak, farklı araçlar ve kanallar arasında karşılaştırma yapmak, yorumlama stratejileri üzerine düşünmek, medya metnlerini bir bağlama yerleştirmek. Potter’e göre medya okuryazarlığının sekiz sürekli evresi vardır:

- Temel öğeleri öğrenmek, dili öğrenmek,
- Anlatılanı öğrenmek, şüpheciliğin/eleştirinin gelişmesi,
- Derinlikli ilerleme,
- Deneysel gelişme ve keşif,
- Eleştirel farkındalık. (Binark ve Gencel-Bek, 2010, 55).

Şahin (2011) medya okuryazarlığına ilişkin temel ilkeler belirleyerek; sürekli ve sınırsız olan medya okuryazarlığının bir kategori olmadığını belirtmiştir. Buradan hareketle, herhangi bir kişiye “sen medya okuryazarısın” ya da “sen medya okuryazarı değilsin” demek uygun değildir. Şahin’in belirlediği ilkeler şöyle sıralanabilir:

- Medya okuryazarlığı becerilerimizi sürekli geliştirmeliyiz; medya okuryazarlık düzeyleri sabit kalmaz, zaman içerisinde sürekli gelişir ve geliştirilebilir.
- Medya okuryazarlığı çok boyutludur; bilişsel, duygusal, estetik ve değerler olmak üzere birbirine bağlı açıklanan dört boyutu vardır. Kişilerin bu boyutların her birindeki okuryazarlık düzeyleri farklı olabilir.
- Medya okuryazarlığı açısından temel amaç kişiye kontrol gücü kazandırmaktır; doğruluğu ve objektifliği tartışılmaz bilgilerin arayışına girmek değildir. Medyanın bize sunduğu yorumlardan belli örüntüler yakalamaya çalışmak, kendi yorumlama ve bilgi oluşturma sürecimizin farkında olmak medya okuryazarlığı eğitimindeki temel becerileri ifade etmektedir.

Medya okuryazarlığı eğitimi becerisine sahip olabilmek için mesajların farkında olmak ve onlarla bilinçli bir biçimde etkileşimde bulunmak, bir başka deyişle, medyayı etkili kullanmak gereklidir. Medya okuryazarlığı bilgiyi elde etme ve tekrar yapılandırmada bilişsel, duygusal, estetik ve ahlaki boyutları gerektirir. Bu dört boyutun tümüne ilişkin bilgi sahibi olmak bireyin kendi özelliklerinin ve eksikliklerinin farkında

olmasını gerektirir. Medya okuryazarlığı eğitimi, medya mesajlarının bu bağlamda değerlendirilmesini sağlamaktadır (Deveci, 2008).

Medya okuryazarlığı eğitimi yaşam boyu devam eden bir sürece odaklıdır. Medya okuryazarlığının amacı sadece teknolojik bir aleti açıp kapatmak olmadığı gibi, çocuklara gerçekleri söylemek ya da korumacı bir yaklaşım sergilemek değildir. Medya okuryazarı olmak bu dersin tarihçesini ezberlemek ve teoride kalmak da değildir. Medya okuryazarlığının asıl amacı, bireylerin kurgulanmış olarak gelen bütün medya mesajlarını eleştirel olarak ele almasına yarayacak olan soruları keşfetmesini sağlamaktır. Bu eğitimler ileri düşünce becerilerini geliştirici problemler sunmaktadır. Eğitimlerin; anahtar içeriklerin nasıl belirleneceğini, farklı fikirler arasında kurulacak bağlantıyı, yerinde sorular sormayı, göz yanılgılarını ve aldatmacaları ortaya çıkarmayı ve çözüm bulmayı kapsayacak şekilde olması gerekmektedir. Söz konusu beceriler zihinsel sorgulamanın temelini oluşturan gerçek bilgiden ziyade, demokratik toplumda ve ortak ekonomide tüm vatandaşların aktif olması açısından gereklidir (Kartal, 2007).

Potter (2005, 36) medya okuryazarı olan bir bireyin belirli becerilere sahip olması gerektiğini vurgulamaktadır. Sahip olunması gereken bu becerilerini yedi kategoride şöyle açıklamıştır:

1. Analiz: Mesajın içindeki anlamlı öğeleri irdeleyebilmek, sorgulayabilmek.
2. Değerlendirme: Öğeleri belirli standartlarla karşılaştırarak yargılayabilmek.
3. Gruplandırma: Öğelerin benzer ve farklı yönlerini belirleyebilmek.
4. Tümevarım: Küçük parçalardan yola çıkarak büyük parça hakkında genelleme yapabilmek.
5. Tümdengelim: Küçük parçaları açıklama için genel prensipleri kullanabilmek.
6. Sentez: Öğeleri yeni bir yapıda birleştirebilmek.
7. Soyutlamak: Mesajın kendisinden daha az sayıda sözcük kullanarak özünü yakalamak; kısa, net ve açık tanımlamalar yapabilmek (Akt. Bütün, 2010).

2.3.3. Dünyada medya okuryazarlığı eğitimi

Dünyada medya okuryazarlığı eğitiminin tarihi gelişimi incelendiğinde konuya genel bir bakışın oldukça zor olduğu görülmektedir. Bunun nedeni her ülkenin farklı bir

gelişim sürecini yaşamış veya halen yaşamakta olmasıdır. Bu konuda dünyada ön plana çıkan ülkeler kimi ülkeler vardır: (Altun, 2010) ABD, Kanada, Avustralya ve İngiltere medya okuryazarlığı hareketinin ilk filizlendiği yerler olarak kabul görmektedir. Çeşitli ülkelerde medya okuryazarlığını daha etkin kılma adına araştırma merkezleri oluşturulmuş, sempozyumlar düzenlenmiş ve ders müfredatına medya okuryazarlığı dersi yerleştirilmiştir (MEB, 2007, akt. Altun, 2010).

Medya okuryazarlığı kavramı ilk olarak İngiltere, Avustralya, Güney Afrika, Kanada ve Amerika'da gelişme göstermiş, bu ülkeleri Hollanda, İtalya, Yunanistan, Avusturya ve İsviçre gibi ülkeler takip etmiş ve eğitimcilerin medya okuryazarlığına olan ilgisi giderek artmıştır. Artan ilgiyle birlikte UNESCO bünyesinde uluslararası bir bilincin oluştuğu da görülmüştür (Altun, 2010).

1960'lardan beri konuyu gündeminde tutan UNESCO, 1982 yılında Almanya'da on dokuz ülkeden bir araya gelen uzmanlarla gerçekleştirdiği toplantının ardından medya eğitiminin gerekliliğini savunan bir bildiri yayınlamıştır. Medya metinlerinin kullananlar arasında eleştirildiği bildiride aileler, öğretmenler, medya çalışanları ve karar vericilerin sorumlulukları vurgulanmıştır (Binark ve Gencel-Bek, 2010, 52).

UNESCO, 1970'lerin sonlarına doğru medyanın artan toplumsal hâkimiyet gücüne dikkat çekerek, medya okuryazarlığı eğitimi uzmanlarının çabalarının önemini ortaya koyduğu iki çalışma ile vurgulamıştır. Bunlardan ilki 1977 yılında yayımlanan “Eğitimde Medya Çalışmaları” adlı yayındır. Bu çalışmada Batı Avrupa, İskandinavya, Sovyetler Birliği, Birleşik Devletler ve çeşitli uluslararası organizasyonların medya okuryazarlığı eğitime ve ekran eğitime (screen education) ilişkin durumu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Diğer bir çalışma ise 1978 yılında Finli medya uzmanı Sirkka Minkinen tarafından kaleme alınan “Kitle İletişim Eğitime Yönelik Genel Bir Program Modeli” adlı yayındır. Bu yayını medya okuryazarlığı eğitiminin tarihi gelişiminde önemli bir kilometre taşı olarak değerlendirmek mümkündür (Altun,2010).

UNESCO 1990 yılında Fransa da “Medya Eğitiminde Yeni Eğilimler” başlıklı bir Konferansı desteklemiş ve 2000 yılı baharında Avustralya'nın Viyana kentinde ilgili

uzmanları bir araya getirmiştir. Ayrıca çocuklar ve medya hakkında araştırma ağlarının gelişimini 1997 yılında Paris, 2000 yılında Sydney'de düzenlendiği konferanslarla ve “*International Clearinghouse on Children and Violence*” isimli çalışmasıyla ortaya koymuştur. İngiltere’de “*Len Masterman’s in The Education Revolution*” (1995) ve “*Francois Mariet*” ile Avrupa Konseyi için ortak hazırlanan “*Media Education in 1990s Europe*” (1994) isimli çalışmalar medya okuryazarlığı ile ilgili araştırmalara yön vermiştir. (Binark ve Bek, 2010, 53).

UNESCO’nun 1982 yılında Almanya’da yapılan “Grunwald Uluslararası Medya Eğitimi Sempozyumu” ile başlayan medya okuryazarlığı çalışmaları; 1983 yılında Ürdün’de “Eğitim Sürecinde Öğretmenlerin Kitle İletişim Araçlarını Kullanımı” konulu çalıştay, 1990 yılında Toulouse’ta “Medya Eğitiminde Yeni Yönelimler Konferansı”, 1999 yılında Viyana’da “Medya ve Dijital Çağ İçin Eğitim Konferansı”, 2002 yılında Seville’de “Gençler İçin Medya Eğitimi Semineri” ve 2007 yılında Riyad’da Ortadoğu’daki ilk uluslararası medya eğitim konferansı ile devam etmiştir (Altun, 2010).

Dünyanın farklı ülkelerine baktığımızda ise Finlandiya’da medya okuryazarlığının ilköğretim müfredatına 1970, liselere 1977’de girdiğini görürüz. Danimarka 1970, İsveç 1980 yılından itibaren medya eğitimi zorunlu ders olarak vermektedir (Binark ve Bek, 2010: 83). Almanya 1970 ve 1980’lerde medya okuryazarlığı ile ilgili kuramsal yayınlar çıkartmaya başlamıştır (Taşkiran, 2007, Akt. Ardiç, 2016). Avusturya’da 1983 yılında alınan kararlar itibari ile ilk ve orta öğretim programlarına medya eğitimi konusu girmeye başlamıştır. Bu ülke medya eğitimini 6-19 yaş aralığındaki öğrencilerin müfredatları ile eğitsel ilke olarak bütünleştirmiştir (Binark ve Bek, 2010, 81). Belçika’da 1970’li yılların başında birçok okulda uygulanmaya başlanan medya okuryazarlığı eğitimi, 1990 yılında resmileşmiştir. Fransa okullarında resmi düzeyde medya eğitimi izlencesi yoktur, ancak bazı konularda, okul öncesinden ortaokulun sonuna kadar, sinema ve görsel, işitsel eğitime başvurulmaktadır (Topuz, 2006, akt. Binark ve Bek, 2010, 84). İskoçya’nın medya okuryazarlığı eğitimi kavramsal çerçeve olarak İngiltere’ninkiyle benzerdir.

1983 yılında kurulan Medya Eğitimi Derneği ile medya eğitimi üzerine öğretmen yetiştirilmeye başlanmıştır. İspanya’da medya eğitimi resmi olarak 1990 yılında eleştirel yurttaşlık dersiyle başlamıştır. İsviçre’de medya eğitimi üzerine bir izlenec yoktur, ilgili öğretmen kadrosu olan okullarda seçmeli ders olarak verilmektedir. İtalya’da medya eğitimi çalışmaları 1980 ve 1990’larda başlamıştır (Binark ve Bek, 2007, akt. Ardiç, 2016). Kanada’da medya okuryazarlığı tarihi 1960’lara kadar uzanır, medya eğitimi 2000 yılında dil sanatları dersi kapsamına alınmasıyla zorunlu hale gelmiştir (Binark ve Bek, 2010: 98). Macaristan, 2003-2004 eğitim öğretim yılından başlayarak ilkokul ve lise düzeyinde medya okuryazarlığı ders programlarını uygulamaktadır. Malta’da medya eğitimi kilise ve bazı özel okullarda ilkokul ile ortaokul düzeyinde verilmektedir. Norveç’te 1977 yılından beri 1-10 yaş arasındaki çocuklar için ulusal medya izlencesi bulunmaktadır. Portekiz okullarında herhangi bir medya izlencesi yoktur, medya eğitimi 5. ve 6. sınıftaki çocukların Portekizce ve görsel eğitim derslerinde reklamcılık ve dil hakkındaki bilgiler kapsamında verilmektedir. Rus okullarında da medya eğitimi zorunlu değildir, fakat tarih, edebiyat, sanat gibi başka konularla ilişkilendirilmiş olarak işlenmektedir, zorunlu olmamasına rağmen 7-17 yaş arasındakiler için bir izlenec tasarlanmıştır. Yunanistan’da ilk defa 2001 yılı sonbaharında uygulanan medya eğitimi halen sürmektedir (Binark ve Gencel-Bek, 2010, 94).

2.3.4. Türkiye’de medya okuryazarlığı eğitimi

Türkiye’de 1930’lu yıllarda kitle iletişim araçlarının (o dönem için radyo, gazete ve sinema) aynı zamanda bir eğitim unsuru olduğu düşüncesi, Avrupa ve ABD ülkelerinde olduğu gibi, Türkiye’de de benimsenmekteydi (İnal 010). Burada Muvafık Uyanık’ın 1937 yılı “*Yeni Okulun Ders Vasıtalarından Gazete*” adlı çalışması anılmaya değer niteliktedir (Altun, 2010). 1937 tarihli bu çalışma, medya okuryazarlığı eğitiminin tarihi seyrinin ilk yıllarında ‘korumacı yaklaşım’ olarak nitelendirilebilecek dönemin yanlışlığını vurgulayarak, Türkiye’de medya okuryazarlığı alandaki bilgi ve bilincin 1933 yılına kadar uzandığını ortaya koymaktadır. Eserde, medya okuryazarlığı eğitiminin Batı’da nasıl tartışılıp uygulandığı ele alınmış ve Türkiye eğitim sistemi için

gazetelerin ders aracı olarak eğitim-öğretimde kullanılması önerisi gündeme taşınmıştır. İleriki yıllarda Türkiye eğitim sisteminde gazetenin yanı sıra özellikle radyo ve televizyondan eğitim aracı olarak yararlanılması yoluna gidilmiştir. 1980'li ve bilhassa 1990'lı yıllardan itibaren Batıda bu konuyla ilgili yapılan çeşitli nitelikteki çalışmalar halen sürmektedir (İnal, 2009)

Türkiye'de medya okuryazarlığı eğitimine ilginin ortaya çıkması ve yaygınlaşmasında Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun önemli katkıları olmuştur. RTÜK bu konuyu 20-21 Şubat 2003 tarihinde düzenlenen İletişim Şurası'nda dile getirmiş ve Şuranın sonuç bildirgesinde medya okuryazarlığı eğitimi hususuna yer verilmesinde etkili olmuştur. Radyo ve televizyon yayınları ile ilgili olarak kamuoyunda doğan tepki, beğeni ve hassasiyetleri sürekli olarak izlemek ve gerekli yönlendirmelerde bulunmak amacıyla kamuoyu araştırmaları yapmak, yaptırmak Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun yasayla belirlenmiş görevlerinden biridir (RTÜK, 2006). RTÜK'ün bu husustaki çalışmalardan bazıları şunlardır:

- Radyo ve TV'de Türkçe Kullanımı
- İlköğretim Çağındaki Çocukların Televizyon İzleme Alışkanlıkları Araştırması, 2006
- Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması, 2006
- Televizyon Haberleri İzleme Eğilimleri Araştırması, 8 Şubat 2007
- Radyo Dinleme Eğilimleri Araştırması, 14 Şubat 2007
- Kadınların Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması, 10 Mayıs 2007
- Almanya'da Yaşayan Türklerin Televizyon İzleme Eğilimleri Kamuoyu Araştırması, 14 Kasım 2007
- Özürlülerin Televizyon İzleme/Dinleme Eğilimleri Araştırması, Aralık 2007 (Altun, 2010).

Türkiye'de, Radyo Televizyon Üst Kurulu ile Millî Eğitim Bakanlığı'nın 2004 yılında başlattıkları işbirliği sonucu otuz sosyal bilgiler öğretmenine eğitim verilmiştir (Binark ve Bek, 2010, 98). 23-25 Mayıs 2005 tarihlerinde Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından I. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı

düzenlenmiştir (Alagözlü, 2012). Konferansta Gülden Treske, RTÜK’ü temsilen medya okuryazarlığının neden gerekli olduğuna ilişkin resmi bir bildiri sunmuştur (İnan, 2010).

2006 yılında RTÜK tarafından ilköğretim öğrencilerinin TV izleme alışkanlıkları konusunda bir çalışma yapılmış ve sonucunda öğrencilerin günde üç saate yakın TV izlediği bulgusu elde edilmiştir. Elde edilen sonuç medya okuryazarlığı dersinin ne kadar gerekli olduğunu ortaya koymuştur (RTÜK, 2006). Bu çalışma sonrasında RTÜK ile MEB Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı arasında 22 Ağustos 2006 tarihinde *Öğretim Kurumlarında Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Okutulmasına Dair İş birliği Protokolü* imzalanarak her iki kurumun yükleneceği görev ve sorumluluklar belirlenmiştir. Hemen ardından MEB Talim ve Terbiye Kurulu 31 Ağustos 2006 tarihinde *İlköğretim Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programını* kabul etmiştir. MEB Talim ve Terbiye Kurulu, 2006–2007 eğitim-öğretim yılında medya okuryazarlığı dersinin okutulacağı beş pilot okulu belirlemiştir. Bunlar;

- Adana ili, Seyhan ilçesi, Dumlupınar İlköğretim Okulu,
- Ankara ili, Çankaya ilçesi, Ahmet Vefik Paşa İlköğretim Okulu,
- Erzurum ili, Merkez Barbaros Hayrettin Paşa İlköğretim Okulu,
- İstanbul ili, Bakırköy ilçesi, Muzaffer Erdönmez İlköğretim Okulu,
- İzmir ili, Karşıyaka ilçesi, 80. Yıl Metaş İlköğretim Okulu

(Akt. Alagöz, 2012).

“Medya okuryazarlığı” dersi ülke genelinde 2007-2008 eğitim-öğretim yılından itibaren 81 ildeki 35.000 ilköğretim okulunun 6, 7 ve 8. sınıflarında seçmeli ders olarak okutulmaktadır (Binark ve Bek 2010, 99). Medya okuryazarlığı dersi 2007-2008 döneminde 425.000, 2008-2009 döneminde 1.020.000, 2009-2010 döneminde ise yaklaşık 840.000 ilköğretim ikinci kademe öğrencisi tarafından seçilmiştir (Şahin, 2011, 215).

2.3.5. Seçmeli medya okuryazarlığı ders programı

Gelişen teknolojiyle birlikte öğrencilerin bilgiye erişim olanaklarının artması, taraflı veya yanlış bilgi içeriklerine rastlanma olasılığını arttırmıştır. Doğal olarak bilgi

kirliliğine yol açan bu durum doğru ve yararlı bilginin nasıl elde edinilebileceği sorusunu akla getirmektedir (Şahin, 2011, 50). Medya okuryazarlığı eğitiminin temel amacı öğrencileri bilinçli, seçici bir medya okuryazarı yapmaktır. Bu bağlamda ilköğretimden başlayarak öğrenciye bilinçli, eleştirel bir medya tüketicisi ve üreticisi bilincini, kurgu ve gerçeği ayırt etme, medya iletilerini çözümleyebilme ve değerlendirme becerisini kazandırma hedefi eğitim için önemli bir konu haline gelmiştir (Jols ve Thoman, 2008, akt. Arhan ve Yavuz, 2016).

Ülkemizde 22 Ağustos 2006 tarihinde Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ile Millî Eğitim Bakanlığı Talim Terbiye Kurulu arasında “*Öğretim Kurumlarına Medya Okuryazarlığı Dersi Konulmasına Dair İş birliği Protokolü*”nün imzalanmasının ardından “İlköğretim Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı” 31.08.2006 tarihinde MEB Talim Terbiye Kurulu’nda görüşülerek kabul edilmiştir (RTÜK, 2006, akt. Altun, 2010).

Hazırlanan Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı, oluşturmacı (inşacı) bir yaklaşımla hazırlanmıştır (Altun, 2010). Programın genel amaçları yedi madde halinde sunulmuştur:

Bu programı başarı ile tamamlayan öğrenci;

- Medyayı farklı açılardan okuyarak yaşadığı çevreye duyarlı olur, ülkesinin problemlerini bilir, medyada gördüklerini aklın süzgecinden geçirerek bilinç kazanır.
- Televizyon, video, sinema, reklam, yazılı basın, internet vb. ortamlardaki mesajlara ulaşarak bunları çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneği elde eder.
- Yazılı, görsel, işitsel medyaya yönelik eleştirel bakış açısı kazanır.
- Mesajların oluşturulmasına ve analizine dönük olarak cevap bulmaktan soru sorma sürecine doğru bir değişimi gündeme getirir.
- Bilinçli bir medya okuryazarı olur.
- Toplumsal yaşama daha aktif ve yapıcı şekilde katılır.
- Kamu ve özel yayıncılığın daha olumlu noktalara taşınması noktasında duyarlılık oluşturulmasına katkı sağlar (MEB, 2006, akt. Çakmak, 2010).

Bu amaçları gerçekleştirmek için Seçmeli Medya Okuryazarlığı Programı çeşitli ünitelere ayrılmıştır:

Ünite 1: İletişime Giriş: Bu ünite de öğrencilerden iletişim süreci ve öğelerini fark etmeleri ile iletişim türlerini sınıflandırma becerisini kazanmaları beklenmektedir.

Ünite 2: Kitle İletişimi: Öğrencilerden kitle iletişim kavramını anlamaları, kitle iletişim araçlarını sınıflandırmaları ve iletişimle kitle iletişimi arasındaki ilişkiyi fark etmeleri beklenmektedir.

Ünite 3: Medya: Öğrencilerden medyanın işlevlerini sınıflandırmaları, medyanın toplumsal, kültürel, ekonomik yaşam üzerindeki etkilerini incelemeleri, medyanın yayınlarında etik kurallara bağlı kalmasının önemini görmeleri, medya okuryazarlığı kavramını tanıyarak medya mesajlarını algılamamanın ve çözümlemenin önemini fark etmeleri istenmektedir.

Ünite 4: Televizyon: Program öğrencilerinden, televizyonun birey ve toplumu yönlendirmedeki etkinliğini analiz etmelerini, Türkiye’deki televizyon yayıncılığını ve yayın politikalarını fark etmelerini ve televizyon program türlerini amaçları, işlevleri ve özellikleri bakımından ayırt etme becerisini kazanmalarını beklenmektedir.

Ünite 5: Aile, Çocuk ve Televizyon: Öğrencilerden televizyon izleme alışkanlıklarını yorumlamaları, televizyon yayınlarından korunma konusunda önerilerde bulunmaları, TV program türlerini çeşitli kriterlere göre değerlendirmeleri ve uyarıcı simgeleri tanıyarak dikkate almaları istenilmektedir.

Ünite 6: Radyo: Öğrencilerin radyonun işlevini ve olumlu niteliklerini açıklamaları, radyo yayınlarından korunma konusunda önerilerde bulunmaları beklenmektedir.

Ünite 7: Gazete ve Dergi: Program öğrencilerinden gazete ile ilgili temel kavramları tanımaları, haber ve fotoğraf ilişkisini analiz etmeleri, örnek bir gazete

hazırlamaları, içerik ve yayın periyoduna göre dergi türlerini sınıflandırmaları istenilmektedir.

Ünite 8: İnternet: Öğrencilerden internetin özelliklerini tanımaları, internette bilgiye erişim, haber okuma, sohbet, e-posta, uzaktan eğitim gibi etkinlikleri uygulamalı olarak gerçekleştirmeleri ve internetin olumlu özelliklerinin yanı sıra olumsuz etki ve özelliklerini tanımaları beklenmektedir (KOMİSYON, 2007, akt. Altun, 2010).

Teknolojik gelişmelerle medya alanındaki değişimler, medya okuryazarlığı programında da bir değişimin olmasını zorunlu kılmıştır. Medya okuryazarlığı ders içeriğinin gözden geçirilerek etkinliğinin artırılması için görüş alışverişinde bulunulması, aynı zamanda medya okuryazarlığının toplumun tüm kesimlerini içerecek şekilde yaygınlaştırılması amacıyla RTÜK tarafından Ankara’da Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı ile Millî Eğitim Bakanlığı’nın katkılarıyla “Medya Okuryazarlığı Çalıştayı” düzenlenmiştir (RTÜK, 2012).

30 Haziran – 01 Temmuz 2012 tarihlerinde, “Medya Okuryazarlığı Dersi Çalışma Grubu” ile “Yaşam Boyu Medya Okuryazarlığı Çalışma Grubu” bir çalıştay düzenlenmiştir. Medya Okuryazarlığı Dersi Çalışma Grubu, temel olarak, medya okuryazarlığı dersinin uygulama (medya analizi ve üretimi) ağırlıklı olarak planlanıp yürütülmesini, yaşam boyu öğrenme kapsamında medya okuryazarlığı eğitiminin, öğrenci-öğretmen-aile üçgeninde ele alınmasını, konuyla ilgili paydaşların (kamu kuruluşları, STK’lar, medya kuruluşları, sendikalar vb.) ve öğretmenlerin katılımcı bir anlayışla sürece dâhil edilmesi gerektiğini öngörmüştür (RTÜK, 2012).

Çalıştayda alınan tavsiye kararları doğrultusunda medya okuryazarlığı dersinin güncellenmesi amacıyla RTÜK ve Millî Eğitim Bakanlığı Temel Eğitim Genel Müdürlüğü arasında 23 Mayıs 2013 tarihinde “*İlköğretim Öğrencilerinde Medya Okuryazarlığı Bilincinin Geliştirilmesi ve Medya Okuryazarlığı Dersine Yönelik İş birliği Protokolü*” imzalanmıştır. Protokolün imzalanmasını takiben yeni bir medya okuryazarlığı dersi öğretim programı geliştirilmesi için MEB, RTÜK ve akademisyenlerden oluşan bir Komisyon kurulmuştur. MOY Öğretim Programı, Millî

Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı tarafından 27 Ocak 2014 tarihinde onaylanarak “Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Materyali” hazırlanması yönünde karar alınmıştır. Öğretim materyali 2014-2015 eğitim-öğretim yılında okutulmaya başlanmıştır (RTÜK, 2016).

Yeni medya okuryazarlığı programı ile medya okuryazarlığı dersinin amaçları öğrencilerin yazılı, görsel ve işitsel medyaya ek olarak sosyal ağlar, yeni medya ve video oyunları gibi diğer sayısal (dijital) ortamlara ait iletilere erişip kavramalarını, eleştirel bakış açısı ile çözümlemeler ve değerlendirmeler yapmalarını ve kendi iletilerini üretebilme becerisini kazanmalarını sağlamaktır (MEB, 2013). Programın genel amaçları şu şekilde ifade edilmiştir:

1. Medya olgusunu ve zaman içinde değişimiyle bireysel ve toplumsal yaşama yansımalarını kavramak.
2. Medya iletilerinin üzerinde düşünülebilecek ne olduğunu fark etmek.
3. İhtiyaç duyduğu doğru ve geçerli bilgiye farklı medya araçlarını etkin bir şekilde kullanarak erişmek.
4. Medya iletilerini biçimsel ve içerik özellikleri bakımından çözümlemek.
5. Medya iletilerini toplumsal, kültürel, ekonomik, politik bağlamları çerçevesinde değerlendirmek.
6. İnsan hakları, sorumluluk, etik, mahremiyet, kişisel güvenlik konularını dikkate alarak etkili ve düzgün iletileri oluşturabilme becerisine sahip olmak (MEB, 2013).

Genel amaçları gerçekleştirmek için Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programında şu ünitelere yer verilmiştir:

1. Eğlencem Medya: Bu ünite de öğrencilerin medyanın hayat içerisindeki yerini ve medya tüketim alışkanlıklarını değerlendirebilme, eğlence amacıyla seçilen medya iletilerinin içerik ve biçim özelliklerini çözümlemeyebilme, farklı izleyici kitlelerine yönelik eğlence üretebilmeleri beklenmektedir.
2. Medyaya Soru Soruyorum: Öğrencilerden bilgiye ulaşmak için farklı medya araçlarını ve arama stratejilerini kullanabilmesi, medyanın bilgi kaynağı olarak gücünü kavraması, tüm medya iletilerinin kurgulanmış olduğunu

kavraması, aynı medya iletilisinin farklı bireyler tarafından farklı şekillerde anlayabileceğini kavramayabilmesi beklenmektedir. Medya iletilerinin doğruluğu konusunda değerlendirmeler yapabilmek için medya iletilerini çözümleyebilmesi, medya iletilerinin doğruluğunun farklı kaynaklarla karşılaşılabilecek değerlendirmeler yapabilmesi, amaç ve hedef kitlesine uygun farklı türde medya iletilerini oluşturabilmesi beklenmektedir.

3. Önce Bir Düşüneyim: Öğrencilerden medya iletilerinde yazıların, seslerin ve görsellerin ikna etme amaçlı nasıl kullandığını kavraması, ikna etme tekniklerini göz önüne alarak reklamları çözümlemesi, medyada karakterlerinin kullanımını değerlendirmesi, ikna tekniklerini kullanarak medya iletilerini üretebilmesi beklenmektedir.
4. Benim Medyam: Öğrencilerden medyanın bireye sunduğu imkânların farkına varması, medya iletileri üretirken bireysel ve toplumsal hak ve sorumluluklara uyarak kendini ifade edebilmesi, medyayı kullanırken kişisel güvenlik kararlarına uyuyabilmesi, oluşturduğu iletileri başta internet olmak üzere medyada paylaşabilmesi, beğendiği veya sorumlu gördüğü içeriklere ilişkin duyarlı davranabilmesi, medya iletilerini çözümlerken ve üretirken dilin doğru kullanımına dikkat edebilmesi beklenmektedir(MEB, 2013).

Kabul edilen bu program Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi olarak 2014-2015 öğretim yılından itibaren 7 ve 8. sınıflarda uygulanmaya başlamıştır (MEB, 2013).

2.3.6. Sosyal bilgiler ve sosyal medya

Değişen teknolojik gelişmeler sosyal bilgiler programına yansıtılarak genç kuşaklara aktarılmaya çalışılmıştır (Altun, 2015). Sosyal bilgilerin tarihsel gelişimi incelendiğinde gazete, radyo, televizyon ve internet gibi kitle iletişim araçlarının ve güncel olayların öğretimi gibi eğitsel konularda dersin kapsamına girdiği görülmektedir. Ancak kapsamın her geçen gün genişlemesi ve yaşanan çağdaş gelişmeler konunun medya okuryazarlığı adı altında daha sistematik olarak ele alınması gerektiğini ortaya koymuştur (Altun, 2013, akt. Altun, 2015).

Sosyal bilgiler dersi öğrencilere düşünme, araştırma, eleştirel ve kalıp yargıları fark etme becerisi gibi beceriler kazandırmaktadır (Demirkaya, 2008). Medya okuryazarlığı ve sosyal bilgiler dersinde bulunan ortak beceriler öğrencilerin sosyal medyayı kullanmada bilinçli birer birey olmasında önemli bir rol almaktadır. Sosyal medyanın birçok özelliği ve olanakları öğrencilere aktif, yaratıcı, araştırma yapan, sorgulama ve problem çözme becerilerini kullanmaları ve geliştirmeleri konusunda destek olmaktadır. (Gülbahar vd. 2010). Öğrencilere, sosyal bilgiler eğitiminde toplumsal hayata aktif katılım için gerekli bilgi, beceri, davranış ve değerleri kazandırmayı hedeflemekle beraber demokratik vatandaş eğitimi sunulmaktadır (Yılmaz, 2011). Öğrencilerin bu becerileri kazanması ve etkili birer sosyal medya kullanıcıları olması açısından sosyal bilgiler eğitimi yararlı olacaktır.

2.4. İlgili Araştırmalar

Alan yazını incelendiğinde, sosyal medya kullanımına yönelik farklı çalışmalar bulunduğu görülmektedir. Bu çalışma ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını kapsadığından, ilgili araştırmalar sosyal medya ve medya okuryazarlığı programının sosyal medya kullanıma yönelik olanlarıyla sınırlı tutularak iki başlık altında verilecektir.

2.4.1. Öğrencilerin sosyal medya kullanımına ilişkin çalışmalar

Alican ve Saban'ın (2013) "*Ortaokul ve Lisede Öğrenim Gören Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Tutumları: Ürgüp Örneği*" adlı çalışmalarında, ortaokul ve lisede öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya kullanımına ilişkin tutumlarını belirlemek, sosyal medyaya ilişkin tutumlar arasında farklılık olup olmadığını araştırmak ve çeşitli değişkenlerin etkili olup olmadığını ortaya koymak amaçlanmıştır. Araştırmanın çalışma grubu, 2013-2014 eğitim-öğretim yılında Nevşehir ili, Ürgüp ilçe merkezindeki 172 ortaokul, 181 lisede öğrenim görmekte olan toplam 353 ortaokul ve lise öğrencisinden oluşmaktadır. Çalışmanın sonucunda, öğrencilerin

sosyal medyaya yönelik tutumlarının kısmen olumlu olduğu, erkeklerin kızlara göre sosyal medyaya dair daha olumlu tutuma sahip oldukları, ortaokul ile lisede öğrenim gören öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumları arasında anlamlı bir fark olmadığı ortaya konulmuştur.

Oktar ve Argın'ın (2014) "*Öğrencilerin Sosyal Medyaya İlişin Tutumlarının Kullanım Alışkanlıkları Bağlamında İncelenmesi*" adlı çalışmasında, öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının, sosyal medya ve internet kullanım alışkanlıkları bakımından incelenmesi hedeflenmiştir. Araştırma grubu 2012-2013 eğitim öğretim yılında İstanbul ili, Çekmeköy ilçesindeki devlet okullarının 8, 9, 10, 11 ve 12. sınıflarında öğrenim gören toplam 735 ortaokul ve lise öğrencisinden oluşmaktadır. Araştırma sonucunda, öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının; hangi sosyal medya sitelerine üye oldukları, en fazla kullandıkları sosyal medya sitesinin hangisi olduğu, sosyal medyayı kullanma süreleri ve sıklığının sosyal değişkenine göre anlamlı farklılık gösterdiği ortaya konulmuştur.

Karakoç ve Avcı (2015) ilköğretim öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları üzerine Elâzığ ili örneğini alarak bir araştırma yapmıştır. Çalışma, Elazığ il merkezinde bulunan 400 ilköğretim öğrencisiyle yüz yüze görüşmeler (anket) gerçekleştirilerek yapılmış, sonucunda öğrencilerin büyük bir kısmının sosyal medyayı uzun süredir kullandığı gözlenerek katılımcıların cinsiyetlerine göre sosyal medyayı kullanım durumlarında bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Beder'in (2015) "*Ortaokul Öğrencilerinin Güvenli İnternet Kullanım Durumlarının Belirlenmesi*" adlı yüksek lisans tez çalışmasında ortaokul öğrencilerinin güvenli internet kullanım durumlarının belirlenmesi amaçlamıştır. Çalışma 2014-2015 Öğretim Yılı döneminde Afyonkarahisar İl Merkezinde bulunan 5, 6, 7 ve 8. sınıfta öğrenim gören farklı sosyoekonomik düzeye sahip 255'i (%50,7) kız, 248'i (49,3) erkek olmak üzere toplam 503 ortaokul öğrencisi ile yapılmıştır. Araştırma sonuçlarında öğrencilerin güvenli internet kullanımı ile ilgili bilinç düzeyinin genel olarak yüksek olduğu tespit edilmiştir. Kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre daha bilinçli hareket

ettikleri görülmüştür. 8. sınıf öğrencilerinin bilinç düzeyinin, 6. Sınıf öğrencilerine göre daha düşük olduğu belirlenmiştir.

Tekin'in (2016) "*Ortaokul Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımıyla Algılanan İnsani Değerlerin İncelenmesi*" adlı yüksek lisans tez çalışmasında ortaokul öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ile algılanan insani değerler arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma grubu 2014–2015 eğitim öğretim yılında Adıyaman Merkez ilinde bulunan ortaokul 7. ve 8. sınıfa giden toplam 1952 öğrenciden oluşmaktadır. Araştırma sonucunda, sosyal medya kullanım süresi arttıkça öğrencilerin insani değerler ölçeklerinden aldıkları puanların bazı alt boyutlarda düştüğü, bazılarında anlamlı düzeyde yükseldiği, cinsiyetin erkekler lehine 'Sosyal Medya Kullanma Motivasyonları ve Doyumlar Ölçeği'nde anlamlı fark yarattığı tespit edilmiştir.

2.4.2. Medya okuryazarlığı programının sosyal medyada kullanımına ilişkin çalışmalar

İnan (2013) tarafından hazırlanan "*Medya Okuryazarlığı Sürecinde Medya, Çocuk ve Ebeveyn İlişkisi: Ortaokul Öğrencilerinin ve Ebeveynlerinin Televizyon ve İnternet Kullanımlarına İlişkin Tutum ve Davranışlarının İncelenmesi*" adlı doktora çalışmasında, ortaokul öğrencilerinin televizyon ve internet kullanım durumları, sosyal yaşantılarında medya araçları nedeniyle karşılaştıkları olumsuz etkiler, ebeveynlerinin televizyon ve internetle ilgili farkındalık durumları, çocukları üzerindeki denetim ve kısıtlamaları arasındaki ilişkiyi incelenmiştir. Araştırma 6, 7 ve 8. sınıflara devam eden 1302 öğrenci ve bu öğrencilerin ebeveynleri üzerinde yapılmıştır. Çalışmada, öğrencilerin çoğunluğunun televizyon, bilgisayar ve internet gibi geleneksel ve yeni kitle iletişim araçlarına erişimlerinin üst düzeyde olduğu, ancak öğrencilerle ebeveynlerinin medya okuryazarlığı becerilerinin kısıtlı olduğu, çocukların televizyon ve internetin olumsuz etkilerine karşı risk altında olduğu tespit edilmiştir. Öğrencilerin kontrolsüz ve denetimsiz olarak; televizyon seyretme, internet kullanma, sosyal medyada kişisel bilgilerini paylaşma, internet bağımlılığı, ebeveyninden yardım isteyememe, internetten elde edilen bilgilerin güncelliği ve doğruluğuna inanma, internette dolandırılma, haklarında dedikodu yayılması gibi önemli sorunlarla karşı

karşıya oldukları ortaya konulmuştur. Ebeveynler bakımından ise; internet ve bilgisayarda çocuklarını kontrol edebilecek düzeyde bilgiye sahip olmama, çocuklarının internet kullanımını denetleyememe, televizyon ve internetin ödül/ceza aracı olarak yanlış kullanılması, çocuklarıyla kaliteli vakit geçiremememe, kitle iletişim araçları yüzünden çocuklarında ahlaki çöküş, düzensiz beslenme, bilinçsiz tüketim, şiddet vb. sorunlarla karşılaşma ön plana çıkan sorunlar olarak tespit edilmiştir.

Uysal (2013) yapmış olduğu “Meslek lisesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ile eğitsel sosyal medya kullanımlarının değerlendirilmesi” adlı araştırmasında meslek lisesinde okuyan öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanma durumları, kullanma amaçları ve eğitsel bağlamda kullanılmasına yönelik öğrenci görüşleri incelenmiştir. Araştırmasında toplam 344 kişiden oluşturmuştur. Araştırma sonucunda, öğrencilerinin görüşlerine göre sosyal medya sitelerinin lise eğitiminde olumlu katkısı olduğu, eğitsel bağlamda kullanılmasının iletişim, iş birliği ve kaynak paylaşımı konusunda yararlı olacağı bulunmuştur. Öğrencilerin sosyal medya sitelerini kullanma amaçlarının daha çok eski arkadaşları ile iletişim kurmak, ortak ilgi ve gereksinimlere sahip gruplara katılmak ve kısa sürede daha çok bilgi paylaşmak olduğu sonucuna ulaşmıştır. Öğrencilere göre sosyal medya siteleri: iletişim, sosyalleşme, haberleşme, paylaşım, kendini ifade etme ve psikolojik rahatlama açısından olumlu etkilere sahipken; gereğinden fazla zaman harcama, ders verimliliğini düşürme, ilginin dağılması, sosyalleşmeyi engelleme şeklinde olumsuz etkilere de sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Özay’ın (2014) *ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığına ilişkin görüşleri* hakkında yaptığı araştırması 2013-2014 eğitim-öğretim yılında ortaokullarda eğitim gören öğrenciler üzerinde yapılmıştır. Araştırmanın örneklemi için 2013-2014 eğitim-öğretim yılında İstanbul’da 5, 6, 7 ve 8. sınıftan toplam 670 öğrenci ile anket çalışması yapılmıştır. Öğrencilerin medya araçlarından yaygın olarak televizyon, internet ve cep telefonunu kullandıkları; kitap, gazete, dergi, DVD ve VCD kullanma oranlarının düşük olduğu, genelde Facebook ve Twitter gibi sosyal ağları takip ettikleri, televizyon izledikleri için ders çalışmadıkları, televizyonda gördükleri şiddet olaylarından etkilendikleri tespit edilmiştir. Ayrıca ülkemizde medyanın tarafsız olmadığını

düşündükleri, kitle iletişim araçlarına güvendikleri için medyayı eleştirel bir bakış açısıyla takip etmedikleri, medya okuryazarlığının en önemli amacının medya metnlerindeki sosyal, kültürel, ekonomik ve politik yönlendirmelere karşı uyanık bir birey yetiştirmek olduğunu düşündükleri sonucuna varılmıştır.

Ulusoy ve Bostancı (2014)'nın "Çocuklarda sosyal medya kullanımı ve ebeveyn rolü" adlı araştırmasına da çocukların sosyal medya kullanımına ebeveyn etkisini çeşitli boyutlarıyla ele almaya çalışmış ve 444 ebeveynin katılımıyla gerçekleştirilen anket aracılığıyla ebeveynlerin sosyal medya kullanan çocuklarına ilişkin düşünceleri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Araştırma sonucunda çocukların hemen hemen her gün internet erişimine sahip olduklarını, sosyal medyaya erişmek için en fazla ev bilgisayarını kullandıkları, en sık kullandıkları sosyal ağın Facebook olduğu, sosyal medya kullanmaya başlama yaşlarının genellikle 7-9 yaş aralığı olduğuna ulaşmıştır. Ebeveynlerin büyük çoğunluğunun sosyal medya kullandıkları, çocuklarının sosyal medya hesap şifrelerine sahip oldukları, çocuklarının sosyal medyada güvende olmadıklarını düşündükleri ve çocuklarının sosyal medya kullanırken uyması gereken kuralları belirten yazılı bir metin hazırlamadıkları tespit etmiştir.

Oflas (2016) tarafından 6, 7 ve 8. sınıf öğrencilerine seçmeli ders olarak okutulan medya okuryazarlığı dersini alan ve almayan ilköğretim ikinci kademe öğrencilerinin medyaya bakışları değerlendirilmiştir. Oflas, araştırmasını 2014-2015 eğitim öğretim yılında Denizli ilindeki okullarda 8 yıllık öğrenim sürecini tamamlamış ve 2015-2016 eğitim öğretim döneminde 9. sınıfa yeni başlayan 576 öğrenci üzerinde gerçekleştirmiştir. Araştırma sonucunda öğrencilerin orta düzeyde medya okuryazarı oldukları tespit edilmiştir. Çalışma medya okuryazarlığı eğitimi alan öğrencilerle dersi almayan öğrencilerin kitle iletişim araçlarını kullanım sıklıklarında, medyaya ve medya okuryazarlığı dersine bakış açılarında anlamlı farklılıklar olmadığını, ancak dersi alan öğrencilerin kendi mesajını oluşturabilme düzeylerinin dersi almayan öğrencilere göre daha yüksek olduğunu ortaya çıkarmıştır.

Tuğlu (2017) "Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçları ve sosyal medya kullanımlarına ilişkin tutumları" adlı araştırmasında ortaokul

öğrencilerinin sosyal medyayı kullanım amaçlarını belirlemek ve sosyal medyaya ilişkin tutumlarının cinsiyet, yaş, sınıf düzeyi ve okul türü değişkenleri göz önünde bulundurularak anlamlı farklılıklar olup olmadığını belirlemek amacıyla yapmış ve araştırmayı 500 öğrenci ile oluşturmuştur. Araştırmaya göre öğrenciler sosyal medyayı en çok arkadaşlarıyla iletişim amacıyla kullandıkları ve öğrencilerin sosyal medya kullanımlarına ilişkin tutumlarında cinsiyet, yaş, sınıf düzeyi ve okul türü değişkenlerine ilişkin anlamlı farklılıklar olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Bu çalışmalar genel olarak değerlendirildiğinde; sosyal medya kullanımına dair yapılan çalışmalarda, sosyal medya kullanımı ve medya okuryazarlığı dersine önem verildiği görülmekte ise de çalışmaların halen alan yazını yetersiz kaldığını söylemek mümkün.

III. BÖLÜM

3. Yöntem

Bu bölümde araştırma modelinde kullanılan yöntem, çalışılan grupta kullanılan görüş formlarına, toplanan verilere, verilerin oluşturulma sürecine ve analizinde kullanılan tekniklere ilişkin bilgiler yer almaktadır.

3.1. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmamızda betimsel araştırma modeli kullanılarak öğrencilerin sosyal medya kullanım durumları irdelenmeye çalışılmıştır. Betimsel (descriptive) araştırmalar verilen bir durumu olabildiğince tam ve dikkatli bir şekilde tanımlar (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel 2012). Ortaokul 5, 6, 7 ve 8. sınıf düzeyinde eğitim gören öğrencilerin, sosyal medyaya yönelik bakış açılarını, kullanma nedenlerini, kullanma sıklıklarını, hangi mekânda kullandıklarını, kimlerle iletişim kurduklarını ve sosyal medyada neyi takip ettiklerini, neleri beğendikleri ve beğenmediklerini belirlemeye çalışılmıştır. Araştırmanın veri toplama aşamasında uzman görüşüyle hazırlanmış yarı yapılandırılmış görüş formları ile öğrencilerin bilgi ve görüşleri alınmıştır.

Araştırmanın veri toplama aşaması kapsamında ise ortaokul 5, 6, 7 ve 8. sınıf öğrencilerinin sosyal medya algılarını, kullanımlarını, iletişimini, kullanım sürelerini, kullanım mekânlarını belirlemek için uzman görüşüyle hazırlanan yarı yapılandırılmış görüş formu hazırlanmış ve öğrencilerin bilgi ve görüşleri alınmıştır.

3.2. Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubu, 2015-2016 eğitim öğretim yılında Bolu İl Milli Eğitim Müdürlüğü'ne bağlı üç farklı okullarda öğrenim gören, 528 öğrenciden oluşmaktadır. Çalışma grubundaki öğrenciler farklı sosyo-ekonomik düzeyden oluşmaktadır. Öğrencilerin okulları üst, orta ve alt sosyo-ekonomik düzeyden oluşmaktadır.

Tablo 3.1. Çalışma Grubu

Sınıf	Kadın	Erkek	Toplam
5. sınıf	60	58	118
6. sınıf	66	52	118
7. sınıf	74	72	146
8. sınıf	72	74	146
Toplam	272	256	528

Araştırma grubu 5. Sınıf 60 kadın, 58 erkek; 6. Sınıf 66 kadın, 52 erkek; 7. sınıf 74 kadın, 72 erkek ve 8. sınıf 72 kadın, 74 erkek öğrenci olmak üzere toplam 528 öğrenciden oluşmaktadır.

3.3. Veri Toplama Aracı

Çalışmada kullanılan görüş formu hazırlanırken alan yazın araştırması yapılmış, uzman görüşü alınarak formlar oluşturulmuş ve ön uygulama yapılmıştır. Görüş formu dört boyuttan oluşturulmuş, dört soruya odaklanarak, öğrencilerden görüşler alınmıştır. Öğrencilerin öncelikle kişisel bilgileri alınmış, sonrasında ise sosyal medya algılarına, kullanım sürelerine, kullanım mekânlarına, kimlerle iletişim kurduklarına odaklanılmıştır (EK-1). Araştırmacı, verilerin toplanmasında görev almıştır. Araştırma formu öğrencilerin derslerine giren sosyal bilgiler öğretmenleri tarafından uygulanmıştır.

3.4. Verileri Çözümleme

Elde edilen verilerin betimsel analiz yoluyla çözümlemeleri yapılmıştır. Bu yaklaşıma göre, elde edilen veriler, daha önceden belirlenen temalara göre özetlenir ve yorumlanır. Veriler araştırma sorularının ortaya koyduğu temalara göre düzenleneceği gibi, görüşme ve gözlem süreçlerinde kullanılan sorular ya da boyutlar dikkate alınarak da sunulabilir. Betimsel analizde, görüşülen ya da gözlenen bireylerin görüşlerini çarpıcı bir biçimde yansıtmak amacıyla doğrudan alıntılara sık sık yer verilir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Çalışmada betimsel analiz yoluyla, öğrencilerin vermiş oldukları cevapların eğilimleri ve temaları ortaya konulmuş, bu kapsamda tematik çerçeve oluşturulmuş, bulgular bu çerçevede tanımlanmış ve yorumlanmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Çalışmamızda ise araştırma sorularının ortaya koyduğu görüşlere göre ana temalar oluşturulmuş, oluşturulan ana temalar kategorilere ayrılmış ve sayısal olarak ifade edilmiştir. Öğrenciler sınıflara ve cinsiyetlerine göre ayrılmış, 5. sınıf Ö1K, 6. sınıf Ö2E, 7. sınıf Ö3E ve 8. sınıf Ö4K şeklinde kodlanarak sınıfları cinsiyetleri belirlenmiş ve görüşleri yansıtılmıştır. Kadın ve erkek öğrencilerin cevapları sayısal olarak ifade edilmiş, çarpıcı bulunan görüşler çalışmaya yansıtılmıştır.

3.5. Güvenirlik ve Geçerlilik

Çalışma verileri, sosyal bilgiler ve medya okuryazarlığı alanında uzman kişilerin görüşleri alınarak oluşturulmuştur. Uzmanların görüşleri doğrultusunda taslak olarak hazırlanan formların güvenilirliklerini test etmek amacıyla ön uygulama yapılmıştır. Yıldırım ve Şimşek'e (2011) göre, nitel araştırmada geçerlilik; araştırmacının araştırdığı olguyu, olduğu biçimiyle ve olabildiğince yansız gözlemesi anlamına gelmektedir (Kirk ve Miller, 1986, akt.Yıldırım ve Şimşek, 2011). Çalışmada geçerliliğin bu ilkesine bağlı kalınmış, betimsel türden bir analiz kullanıldığı için araştırmada görüşülen bireylerin alıntılarına doğrudan yer verilmiştir.

Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel'e (2012) göre, nitel araştırmalarda verilerin kayıt edilmesi, gözlenmesi, birden fazla veri kaynağının

kullanılması ve gözlemler arası tutarlılığın birden fazla araştırmacı tarafından incelenmesi sonuçların güvenilirliğine ilişkin bilgi verecektir. Buradan hareketle, çalışmada kodlama kullanılarak hem iki uzmanın gözlemleri arasındaki tutarlılık izlenmiş hem de aynı içerik birden fazla kodlanılarak tekrar edilebilmiştir. Miles ve Huberman'ın (1994) araştırmalarda güvenilirlik ve geçerliliği arttırmak için oluşturdukları soru listesine uyulmuştur (Yıldırım ve Şimşek, 2013).



IV. BÖLÜM

4. Bulgular ve Yorumlar

Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyayı kullanmalarına yönelik bulgular beş başlık altında tartışılmıştır. Bu başlıklarda ortaokul öğrencilerinin sosyal medyaya yönelik algısı, öğrencilerin sosyal medyayı kullanımı, kullanım süresi ve mekânına dair bulgular tespit edilerek değerlendirilmiştir. Elde edilen verilerin analizi ile tespit edilen bulgular, sorulan araştırma soruları başlıkları altında sunulmuştur.

4.1. Birinci Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorumlar

Birinci alt problem kapsamı öğrencilerin sosyal medya algısını belirlemek üzere oluşturulmuş olup, bu çerçevede elde edilen bulgular yorumlanarak bazı sonuçlara varılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilere sosyal medya nedir, ne işe yarar, sosyal medyanın olumlu ve olumsuz yönleri nelerdir şeklinde sorular yöneltilmiş ve alınan cevaplar veri olarak çözümlenmiştir.

4.1.1. Sosyal medya nedir?

Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyaya yönelik algısı belirlemek üzere kendilerine yöneltilen “sosyal medya nedir” sorusuna verdikleri cevaplar Tablo 4.1.’de gösterilmiştir.

Tablo 4.1.1. Sosyal medyanın ne olduğuna ilişkin bulgular

Sınıflar Temalar	5 K-E	6 K -E	7 K-E	8 K -E	Toplam 528	%
İletişim aracı	53-34	51-43	49-33	42-30	335	66,4
Eğlence aracı	13-9	10-6	11-12	15-9	85	16,0
Paylaşım aracı	5-6	7-3	14-12	6-8	61	11,5
Eğitim aracı	2-5	4-10	6-6	10-7	50	9,4
Katılım aracı	4-4	5-8	8-4	8-5	46	8,7
Facebook'tur	0-0	7-11	4-2	9-7	40	7,5
Sosyalleşme aracı	0-0	4-2	4-3	9-2	24	4,5
Özgürlük	0-0	0-0	3-0	5-2	8	1,5
Hayat tarzıdır	1-0	1-0	0-1	0-0	3	0,5
Gruplaşma	0-0	0-0	0-1	2-0	3	0,5
Diğer	3-3	1-1	0-0	2-0	10	1,8
Toplam	142	174	173	178	667	

Tablo 4.1.1.'de görüldüğü gibi ortaokul öğrencilerinin “sosyal medya nedir” sorusuna ilişkin verilen cevapta “**iletişim aracı**” %66,4 olarak görülmektedir. Öğrencilerin iletişimi farklı amaçlar için kullandıkları da görülmektedir. Çalışmaya katılan öğrenciler, arkadaşlarla sohbet %17,0, iletişim kolaylığı %5,3 akrabalarla konuşma %3,8, sohbet, muhabbet %2,6, tanıdıklarıyla iletişim %2,3, tanımadıklarıyla iletişim %1,7, küreselleşme %1,7 şeklinde cevap vermişlerdir. Örneğin; 5. Sınıf 1k kodlu öğrenci “*insanların sanal âlemde konuşmaya yarayan sayfa*”, 6. sınıf 67k kodlu öğrenci “*benim için sosyal medya insanların birbirleriyle daha iyi çabuk ve kolay kaynaştığı bir sanal mekândır*”, 7. Sınıf 74e kodlu öğrenci “*arkadaşlarımla internet üzerinde sohbet etme.*”, 47e kodlu öğrenci “*modern haberleşme*”, 84 e kodlu öğrenci “*benim kendimi her zaman arkadaşlarımla hissetmemi sağlar*”, 8.sınıf 95k öğrenci “*arkadaşlarımla bir ortamda buluşmak ve internet üzerinden konuşmak*”, olarak algıladıkları görülmektedir. İletişim oranının özellikle 7. sınıf öğrencilerinde daha fazla görüldüğü dikkat çekmektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %16'sı sosyal medya nedir sorusuna “**eğlence aracı**” olarak cevap verdiği görülmektedir. Bu cevap içerisinde oyun oynamak %20, can sıkıntısını gidermek %9,4 kafa dağıtmak %2,3 yer almaktadır. Örneğin; 5. sınıf. 2e kodlu öğrenci “*insanın kafasını dağıtıp eğlenmesini sağlar*”, 6.sınıf 102e kodlu öğrenci “*...bence canın sıkıldığında oyun oynamak için yapılmış*”, 7. sınıf 108e kodlu öğrenci “*teknolojinin yarattığı en önemli eğlence merkezi*” ve 8. sınıf “*benim moralimi yerine getirebilecek bir şey, eğlence*” olarak algılamaktadır.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %11,5'i sosyal medya nedir sorusuna “**paylaşım aracı**” olarak cevap verdiği görülmektedir. Bu cevap oranı içerisinde fotoğraf paylaşma %11,4, bilgilerimizi paylaşma %8,1, durum paylaşma %4,9'tür. Örneğin; 5. sınıf 60e kodlu öğrenci “*herkesin sevincini üzüntüsünü duygusunu paylaştığı yerdir*”, 6. sınıf 83e kodlu öğrenci “*insanların internette durumlarını fotoğraflarını paylaştığı internet siteleridir*”, 7. sınıf 68k kodlu öğrenci “*insanların özgürce istediklerini paylaştıkları yerlerdir*” ve 8. sınıf 93e “*bence sosyal medya paylaşım noktasıdır*” olarak algılamaktadır.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %9,4'ü sosyal medya nedir sorusuna “**eğitim aracı**” olarak cevap verdiği görülmektedir. Bu cevap oranı içerisinde gündemi takip etme %48,0, bilgi edinme %30,0, dünyadan haber alma %8,0, araştırma yapmak %4,0 ve kültürlenme %4'tür. Örneğin; 5. sınıf 17e kodlu öğrenci “*haberlerden haberdar olmamızdır*”, 6. sınıf 9k kodlu öğrenci “*...bazı medyalardan bilgi öğrenmedir*”, 36k kodlu öğrenci “*Sosyal medya insanın sosyal kültürünü geliştirir. İnsanların kültürlerini arttırarak daha bilinçli olmalarını sağlar*”, 7. sınıf 7k kodlu öğrenci “*Sosyal medya haber, hava durumu gibi şeyleri öğrenebilmektir*” ve 8. sınıf 119k kodlu öğrenci “*...dünyadan haber almamızı sağlar*” olarak algılamaktadır.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %8,7'i sosyal medya nedir sorusuna “**katılım aracı**” olarak cevap verdiği görülmektedir. Bu cevap oranı içerisinde kendini ifade etme %84,7, durum belirtme %8,6'tür. Örneğin; 5. sınıf 65k kodlu öğrenci “*insanların düşüncelerini paylaştığı sitelerdir*”, 6. sınıf 86k kodlu öğrenci “*insanların görüşlerini paylaştığı faydalı bir uygulamadır*”, 106e kodlu öğrenci “*fikirlerimizi düzgün bir şekilde paylaşmaktır*”, 7. sınıf 21k kodlu öğrenci “*insanların kendi görüşlerini tüm dünya ile paylaştığı yerdir*” ve 8. sınıf 8e kodlu öğrenci 12k “*bence sosyal medya düşünceleri aktarmasına yardımcı olur*”, 14k “*bence sosyal medya insanların haberleri ve düşünceleri söylemekte açıklamakta yarıyor*” olarak algılamaktadır.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %7,5'i sosyal medya nedir sorusuna “**Facebook'tur**” olarak cevap verdiği görülmektedir. Öğrencilerin sadece özel bir sosyal medya sayfası olan Facebook'u sosyal medya olarak algıladıkları gözlenmiştir.

Örneğin; 5.sınıf 1k kodlu öğrenci “*Sosyal medya Facebook’tur*”, 6. sınıf 34e kodlu öğrenci “*%90 Facebook’tur*”, 7. sınıf 97e kodlu öğrenci “*Facebook’ta arkadaşınla konuşmak*” ve 8. sınıf 40k kodlu öğrenci “*Facebook’tur*” olarak algılamaktadır.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %4,5’i sosyal medya nedir sorusuna “**sosyalleşme aracı**” olarak cevap verdiği görülmektedir. Bu cevap oranı içerisinde arkadaşlık edinme %25,0, sevgili yapma %8,3’tir. Örneğin; 6. sınıf öğrencisi 5k kodlu öğrenci “*...arkadaş edinebiliriz*”, 7.sınıf 118k kodlu öğrenci “*insanların arkadaşlarının bulup ve yeni arkadaş edindiği internet adresidir*” ve 8. sınıf 30k kodlu öğrenci “*arkadaşlık bağlarını güçlendirir ve arkadaş edinilir*”, 140k kodlu öğrenci “*bazen hiç tanımadığın kişilerle tanışmaktır*” olarak algılamaktadır. Çalışmaya katılan öğrencilerden 5. sınıf öğrencilerinin sosyal medyayı hiç “sosyalleşme aracı” görmemesi, 6. sınıftan sonra bu oranın giderek artması dikkat çeken bir başka husustur.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %1,5’i sosyal medya nedir sorusuna “**özgürlük aracı**” olarak cevap verdiği görülmektedir. Bu cevap oranı içerisinde görüş ve düşüncelerini rahatça savunma %87,5, özgür ortam %37,5’tir. Örneğin; 7 sınıf 138k kodlu öğrenci “*bence özgürce paylaşma özgürce sohbet etme, özgürce okuma, yazma, paylaşma özgürce eleştirmedir*”, 69k “*düşüncelerimi sosyal ağ merkezlerinde özgürce paylaşmaktır. Mesela Twitter orayı çok seviyorum çünkü düşüncelerimi özgürce paylaşıyorum*” ve 8 sınıf 124e kodlu öğrenci “*düşüncelerimize hiçbir sınırlama getirmeden paylaşmak*” olarak algılamaktadır. Çalışmaya katılan öğrencilerden 5 ve 6. sınıf öğrencilerinin sosyal medyayı hiç “özgürlük aracı” olarak görmemesi, 7. sınıftan sonra bu oranın giderek artması da dikkat çekmiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %0,5’i sosyal medya nedir sorusuna “**hayat tarzıdır**” olarak cevap verdiği, yine %0,5 öğrenci gruplaşma olarak cevap vermiş, bu oran içerisinde aynı fikirde olanları bir araya getirme %66,6, kamuoyu oluşturma %33,3’tür. Örneğin; 7. sınıf 125 kodlu öğrenci “*örgütlenme*”, 8 sınıf 140k kodlu öğrenci “*insanların duygu ve fikirlerini yaşamaya ortam hazırlayan bir araçtır*” olarak algıladığı ve öğrencilerin sosyal medya gruplaşma olarak görmelerinin 7. sınıftan sonra arttığı da görülmektedir.

Yine çalışmaya katılan öğrencilerin %1,8'i sosyal medya nedir sorusuna “**diğer**” olarak cevap verdiği görülmektedir. Bu cevap oranı içerisinde video izleme %40, internette dolaşmak %40, müzik dinleme %20, bütün dünyanın sanal ortamı %10 ve sanal ortam %10'dur.

Öğrencilerin sosyal medya algıları incelendiğinde öğrencilerin eleştirel bir perspektiften bakmadıkları söylenebilir. Sosyal medyayı ağırlıklı olarak iletişim, eğlence, eğitim gibi amaçlarla kullanılan bir araç olarak algıladıkları görülmektedir.

4.1.2. Sosyal medya ne işe yarar

Ortaokul öğrencilerinin “Sosyal Medya ne işi yarar” sorusuna verdiği cevaplar Tablo 4.1.2.’de görülmektedir.

Tablo 4.1.2. Sosyal medyanın ne işe yaradığına ilişkin bulguların sonuçları

Sınıflar	5	6	7	8	Toplam	%
Temalar	K -E	K -E	K -E	K -E	528	
İletişim kurmaya	46-36	56-59	54-55	46-46	398	75,0
Eğitime yarar	6-10	10-17	16-24	23-22	128	24,2
Eğlenmeye yarar	19-15	18-15	18-17	15-6	123	23,2
Sosyalleşmeye yarar	2-4	8-2	4-3	11-9	43	8,1
Paylaşım yapmaya	6-11	7-2	8-3	3-3	41	7,7
Katılım bulunmaya	4-1	1-0	6-2	4-6	24	4,5
Gruplaşmaya yarar	0-0	0-0	2-3	0-0	5	0,9
Diğer	1-0	0-0	2-0	1-0	4	0,7
Toplam	161	194	217	195	767	

Tablo 4.1.2.’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerinin sosyal medya ne işe yarar sorusuna %75 oranında “**iletişim kurmaya**” cevabını verdikleri görülmektedir. Bu oran içerisinde “arkadaşlarımla konuşmaya yarar” %22,6, “akrabalarla konuşmaya yarar” %6,5, “ödev öğrenmeye yarar” %1,2’dir. Örneğin; 5. sınıf 53e kodlu öğrenci “*ödevlerimizi öğrenmeye ve akrabalarımız ile konuşmaya yarar*”, 6. sınıf 4e kodlu öğrenci “*bizlerin uzaktakilerle konuşup dertleşmesini sağlayan bir tür program çeşididir*”, 70k kodlu öğrenci “*herkesin birbirleriyle daha iyi olmasını kavga edip küsmemelerini sağlıyor İnsanların daha iyi kaynaşmasını sağlıyor*”, 7. sınıf

100k kodlu öğrenci “*toplu görüşmeye, arkadaşlarla konuşmaya yarar*”, 8. sınıf 1k kodlu öğrenci “*arkadaşlarla, akrabalarla vb. kişilerle haberleşmek için kullanılır*” olarak algıladığı ve öğrencilerin İtişim kurmaya yarar diyenlerin oranının 6 ve 7. sınıfta daha fazla olduğu görülmektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %24,2’si sosyal medya ne işe yarar sorusuna “**eğitime yarar**” şeklinde yanıtlamıştır. Bu oran içerisinde %42,1’nin “gündemi takip etmeye yarar”, %42,4’ü “bilgi edinmeye yarar”, %10,9 “araştırma yapmaya”, %8,5’i “ödev yapmaya yarar” şeklinde cevap verdikleri görülmüştür. Örneğin; 5. sınıf 80k kodlu öğrenci “*insanları bilgilendirir, araştırma yaparız*”, 6. sınıf 4ek kodlu öğrenci “*bize ülkelerde medyayı günlerce meşgul eden bir olayı bildirir*”, 7. sınıf 54e kodlu öğrenci “*insanların hızlı olarak değişik konularda bilgilendirir*”, 8. sınıf 36e kodlu öğrenci “*bence araştırma yapmak insanların zekasını geliştiren (İngilizce) oyunların bulunması*”, 37e kodlu öğrenci “*gündemden haber almamıza yarayabilir*” şeklinde cevap verdikleri, yine öğrencilerin sınıfları yükseldikçe “eğitimime yarar” cevabının artmış olduğu görülmektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %23,2’si sosyal medya ne işe yarar sorusuna “**eğlenmeye yarar**” olarak cevap vermiştir. Bu oran içerisinde %29,2’si “oyun oynamak”, %6,5’i “can sıkıntısını gidermeye yarar” olduğu görülmüştür. Örneğin; 5. sınıf 13k kodlu öğrenci “*eğlenmemizi oyun oynamamıza*”, 6. sınıf 75e kodlu öğrenci “*eğlenmek için, zevk için, can sıkıntısını gidermeye*”, 111k kodlu öğrenci “*SM annemiz veya babamız kızdığında kendimizi rahat hissedebileceğimiz yerlerdir, Kafanı dinlendirmek gibi*”, 7. sınıf 36k “*bence bir eğlence türüdür*” ve 8. sınıf 120k kodlu öğrenci “*...eğlenmek için vakit geçirmek için işe yarar*” şeklinde cevap verdikleri ve verilen cevaplarda 8. sınıfa geldiklerinde “eğlenmeye yarar” cevabındaki oranının düştüğü görülmektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %8,1’si sosyal medya ne işe yarar sorusuna “**sosyalleşmeye yarar**” olarak cevap vermiştir. Bu oran içerisinde %37,2’sinin “arkadaş edinmeye yarar”, %4,6’sının “arkadaş çevresi yapmaya yarar” cevabının yer aldığı görülmüştür. Örneğin; 5. sınıf 14k kodlu öğrenci “*arkadaş çevresi yapmaya*” , 6. sınıf

86k kodlu öğrenci “*insanların arkadaş buldukları faydalı bir uygulamadır*”, 7. sınıf 118k kodlu öğrenci “*insanların arkadaş bulup ve yeni arkadaş edindiği internet adasıdır*” ve 8. sınıf 131k kodlu öğrenci “*arkadaş çevresini arttırıp güçlendirmek ve kalıcı arkadaşlıklar kurmak “arkadaşlık” kavramını gerçekleştirmek amacı taşır*” cevaplarının verildiği verilen cevaplarda öğrencilerin sınıfları yükseldikçe, özellikle 8. sınıfta, “sosyalleşme” cevabı oranının arttığı tespit edilmiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %7,7’si sosyal medya ne işe yarar sorusuna “**paylaşım yapmaya yarar**” olarak cevap vermiştir. Bu oran içerisinde %26,8’inin “fotoğraf paylaşmaya yarar”, %9,7’sinin “bilgi paylaşmaya yarar” cevabının yer aldığı görülmüştür. Örneğin; 5. sınıf 45k kodlu öğrenci “*hayatındaki değişiklikleri paylaşmaya yarar*” 6.sınıf 112 kodlu öğrenci “*...istediğin şeyleri paylaşma*”, 7. sınıf 41 kodlu öğrenci “*önemli şeyleri paylaşma*”, 85k kodlu öğrenci “*paylaşımlarda bulunma*” ve 8. sınıf 120k kodlu öğrenci “*çekindiğimiz fotoğrafları paylaşma yarar*” cevaplarının verildiği, verilen cevaplar incelendiğinde paylaşım artışının 6. sınıfta fazla iken 8. sınıfta düşüş olduğu görülmektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %0,9’u sosyal medya ne işe yarar sorusuna “**gruplaşmaya yarar**” olarak cevap verdiği, bu oran içerisinde “kamuoyu oluşturmaya yarar” yanıtının %40 olduğu görülmüştür. Örneğin; 7. sınıf 113e kodlu öğrenci “*kamuoyu oluşturmaya yarar. İnsanların bir düşünce etrafında çalışmasını sağlar*”, 134k kodlu öğrenci “*kamuoyu oluşturma*” şeklinde cevaplat verdiği, “gruplaşmaya yarar” cevabının yalnızca 7. sınıflar tarafından ifade edildiği görülmüştür.

Çalışmaya katılan öğrencilere sosyal medya ne işe yarar sorusuna verilen yanıtlarda “**diğer**” in oranının %0,7 olduğu görülmüştür. Bu oran içerisinde “popüler olmaya yarar” %50, “hava atmaya yarar” %25 ve “birçok fikri görmeye yarar” oranının ise %25 olduğu tespit edilmiştir.

Öğrencilerin sosyal medyanın neye yaradığı ile ilgili algılarına bakıldığında öğrenciler iletişim, eğlence, sosyalleşme, eğitim gibi genel cevaplar verdiği görülmektedir.

4.1.3. Sosyal medyanın olumlu yönleri ve faydaları nelerdir

Ortaokul öğrencilerine sosyal medyanın olumlu yönleri nelerdir, faydalarını nelerdir açıklayınız diye öğrencilere sorulduğunda öğrenciler Tablo 4.1.3.'e göre cevap vermişlerdir.

Tablo 4.1.3. Sosyal medyanın olumlu yönlerine ve faydalarına ilişkin bulgular

Sınıflar Temalar	5 K -E	6 K -E	7 K -E	8 K -E	Toplam 528	%
İletişime geçmek	41-33	54-42	61-38	62-36	367	69,5
Eğitim sağlaması	12-10	12-22	34-30	24-23	167	31,6
Eğlenceli olması	10-7	4-8	7-5	4-5	50	9,4
Sosyalleşme sağlaması	5-1	4-3	3-4	11-6	37	7,0
Paylaşım sağlayabilme	1-1	1-1	4-6	2-2	18	3,4
Aktivite sağlaması	0-0	1-0	0-3	1-2	7	1,3
Katılım sağlanması	0-0	1-0	1-0	2-0	4	0,7
Her şeydir	0-0	2-0	0-0	1-0	3	0,5
Gruplaşma sağlaması	0-0	0-0	0-0	2-0	2	0,3
Yoktur	4-2	2-3	4-1	1-1	18	3,4
Diğer	2-1	4-3	3-2	2-1	18	3,4
Toplam	130	167	207	188	692	

Ortaokul öğrencilerinin sosyal medyanın olumlu yönleri nelerdir sorusuna verdikleri cevap Tablo 4.1.3.'de görülmektedir. Çalışmaya katılan öğrencilerin %69,5'i sosyal medyanın olumlu yönünün “**iletişime geçmek**” olarak cevap verdiği tespit edilmiştir. Bu oran içerisinde “arkadaşlarla konuşabilme” %25,6, “uzaktakilerle konuşabilme” %12,3, “iletişim kolaylığı sağlaması” %7,6, “akrabalarla konuşabilme” %7,3 ve “ödev sorabilme” %4,3'tür. Örneğin; 5. sınıf 35e kodlu öğrenci “arkadaşlarımızla iletişimimizi güçlendirir”, 6. sınıf 42k “okula gelmediğimizde ödev almak arkadaşlardan”, 7. sınıf 16e kodlu öğrenci “hemen iletişim kurup her şeyi haber veriyoruz”, 8. sınıf 72k kodlu öğrenci “ kankalarımın sabaha kadar koyu sohbet en iyi yönüdür” 66k kodlu öğrenci “ akrabalarımın konuşmak” cevapları verilmiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %31,6'sı sosyal medyanın olumlu yönleri nedir sorusuna “**eğitim sağlaması**” cevabını vermiştir. Bu oran içerisinde “bilgi edinme” %40,1, “gündemi takip etme” %32,3, “ödev yapma” %10,7, “dünyadan haberdar olma” %8,3, “araştırma yapma” %5,3'tür. Örneğin; 5. sınıf 113e kodlu öğrenci “dünya çapındaki haberleri takip etmek, bilgi edinmek”, 6. sınıf 75e kodlu öğrenci “Türkiye’de

olup biteni, yaşamamızda olup biteni öğrenmek”, 102e kodlu öğrenci “*SM faydaları bence performans ve proje ödevlerini sosyal medyaya bakarak yapabiliriz*”, 7. sınıf 23k kodlu öğrenci “*...insanlar istediği konuda istediği araştırma yapabiliyor*”, 8. sınıf 12k kodlu öğrenci “*toplumsal olaylardan faydalanma*”, 38k kodlu öğrenci “*daha fazla bilgi ve haber öğrendim, hayattan haberdar oluyorum*”, 95k kodlu öğrenci “*önemli haberleri doğrudan öğrenmek*” şeklinde cevapların verildiği görülmüştür. Çalışmaya katılan öğrencilerin sınıfları yükseldikçe sosyal medyanın eğitimi olumlu yönde etkilediği cevabının arttığı ancak 8. sınıflarda tersine bu cevapta düşüş yaşandığı gözlenmiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %9,4’ü sosyal medya ne işe yarar sorusuna “**eğlenceli olması**” şeklinde cevap verdiği, bu oran içerisinde “oyun oynayabilme” %26, “can sıkıntısını giderme” %10’dur. Örneğin; 5. sınıf 51e kodlu öğrenci “*eğleniriz, oyun oynarız*”, 6. sınıf 12e kodlu öğrenci “*canımız sıkılınca oyun oynarız*”, 7. sınıf 12k kodlu öğrenci “*eğleniyoruz, rahatlıyoruz*” ve 8. sınıf 70k kodlu öğrenci “*eğlenmeyi sağlar*” şeklinde cevapların verildiği görülmüştür. Çalışmaya katılan öğrencilerden verdiği cevaplarda 6. sınıfta “eğlenmeye yarar” oranının yüksek olduğu, ancak öğrenci sınıflarının yükselmesi ile bu oranın düştüğü görülmektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %7’si sosyal medya ne işe yarar sorusuna “**sosyalleşme sağlar**” olarak cevap verdiği, bu oran içerisinde “arkadaş edinme” %35,1, “arkadaş çevresini arttırma” %18,9, “yeni arkadaş edinme” %10,8’dir. Örneğin; 5. sınıf 53e kodlu öğrenci “*yeni arkadaşlıklar edinme*”, 6. sınıf 84k kodlu öğrenci “*arkadaş çevresi artıyor*”, 7. sınıf 5k kodlu öğrenci “*arkadaş bulma ve arkadaş ortamı*” ve 8. sınıf 80e kodlu öğrenci “*başka kişilerle tanışmak, kalıcı arkadaşlıklar kurma*” şeklinde cevaplar vermişlerdir. Yapılan çalışmada öğrencilerin sınıfları arttıkça sosyal medya “sosyalleşme sağlar” cevabı oranında artış görüldüğü dikkat çekmiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %3,4’ü sosyal medya ne işe yarar sorusuna “**paylaşım sağlayabilme**” olarak cevap vermiştir. Örneğin; 5. sınıf 10e kodlu öğrenci “*beğendiğimiz fotoğrafları paylaşabiliriz*”, 6. sınıf 73e kodlu öğrenci “*tanıdığımız kişinin her anını paylaşımları ile bilmek*”, 7. sınıf 29e kodlu öğrenci “*istediğim şeyi*

paylaşabiliyorum”, 8. sınıf 32e kodlu öğrenci “*paylaşımlarda bulunma*” şeklinde cevap vermiştir. Verilen cevaplar irdelendiğinde 7. sınıf öğrencilerinin “paylaşım sağlayabilme” yanıt oranının daha yüksek olduğu görülmektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %1,3’ü sosyal medya ne işe yarar sorusuna “**aktivite sağlaması**” olarak cevap vermiştir. Bu oran içerisinde “boş zamanını değerlendirme” %85,7’dir. 7 ve 8. sınıf öğrencilerinde “aktivite sağlaması” cevabının yüksek olduğu görülmüştür.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %0,7’si sosyal medya ne işe yarar sorusuna “**katılım sağlayabilme**” cevabını vermiştir. Bu oran içerisinde “düşüncelerini savunma” %100’dür. Örneğin; 6. sınıf 128e kodlu öğrenci “*insanlar düşüncelerini paylaşabilir*”, 7. sınıf 4k kodlu öğrenci “*duygu ve düşüncelerimizi paylaşıyoruz*” ve 8 sınıf 86k kodlu öğrenci “*herkes kendi görüşünü hayatta olmasa da bir yerde paylaşıyor*” cevabını vermiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %0,5’i sosyal medya ne işe yarar sorusuna “**her şeye**” olarak cevap vermiştir. Bu oran içerisinde “her şeyi yapabilirsiniz” %33,3, “aradığınız her şeyi bulabilirsiniz” %66,6’dır. Yine Çalışmaya katılan öğrencilerin %0,3’ü sosyal medya ne işe yarar sorusuna “gruplaşma sağlamaya yarar” olarak cevap vermiştir. Bu cevabı veren öğrencilerin %100’ü “kamuoyu oluşturabilme”ye yaradığını belirtmiştir. Örneğin; 8. sınıf 140 kodlu öğrenci “*bir konuda fikir birliği sağlamasına yardımcı olur*” cevabını vermiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %3,4’ü sosyal medya ne işe yarar sorusuna “**diğer**” seçenekleri belirtmişlerdir. Bu oran içerisinde “popüler olma” %11,1, “yaşamı kolaylaştırır” %5,5, “öğrencilerin karşılaştığı sorunların çözümüne katkı sağlama” %5,5’tir.

Öğrenciler sosyal medyanın olumlu yönleri ile ilgili algıları incelendiğinde öğrenciler farklı perspektiflerden bakmadığı görülmektedir. Sosyal medyayı iletişim, eğlence vb. yönleri ile algıladıkları görülmektedir.

4.1.4. Sosyal medyanın olumsuz yönleri ve zararları nelerdir

Ortaokul öğrencilerine sosyal medyanın olumsuz yönleri sorulmuş öğrencilerin verdiği cevaplar Tablo 4.1.4.'te gösterilmiştir.

Tablo 4.1.4. Sosyal medyanın olumsuz yanlarının ve zararlarının ne olduğuna ilişkin bulgular

Sınıflar Temalar	5 K - E	6 K -E	7 K -E	8 K -E	Toplam 528	%
Bağımlılık yapması	15-12	13-13	8-1 6	10-17	104	19,6
Uygunsuz içerikler	13-14	17-17	6-12	6-9	94	17,8
Sağlığı bozması	10-7	8-5	21-12	9-7	79	14,9
Zaman alması	0-0	2-2	22-13	18-7	64	12,1
Uygunsuz arkadaşlıklar	9-2	8-5	10-4	13-4	55	10,4
Sosyal yaşamı etkilemesi	5-1	6-4	7-1	8-6	3	7,1
Dolandırıcılığın olması	0-0	5-9	5-6	7-5	37	7,0
Eğitimi etkilemesi	6-2	3-1	7-3	5-6	33	6,2
Güvenlik problemi	2-2	8-2	2-3	2-0	21	3,9
Siber zorbalık	1-1	0-0	1-1	0-0	4	0,7
Yoktur	1-6	1-5	1-2	3-6	25	4,7
Diğer	1-1	0-0	0-0	5-2	9	1,7
Toplam	111	134	163	155	563	

Çalışmaya katılan öğrenciler, Tablo 4.1.4.'te görüldüğü gibi sosyal medyanın olumsuz yanları nelerdir sorusuna %19,6 “**bağımlılık yapması**” şeklinde cevap vermişlerdir. Soru cevapları irdelendiğinde öğrenci sınıfları arasında farklılıkların fazla olmadığı görülmüştür.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %17,8'i sosyal medyanın yanları nedir sorusuna “**uygunsuz içerik barındırır**” şeklinde cevap vermiştir. Yine çalışmaya katılan öğrencilerin %47'si “küfürlü konuşmalar” olarak cevap verdikleri tespit edilmiştir. Örneğin; 5. sınıf 13k kodlu öğrenci “*küfürlü konuşma, erkeklerin küfretmesi*”, 42k kodlu öğrenci “*arkadaşlarımdan bana küfür etmesi*”, 6. sınıf 131e kodlu öğrenci “*kötü konuşan ve çok aşırı cinsel konuşan oluyor*”, 7. sınıf 124k kodlu öğrenci “*bazı kişiler*

küfürlü vb. yorumlar ve paylaşımlar yapıyorlar ama hiçbir şey denilmiyor bu kişilere” ve 8. sınıf 136e kodlu öğrenci *“küfürlü lafların kullanılması, kız kardeşlerimizi eklemeleri”* gibi yanıtlar vermiştir. Çalışmaya katılan öğrencilerin cevapları analiz edildiğinde, 5. sınıf öğrencilerinde “uygunsuz içerik barındırması” yanıtının yüksek olduğu, ancak öğrenci sınıfları yükseldikçe bu cevaba ilişkin oranın giderek azaldığı görülmektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %14,9’u sosyal medyanın olumsuz yanları nedir sorusuna **“sağlığı bozar”** şeklinde cevap vermiştir. Bu çalışmaya katılan öğrencilerin cevapları “gözlerin bozulması” %39,2, “radyasyon yayması” %32,9 şeklinde tespit edilmiştir. Örneğin; 5. sınıf 44k kodlu öğrenci *“mesela bilgisayar fazla radyasyon yayıyor”*, 6. sınıf 10k kodlu öğrenci *“göz vb. organlarımız yorulur”* gibi yorumlarda bulunmuştur.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %12,1’i sosyal medyanın olumsuz yanları nedir sorusuna **“zaman alması”** şeklinde cevap vermiştir. Örneğin; 6.sınıf 13k kodlu öğrenci *“çok zaman harcıyor”* 7. sınıf 23k kodlu öğrenci *“küçük çocuklar hiç dışarı çıkmıyor ve doğayla buluşamıyor, zamanları boşa gidiyor”* ve 8. sınıf 67k kodlu öğrenci *“zaman kaybına neden oluyor”* diye yanıtlar vermiştir. Verilen yanıtlar incelendiğinde 7. sınıf öğrencilerin “zaman alması” cevabının oransal olarak daha yüksek olduğu görülmektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %10,4’ü sosyal medyanın olumsuz yanları nedir sorusuna **“uygunsuz arkadaşlıklar barındırması”** diye yanıt vermiştir. Bu oran içerisinde “kötü arkadaşlıklar edinme” %30,9, “yabancıların rahatsız etmesi” %25,4, “yabancıların bizi eklemesi” %21,8, “yabancılarla konuşmak” %18,1’dir. Örneğin; 5. sınıf 88k kodlu öğrenci *“kötü insanlarla tanışabiliyorsun”*, 6. sınıf 126k kodlu öğrenci *“tanımadığım kişilerin mesaj atması”*, 7. sınıf 22k kodlu öğrenci *“kötü arkadaşlıklar edinebiliriz”*, 41k kodlu öğrenci *“tanımadığımız kişilerin sapıklık yapıp rahatsız etmesi”* ve 8. sınıf 23e kodlu öğrenci *“tanımadığımız insanlar ekliyor ve buda beni rahatsız ediyor”* şeklinde cevap vermiştir. Verilen cevaplar irdelendiğinde “uygunsuz arkadaşlık barındırması” cevabının sınıf düzeyi ile paralel arttığı görülmektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %7,1'i sosyal medyanın olumsuz yanları nedir sorusuna “**sosyal yaşamı etkilemesi**” şeklinde cevap vermiştir. Bu cevap oransal olarak incelendiğinde “a-sosyallık” %86,8'dir. Örneğin; 5. sınıf 105k kodlu öğrenci “*insanların fazla vakit ayırması sosyalleşmemesine sebep olur*”, 6. sınıf 76k kodlu öğrenci “*yeni neslin, büyük bir kitlenin bir süre sonra gerçek yaşamda düşüncelerini ifade edemeyip sanalda ifade etmesi etkindir, sosyalleşemez*” ve 8. sınıf 67k kodlu öğrenci “*A-sosyal olmamıza neden olur*” şeklinde yanıtlar vermiştir. Verilen cevaplarda “sosyal yaşamı etkilemesi” cevabı en fazla 8. sınıf öğrencileri tarafından dile getirilmiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %7'si sosyal medyanın olumsuz yanları nedir sorusuna “**dolandırıcılığı barındırması**” şeklinde cevap vermiştir. Örneğin; 6. sınıf 23e kodlu öğrenci “*insanları tuzağa düşürebiliyorlar*” ve 8. sınıf 41e kodlu öğrenci “*insanları dolandırıyorlar*” cevabını vermiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %6,2'si sosyal medyanın olumsuz yanları nedir sorusuna “**eğitimi etkilemesi**” şeklinde cevap vermiştir. Örneğin; 5. sınıf 3k kodlu öğrenci “*derslerimizde geride kalırız*”, 6. sınıf 20e kodlu öğrenci “*zararlı bilgiler öğreniriz*”, 7. sınıf 110k kodlu öğrenci “*yanlış ve saçma bilgiler verilmesi*” ve 8. sınıf 38k kodlu öğrenci “*yalan yanlış haberler yayımlanabiliyor*”, 32e kodlu öğrenci “*derslerimizden geri kalabiliriz*” cevabını vermiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %3,9'u sosyal medyanın olumsuz yanları nedir sorusuna “**güvenlik problemi taşıması**” şeklinde cevap vermiştir. Bu cevap oransal olarak irdelendiğinde “hesabın çalınması” %38'dir. Örneğin; 5. sınıf 40k kodlu öğrenci “*eğer şifreni bulurlarsa senin adına başkalarına kötü şeyler söyleyebilir*”, 6. sınıf 2k kodlu öğrenci “*bir başka biri hesabını alabilir ve senin dilinden konuşur gibi yapar*”, 7. sınıf 26e kodlu öğrenci “*birisi senin Facebook'unu çalabiliyor*” ve 8. sınıf 81e kodlu öğrenci “*insanların özel hayatını öğrenmek*”, 115k kodlu öğrenci “*bazen özel hayatın ihlal edilmesi*” cevabını vermiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %0,7'si sosyal medyanın olumsuz yanları nedir sorusuna “**siber zorbalık**” cevabını vermiştir. Örneğin; 5. sınıf 26k kodlu öğrenci “*tehdit etme*” şeklinde yanıtlamıştır.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %4,7'si sosyal medyanın olumsuz yanları nedir sorusuna “**yoktur**” yanıtını vermiştir. “Diğer” cevabının oranı ise %1,7'dir. Bu oran içerisinde milli kültürün bozulması %44,4'dür. Örneğin; 8. sınıf 91k kodlu öğrenci “*gavurlaşmaya sebep olur*” şeklinde cevabını vermiştir.

Öğrencilerin sosyal medyanın olumsuz yönlerine yönelik algılara bakıldığında bağımlılık, sağlığın bozulmasının yanı sıra siber zorbalık, güvenlik problemi, eğitimi etkilemesi gibi algıladıkları görülmektedir.

4.2. İkinci Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorumlar

İkinci alt problem kapsamında öğrencilere hangi sosyal medya hesabını ne kadar süreyle nerede kullandığı, kullanma ve kullanmama nedenlerinin ne olduğu şeklinde sorular yöneltilmiş ve alınan cevaplar veri olarak çözümlenmiştir.

4.2.1. Hangi sosyal medya hesabı kullanılıyor

Ortaokul öğrencilerine hangi sosyal medya hesabını kullanıyorsunuz sorusu sorulduğunda öğrenciler Tablo 4.2.1.'teki gibi cevap vermişlerdir.

Tablo 4.2.1. Hangi sosyal medya hesabının kullanıldığına ilişkin bulgular

Sınıflar Temalar	5 K -E	6 K -E	7 K - E	8 K- E	Toplam 528	%
Facebook	47-43	51-60	54-66	60-60	441	83,5
Twitter	14-15	18-19	19-22	19-13	139	26,3
Instagram	10-4	7-7	3-4	4-2	41	7,7
Ask fm	2-2	2-3	5-8	7-8	37	7,0
Line	0-0	0-0	4-1	1-4	10	1,8
Diğerleri	0-0	0-0	0-0	7-10	17	3,2
Kullanmıyorum	0-0	10-6	10-3	8-9	46	8,7
Toplam	137	183	199	212	731	

Tablo 4.2.1.'de görüldüğü gibi ortaokul öğrencilerinin hangi sosyal medyayı kullanıyorsunuz sorusuna verdikleri cevap “Facebook” %83,5, “Twitter” %26,3, “Instagram” %7,7, “Askfm” %7, “Line” %1,8, “kullanmıyorum” %8,7’dir. Oranlara baktığımızda Facebook ve Twitter kullanımının sınıflar yükseldikçe arttığı; 8. sınıflarda bu oranın düştüğü; Instagram’ın 5.sınıfta kullanımın yüksek olmasına rağmen sınıflar yükseldikçe kullanım oranının düştüğü; Askfm’in öğrenci sınıflarının yükselmesi ile birlikte kullanım oranının arttığı; Line’da ise 5 ve 6. sınıfta hiç kullanılmadığı 7 ve 8. sınıfta kullanılmaya başlandığı görülmektedir.

Öğrencilerin sosyal medya uygulamalarında önemli bir oranda facebook kullandığı görülmektedir. Öğrencilerin birden fazla sosyal medya hesabının olduğu görülmüştür.

4.2.2. Sosyal medyayı kullanmama nedeni

Sosyal medyayı kullanmayan öğrencilere sosyal medyayı kullanmama sebebi sorulduğunda ise Tablo 4.2.2.’daki gibi cevap vermişlerdir.

Tablo 4.2.2. Sosyal medyayı kullanmama nedenine ilişkin bulgular

Sınıflar Temalar	5 K- E	6 K -E	7 K -E	8 K - E	Toplam 528	%
Kişisel tercih	3-2	3-2	2-0	2-1	15	2,8
Zaman alması	0-0	0-0	3-2	1-2	8	1,5
Zararlı olması	1-0	2-2	0-0	1-0	6	1,1
Bilgisayarım internetim yok	2-2	1-1	0-0	0-0	6	1,1
Uygunsuz konuşmalar	1-2	0-0	0-0	0-0	3	0,5
Sağlığın bozulması	0-0	0-0	2-1	0-0	3	0,5
Güvenli olmaması	0-0	0-0	3-0	0-0	3	0,5
Diğerleri	2-1	4-0	4-2	2-3	18	3,4
Toplam	16	15	17	12	60	

Görüldüğü gibi ortaokul öğrencilerinin sosyal medyayı kullanmama nedeni açıklar mısınız sorusuna %2,8 öğrenci, “**kişisel tercih**”, “**sevmiyorum**”, şeklinde cevap vermiştir. Örneğin; 5 sınıf 48k kodlu öğrenci “*sevmediğim için öyle şeylerden hoşlanmadığım için*”, 50k kodlu öğrenci “*ailem ile daha çok iç içe olma, tanıdıklarımla yüz yüze görüşmek*”, 6. sınıf 3k kodlu öğrenci “*ailem, arkadaşlarım, dostlarım akrabalarım hepsi burada yaşıyor, bu yüzden ihtiyaç duymuyorum, çünkü ailem ve diğer kişiler yanımda*”, 7. sınıf 118k kodlu öğrenci “*benim sosyal medyayı kullanmama nedenim; yanlış anlamalar yüzündendir*” ve 8. sınıf 54k kodlu öğrenci “*gereksiz bulduğum için.*” diye cevap vermiştir. Öğrencilerinin sosyal medyayı kullanmama nedeni kullanmama oranlarına bakıldığında “kişisel tercihlerin” oranının en fazla olduğu görülmektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %1,5’i ise “**zaman alması**” şeklinde cevap vermiştir. Örneğin; 7. sınıf 33e kodlu öğrenci “*zamanımızı boşa harcarız*” 100k kodlu öğrenci “*çok zaman kaybettiği için onun yerine test çözmek daha mantıklı*” ve 8. sınıf 33k kodlu öğrenci “*zamanımı alıyor*” diye yanıtlamıştır.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %1,1’i ise “**zararlı**”; %1,1’i “**internetim yok**” şeklinde yanıt vermiştir. Örneğin; 5. sınıf 47k kodlu öğrenci “*merakım var ama bilgisayarım yok*”, 6. sınıf 31e kodlu öğrenci “*bilgisayarım bozuk olduğu için*” diye cevaplamıştır.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %0,5'i “**uygunsuz konuşmalar**” şeklinde yanıt vermiştir. Örneğin; 5. sınıf 70e kodlu öğrenci “*kötü söz söylüyorlar*” diye cevaplamıştır.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %0,5'i “**sağlığın bozulması**” şeklinde yanıt vermiştir. Örneğin; 7. sınıf 33e kodlu öğrenci “*sağlık problemleri ortaya çıkması*” cevabını vermiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %0,5'i “**güvenli olmaması**” şeklinde yanıt vermiştir. Örneğin; 8. sınıf 131k kodlu öğrenci “*güvenli bulmuyorum özellikle son yıllarda oldukça tehlikeler oluşturmaya başladı, özellikle genç bayanlar ve çocuklar için*” 140k kodlu öğrenci “*özel hayatın gizliliğini ihlal eder*” şeklinde cevap vermiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %3,4'ü “**diğer**” şeklinde yanıt vermiştir. Örneğin; 6. sınıf 27k kodlu öğrenci “*çünkü Facebook, Twitter gibi yerlerden özellikle kız çocuklarına garip garip şeyler yapıyorlar*”, 7. sınıf 83e kodlu öğrenci “*bu medyalarda iyi güzel şeyler paylaşıldığı gibi kötü şeyler de olduğu için*” ve 8. sınıf 86e kodlu öğrenci “*sosyalleşmeyi azaltıyor*” cevabını vermiştir.

Öğrenciler sosyal medyayı kullanmama nedenine bakıldığında daha çok kişisel tercihler olduğunu sosyal medyayı sevmediklerini ifade etmişlerdir. Bazı öğrencilerin ise bilgisayarlarının ve internetlerinin olmadığını tespit edilmiştir.

4.2.3. Sosyal medyayı kullanma nedeni

Sosyal medyayı kullanan öğrencilere sosyal medyayı kullanma nedeni sorulduğunda ise Tablo 4.2.3.'de öğrencilerin cevapları görülmektedir.

Tablo 4.2.3. Sosyal medyayı kullanma nedenine ilişkin bulgular

Sınıflar Temalar	5 K- E	6 K -E	7 K -E	8 K -E	Toplam 528	%
İletişime geçmek	25-20	33-31	30-35	40-38	252	47,7
Eğlenceli olması	26-15	14-28	19-27	14-18	161	30,4
Eğitim için	4-4	4-7	23-19	22-19	102	19,3
Sosyalleşme	0-0	2-6	3-1	7-6	25	4,7
Paylaşımında bulunmak	3-3	2-3	3-1	1-1	17	3,2
Arkadaşlarımın var	2-2	1-3	0-2	0-2	12	2,2
Katılımda bulunma	0-0	1-2	0-0	3-1	6	1,1
Sevdiğim için	0-0	0-0	0-0	0-3	3	0,5
Diğerleri	0-0	1-1	0-0	4-3	9	1,7
Toplam	104	136	163	180	583	

Tablo 4.2.3.'de görüldüğü gibi sosyal medyayı kullanma nedenlerinizi açıklar mısınız sorusuna Öğrencilerin %47,7'si **“iletişime geçmek”** cevabını vermiştir. Bu oranın %22,1'i de “arkadaşlarla konuşmak”tır. Örneğin; 5. sınıf 1kkodlu öğrenci *“arkadaşımızla ne ödevimiz var mesajlaşıyoruz”*, 6. sınıf 5k kodlu öğrenci *“insanlarla iletişim kurabiliyorum”*, 7. sınıf 69k kodlu öğrenci *“iletişime geçmek, sevdiğim ünlülerle iletişime geçiyorum. Hakan Hepcan ve Yağmur Tanrısevsin ile tanıştım sohbet ettim”* ve 8. sınıf 101k kodlu öğrenci *“arkadaşlarımla aynı ortamda bir şeyler paylaşma, düşüncelerini alma ve başka arkadaşlardan haber alma”* yanıtını vermiştir. Elde edilen verilere bakıldığında öğrencilerin yaş ortalaması yükseldikçe öğrencilerin sosyal medyayı kullanım nedeninin “iletişime geçmek” olması oranının yükseldiği görülmektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %30,4'ü **“eğlenceli olması”** şeklinde yanıt vermiştir. Bu oran içerisinde “oyun oynamak” %19,2, “can sıkıntısını giderme” %8,9'dur. Örneğin; 5. sınıf 16e kodlu öğrenci *“canım sıkıldığında canımın sıkıntısını alıyor”*, 6. sınıf 104k kodlu öğrenci *“beni anlayabilen insanlar ve beni anlatan, güldüren, kızdıran vb. paylaşımlarla bir süre hayattan kopup rahatlıyoruz”* 111k kodlu öğrenci *“çünkü orda hiç olmazsa günümüz mutlu geçiyor. Ailemizin dırdırını dinlemiyoruz. Kulaklığı bilgisayara takıp dünyadan çıkıyoruz”* ve 8. sınıf 55e kodlu öğrenci *“can sıkıntısı, oyun oynamak”* cevabını vermiştir. Oranlara bakıldığında en fazla 7. sınıf öğrencilerinin “eğlenceli olması” cevabını verdikleri görülmektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %19,2'si “**eğitim için**” şeklinde yanıt vermiştir. Bu oran içerisinde “bilgilenmek %7,1”, “gündemi takip etme” %4,9'dur. Örneğin; 5. sınıf 95e kodlu öğrenci “*haber alıyorum ve bilgi alıyorum*”, 6. sınıf 9k kodlu öğrenci “*bazı ilginç bilgiler görmemizi sağlar*”, 7. sınıf 20k kodlu öğrenci “*ödev araştırması, gündemden haberdar olmak*” ve 8. sınıf 96k kodlu öğrenci “*güncel haberleri takip etmek. Günlük hayatta işine yarayacak bilgi edinme*” cevabını vermiştir. Oranlara bakıldığında ise sadece 7 ve 8. sınıf öğrencilerinin “gündemi takip etmek” cevabını verdikleri görülmektedir yine 7 ve 8. sınıfta “eğitim için” kullananların oranlarının yüksek olduğu görülmektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %4,7'si “**sosyalleşme**” şeklinde yanıt vermiştir. Örneğin; 5. sınıf 63e kodlu öğrenci “*sosyal olma*”, 6. sınıf 60e kodlu öğrenci “*insanlarla tanışmak için, arkadaş edinme*”, 7. sınıf 15k kodlu öğrenci “*sadece yeni arkadaşlarla sohbet*” ve 8. sınıf 64k kodlu öğrenci “*yeni insanlarla tanışmak*” cevabını vermiştir. Oranlara incelendiğinde 5. sınıf öğrencilerinin sosyalleşmek için kullanmadığı, buna karşın en çok 8. sınıf öğrencilerinin sosyalleşmek için kullandığı tespit edilmiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %3,2'si “**paylaşımda bulunmak**” şeklinde yanıt vermiştir. Örneğin; 5. sınıf 32e kodlu öğrenci “*...fotoğraf paylaşmak*”, 6. sınıf 66k kodlu öğrenci “*bir resim veya kendim hakkında bir şeyler paylaşmayı seviyorum*”, 7. sınıf 41k kodlu öğrenci “*durum paylaşmak, fotoğraf paylaşmak*” ve 8. sınıf 104k kodlu öğrenci “*bilgi paylaşmak*” cevabını vermiştir. Oranlara bakıldığında öğrencilerin sınıfı yaşı yükseldikçe paylaşımda bulunma oranının düştüğü görülmüştür.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %2,2'si “**arkadaşlarım var**” şeklinde yanıt vermiştir. Örneğin; 5. sınıf 21e kodlu öğrenci “*her arkadaşım kullanmaya başladı, bende kullanmaya başladım*”, 6. sınıf 68k kodlu öğrenci “*bütün arkadaşlarımın hesabı var ve bende bazı şeylerden kaldığımı sanmam*”, 7. sınıf 101e kodlu öğrenci “*arkadaşlarım kullandığı için*” ve 8. sınıf 37e kodlu öğrenci “*diğerlerinin var benim neden olmasın*” cevabını vermiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %1,1'si “**katılımda bulunma**” şeklinde yanıt vermiştir. Örneğin; 6. sınıf 58k kodlu öğrenci “*sanal alem de konuşmak kendimle ilgili şeyler ve düşüncelerimi paylaşmayı seviyorum*” 99e kodlu öğrenci “*görüşlerimi paylaşmak için*” ve 8. sınıf 82 kodlu öğrenci “*görüşlerimi paylaşmak için*” cevabını vermiştir. Oranlara bakıldığında sadece 6 ve 8. sınıf öğrencilerini “katılım için” kullandıkları görülmektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %0,5'i” **sevdiğim için**”, %1,7'si “**diğer**” yanıtını vermiştir. Örneğin; 6. sınıf 83e kodlu öğrenci “*boş vakit geçirmek ve fenomen olmak için*” ve 8 sınıf 30k kodlu öğrenci “*sosyal medya artık hayatımızın bir parçası haline geldi. O olmadan yapamıyoruz*” şeklinde cevap vermiştir.

Öğrencilerin sosyal medya kullanımına bakıldığında iletişim, eğlence vb. şekillerde kullandıklarını belirtmişlerdir. Sosyal medya kullanımını yaratıcı amaçlarla kullanmadıkları görülmektedir.

4.2.4. Sosyal medya günde ortalama ne kadar süre kullanılıyor

Ortaokul öğrencilerine sosyal medyayı ortalama ne kadar süre kullanıyorsunuz sorusuna verilen cevaplar Tablo 4.2.4. sunulmuştur.

Tablo 4.2.4. Sosyal medyanın günde ne kadar ortalama ile kullanıldığına ilişkin bulgular

Sınıflar Temalar	5 K -E	6 K -E	7 K -E	8 K -E	Toplam 528	%
60 dk (1 saat)	13-15	20-12	15-11	10-8	104	19,6
120 dk (2 saat)	8-8	5-8	7-7	14-5	62	11,7
30 dk (yarım saat)	8-4	1-2	9-8	6-7	45	8,5
90 dk (1,5 saat)	7-6	1-3	5-9	3-7	41	7,6
180 dk (3 saat)	1-4	10-2	4-6	3-9	39	7,3
300 dk (5 saat)	0-0	1-0	4-4	6-5	20	3,7
10 dk	3-3	0-5	2-2	0-3	18	3,4
150 dk (2,5 saat)	0-0	5-4	1-5	2-0	17	3,2
240 dk (4 saat)	1-2	1-4	2-3	4-2	16	3,0
360 dk (6 saat)	0-0	3-2	2-2	1-2	12	2,2
210 dk (3,5 saat)	0-0	0-0	1-1	2-1	10	1,8
20 dk	0-0	0-3	1-2	4-0	9	1,7
7/24	0-0	0-0	1-2	0-4	7	1,3
Diğerleri	1-2	5-1	0-0	4-1	14	2,6
Toplam	36	98	116	113	363	

Tablo 4.2.4.'de çalışmaya katılan öğrencilerin sosyal medyayı günde ortalama ne kadar süreyle kullanıyorsunuz sorusuna; 60 dk %19,6, 120 dk %11,7, 30 dk %8,5, 90 dk %7,6, 180 dk %7,3, 300 dk %3,7, 10 dk %3,4, 150 dk %3,2, 240 dk %3,0, 360 dk %2,2, 210 dk %1,8, 20 dk %1,7, 7/24 %1,3, diğerleri % 2,6 olarak cevap vermiştir. Oranlara bakıldığında en fazla 60 dakika (1 saat) kullandıkları görülmektedir.

Öğrencilerin sosyal medyayı kullanım sürelerine bakıldığında her gün ortalama sosyal medya kullandıkları tespit edilmiştir. Öğrencilerin yaş ortalamasına bakıldığında uzun süreli kullanan öğrencileri olduğu görülmüştür. Buna yönelik öğretmenlere ve ebeveynlere önemli sorumluluklar düşmektedir.

4.2.5. Sosyal medyaya nereden bağlanılıyor

Ortaokul öğrencilerine sosyal medyaya nereden bağlanıyorsunuz diye sorulduğunda verilen cevaplar Tablo 4.2.5 sunulmuştur.

Tablo 4.2.5. Sosyal medyaya nereden bağlanıldığına ilişkin bulgular

Sınıflar Temalar	5 K -E	6 K -E	7 K -E	8 K -E	Toplam 528	%
Evden	39-42	43-56	46-61	56-48	391	74,0
Cep telefonundan	21-22	31-34	32-52	51-52	295	55,8
İnternet kafeden	0-2	4-18	2-18	3-26	73	13,8
Okuldan	1-3	6-5	7-15	4-17	58	10,9
Diğer	1-1	0-0	0-0	1-1	4	0,7
Toplam	132	197	233	259	821	

Tablo 4.2.5.'de de görüldüğü gibi öğrencilere sosyal medyaya nereden bağlanıyorsunuz sorusuna öğrenciler “evden” %74, “cep telefonundan” %55,8, “internet kafeden” %13,8, “okulda” %10,9, “diğer” %0,9 olarak cevap vermiştir. Öğrencilerin sosyal medyaya en fazla “cep telefonundan” en az ise “okulda” girdiği, “cep telefonundan” sosyal medyaya bağlanmanın öğrencilerin yaşı büyüdükçe arttığı görülmektedir.

Öğrenciler sosyal medyayı en çok evde kullandıkları görülmüştür. Sosyal medyanın evde kullanılması ebeveynlerin çocukları kontrolü açısından önemli olabilir.

4.3. Üçüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorumlar

Üçüncü alt problem kapsamında öğrencilere sosyal medyada kimlerle sohbet ettikleri ve paylaşımda bulundukları, iletişim kurulan kişiler seçilirken nelere dikkat ettikleri şeklinde sorular yöneltilmiş ve alınan cevaplar veri olarak çözümlenmiştir.

4.3.1. Sosyal medyada daha çok kimlerle sohbet ediliyor ve paylaşımda bulunuluyor

Sosyal medyada daha çok kimlerle (aile, arkadaş, diğerler) sohbet ediyor, paylaşımda bulunuyor, iletişim kuruyorsunuz sorusuna öğrencilerin cevapları Tablo 4.3.1.'de görülmektedir.

Tablo 4.3.1. Sosyal medyada daha çok kimlerle (aile, arkadaş, diğerler) iletişim kurulduğuna ilişkin bulgular

Sınıflar Temalar	5 K -E	6 K -E	7 K -E	8 K -E	Toplam 528	%
Arkadaşlarım ile	37-35	36-48	48-54	54-42	354	67,0
Ailem ile	8-13	17-25	20-14	25-18	152	28,7
Tanıdıklarım ile	8-5	8-5	9-5	7-10	61	11,5
Herkes ile	0-0	2-3	0-0	0-0	5	0,9
Toplam	106	134	150	156	546	

Tablo 4.3.1.'de görüldüğü gibi ortaokul öğrencilerinin sosyal medyada daha çok kimlerle (aile, arkadaş, diğerler) sohbet ediyor, paylaşımda bulunuyor iletişim kuruyorsunuz diye sorulduğunda “arkadaşlarım ile” %67, “ailem ile” %28,7, “tanıdıklarım ile” %11,5, “herkes ile” %0,9 oranında cevaplar vermişlerdir. Oranlara bakıldığında “arkadaşlarımla” cevabının yüksek olduğu ve bu cevabın öğrencilerinin yaşı büyüdükçe arttığı da tespit edilmiştir.

Öğrenciler sosyal medyada en fazla arkadaşları ile iletişim kurdukları görülmektedir. Bu da bize arkadaş ilişkileri konusunda duyarlı olduğunu göstermektedir.

4.3.2. Sosyal medyada daha çok iletişim kurulan kişiler seçilirken nelere dikkat ediliyor

Sosyal medyada daha çok iletişim kurulan kişiler seçilirken nelere dikkat ediliyor sorusuna öğrencilerin cevapları Tablo 4.3.2.'de görülmektedir.

Tablo 4.3.2. Sosyal medyada (aile, arkadaş, diğerler) iletişim kurulan bu kişileri seçerken nelere dikkat edinildiğine ilişkin bulgular

Sınıflar Temalar	5 K -E	6 K -E	7 K -E	8 K -E	Toplam 528	%
Tanıdık olmasına	33-31	24-20	23-13	18-15	177	33,5
Kişilik özelliklerine	9-4	16-11	6-8	8-14	76	14,3
Paylaşımlarına	7-3	5-7	2-6	1-1	32	6,0
Sahte hesap olmamasına	0-0	0-0	0-0	1-3	4	0,7
Dikkat etmiyorum	0-0	2-3	1-0	1-1	8	1,5
Toplam	87	88	59	63	297	

Öğrenciler Tablo 4.3.2.'de görüldüğü gibi ortaokul öğrencilerinin Sosyal medyada daha çok kimlerle (aile, arkadaş, diğerler) sohbet ediyor, paylaşımda bulunuyor iletişim kuruyorsunuz, bu kişileri seçerken nelere dikkat ediyorsunuz? (Açıklayınız) diye sorulduğunda; çalışmaya katılan öğrencilerin %33,5'inin "**tanıdık olmasına**" cevabının verildiği görülmüştür. Örneğin; 5. Sınıf 19k kodlu öğrenci "*tanıdığım sevdiğim ve en iyi arkadaşım olmasına*", 6. sınıf 67k kodlu öğrenci "*tanıdığım kişilerle arkadaş oluyorum*", 7. sınıf 99k kodlu öğrenci "*arkadaşlarım ve ailem hariç kimse ile muhatap olmuyorum, eğer tanıımıyorsam engelliyorum*" ve 8. sınıf 9e kodlu öğrenci "*tanımadığımla konuşmam*" yanıtını vermiştir. Oranlar incelendiğinde öğrencilerin yaşı yükseldikçe "tanıdık olmasına" cevabı oranının düştüğü görülmektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %14,4'ü "**kişilik özelliklerine**" şeklinde yanıt vermiştir. Bu oran içerisinde %25' "güvenilir olmasına" dikkat ettiğini belirtmiştir. Örneğin; 5. sınıf 11k kodlu öğrenci "*güvenilir iyi düzgün olmasına dikkat ediyorum*", 6. sınıf 116k kodlu öğrenci "*saygılı olmasına dikkat ediyorum*", 7. sınıf 116e kodlu öğrenci "*bu kişileri seçerken ahlaklı, düzgün, sorumlu kişiler seçerim*" ve 8. sınıf 48k kodlu öğrenci "*iyi biri olmasına dikkat ediyorum*" cevabını vermiştir. Oranlara bakıldığında "kişilik özelliklerine" en fazla dikkat edenlerin 6. sınıf olduğu görülmüştür.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %6'sı "**paylaşımlarına**" şeklinde yanıt vermiştir. Örneğin; 5. sınıf 88k kodlu öğrenci "*fotoğraflarına paylaştığı şeylere bakıyorum*", 6. sınıf 54e kodlu öğrenci "*arkadaşlarına, fotoğraflarına ve paylaşımlarına bakıyorum*", 7. sınıf 131e kodlu öğrenci "*paylaştığı şeylere göre*" ve 8. sınıf 111e kodlu öğrenci "**kötü paylaşım yapmamasına**" cevabını vermiştir. Oranlar incelendiğinde, paylaşımlarına dikkat eden oranın 5. Sınıf öğrencilerinde yüksek olduğu görülmektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %0,7'si "**sahte hesap olmamasına**" yanıtını vermiştir. Örneğin; 8. sınıf 18e kodlu öğrenci "*fake hesaplara dikkat ediyorum*" cevabını vermiştir. Oranlara bakıldığında sadece 8. sınıf öğrencilerinin "sahte hesap olmamasına" dikkat ettiği tespit edilmiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %1,5'i “**dikkat etmiyorum**” şeklinde yanıt vermiştir. Örneğin; 6. sınıf 51e kodlu öğrenci “*hiçbir şeye dikkat etmem*”, 7. sınıf 69k kodlu öğrenci “*internette tanıştığım insanlar var, onlarla çok samimiyiz. Dikkat ettiğim tek şey benim kafadan olması. Hırsızmış, sapıkmış, dolandırıcıymış umurumda değil. Dikkat etmem*” şeklinde cevap vermiştir.

Öğrencilerin sosyal medyada iletişim kurdukları kişileri seçerken nelere dikkat ettiğine verilen cevaplar tanıdık olmasına dikkat ettiği görülmüştür. Fakat bazı öğrencilerin hiçbir şeye dikkat etmiyorum cevabını vermesi dikkat çekici olmuştur.

4.4. Dördüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular ve Yorumlar

Dördüncü alt problem kapsamında, öğrencilere, sosyal medyada daha çok neleri paylaşp paylaşmadıkları ve buna nasıl karar verildiği, kimlerin hangi paylaşımlarına ne tür yorumlar yapıldığı, yorum yapılırken nelere dikkat edildiği, sosyal medyada daha çok nelerin beğenilip beğenilmediği ve buna nasıl karar verildiği, daha çok kimlerin hangi konudaki paylaşımlarının düzenli takip edilip edilmediği ve son olarak düzenli takip kararının nasıl verildiğine dair sorular yöneltilmiş ve alınan cevaplar veri olarak çözümlenmiştir.

4.4.1. Sosyal medyada daha çok neler paylaşıyor

Ortaokul öğrencilerine sosyal medyada daha çok neleri paylaşıyorsunuz (örnekler vererek açıklayınız) sorusuna Tablo 4.4.1’de görülmektedir.

Tablo 4.4.1. Sosyal medyada daha çok neler paylaşıldığına ilişkin bulgular

Sınıflar Temalar	5 K -E	6 K -E	7 K -E	8 K -E	Toplam 528	%
Kişisel paylaşımları	29-19	33-16	23-12	47-23	202	38,2
Eğlenceli içerikleri	9-10	16-22	10-26	23-16	132	25,0
Uygun içerikleri	1-2	11-15	15-22	24-14	104	19,6
Spor takımlarını	2-2	4-7	4-5	1-6	31	5,8
Hoşuma gidenleri	0-0	0-0	3-9	3-8	23	4,3
Güncel konuları	0-0	0-0	5-2	3-2	12	2,2
Ünlüleri	0-0	3-0	1-2	3-2	11	2,0
Paylaşmam	8-3	3-4	4-8	2-8	29	5,4
Diğerleri	0-0	2-0	2-1	0-0	5	0,9
Toplam	85	136	154	182	557	

Öğrenciler Tablo 4.4.1.'de görüldüğü gibi sosyal medyada daha çok neleri paylaşıyorsunuz sorusuna %38,2 oranında “**kişisel paylaşımlarımı**” diye yanıt vermişlerdir. Bu oran içerisinde “fotoğraf paylaşıyorum” %70,7, “duygu ve düşüncelerimi” %14,3, “durum paylaşıyorum” %6,4’tür. Örneğin; 5. sınıf 11k kodlu öğrenci “*kendi ailem ve ailemle çektiğim fotoğrafları paylaşıyorum*” 101e kodlu öğrenci “*duygularımı, sevdiğim şarkıları, okuduğum kitapları, izlediğim filmleri, paylaşıyorum*”, 6. sınıf 58k öğrenci “*fotoğraflarımı ve başıma gelen ilginç olayları paylaşıyorum*”, 24k kodlu öğrenci “*kendimden bahsediyorum*”, 7. sınıf 76k kodlu öğrenci “*ailemle fotoğraflarımı mutlu olduğum durumları paylaşıyorum*” ve 8. sınıf 79k kodlu öğrenci “*beni sinirlendiren kişi olduğunda o kişiye bir şey söylemek yerine durum paylaşıyorum*” cevabını vermiştir. Oranlara bakıldığında ise en fazla kişisel paylaşım yapan oranın 8. sınıf öğrencilerinin olduğu görülmektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %25’i “**eğlenceli içerikleri**” yanıtını vermiş, bu oran içerisinde ise “komik olanları” cevabı %53,9’dur. Örneğin; 5. sınıf 109k kodlu öğrenci “*komik resimleri paylaşıyorum*”, 6. sınıf 119k kodlu öğrenci “*komik sözleri paylaşıyorum*”, 7. sınıf 140e kodlu öğrenci “*komik fıkraları paylaşıyorum*” ve 8. sınıf 119k kodlu öğrenci “*komik olan vine’den aldığım şeyleri, komik capsleri paylaşıyorum*”, 142k kodlu öğrenci “*toplumun komiğine gidecek şeyleri paylaşıyorum*” şeklinde cevap vermiştir. Eğlenceli içerikleri paylaşma oranının öğrencilerin yaşı büyüdükçe arttığı görülmektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %16,6'sı “**uygun içerikleri**” yanıtını vermiş, bu oran içerisinde ise “bilgilendirici olanları paylaşıyorum” %20,8, “ilginç olanları paylaşıyorum” %15'tir. Örneğin; 5. sınıf 22e kodlu öğrenci “*bilgilendirici şeyleri paylaşıyorum*”, 6. sınıf 109k kodlu öğrenci “*hadisler, peygamberimizin sözlerini paylaşıyorum*”, 7. sınıf 54e kodlu öğrenci “*güzel sözler, özlü sözler paylaşıyorum*” ve 8. sınıf 19k kodlu öğrenci “*insanların merak ettiklerini paylaşıyorum*”, 95k kodlu öğrenci “*edebi sözler, anlamlı sözler, yazar sözleri, ilginç şeyler*” cevabını vermiştir. Cevaplar irdelendiğinde öğrencilerin yaşı büyüdükçe “uygun içeriklileri paylaşma” oranının arttığı görülmektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %5,8'i “**spor takımlarını paylaşırım**” yanıtını vermiş, bu oran içerisinde ise “tuttuğum takımı paylaşırım” %70'tir. Örneğin; 5. sınıf 11k kodlu öğrenci “*takım fotoğraflarını paylaşıyorum*”, 6. sınıf 102e kodlu öğrenci “*galata sarayın ile ilgili şeyleri paylaşıyorum*”, 7. sınıf 116e kodlu öğrenci “*tuttuğum takımın maç olduğunda durumları paylaşıyorum*” ve 8. sınıf 114k kodlu öğrenci “*galata sarayın maçları kazandığı zamanki resimleri ve golleri paylaşıyorum*” cevabını vermiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerden özellikle 7 ve 8. sınıfta olmak üzere %4,3'ü “**hoşuma gidenleri paylaşırım**”, % 2,2'si “**güncel konuları paylaşırım**” cevabını vermiştir. Örneğin; 7. sınıf 116k kodlu öğrenci “*gündelik haberleri paylaşıyorum*” ve 8. sınıf 13k kodlu öğrenci “*siyasi gündemde olan konukları paylaşıyorum*” yanıtını vermiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %2'si “**ünlüleri paylaşırım**” yanıtını vermiştir. Örneğin; 6. sınıf 104k kodlu öğrenci “*sevdiğim bir grup olan One Direction'un fotoğraflarını paylaşıyorum*”, ve 7. sınıf 101e kodlu öğrenci “*Recep Tayyip Erdoğan'nın resimleri paylaşıyorum*” şeklinde cevap vermiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %5,4'ü “paylaşmam”, %0,9'u ise “diğer” yanıtını vermiştir.

Öğrencilerin sosyal medyada daha çok neleri paylaştıkları sorulduğunda kişisel bilgilerini, eğlenceli içerikleri gibi cevaplar vermişlerdir.

4.4.2. Sosyal medyada daha çok neler paylaşılmıyor

Ortaokul öğrencilerine sosyal medyada daha çok neleri paylaşıyorsunuz (örnekler vererek açıklayınız) sorusuna Tablo 4.4.2.'de cevapları görülmektedir.

Tablo 4.4.2. Sosyal medyada daha çok neler paylaşılmadığına ilişkin bulgular

Sınıflar	5	6	7	8	Toplam	%
Temalar	K -E	K -E	K -E	K -E	528	
Uygunsuz içerikleri	9-16	25-12	9-10	17-19	117	22,1
Kişisel bilgilerimi	3-1	5-1	7-6	8-7	38	7,1
Gündemi	2-0	0-3	2-1	0-0	8	1,5
Beğenmediklerimi	0-3	0-0	7-2	4-3	19	3,5
Toplam	32	46	44	53	175	

Tablo 4.4.2.'de görüldüğü gibi öğrencilere Sosyal medyada daha çok neleri paylaşıyorsunuz sorusu sorulduğunda %22,1 oranında **“uygunsuz içerikler”** cevabı verilmiştir. Bu oran içerisinde “kötü olanları” %28,2, “kötü fotoğrafları” %9,4’tür. Örneğin; 5. sınıf 31k kodlu öğrenci *“küfürlü yazıları paylaşıyorum”*, 6. sınıf 128e kodlu öğrenci *“sapık şeyleri paylaşmam”*, 7. sınıf 44e kodlu öğrenci *“saçma şeyleri, kötü fotoğrafları paylaşıyorum”* ve 8. sınıf 104k kodlu öğrenci *“argo şeyleri paylaşıyorum”* yanıtını vermiştir. “Uygunsuz içerik” paylaşmayan öğrencilerin oranının 8. Sınıflarda yüksek olduğu da tespit edilmiştir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %2,8’i **“özel hayatımı”** yanıtını vermiştir. Örneğin; 5. sınıf 21e kodlu öğrenci *“resimlerimi paylaşmam”*, 6. sınıf 81k kodlu öğrenci *“kendi özel hayatımı paylaşmam”*, 7. sınıf 19k kodlu öğrenci *“özel şeylerimi yani ailemle olan fotoğraflarımı paylaşıyorum”* ve 8. sınıf 112k kodlu öğrenci *“kendi özel durumlu olan şeyleri paylaşmam”* şeklinde cevap vermiştir. Oranlara bakıldığında ise öğrencilerin yaşı yükseldikçe “kişisel bilgileri paylaşmama” oranının da yükseldiği görülmüştür.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %1,5'i "**gündemi**" cevabını vermiştir. Örneğin; 5. sınıf 43k kodlu öğrenci "*siyasetle ilgili olan hiçbir şeyi paylaşmıyorum*", 6. sınıf 85e kodlu öğrenci "*yaşım daha küçük olduğu için siyaset vb. şeyleri paylaşmam*", 7. sınıf 1k kodlu öğrenci "*siyasetle ilgili şeyleri paylaşmıyorum*" şeklinde yanıtlamıştır. Oranlara bakıldığında ise öğrencilerin "**siyasi konuları paylaşmaması**" dikkat çekmektedir. Çalışmaya katılan öğrencilerin %3,5'i "paylaşmam" cevabını vermiştir.

Öğrencilerin sosyal medyada daha çok uygunsuz içerikleri paylaşmadıkları görülmektedir. Bazı öğrencilerin sosyal medyada gündemi paylaşmadıkları dikkat çekici olmuştur.

4.4.3. Sosyal medyada bir şeyi paylaşıp paylaşmamaya daha çok nasıl karar veriliyor

Ortaokul öğrencilerine sosyal medyada daha çok bir şeyi paylaşıp paylaşmamaya nasıl karar veriyorsunuz açıklayınız sorusuna verilen yanıtlar Tablo 4.4.3.'te görülmektedir

Tablo 4.4.3. Sosyal medyada daha çok bir şeyi paylaşıp paylaşmamaya nasıl karar verildiğine ilişkin bulgular

Sınıflar Temalar	5 K -E	6 K -E	7 K -E	8 K -E	Toplam 528	%
İçeriğe bakarak	19-19	29-23	32-23	30-32	207	39,2
Kendi irademle	18-17	18-19	18-19	23-14	146	27,6
Yardım alarak	1-2	4-4	0-0	2-1	14	2,6
Beklentilere göre	1-1	0-0	0-5	3-0	10	1,8
Toplam	78	97	97	105	377	

Tablo 4.4.3'te görüldüğü gibi öğrenciler, sosyal medyada daha çok bir şeyi paylaşıp paylaşmamaya nasıl karar veriyorsunuz sorusuna %39,2 oranında "**içeriğine bakarak**" cevabını vermiştir. Bu oran içerisinde "güzel bulduğumu" %43,9, "bilgilendirici bulduğumu" %22,7'dir. Örneğin; 5. sınıf 109k kodlu öğrenci "*güzel olup olmadığına göre paylaşıyorum*", 6. sınıf 119k kodlu öğrenci "*komikse paylaşıyorum*", 7. sınıf 113e kodlu öğrenci "*içeriğine bakıyorum. İçeriği kötü şeyleri paylaşmam*" ve 8. sınıf 130e kodlu öğrenci "*hakaret içeren, siyasi şeyler paylaşmıyorum*" yanıtını

vermiştir. Cevaplar incelendiğinde öğrencilerin yaşı yükseldikçe “içeriğe bakarak” oranında arttığı görülmektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %27,6’sı “kendi irademle”, bu oran içerisinde ise %77,3’ü “**düşüncelerime uygun ise**” cevabını vermiştir. Örneğin; 5. sınıf 80k kodlu öğrenci “*düşünceme uygunsa, yaşıma uygunsa paylaşıyorum*”, 6. sınıf 132e kodlu öğrenci “*düşünüyorum, kendim karar verip paylaşıyorum*”, 7. sınıf 87k kodlu öğrenci “*ruh halime ve uygunluğuna göre kendim karar veriyorum*” ve 8. sınıf 143e kodlu öğrenci “*kendi hislerime göre paylaşıyorum*” şeklinde yanıt vermiştir. Oranlara bakıldığında ise bütün sınıflarda “kendi iradeleri ile paylaşım” yapmada farklılık olmadığı dikkat çekmektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %2,6’sı “**yardım alarak**” cevabını vermiştir. Bu oran içerisinde “arkadaşlarıma danışarak” %42,8, “ailemden yardım alarak” %35,7’dir. Örneğin; 5. sınıf 64e kodlu öğrenci “*arkadaş ve aileme danışarak paylaşıyorum*”, 6. sınıf 125k kodlu öğrenci “*arkadaşlarıma sorarım*” ve 8. sınıf 116k kodlu öğrenci “*arkadaşlarıma danışarak paylaşıyorum*” yanıtını vermiştir. Oranlar bakıldığında ise 7. sınıfta öğrencilerin herhangi bir şekilde yardım almadığı, 8 sınıfta ise oranın düştüğü görülmektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilerin %1,8’i “**beklentilere göre**” cevabını vermiştir. Bu oran içerisinde “başkalarının hoşlanıp hoşlanmayacağına göre” %50, “kim ne der” %30’dur. Örneğin; 5. sınıf 105k kodlu öğrenci “*kim ne der diye düşünüyorum*”, 7. sınıf 18e kodlu öğrenci “*arkadaşlarımdan beğeneceğini düşünerek*”, 8. sınıf 112k kodlu öğrenci “*ben başkalarının beğenip beğenmemesine az da olsa dikkat ederim, onların beğenmeyeceği şeyleri paylaşmıyorum*” yanıtını vermiştir. Oranlara irdelendiğinde “beklentilere göre paylaşım yapma” oranı en fazla 7. sınıfta iken, 6 sınıfta bu cevap hiç görülmemektedir.

Öğrencilerin paylaşım yapar iken nelere dikkat ettiklerine bakıldığında daha çok içeriğine bakarak paylaşım yaptığı tespit edilmiştir. Bazı öğrencilerin beklentilere göre yorum yaptığını söylemesi empati duygusunun oluştuğu görülmektedir.

4.4.4. Sosyal medyada daha çok kimlerin hangi paylaşımlarına yorum yapıyor

Ortaokul öğrencilerine sosyal medyada daha çok kimlerin hangi paylaşımlarına yorum yapıyorsunuz (örnekler vererek açıklayınız) sorusunun cevapları Tablo 4.4.4’te görülmektedir.

Tablo 4.4.4. Sosyal medyada daha çok kimlerin hangi paylaşımlarına yorum yapıldığına ilişkin bulgular

Sınıflar Temalar	5 K -E	6 K -E	7 K -E	8 K -E	Toplam 528	%
Tanıdıklarına	47-40	40-36	36-32	39-18	288	54,5
Uygun içeriklere	2-6	3-5	2-7	2-3	30	5,6
Beğendiklerimi	0-0	0-0	7-11	4-3	24	4,5
Benimle ilgili konulara	0-0	0-0	0-0	10-7	17	3,2
Eğlenceli içeriklere	0-0	2-2	0-5	0-3	12	2,2
Fotoğraflara	0-0	0-0	2-2	3-1	8	1,5
Diğerleri	0-0	0-0	2-0	4-2	8	1,5
Toplam	95	88	106	99	388	

Tablo 4.4.4’te görüldüğü gibi araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerine “sosyal medyada daha çok kimlerin hangi paylaşımlarına yorum yapıyorsunuz?” sorusu sorulduğunda %54,5’i “**tanıdıklarına**” cevabını vermiştir. Bu oran içerisinde “arkadaş paylaşımlarına” %61,8, “aile paylaşımlarına” %15,2’dir. Örneğin; 5. sınıf 1k kodlu öğrenci “*arkadaşlarımın, ailemin paylaşımlarına yorum yapıyorum*” 6. sınıf 116k kodlu öğrenci “*arkadaşlarımın fotoğraflarına yorum yaparım*”, 7. sınıf 111e kodlu öğrenci “*arkadaşlarıma yorum yapıyorum*” ve 8. sınıf 35k kodlu öğrenci “*en yakın arkadaşlarımın paylaşımlarına yorum yaparım*” şeklinde cevaplar vermişlerdir. Oranlara bakıldığında sınıflar yükseldikçe tanıdıklara yorum yapma oranın düştüğü görülmektedir.

Araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerine “sosyal medyada daha çok kimlerin hangi paylaşımlarına yorum yapıyorsunuz?” sorusu sorulduğunda %5,6’sı “**uygun içeriklere**” cevabını vermiştir. Bu oranlar içerisinde “bilgilendirici konulara” %60, “güzel olanlara” %40’tır. Örneğin; 5. sınıf 9e kodlu öğrenci “*kötü şeylere yorum yapmam güzel şeylere yorum yaparım*”, 6. sınıf 112k kodlu öğrenci “*saçma olanlara yorum yapmam. Güzel olana yaparım*”, 7. sınıf 30e kodlu öğrenci “*güzel bir şeyse yorum yaparım*” ve 8. sınıf 123e kodlu öğrenci “*benim düşüncelerime karşı*

paylaşımlara yorum yaparım” şeklinde cevaplar vermişlerdir. Oranlara bakıldığında ise sınıflar arasında uygun içeriğe göre yorum yapma oranı arasında önemli bir fark görülmemektedir.

Çalışmaya dâhil olan ortaokul öğrencilerinin %3,2’si “**benimle ilgili konulara**” cevabını vermiştir. Örneğin; 8. sınıf 3e kodlu öğrenci “*benimle ilgili olan konulara yorum yapıyorum. Örneğin doğum günümü kutladıklarında ve face’de beni bir duruma etiketlediklerinde*”, 50k kodlu öğrenci “*benimle ilgili konulara yorum yapıyorum*” şeklinde cevaplar vermişlerdir. Bu cevabı veren öğrencilerin oranının sadece 8. sınıftan oluşması dikkat çekicidir.

Araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerine “sosyal medyada daha çok kimlerin hangi paylaşımlarına yorum yapıyorsunuz?” sorusu sorulduğunda %4,5’i “**beğendiğim şeylere**” cevabını vermiştir. Örneğin; 5. sınıf 45k kodlu öğrenci “*beğendiğim şeylere yorum yaparım*” cevap vermiştir.

Araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerine “sosyal medyada daha çok kimlerin hangi paylaşımlarına yorum yapıyorsunuz?” sorusu sorulduğunda %2,2’si “**eğlenceli içeriklere**” cevabını vermiştir. Örneğin; 5. sınıf 42k kodlu öğrenci “*komik resimlere yorum yaparım*”, 6. sınıf 118k kodlu öğrenci “*komik olanlara yorum yaparım komik olmayanlara yorum yapmam*”, 7. sınıf 54e kodlu öğrenci “*komik olan karikatürlere yaparım*” ve son olarak 8. sınıf 32e kodlu öğrenci “*genellikle caps ve vinelere yorum yaparım*” gibi cevaplar vermişlerdir.

Çalışmaya katılan ortaokul öğrencilerine “sosyal medyada daha çok kimlerin hangi paylaşımlarına yorum yapıyorsunuz?” sorusu sorulduğunda %1,1’i “**fotoğraflara**” cevabını vermiştir. Örneğin; 5. sınıf 97e kodlu öğrenci “*fotoğraflara yorum yaparım*”, 6. sınıf 62e kodlu öğrenci “*fotoğraflara yorum yaparım*”, 7. sınıf 111e kodlu öğrenci “*arkadaşlarımdan fotoğraflarına yorum yaparım*” ve 8. sınıf 48k kodlu öğrenci “*daha çok fotoğraflara yorum yaparım*” Olarak cevap vermişlerdir. Oranlara bakıldığında fotoğraflara yorum yaparım cevabını sadece 7. ve 8. sınıfın cevap verdiği görülmektedir.

Çalışmaya dâhil olan ortaokul öğrencilerinin %1,5'i “**diğerleri**” cevabını vermiştir. Bu oran içerisinde “ünlülere” %37,5, “tuttuğum takımın paylaşımlarına” %12,5’tir. Örneğin; 5. sınıf 74k kodlu öğrenci “*artist fotoğraflarına*” ve 6. sınıf 86k kodlu öğrenci “*Bella Thorun resimlerine yorum yapıyorum*” şeklinde cevaplar vermişlerdir.

Öğrenciler sosyal medyada daha çok tanıdıklarına yorum yaptığı görülmektedir.

4.4.5. Sosyal medyada daha çok kimlerin hangi paylaşımlarına yorum yapılmıyor

Ortaokul öğrencilerine sosyal medyada daha çok kimlerin hangi paylaşımlarına yorum yapmıyorsunuz (örnekler vererek açıklayınız) sorusunun cevapları Tablo 4.4.5.’de görülmektedir.

Tablo 4.4.5. Sosyal medyada daha çok kimlerin hangi paylaşımlarına yorum yapılmadığına ilişkin bulgular

Sınıflar	5	6	7	8	Toplam	%
Temalar	K -E	K -E	K -E	K -E	528	
Tanımadıklarına	5-6	11-5	8-5	12-2	54	10,2
Uygunsuz içeriklere	8-1	2-2	2-2	3-1	21	3,9
Yorum yapmam	4-6	3-5	9-6	8-14	55	10,4
Diğerleri	0-0	0-2	1-1	4-0	8	1,5
Toplam	30	30	34	44	138	

Tablo 4.4.5.’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerine “sosyal medyada daha çok kimlerin hangi paylaşımlarına yorum yapmıyorsunuz?” sorusu sorulduğunda %10,2’si “**tanımadıklarına**” cevabını vermiştir. Örneğin; 5. sınıf 12e kodlu öğrenci “*tanımadıklarına yorum yapmam*”, 6. sınıf 81k kodlu öğrenci “*tanımadığım insanların ve sayfaların paylaşımlarına yorum yapmam*”, 7. sınıf 125k kodlu öğrenci “*tanımadığım insanların paylaşımlarına yorum yapmam*” ve 8. sınıf 66k kodlu öğrenci “*tanımadığım bir kişinin paylaşımlarına yorum yapmam*” şeklinde cevaplar vermişlerdir.

Araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerine “sosyal medyada daha çok kimlerin hangi paylaşımlarına yorum yapıyorsunuz?” sorusu sorulduğunda %3,9’u “**uygunsuz içeriklere**” cevabını vermiştir. Bu oran içerisinde “saçma olanları” %38’dir. Örneğin; 5. sınıf 41k kodlu öğrenci “*saçma şeylere yorum yapmam*”, 6. sınıf 100k kodlu öğrenci “*eğer kötü laf, kötü küfür paylaştıysa ona yorum yapmam*”, 7. sınıf 110k kodlu öğrenci “*saçma ve terbiyesiz şeyleri yorumlamam*” ve son olarak 8. sınıf 1k kodlu öğrenci “*kötü, saçma, çirkin paylaşımlara yorum yapmam*” cevaplarını vermişlerdir.

Çalışmaya dâhil olan ortaokul öğrencilerinin %10,4’ü “**yorum yapmam**” cevabını vermiştir. Örneğin; 5. sınıf 85k kodlu öğrenci “*babam yorum yapmama izin vermiyor*”, 7. sınıf 66k kodlu öğrenci “*yorum yapmam. Çünkü saçma cevaplar gelebiliyor*” ve 8. sınıf 82e kodlu öğrenci “*yorum yapmıyorum*” şeklinde cevaplarda bulunmuşlardır.

Araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerine “sosyal medyada daha çok kimlerin hangi paylaşımlarına yorum yapıyorsunuz?” sorusu sorulduğunda % 1,5’i “**Diğerleri**” cevabını vermiştir. Bu oran içerisinde “siyasi konulara” %37,5’tir. Örneğin; 6.sınıf 14e kodlu öğrenci “*devletle ilgili, siyasi şeylere yorum yapmam*” ve 8.sınıf 2k kodlu öğrenci “*gündemde olan olaylara yorum yapmam*” cevaplarını vermişlerdir.

Öğrencilerin sosyal medyada daha çok tanımadıklarına yorum yapmadıkları görülmektedir. Bazı öğrenciler ise yorum yapmam cevabını vermeleri dikkat çekmektedir.

4.4.6. Sosyal medyada bir kişi veya konuya yorum yapmadan önce daha çok nelere dikkat ediliyor

Ortaokul öğrencilerine sosyal medyada daha çok bir kişi veya bir konuya yorum yapmadan önce nelere dikkat ediyorsunuz (açıklayınız.) sorusunun cevapları Tablo 4.4.6.’da görülmektedir.

Tablo 4.4.6. Sosyal medyada bir kişi veya bir konuya yorum yapmadan önce, daha çok nelere dikkat edildiğine ilişkin bulgular

Sınıflar	5	6	7	8	Toplam	%
Temalar	K -E	K -E	K -E	K -E	528	
Düzgün konuşmaya	14-18	18-10	15-13	22-15	125	23,6
Paylaşılan konuya	16-8	9-11	17-23	10-14	107	20,2
Paylaşan kişiye	1-1	1-1	2-6	10-4	26	4,9
Tanıdık olmasına	1-3	5-2	4-3	0-0	18	3,4
Sosyal kabul görmesine	0-0	0-0	2-3	2-1	8	1,5
Dikkat etmem	0-0	0-0	0-4	2-2	8	1,5
Toplam	60	55	92	82	289	

Tablo 4.4.6.’da görüldüğü gibi araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerine “sosyal medyada daha çok bir kişi veya bir konuya yorum yapmadan önce nelere dikkat ediyorsunuz?” sorusu sorulduğunda %23,6’sı “**düzgün konuşmaya**” cevabını vermiştir. Bu oran içerisinde “karşımdakini incitmemeye” %28’dir. Örneğin; 5. sınıf 35e kodlu öğrenci “*küfürlü konuşmamaya dikkat ediyorum*”, 6. sınıf 12e kodlu öğrenci “*kötü yorumlar yapmamaya düzgün konuşmaya dikkat ediyorum*”, 7. sınıf 20k kodlu öğrenci “*o kişiyi kırmamaya çalışıyorum*” ve 8. sınıf 19k kodlu öğrenci “*karşımdakini kırmamaya çalışırım*” cevaplarını vermişlerdir. Cevap verenlerin içerisinde karşımdakini incitmemeye cevabını sadece 7. ve 8. sınıf öğrencileri cevap vermiş olup bu da dikkat çekmektedir.

Araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerine “sosyal medyada daha çok bir kişi veya bir konuya yorum yapmadan önce nelere dikkat ediyorsunuz?” sorusu sorulduğunda %20,2’ “**paylaşılan konuya**” cevabını vermiştir. Bu oran içerisinde “paylaşımın yararlı olmasına” %6,5, “paylaşılan konunun benimle ilgili olmasına” %6,5’tur. Örneğin; 5. sınıf 2e kodlu öğrenci “*o resim ya da yazdığı şeyi anlayıp yararlı ise yorum yaparım*”, 6. sınıf 76e kodlu öğrenci “*iyi bir şey ise yararlı ise yaparım*”, 7.sınıf 75e kodlu öğrenci “*nasıl bir paylaşım bakarım*” ve 8. sınıf 53k kodlu öğrenci “*mantıklı ve komik olmasına dikkat ederim*” şeklinde cevaplar vermişlerdir.

Çalışmaya dâhil olan ortaokul öğrencilerinin %4’9’ “paylaşan kişiye” cevabını vermiştir. Bu oran içerisinde “**kişiyle olan samimiyetime**” %50, “tanıdık olmasına” %3,4’tür. Örneğin; 5. sınıf 88k kodlu öğrenci “*tanıyıp tanımadığıma bakarım*”, 6. sınıf 9k kodlu öğrenci “*tanıdığım bir ise, samimi isem yorum yaparım*”, 7. sınıf 35k kodlu

öğrenci “*çok konuştuğum biri ise düşünmeden yorum yaparım. Ama konuşmadığım biri ise yorum yapmam*” ve son olarak 8. sınıf 35k kodlu öğrenci “*kimin paylaşıp paylaşmadığına dikkat ediyorum*” gibi cevaplar vermişlerdir. Oranlara bakıldığında ise sınıf düzeyi yükseldikçe paylaşan kişiye göre oranın arttığı görülmektedir.

Araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerine “sosyal medyada daha çok bir kişi veya bir konuya yorum yapmadan önce nelere dikkat ediyorsunuz?” sorusu sorulduğunda %0,9’u “**sosyal kabul görmesine**” cevabını vermiştir. Bu oran içerisinde “gelecek olan tepkilere” %62,3 ve “ebeveynlerim görür mü” %37,5’tur. Bu cevapların 7. ve 8. sınıf öğrencilerine ait oldukları dikkat çekmektedir. Örneğin; 7. sınıf 18e kodlu öğrenci “*başkalarının yorumumun hakkında neler düşüneceğine dikkat ederim*” ve 8. sınıf 91k kodlu öğrenci “*yorum yaparken dikkatli oluyorum. Çünkü yorumları hocalarım ve ailem görüyor*” cevaplarını vermişlerdir.

Çalışmaya katılan ortaokul öğrencilerine “sosyal medyada daha çok bir kişi veya bir konuya yorum yapmadan önce nelere dikkat ediyorsunuz?” sorusu sorulduğunda %1,5’i “**dikkat etmem**” cevabını vermiştir. Dikkat etmem diyenlerin oranının sadece 7. ve 8. sınıf öğrencilere ait olması dikkat çekicidir. Örneğin; 7. sınıf 50e kodlu öğrenci “*ben hiçbir şeye dikkat etmem yorum yaparım o an*” cevabını vermiştir.

Öğrencilerin sosyal medyada yorum yapmadan önce nelere dikkat ettikleri konusundaki cevaplara bakıldığında düzgün konuşmaya, paylaşılan konuya gibi cevaplar vermişlerdir. Bazılarının ise sosyal kabul görmesine dikkat ederim demesi dikkat çekici olmuştur.

4.4.7. Sosyal medyada daha çok neler beğeniliyor

Ortaokul öğrencilerine sosyal medyada daha çok neleri beğeniyorsunuz (örnekler vererek açıklayınız) sorusunun cevapları Tablo 4.4.7.’de görülmektedir

Tablo 4.4.7. Sosyal medyada daha çok nelerin beğenildiğine ilişkin bulgular

Sınıflar Temalar	5 K -E	6 K -E	7 K -E	8 K -E	Toplam 528	%
Hoşuma gidenleri	26-18	25-15	28-19	28-25	184	34,8
Tanıdıklarımın paylaşımlarını	8-10	9-6	12-8	24-11	88	16,6
Eğlenceli içerikleri	6-7	3-12	14-24	11-8	85	16,0
Fotoğrafları	0-0	4-1	9-5	6-4	29	5,4
Tuttuğum takımı	2-1	2-3	4-0	2-4	18	3,4
Beğendiğim ünlüleri	0-0	0-0	1-1	0-2	4	0,7
Diğerleri	0-0	0-0	0-0	5-4	9	1,7
Toplam	78	79	126	135	418	

Tablo 4.4.7’de görüldüğü gibi öğrencilerin “sosyal medyada daha çok neleri beğeniyorsunuz” sorusuna ilişkin verilen cevapta %34,8’i ‘**hoşuma gidenleri**’ cevabını vermiştir. Bu oran içerisinde “uygun içerikleri” olanları %34,2 olarak hesaplanmıştır. Örneğin; 5. sınıf 14k kodlu öğrenci “*güzel hoş sözleri beğeniyorum*”, 109k kodlu öğrenci “*Allah’ını sevenler beğensin diyenleri beğeniyorum*”, 6. sınıf 124k kodlu öğrenci “*hoşuma giden anlamlı istediğim şeyleri beğeniyorum*”, 7. sınıf 110k kodlu öğrenci “*ilgili olduğum her konuyu beğenirim*” ve 8. sınıf 50k kodlu öğrenci “*benim tarzım olan güzel şeyleri hoşuma gidenleri beğeniyorum*”, şeklinde algıladıkları görülmektedir.

Çalışmaya katılan öğrencilere yöneltilen bu soruda “**tanıdıklarımın paylaşımlarını**” kısmına verdiği cevap %16,6 olarak görülmekte. Bu cevap oranı içerisinde ise “arkadaş paylaşımlarını” %63,6 oranında değer görürken “arkadaşlarımın resmini” %24,4 oranında cevap verildiği hesaplanmıştır. Örneğin; 5. sınıf 94k kodlu öğrenci “*arkadaşlarımın fotoğraflarını beğenirim*”, 6. sınıf 65k kodlu öğrenci “*arkadaşlarımın resmini beğeniyorum*”, 7. sınıf 13k kodlu öğrenci “*arkadaşımın her şeyini beğenirim*”, 8. sınıf 20k kodlu öğrenci “*arkadaşlarımın ya da ailemin fotoğrafları beğeniyorum*”, gibi değerlendirmelerde bulunmuşlardır.

Çalışmaya dâhil olan öğrencilerin “sosyal medyada daha çok neleri beğeniyorsunuz” sorusuna ilişkin verdiği cevapta %16’sının “**eğlenceli içerikler**” olarak karar verdiği görülmekte olup bu cevap oranı içerisinde de “komik olanları” %96,4’tür. Örneğin; 5. sınıf 35k kodlu öğrenci “*komik olanları beğenirim*”, 6. sınıf 12e kodlu öğrenci “*eğlenceli capsleri beğeniyorum*”, 7. sınıf 126e kodlu öğrenci “*oyun ve komik yazıları beğenirim*” ve 8.sınıf 32e kodlu öğrenci “*oyunları, capsleri, vine*

paylaşımlarını beğeniyorum” şeklinde algılamaktadır. Yöneltilen bu soru karşısında bir başka seçenek olan “fotoğrafları” bölümünde öğrencilerin %5,4’ünün cevap verdiği görülmekte. Örneğin; 6. sınıf 37k kodlu öğrenci “*resimleri beğeniyorum*” ve 7. sınıf 8k kodlu öğrencinin ise “*güzel fotoğrafları beğeniyorum*” gibi cevaplar verdiği görülmektedir.

Çalışmada öğrencilerin %3,4’nün ise “**tuttuğum takımı**” olarak cevap görülmekte. Örneğin; 5. sınıf 38k kodlu öğrenci “*fener bahçe ve Bolu sporla ilgili şeyleri beğeniyorum*” 6. sınıf 103e kodlu öğrenci “*takımla ilgili gollerle ilgili şeyleri beğenirim*”, 7. sınıf 23k kodlu öğrenci “*bir Galatasaray taraftarı olarak takımımı destekliyorum beğeniyorum*”, 8. sınıf 96k kodlu öğrenci ise “*takımımı destekliyorum*” şeklinde algılamaktadır.

Çalışmaya dâhil olan öğrencilerin “sosyal medyada daha çok neleri beğeniyorsunuz” sorusuna ilişkin verdikleri cevapta %0,7’si “**beğendiğim ünlüleri**” cevabını vermiştir. Örneğin; 7. sınıf 21k kodlu öğrenci “*beğendiğim sanatçıların sayfalarını beğeniyorum*” şeklinde cevap vermiştir.

Araştırmaya katılan öğrenciler “**diğerleri**” bölümünü öğrencilerin %1,72’sinin işaretlediği görülmekte. Bu cevap oranı içerisinde ise %22,2’si “paylaşımlarımı beğenen” derken “siyasi konuları” kısmına verilen cevap %22,2’dir. Örneğin; 8. sınıf 82e kodlu öğrenci “*takip ettiğim siyasi hesaplar var onları beğeniyorum*” şeklinde bir cevap vermiştir.

Öğrencilerin sosyal medyada daha çok neleri beğendiklerine bakıldığında hoşuna gidenleri, tanıdık paylaşımlarını, eğlenceli içerikleri, futbol takımlarını gibi cevaplar vermişlerdir. Öğrencilerin beğendikleri sayfalarda herhangi bir eğitime yönelik sayfaların olmadığı dikkat çekici olmuştur.

4.4.8. Sosyal medyada daha çok neler beğenilmiyor

Ortaokul öğrencilerine sosyal medyada daha çok neleri beğenmiyorsunuz (örnekler vererek açıklayınız) sorusunun yanıtları Tablo 4.4.8.’de görülmektedir.

Tablo 4.4.8. Sosyal medyada daha çok nelerin beğenilmediğine ilişkin bulgular

Sınıflar	5	6	7	8	Toplam	%
Temalar	K -E	K -E	K -E	K -E	528	
Uygunsuz içerikleri	15-14	22-9	5-5	16-16	102	19,3
Hoşuma gitmeyenleri	0-0	0-0	5-8	8-3	24	4,5
Siyasi konuları	0-0	0-2	2-1	1-1	7	1,3
Tanımadıklarını	0-0	1-0	0-1	1-0	3	0,5
Diğer	0-0	0-0	1-1	0-1	5	0,5
Toplam	29	34	28	47	138	

Tablo 4.4.8.’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerinin “sosyal medyada daha çok neleri beğenmiyorsunuz” sorusuna %19,3’ü “**uygunsuz içerikleri**” cevabını vermiştir. Bu oran içerisinde ise %29,4’ü “saçma olanları”, %14,7’si “argo olanları” ve %8,8 ise “sapık olanları” cevaplarını vermişlerdir. Örneğin; 5.sınıf 5k kodlu öğrenci “*kötü küfür olan şeyleri beğenmiyorum*”, 6. sınıf 58k kodlu öğrenci “*güzel bulmadıklarını beğenmiyorum*”, 7. sınıf 113k kodlu öğrenci “*uygunsuz içerikleri beğenmem şikâyet ederim.*”, 8. sınıf 3e kodlu öğrenci “*kötü siteler var sapık şeyler beğenmiyorum*” gibi cevaplar vermişlerdir.

Araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerinin “sosyal medyada daha çok neleri beğenmiyorsunuz” sorusuna %4,5’i “**hoşuma gitmeyenleri**” cevabını vermiştir. Örneğin; 7. sınıf 48k kodlu öğrenci “*hoşuma gitmeyenleri beğenmem*” şeklinde bir cevapta bulunmuştur.

Araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerinin “sosyal medyada daha çok neleri beğenmiyorsunuz” sorusuna %1,3ü “**siyasi konuları**” cevabını vermiştir. Örneğin; 6. sınıf 74e kodlu öğrenci “*siyasetle ilgili konuları beğenmiyorum*”, 7. sınıf 109k kodlu öğrenci “*siyasi şeyleri beğenmiyorum*” ve 8. sınıf 89e kodlu öğrenci “*siyasi paylaşımları beğenmiyorum. Bence siyaset sosyal medyaya karıştırılmamalıdır*” şeklinde cevaplar vermişlerdir.

Çalışmaya dâhil olan ortaokul öğrencilerinin %0,5'i ise “**tanımadıklarımı**” cevabını vermiştir. Örneğin; 6. sınıf 42k kodlu öğrenci “*tanımadığım insanların fotoğraflarını beğenmem*” gibi bir cevap vererek fikrini belirtmiştir. Bu çalışma grubundaki ortaokul öğrencilerinin %0,5'i de “diğerler” cevabını vermiştir. Örneğin; 7. sınıf 78e kodlu öğrenci “*paylaşımımı beğenmeyeni beğenmem*” şeklinde bir cevap vermiştir.

Öğrencilerin sosyal medyada nelerin beğenilmediğine bakıldığında uygunsuz içerikleri, hoşuma gitmeyenleri, tanımadıklarımı gibi cevaplar vermişlerdir. Bazı öğrencilerin siyasi konuları beğenmiyorum diye cevap vermesi dikkat çekicidir

4.4.9. Sosyal medyada bir şeyi beğenip beğenmemeye daha çok nasıl karar veriliyor

Ortaokul öğrencilerine sosyal medyada daha çok bir şeyi beğenip beğenmemeye nasıl karar veriyorsunuz (açıklayınız) şeklinde bir soru yöneltildiğinde öğrenciler Tablo 4.4.9.'daki verilere göre cevap vermişlerdir.

Tablo 4.4.9. Sosyal medyada daha çok bir şeyi beğenip beğenmemeye nasıl karar verildiğine ilişkin bulgular

Sınıflar	5	6	7	8	Toplam	%
Temalar	K -E	K -E	K -E	K -E	528	
İçeriğine göre	21-21	43-28	32-26	34-33	239	45,2
Hoşuma gitmesine göre	12-9	0-0	6-9	18-15	69	13,0
Paylaşımı yapan kişiye göre	3-2	0-0	6-6	4-3	24	4,5
Diğer	0-0	0-0	0-0	5-3	8	1,5
Toplam	68	71	85	116	340	

Tablo 4.4.9.'da görüldüğü gibi araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerine “sosyal medyada daha çok bir şeyi beğenip beğenmemeye nasıl karar veriyorsunuz?” sorusu sorulduğunda %45,2'si “**içeriğine göre**” cevabını vermiştir. Bu oran içerisinde “güzel oluşuna” %37, “komik oluşuna” %8,4 ve “ilgimi çekiyorsa” % 8,4 olarak cevap vermişlerdir. Örneğin; 5. sınıf 10e kodlu öğrenci “*kötü şey olmadığı zaman beğeniyorum*”, 6. sınıf 84k kodlu öğrenci “*eğlenceli değilse beni ilgilendirmiyorsa beğenmem*”, 7. sınıf 96k kodlu öğrenci “*içeriğine bakıyorum uygunsa beğeniyorum*” ve

son olarak 8. sınıf 79k kodlu öğrenci “*içeriğine bakıyorum beni etkiliyorsa beğeniyorum*” gibi cevaplarda bulunmuşlardır.

Araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerine “sosyal medyada daha çok bir şeyi beğenip beğenmemeye nasıl karar veriyorsunuz?” sorusu sorulduğunda %13’ü “**hoşuma gitmesine**” şeklinde bir cevap vermiştir. Bu oran içerisinde %8,6’sı “o anki duygularıma göre” cevabını vermiştir. Örneğin; 6. sınıf 101e kodlu öğrenci “*paylaşılan resimleri ve yorumları sevmediysem beğenmem, likelamam*”, 7. sınıf 44k kodlu öğrenci “*hoşuma gitmesine bağlı*” ve 8. sınıf 11e kodlu öğrenci “*hoşuma giderse beğeniyorum*” şeklinde cevaplar vererek fikirlerini beyan etmiştir.

Bu çalışmaya dâhil olan ortaokul öğrencilerinin %4,5’i “paylaşım yapan kişiye göre” cevabını vermiştir. Bu oran içerisinde “**tanıdık olmasına göre**” %50’dir. Örneğin; 5. sınıf 86k kodlu öğrenci “*akrabaların olup olmamasına göre akrabalarım sa beğeniyorum*”, 6. sınıf 42k kodlu öğrenci “*arkadaşlarımdansa beğenirim. Arkadaşlarımdan değil ise beğenmem*”, 7. sınıf 129e kodlu öğrenci “*arkadaşım la aramın iyiliğine göre beğenirim*” ve 8. sınıf 43e kodlu öğrenci “*arkadaşım, abim, ablamsa beğeniyorum. Ama tanıdık değilse beğenmiyorum*” cevaplarını vermişlerdir. Oranlara bakıldığında paylaşımı yapana göre beğenmenin 6. sınıflarda görülmediği dikkat çekmektedir.

Araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerine “sosyal medyada daha çok bir şeyi beğenip beğenmemeye nasıl karar veriyorsunuz?” sorusu sorulduğunda %1,5’i “**Diğerleri**” cevabını vermiştir. Bu oran içerisinde “kendi irademle” cevabı %33,3’tür. Örneğin; 8. sınıf 107k kodlu öğrenci “*kendi düşünce ve duygularıma dayanarak beğeniyorum*” şeklinde bir cevapta bulunmuştur. Yine bu oran içerisinde ortaokul öğrencilerinin %33,3’ü “Herkese uyarak” cevabında bulunmuştur. Örneğin; 8. sınıf 68k kodlu öğrenci “*arkadaşlarım küsmesin diye beğeniyorum. Çünkü onlarda bizimkileri beğeniyorlar. Onlar beğenirse ben de beğenirim*” gibi bir cevapta bulunarak fikrini beyan etmiştir.

Öğrencilerin sosyal medyada beğenip beğenmeme kararını nasıl verdiğine yönelik cevaplara bakıldığında içeriğe, hoşuma gitmesine ve paylaşımı yapan kişiye göre karar verdikleri görülmüştür

4.4.10. Sosyal medyada daha çok kimler ve hangi konudaki paylaşımlar düzenli olarak takip ediliyor

Ortaokul öğrencilerine sosyal medyada daha çok kimleri ve hangi konudaki paylaşımları düzenli olarak takip ediyorsunuz (örnekler vererek açıklayınız.) şeklinde bir soru yöneltildiğinde öğrenciler Tablo 4.4.10.’daki verilere göre cevap vermişlerdir.

Tablo 4.4.10. Sosyal medyada daha çok kimlerin ve hangi konudaki paylaşımların düzenli olarak takip edildiğine ilişkin bulgular

Sınıflar Temalar	5 K -E	6 K -E	7 K -E	8 K -E	Toplam 528	%
Tanıdıklarımı	28-29	21-23	24-14	42-19	200	37,8
Ünlüleri	8-0	9-7	7-9	13-2	55	10,4
Eğlenceli içerikleri	4-3	3-10	8-11	5-6	50	9,4
Spor sayfalar	0-0	4-6	2-3	1-12	28	5,3
Güncel sayfaları	0-0	2-2	8-6	3-2	23	4,3
Takip etmiyorum	11-5	13-8	10-15	4-10	76	14,3
Diğerleri	0-0	2-0	0-2	3-2	9	1,7
Toplam	89	110	119	124	442	

Tablo 4.4.10.’da görüldüğü gibi araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerine “sosyal medyada daha çok kimleri ve hangi konulardaki paylaşımları düzenli olarak takip ediyorsunuz?” sorusu sorulduğunda %37,8’i “**tanıdıklarımı**” cevabını vermiştir. Bu oran içerisinde “arkadaşlarımı” %26,3 ve “ailemi” %10,6’dır. Örneğin; 5.sınıf 14k kodlu öğrenci “*ailemi arkadaş olduklarımı*”, 6. sınıf 33k kodlu öğrenci “*en yakın arkadaşlarımı ve ailemi düzenli takip ediyorum*”, 7. sınıf 46k kodlu öğrenci “*yakın akrabalarımı takip ediyorum*” ve 8. sınıf 31e kodlu öğrenci “*ailemi ve arkadaşlarımı takip ediyorum*” şeklinde yanıtlamıştır. Oranlara bakıldığında tanıdıkları takip etme oranının 5. ve 8. sınıflarda fazla olduğu dikkat çekmektedir.

Araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerine “sosyal medyada daha çok kimleri ve hangi konulardaki paylaşımları düzenli olarak takip ediyorsunuz?” sorusu sorulduğunda

%10,4'ü “**ünlüleri**” cevabını vermiştir. Bu oran içerisinde “internet fenomenlerini” %7,2, “yabancı ünlüleri” %5,4, “ünlü siyasetçiler” %5,4'tür. Örneğin; 5. sınıf 88k kodlu öğrenci “*Bella Thorne fan, ünlüler ve hayatları*”, 6.sınıf 100k kodlu öğrenci “*sevdiğim sanatçılar var onları takip ediyorum. Mesela Mebel matiz*”, 7. sınıf 12k kodlu öğrenci “*Justin Bieber'i takip ediyorum*” ve 8. sınıf 65e kodlu öğrenci “*Tolga Çevik, Cem Yılmaz gibi ünlüleri, fenomenleri takip ediyorum*” şeklinde cevaplar vermişlerdir.

Araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerine “sosyal medyada daha çok kimleri ve hangi konulardaki paylaşımları düzenli olarak takip ediyorsunuz?” sorusu sorulduğunda %9,4'ü “**eğlenceli içerikleri**” cevabını vermiştir. Bu oran içerisinde “komik olanları” %60 olarak cevap vermiştir. 5. sınıf 41k kodlu öğrenci “*komik olanları örneğin Trol bilimi*”, 6. sınıf 106 kodlu öğrenci “*karikatürleri, capsleri takip ediyorum*”, 7. sınıf 72e kodlu öğrenci “*oyunları takip ediyorum (way team oyunu)*”, 8. sınıf 32e kodlu öğrenci “*capse kulak, Akut elmas vine'leri, Best Vines League of Legends Troll Sorakanın Çürük Muzlu Paylaşımlarını takip ediyorum*” ve son olarak 116k kodlu öğrenci “*gündemle ilgili komik şeyleri*” cevaplarını vermişlerdir. Oranlara bakıldığında ise “eğlenceli içerikleri” en fazla takip etme oranının 7. sınıflarda olduğu görülmektedir.

Çalışmaya dâhil olan ortaokul öğrencilerinin %5,3'ü “spor sayfalarını” cevabını vermiştir. Bu oran içerisinde %53,3'ü “**tuttuğum takımı**” şeklinde bir cevap vermiştir. Örneğin; 6. sınıf 101e kodlu öğrenci “*Twitter'da futbolları takip ediyorum, maçlarla ilgili paylaşım ve sayfaları takip ediyorum*”, 7. sınıf 11e kodlu öğrenci “*futbol takımlarını dikkat ile takip ediyorum*”, 8. sınıf 116k kodlu öğrenci “*Fenerbahçe ile ilgili şeyleri takip ediyorum*”, gibi cümlelerle fikirlerini beyan etmişlerdir. Oranlara bakıldığında spor sayfalarını takip etme oranının 5. sınıflarda hiç görülmez iken en fazla 8. sınıfların bu sayfaları takip ettiği görülmektedir.

Araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerine “sosyal medyada daha çok kimleri ve hangi konulardaki paylaşımları düzenli olarak takip ediyorsunuz?” sorusu sorulduğunda %4,3'ü “**güncel sayfaları**” cevabını vermiştir. Bu oran içerisinde “gündem sayfalarını” %60,8, “moda sayfalarını” %30,4'tür. Örneğin; 6. sınıf 9k kodlu

öğrenci “*haber sayfalarını takip ediyorum*”, 7. sınıf 107k kodlu öğrenci “*modayı sayfalarını haber ile ilgilenen sayfaları düzenli olarak takip ediyorum*” ve son olarak 8. sınıf 141k kodlu öğrenci “*gündemdeki haber sayfalarını takip ediyorum*” şeklinde cevaplarda bulunmuşlardır. Oranlara bakıldığında 5. sınıfların güncel sayfaları takip etmediği görülmektedir.

Araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerine “sosyal medyada daha çok kimleri ve hangi konulardaki paylaşımları düzenli olarak takip ediyorsunuz?” sorusu sorulduğunda %14,3’ü “**takip etmiyorum**” cevabını vermiştir. Örneğin; 5. sınıf 11k kodlu öğrenci “*hiç kimseyi takip etmiyorum.*”, 6. sınıf 26k kodlu öğrenci “*kimseyi takip etmem*”, 7. sınıf 113e kodlu öğrenci “*düzenli takip ettiğim sayfalar yok*” gibi cevaplarda bulunmuşlardır. Oranlara bakıldığında en fazla takip etmeme oranının 7. sınıflarda olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerine “sosyal medyada daha çok kimleri ve hangi konulardaki paylaşımları düzenli olarak takip ediyorsunuz?” sorusu sorulduğunda %1,7’si “**diğerleri**” cevabını vermişlerdir. Örneğin; 8. sınıf 95k kodlu öğrenci “*hoşuma gidenleri takip ederim*” cevabını vermiştir.

Öğrencilerin sosyal medyada hangi paylaşımları düzenli olarak takip ettiklerine bakıldığında tanıdıkları, ünlüleri, spor sayfalarını, eğlenceli içerikleri gibi cevaplar verdiği görülmüştür. Öğrencilerin eğitim açısından herhangi bir sayfa takip etmemeleri dikkat çekici olmuştur.

4.4.11. Sosyal medyada daha çok bir kişiyi, grubu veya bir konuyu düzenli olarak takip edip etmeme kararı nasıl veriliyor

Ortaokul öğrencilerine sosyal medyada daha çok bir kişiyi/grubu veya bir konuyu düzenli olarak takip edip etmeme kararını nasıl veriyorsunuz açıklayınız sorusu yöneltildiğinde öğrenciler Tablo 4.4.11’deki şekilde cevap vermişlerdir.

Tablo 4.4.11. Sosyal medyada daha çok bir kişiyi/grubu veya bir konuyu düzenli olarak takip edip etmeme kararının nasıl verildiğine ilişkin bulgular

Sınıflar	5	6	7	8	Toplam	%
Temalar	K -E	K -E	K -E	K -E	528	
Sayfanın paylaşımlarına göre	8-11	20-22	22-28	23-20	154	29,1
Tanıdık olmasına	8-3	3-5	4-3	5-3	34	6,4
Kişinin özelliklerine göre	4-2	7-4	1-2	6-3	29	5,4
Diğer	0-0	0-0	0-0	2-3	5	0,9
Toplam	36	61	60	65	222	

Tablo 4.4.11’de görüldüğü gibi araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerine “sosyal medyada daha çok bir kişiyi/grubu veya bir konuyu düzenli olarak takip edip etmeme kararını nasıl veriyorsunuz?” sorusuna %29,1’i “**sayfanın paylaşımına göre**” cevabını vermiştir. Bu oran içerisinde “sayfanın düzgün oluşuna” %9,7, “ilgimi çekmesine göre” %6,4 olarak cevap vermişlerdir. Örneğin; 5. sınıf 7k kodlu öğrenci “*düzgün bir sayfa olup olmadığına bakıyorum*”, 6. sınıf 80k kodlu öğrenci “*güzel ve yararlı olmasına. Eğer güzel ve yararlı olmazsa benim için zararlı olabilir*” 7. sınıf 113e kodlu öğrenci “*beğendiğim paylaşımları yapan sayfaları takip ediyorum*” ve 8. sınıf 116k kodlu öğrenci “*benim yaşıma, dinime uygun şeyler paylaşıyorsa beğenirim*” şeklinde cevaplar vermişlerdir. Oranlara bakıldığında sayfanın içeriğine bakarak takip etme oranı en fazla 7. sınıfta olduğu görülmektedir.

Araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerine “sosyal medyada daha çok bir kişiyi/grubu veya bir konuyu düzenli olarak takip edip etmeme kararını nasıl veriyorsunuz?” sorusuna %6,4’ü “**tanıdık olmasına**” cevabını vermiştir. Bu oran içerisinde “kişiyle olan samimiyetime göre” %55,8’dir. Örneğin; 5. sınıf 80k kodlu öğrenci “*arkadaşımla samimiyetime göre*”, 6. sınıf 102e kodlu öğrenci “*tanıdığım kişileri takip ediyorum*”, 7. sınıf 97e kodlu öğrenci “*tanıdığımı takip ediyorum*” ve 8. sınıf 56k kodlu öğrenci “*tanıyorsam takip ederim.*” cevaplarını vermişlerdir.

Araştırmaya katılan ortaokul öğrencilerine “sosyal medyada daha çok bir kişiyi/grubu veya bir konuyu düzenli olarak takip edip etmeme kararını nasıl veriyorsunuz?” sorusuna %5,4’ü “**kişinin özelliklerine göre**” cevabını vermiştir. Bu oran içerisinde “profiline bakarak” %17,2’tür. Örneğin; 5. sınıf 2e kodlu öğrenci “*güvenilir, saygılı kişileri takip ederim*”, 6. sınıf 7e kodlu öğrenci “*iyi biri ise kötü*

alışkanlığı yoksa takip ediyorum”, 7. sınıf 120e kodlu öğrenci “*kötü biri değilse takip ederim*”, 8. sınıf 30k kodlu öğrenci “*profiline ve yorumlarına bakarım, iyi biri ise takip ederim*” ve son olarak 8. sınıf 109e kodlu öğrenci “*terbiyeli biri ise takip ediyorum*” gibi cevaplarda bulunmuşlardır. Oranlara bakıldığında kişilik özelliklerine bakarak takip etme oranının en fazla 6.sınıfta olduğu görülmektedir.

Çalışmaya katılan ortaokul öğrencilerine “sosyal medyada daha çok bir kişiyi/grubu veya bir konuyu düzenli olarak takip edip etmeme kararını nasıl veriyorsunuz?” sorusuna %0,9’u “**Diğerleri**” cevabını vermiştir. Bu oran içerisinde “kendi irademle” %4’tür. 8.sınıf 10e kodlu öğrenci “kendi irademle takip ediyorum” cevabını vermiştir.

Öğrencilerin sosyal medyada bir konuyu ya da kişiyi düzenli olarak takip edip etmeme kararını nasıl verdiklerine ilişkin cevapları sayfanın paylaşımına göre, tanındık olmasına, kişilik özelliklerine gibi cevaplar vermişlerdir.

V. BÖLÜM

5. Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Araştırmanın bu bölümünde, verilerin analizi ile elde edilen bulgulara dayalı olarak ulaşılan sonuçlara ve araştırmacının değerlendirmelerine yer verilmiştir.

Günümüzde gelişen iletişim araçları ile beraber internet insan yaşamının vazgeçilmez bir parçasına dönüşmüş ve toplumun temel ihtiyaçlarından biri haline gelmiştir. İnternet ve medya bilhassa çocukların hayatında erken yaşlardan itibaren önemli bir yer tutmaktadır. Çocuklar medyayı kullandıklarında artık pasif alıcı konumlarından çıkarak kendi mesajlarını üretebilir hale gelirler ve bu medyaya dönük eleştirel bakış açısı kazanmalarının gerekliliği sonucunu doğurur. Bu noktada medya okuryazarlığının (medya mesajları anlama, analiz etme, değerlendirme, yargılayabilme, gizli mesajları algılama) önemi vurgulanmak durumundadır.

5.1. Sonuç ve Tartışmalar

Bu araştırma ortaokul öğrencilerinin sosyal medya algılarını, sosyal medya kullanım alışkanlıklarının zaman ve mekân bakımından ne olduğunu belirlemek amacıyla yapılmıştır. Öğrencilerin, ziyaret ettikleri internet sitelerini hangi sebeple ve ne sıklıkla tercih ettiklerine dair görüşleri değerlendirilmeye çalışılmıştır. Çalışma teorik çerçeve, alan araştırması (uygulama) ve görüşlerin yer aldığı bölümlerden oluşmaktadır. Teorik bölümde medya, çocuk ve medya, medya okuryazarlığı kavramları ele alınırken, uygulama bölümünde ise çalışmanın amacı doğrultusunda öğrencilerin görüşlerine yer verilmiştir. Bu görüşlerin istatistiksel çözümleri sonucunda çeşitli

bulgulara ulaşılmıştır. Elde edilen bulgular araştırma sorunsalı doğrultusunda yorumlanmıştır.

Araştırma, çalışmaya katılan öğrencilerin yarısından fazlasının sosyal medyayı iletişim aracı olarak algıladıklarını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte sosyal medya nedir sorusuna eğlence, paylaşım, eğitim, katılım, sosyalleşme, özgürlük, hayat tarzı, gruplaşma, facebook vb. cevapların verildiği de görülmektedir. Çalışma kapsamında elde edilen bulgular sosyal medyanın öğrenciler tarafından çok farklı şekillerde algılandığını göstermektedir. Ayrıca, özel bir sosyal medya ağı olan ‘facebook’un doğrudan sosyal medya olarak algılanması ilginç bir tespit olmuştur. TÜİK’in 2016 yılında 16-74 arası yaş grubuna yaptığı “Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması” internet kullanım araçları arasında sosyal medyanın ilk sırada yer aldığını ortaya koymuştur. Yapılan çalışmada 2016 yılının ilk üç ayında bireylerin interneti sosyal medya üzerinde profil oluşturma, mesaj gönderme, paylaşım sitelerinde fotoğraf vb. içerik paylaşma, bilgi arama ve müzik dinleme amaçlarıyla kullandıkları görülmektedir. Dolayısıyla sosyal medyanın çeşitli şekillerde kullanıldığını ve algılandığını ortaya koyan bu araştırma çalışmamızla paralellik göstermektedir.

Sosyal medyanın ne işe yaradığına dair algıları belirlemek amacıyla yapılan analizler sonucunda öğrencilerin çoğunluğu iletişim kurmaya yaradığını vurgulamıştır. Öğrencilerin sosyal medya aracılığıyla en çok arkadaş ve akrabalarıyla iletişime geçtikleri, az bir kısmının herkesle iletişime geçip sohbet ettikleri tespit edilmiştir. İletişim kurmanın ardından ikinci sırayı eğitim amaçlı bilgi edinme, araştırma ve ödev yapmada yararlanmak üzere kullanım almaktadır. TÜİK’in 2013 yılında “06-15 Yaş Grubu Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanımı ve Medya” adlı araştırmasında, 06-15 yaş grubu çocuklar İnterneti en çok %84,8 ile ödev veya öğrenme amacıyla kullanırken, bunu %56,7 ile bilgi arama, %53,5 ile sosyal medya ağlarına katılma takip etmektedir. Elde edilen sonuçlar çalışmamız ile paralellik göstermektedir. Yine TÜİK’in 2016 yılında 16-74 arası yaş grubuna yaptığı “Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması” öğrencilerin sosyal medyayı eğlenme, sosyalleşme, paylaşım yaparak katılımda bulunma gibi farklı şekillerde de algıladıkları görülmektedir. Yapılan bu araştırmanın sonucu da öğrencilerin gün geçtikçe sanal

ortamda sosyalleştiği görülmektedir. Diğer taraftan ortaokul öğrencilerinin sosyal medyanın kamuoyu oluşturmaya yaradığını belirtmesi dikkat çekicidir.

Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin olumlu tutumlarını öğrenmek amacıyla alınan görüşler analiz edildiğinde; sosyal medyanın en olumlu yanının iletişim kurmaya yaraması olarak değerlendirdiklerini söylemek mümkündür. Önemli bir kısmı ise sosyal medyaya eğitime, gündemi takip ederek ve dünyadan haberdar olmayı sağlayarak katkıda bulunduğu için olumlu baktıklarını ifade etmiştir. Bu veriler değerlendirildiğinde öğrencilerin gündemi sosyal medya aracılığıyla takip ettiği, dünyada olup bitenden haberdar olma eğiliminde oldukları söylenebilir. Analizler sonucunda öğrencilerin sosyal medyayı eğlenceli olması, aktivitelere katılım sağlamaya, paylaşımda bulunmaya, gruplaşmaya ve sosyalleşmeye imkân tanınması nedenleriyle de olumlu olarak algıladıklarını görülmektedir.

Çalışmamıza paralel olarak, Özay'ın (2014) "ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığına ilişkin görüşlerini ele aldığı çalışmasında, 2013-2014 eğitim-öğretim yılında İstanbul ilindeki ortaokullarda eğitim gören 5, 6, 7 ve 8. sınıftan 670 öğrencinin sosyal ağları kullanma amaçlarının oransal dağılımı incelenmiş; araştırma grubundaki öğrencilerin arkadaşlarıyla iletişim kurmak, fotoğraf paylaşımı, video paylaşımı, müzik paylaşımı, durum paylaşımı, alışveriş tercihlerini belirlemek, beğenilen ve tüketilen markaları takip etmek amacıyla sosyal medya kullandıkları tespit edilmiştir.

Uysal'ın (2013) yaptığı meslek lisesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ile eğitsel sosyal medya kullanımlarının değerlendirilmesi adlı araştırmasında öğrencilerin sosyal medya sitelerini iletişim, sosyalleşme, haberleşme, paylaşım, kendini ifade etme ve psikolojik rahatlama açısından olumlu etkilerinin olduğuna dair algıya sahip olduğu araştırmamızla paralellik gösterdiği görülmektedir.

Öğrencilerin sosyal medyanın olumsuz buldukları yanlarını belirlemek amacıyla toplanan görüşlerinin analizi sonucunda; ilk olarak bağımlılık yapması, devamlı uygunsuz içerik barındırması; küfür ve cinsel içerikli konuşmaların rahatsız edici olmasının olumsuz bulunduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte çok zaman alması ve

bu nedenle eğitimi olumsuz etkilemesi, gerçek sosyal yaşamın yerine geçmesi, uygunsuz arkadaşlıklara, dolandırıcılık vb. güvenlik sorunlarına zemin olması, siber zorbalığın mümkün olması çalışma grubundaki öğrenciler tarafından sosyal medyanın olumsuz etkileri olarak değerlendirilmiştir. Analiz sonuçları çerçevesinde sosyal medyanın olumsuz yönlerinin bu denli çeşitlilik gösterdiği tespit edilmişken, bir kısım öğrencinin sosyal medyanın hiçbir olumsuz yanının olmadığını belirtmesi dikkate değerdir.

Araştırmamızın paralelinde Uysal'ın (2013) yaptığı meslek lisesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaçları ile eğitsel sosyal medya kullanımlarının değerlendirilmesi adlı araştırmasında öğrencilerin sosyal medya sitelerini gereğinden fazla zaman harcama, ders verimliliğini düşürme, ilginin dağılması, sosyalleşmeyi engelleme şeklinde olumsuz etkilere de görüş bildirdikleri görülmüştür.

Hangi sosyal medyayı kullandıklarına ilişkin sorulan soruya öğrencilerin çoğunluğunun “Facebook” yanıtını verdiği görülmektedir. Çalışmamıza paralel olarak, TÜİK araştırması 2016 verilerine göre Türkiye’de en çok kullanılan sosyal medya platformları sıralamasında ilk sırayı “Facebook” un aldığını görüyoruz. Oktar ve Argın, (2014) İstanbul ili Çekmeköy ilçesinde 2012-2013 eğitim-öğretim yılında MEB’e bağlı ortaokullarının 8. sınıfları ile liselerin 9., 10., 11., ve 12. sınıflarında öğrenim gören 14-19 yaş arası 735 öğrenci ile yaptığı çalışmada, öğrencilerin %98,1’nin Facebook hesaplarının olduğunu ortaya koymuştur. Bunun yanı sıra öğrencilerin Twitter, Instagram, Ask. Fm, Line gibi farklı sosyal medya ağlarını da kullanmakta oldukları tespit edilmiştir. Analizler sonucu elde edilen bilgilere göre, bir öğrencinin birden fazla sosyal medya ağı kullandığı görülmektedir. Sosyal medya kullanım yaşı 13 olmasına rağmen, 5. 6 ve 7. sınıf öğrencilerinin sosyal medya hesaplarının olması öğrencilerin 13 yaş kuralına riayet etmediklerini göstermektedir. Araştırmamızın paralelinde Ulusoy ve Bostancı'nın (2014) çocuklarda sosyal medya kullanımı ve ebeveyn rolü adlı çalışmasında 444 ebeveyn ile yaptığı çalışmada çocuklarının en sık kullandığı sosyal medya hesabının facebook tespit edilmiştir.

Çalışma grubundaki öğrencilerin sadece %11,3'ü sosyal medya platformlarda herhangi bir hesap kullanmadıkları görülmektedir. Bu öğrenciler sosyal medya kullanmamanın nedenleri olarak; kişisel tercih (sevmiyorum), zaman alıyor, zararlı buluyorum, bilgisayarım veya internetim yok, uygunsuz konuşmalar oluyor, sağlığını bozuyor, güvenli bulmuyorum gibi cevaplar vermişlerdir.

Öğrencilerin sosyal medyayı günde ortalama ne kadar ile kullandıklarını belirlemek amacıyla sorulan sorulara verilen yanıtlardan elde edilen bulgular sonucunda; öğrencilerin çoğunluğunun sosyal medyayı 1 saat (60dk) kullanıldığı görülmektedir. Öğrencilerin bazılarının ise 2 saat(120 dk), 30 dk, 1,5 saat (90dk), 3 saat(180dk), 5 saat (300dk), 10 dk, 2,5 saat (150dk), 4 saat (240 dk), 6 saat (360dk), 3,5 saat (210dk), 20dk, 7/24 gibi çeşitlilik gösteren kullanım süreleri olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlarla öğrencilerin %78,4'ünün her gün en az 10 dakika da olsa sosyal medya kullandıklarını tespit edilmesi dikkate değerdir. Çalışmamızla paralellik gösteren Özay'ın (2014) ortaokul öğrencilerinin medya okuryazarlığına ilişkin görüşlerine dair çalışmasında 670 öğrencinin medya araçlarını kullanma sıklıklarının oransal dağılımı incelenmiş ve öğrencilerin %60,4'ünün her gün interneti kullandığı ortaya konulmuştur. Bir diğer paralel çalışma ise RTÜK'ün 2016 yılında yapmış olduğu *Medya Okuryazarlığı Araştırması*'dir. Araştırma, 2014-2015 öğretim yılında Türkiye genelinde 8. sınıfta okuyan, medya okuryazarlığı dersini seçmiş ve bu dersin eğitimini almış öğrenciler üzerinde yapılmıştır. Araştırma sonucunda öğrencilerin hafta içi günde ortalama 3 saat 43 dakika, hafta sonu ise ortalama 4 saat 14 dakika internet kullandıkları ortaya çıkmıştır. İnternetin günlük kullanım sıklığı ve amacına bakıldığında ise öğrencilerin %59,5'inin interneti sosyal medya ağlarına katılma amacıyla kullandığı tespit edilmiştir. Bir diğer araştırma ise Ulusoy ve Bostancı'nın (2014) çocuklarda sosyal medya kullanımı ve ebeveyn rolü adlı çalışmasında 444 ebeveyn ile yaptığı çalışmada çocuklarının hemen her gün internete girdiğini, sosyal medyaya girmek için en fazla evde girdikleri tespit edilmiştir.

Öğrencilerin sosyal medyayı kullanım mekânını belirlemeye dönük yapılan çalışmada elde edilen bulguların analizinde, öğrencilerin çoğunun sosyal medyayı evde kullandığı, yarısından fazlasının ise cep telefonundan bağlantı kurduğu tespit edilmiştir.

Bu oran, çalışmamızla paralellik taşıyan Özey'in (2014) çalışmasında %56,7; Oktar ve Arın'ın (2014) çalışmasında ise %75,4'tür. Oktar ve Arın, öğrencilerin %7,1'inin internet kafeden, %8,2'sinin kablosuz ağ bulunan herhangi bir yerden, %9,4'ünün ise diğer ortamlardan sosyal medya sitelerine bağlandıklarını ortaya koymuştur. Çalışmamızla paralellik arz eden TÜİK'in 2013 yılında gerçekleştirdiği "*06-15 Yaş Grubu Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanımı ve Medya*" adlı araştırmada internet kullanım yerlerinde ilk sırayı %65,6'lık oran ile evin aldığını tespit edilmiştir. Bir diğer araştırma ise Ulusoy ve Bostancı'nın (2014) çocuklarda sosyal medya kullanımı ve ebeveyn rolü adlı çalışmasında 444 ebeveyn ile yaptığı çalışmada çocuklarının hemen her gün internete girdiğini, sosyal medyaya girmek için en fazla evde girdikleri tespit edilmiştir.

Öğrencilerin sosyal medyaya ne tür paylaşımlarla katıldıklarını belirlemek amacıyla yapılan analiz sonucunda, çoğunluğunun duygu, düşünce, fotoğraf ve durum bildirimi gibi kişisel paylaşımlarla katıldıkları değerlendirilmiştir. Kişisel paylaşım oranının en az 7. sınıf, en çok ise 8. sınıf olduğu tespit edilmiştir. Diğer paylaşımlar eğlenceli içerikler, uygun içerikler, spor takımları, hoş gidenler, güncel konular ve ünlüler olarak sıralanmıştır. Bulgular incelendiğinde öğrencinin okul sınıfı yükseldikçe paylaşım içeriği çeşitliliğinin de arttığı gözlemlenmiştir. Çalışma grubundaki öğrencilerden azının hiç paylaşım yapmadığını belirttikleri görülmektedir. Öğrencilerin sosyal medyada neleri paylaşmadıklarının analizi sonucu, küfürlü, kötü, saçma gibi uygunsuz içerikleri, kişisel bilgilerini, gündemi ve beğenmedikleri içerikleri paylaşmadıkları tespit edilmiştir.

Öğrencilerin sosyal medyada bir paylaşımda bulunurken nasıl karar verdiklerini belirlemek amacıyla sorulan sorulara verilen yanıtlardan elde edilen bulgular, daha çok paylaşımın içeriğine bakarak karar verdiklerini ortaya koymuştur. Kalanları ise kendi iradeleri ile ya da çoğunlukla arkadaşlarından yardım alarak karar verdiklerini belirtmişlerdir. Bu verilerden hareketle öğrencilerin sosyal medya kullanımında akran danışmanlığından yararlandıkları tespit edilmiştir. Bazılarının çeşitli beklentilere göre paylaşımda bulunduğunu ifade etmesi ise öğrencilerin sosyal medya paylaşımında bulunurken toplumu da dikkate aldıklarının değerlendirilmesi sonucunu doğurmuştur.

Öğrencilerin sosyal medyada aktif alıcı olarak kimlerin ne tür paylaşımlarına yorum yaptıklarını belirlemeye yönelik elde edilen bulgular sonucunda, öğrencilerin yarısından fazlasının tanıdıklarının paylaşımlarına yorum yaptığı tespit edilmiştir. Kalanların uygun içeriklere, beğendiklerine, kendileriyle ilgili olan konulara, eğlenceli içeriklere, fotoğraflara vb. şekilde farklı yanıtlar verdikleri görülmektedir. Araştırmada öğrencilerin kimlere ve nelere yorum yapmadığını belirlemeye dönük elde edilen verilerin analizinde çoğunun tanımadıklarına yorum yapmadığını, diğerlerinin ise uygunsuz içeriklere yorum yapmadığını ifade ettikleri belirlenmiştir. Çalışmaya katılan öğrencilerin %10,5'inin hiç yorum yapmadığı tespit edilmiştir.

Öğrencilerin sosyal medyada bir kişi veya konu hakkında yorum yapmadan önce nelere dikkat ettiklerini belirlemek için sorulan sorulara verdikleri yanıtlardan elde edilen bulgular değerlendirilmiştir. Buna göre; öğrencilerin sırasıyla düzgün konuşmaya, paylaşılan konuya, kişiye, tanıdık olmasına, sosyal kabul görmesine dikkat ettikleri, yorum yaparken herhangi bir şeye dikkat etmeyenlerin ise az sayıda olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmada, çalışmaya katılan öğrencilerin sosyal medyada neleri beğendiklerini belirlemek amacıyla elde edilen veriler değerlendirilmiş ve sıklıkla hoşlarına giden şeyleri, bunun dışında tanıdık paylaşımlarını, eğlenceli buldukları içerikleri, tuttukları takım ya da ünlülerin paylaşım ve fotoğraflarını beğendikleri tespit edilmiştir. Analizler sonucunda öğrencilerin yaş ortalaması yükseldikçe beğenme çeşitliliğinin de arttığı gözlenmiştir.

Çalışma grubundaki öğrencilerin sosyal medya kullanımında neleri beğenmediklerinin analizinde ise en çok uygunsuz içerikleri, sonrasında, hoşlarına gitmediğini belirttikleri paylaşımları, siyasi içerikleri ve tanımadıklarının paylaşımlarını beğenmedikleri görülmüştür.

Çalışmaya katılan öğrencilerin sosyal medyadaki paylaşımları beğenmeye nasıl karar verdiklerini belirlemeye dönük yapılan analiz sonucunda, en çok paylaşımın

içeriğine bakarak karar verdikleri tespit edilmiştir. Diğerlerinin bir bölümü hoşuna giden paylaşımı kimin yaptığına göre karar verdiklerini belirtmiştir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin sosyal medyada kimleri ve hangi konuları düzenli olarak takip ettiklerini belirlemek amacıyla elde edilen bulgular analiz edilerek, öğrencilerin en çok tanıdıklarını ve ünlüleri; eğlence içerikli konuları, spor sayfalarını ve güncel sayfaları takip ettikleri tespit edilmiştir.

Öğrencilerin sosyal medyada bir kişiyi/grubu ya da konuyu düzenli olarak takip etme kararını nasıl verdiklerini belirlemek amacıyla elde edilen bulgular değerlendirilerek; çoğunluğunun sayfanın paylaşımına göre karar verdikleri, kalanlarının ise takibe alınanın tanıdık olmasına ve kişilik özelliklerine göre karar verdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

5.2. Öneriler

Öğrencilerin sosyal medyaya yönelik algılarını, kullanımlarını, kullanım sürelerini, kullanım mekânlarını, kimlerle iletişim kurduklarını belirlemek için yapılan araştırma bulguları sonucunda öğretmenlere, ebeveynlere ve araştırmacılara aşağıdaki öneriler katkı sunabilir:

5.2.1.Öğretmenlere yönelik öneriler

- Öğrenciler sosyal medyayı çok farklı amaçlarla kullanmaktadırlar. Araştırma sonucunda öğrencilerin, sosyal medyanın eğitime yararlı olduğu algısı tespit edilmiştir. Fakat paylaşılan konular ve beğenilen paylaşımlar sorulduğunda buna yönelik cevaplar vermedikleri görülmektedir. Bundan dolayı öğretmenler, sosyal medyanın faydalı ve eğitim için kullanılması konusunda hem rehber olarak hem de model olarak öğrenciyi motive etmeli ve bu hususlarda beceri kazanmasını sağlamalıdır.

- Araştırma sonuçlarına göre öğrencilerin sosyal medyayı en çok arkadaşları ile iletişim kurmak amaçlı kullandıkları görülmektedir. Bu bağlamda öğretmenlerinde sosyal medyada öğrenciler ile olan iletişim konusunda olumlu tutum göstermeleri hem başarılı bir iletişimin hem de başarılı bir akademik ortamın oluşmasını destekleyici nitelikte rol oynayabilir.
- Öğrenciler sosyal medya bağımlılığına ilişkin olumsuz görüş bildirmişlerdir. Öğretmenler, öğrencileri bağımlılığa karşı öz denetim sağlamasına yardımcı olabilir. Bunun için öğrencinin internet kullanımına belli bir süre sınırlaması getirilebilir. Örneğin; öğrenci internete girmeden kullanım süresi için saatini ayarlayabilir ve sadece bu süre zarfında kullanma kontrolünü sağlama becerisi öğrenciye kazandırılabilir.
- Veriler incelendiğinde öğrencilerin sosyal medyada küfür ve hakarete uğradığını dile getirdikleri görülmektedir. Öğretmenler öğrencilerin sosyal medyada herhangi bir hakarete maruz kaldıklarında, bunun bilişim suçu olduğu, gerçek hayatta olduğu gibi yasal haklarının bulunduğu ve savcılıklara başvurabilecekleri hususlarında öğrencilerin yaş özelliklerini göz önünde bulundurularak öğrencileri bilgilendirmelidirler.
- Öğretmenler öğrencileri sosyal medya kullanımı sırasında paylaştıkları kişisel bilgi ve fotoğrafları izinleri alınmaksızın kullanılmasının da suç olduğu konusunda bilgilendirmeli ve buna karşı yasal haklarının bulunduğu hususunda farkındalık sağlamalıdır.
- Öğrencilerin verdikleri cevaplarla sosyal medyayı katılım aracı ve kamuoyu aracı olarak kullandıkları tespit edilmiştir. Öğretmenler, öğrencileri sosyal medyayı katılım aracı kullanımı konusunda demokratik birer vatandaş olarak motive etmeli ve demokratik değerler çerçevesinde kullanım becerisi kazandırmalıdır.
- Öğrenciler sosyal medya hakkında bilgilendirilirken yaşları gözetilmelidir. Somut dönemde olan ilköğretim kademesindeki öğrencilere hangi bilgilerin kişisel olduğu, hangi bilgilerin paylaşılması gerektiği konusunda uygulamalı olarak yardımcı olunabilir. Örneğin araştırmamızda öğrenciler “yabancılar bizi ekleyebiliyor” cevabını vermişlerdir. Yaşları küçük öğrencilere uygulamalı olarak sosyal medya sayfalarındaki şikâyet etme,

engelleme, profil bilgileri ve paylaşımlarını kimlerin görebileceği gibi ilgili gizlilik ayarları gösterilebilir.

- Öğretmenler öğrencileri sahte hesaplar konusunda uyarmalıdır. Örneğin; öğrencilere sahte hesaplar ile insanların kendilerini gerçek kimliklerinden çok farklı olarak tanıttıkları konusunda uyarıları gerekebilir.
- Öğrencilere yeni bir iletişim alanı olan sosyal medyayı kullanırken üslup ve kendilerini ifade ediş biçimleri konusunda, gerçek hayatta olduğu gibi, saygı çerçevesinde hareket etmeleri gerekliliği anlatılabilir ve bunu yaşam boyu sürdüreceği bir beceri haline dönüşmesi sağlanabilir.
- Sosyal medya kullanımına yönelik öğretmenlerin de eğitilmesi önemli bir husustur. Öğretmenlerin, sürekli gelişen bir süreç olan sosyal medyadaki gelişmeleri takip edebilmesi için düzenli olarak bu konudaki seminerlere katılmaları önemli olabilir.

5.2.2. Ebeveynlere yönelik öneriler

- Ebeveynler küçük yaşta çocuklarının sosyal medya hareketlerini, rahatsız etmeyecek şekilde gerek yazılımlarla gerekse hesap şifrelerini kendileriyle paylaşmalarını isteyerek takip etmeleri yararlı olabilir.
- Aileler çocukların sosyal medyada geçireceği uygun süreyi belirleyebilir ve aynı zamanda çocuklarında buna uyması konusunda onları motive edebilir.
- Ebeveynler çocuklarına yaş, adres, telefon vb. özel bilgilerini paylaşmaması konusunda uyarılarda bulunabilirler ve herhangi bir sorunla karşılaştığında kendilerine bildirmeleri konusunda cesaretlendirebilirler.

5.2.3. Gelecek araştırmalara yönelik öneriler

- Araştırmada görüş formları kullanılmış ve bazı görüşlerde anlam kapalılığı sorunuyla karşılaşmıştır. Örneğin; yapmış olduğumuz bu çalışmada sosyal medya nedir sorusuna bir öğrenci “*normal hayattan farklı bir şekilde*

konusmak” cevabını vermiştir. Öğrencinin bu yanıtla ne kast ettiği anlaşılamamaktadır. Öğrenciler ile yüz yüze görüşme yapılabilseydi neyi kast ettikleri sorma imkânı bulunabilirdi.

- Araştırma sadece Bolu ili ile sınırlı kalmıştır. Araştırmacılar farklı illerde benzer çalışmalar yapılabilir ve bu illerin karşılaştırması yapılabilir.
- Öğretmenlerin sosyal medyayı kullanımlarına yönelik benzer çalışmalar yapılabilir ve öğretmenlerin sosyal medya kullanım becerileri konusunda bilgi elde edilebilir.



KAYNAKÇA

- Acar, S. ve Yenmiş, A. (2014). *Eğitimde Sosyal Ağların Kullanımına İlişkin Öğrenci Görüşlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Facebook Örneği*. Electronic Journal Of Vocational Colleges. Ağustos.2014.
- Aktı, S. (2011). *İlköğretim Sekizinci Sınıf Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığı ile Sosyal Beceri Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi* (Yüksek Lisans Tezi), Elâzığ: Fırat Üniversitesi.
- Alagözlü, Ç. (2012). *Türkiye’de ve Avrupa Birliği Ülkelerinde Medya Okuryazarlığı* (Uzmanlık Tezi), RTÜK, Ankara.
- Alican, C. ve Saban, A (2013). *Ortaokul ve Lisede Öğrenim Gören Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Tutumları: Ürgüp Örneği*. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Sayı: 35.Yıl: 2013/2 (1-14ss). 26.11.2016 tarihinde [http://sbedergi.erciyes.edu.tr/35.sayi/makale/1-Cafer%20Alican%20\(1-14.%20s\).pdf](http://sbedergi.erciyes.edu.tr/35.sayi/makale/1-Cafer%20Alican%20(1-14.%20s).pdf) adresinden elde edilmiştir.
- Altun, A. (2008). *Türkiye’de Medya Okuryazarlığı, İlköğretmen Eğitimci Dergisi*, c. 16, s. 30-34
- Altun, A. (2009). *21. Yüzyıl Vatandaşlığı İçin Gerekli Bir Beceri Olarak Medya Okuryazarlığı: Unesco, AB ve Türkiye Örnekleri*. I. Uluslararası Avrupa Birliği, demokrasi, Vatandaşlık ve Vatandaşlık Eğitimi Sempozyumu. Yayınlanmış Bildiri.
- Altun, A. (2009). *Eğitim Bilim Açısından Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Programına Eleştirel Bir Yaklaşım*. Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 10(3), 97-109 23 Ağustos 2015.

- Altun, A. (2010). *Medya Okuryazarlığının Sosyal Bilgiler Programıyla İlişkilendirilmesi ve Öğretimi* (Gazi Üniversitesi). (Tez Nu: 278198) Doktora Tezi. (<https://tez.yok.gov.tr/> adresinden elde edilmiştir.)
- Altun, A. (2010b). *Kanada’da ki Medya Okuryazarlığı Eğitimi Üzerine Bir Değerlendirme*, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Dergisi, c. 10, sy. 2, Yıl: 10, Aralık-2010.
- Altun, A. (2015). Okul Dışı Sosyal Bilgiler Öğretiminde Sosyal Medya. Şimşek, A., Kaymakçı, S. (Ed). *Okul Dışı Sosyal Bilgiler Öğretimi (389-412)*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Altun, A. (2010). *Tavsiye Kararları Çerçevesinde Avrupa Birliği’nin Medya Okuryazarlığı Eğitimi Vizyonu*. Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi. Aralık 2011, Cilt: VIII, Sayı: I, 58:86. <http://efdergi.yyu.edu.tr> adresinden 15.10.2016 tarihinde elde edilmiştir.
- Altun, A. (2013). Medya Okuryazarlığı. Gençtürk, E. ve Karatekin, K. (Ed), *Sosyal Bilgiler İçin Çoklu Okuryazarlık (180-205)*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Apak, Ö. (2008). *Türkiye, Finlandiya ve İrlanda İlköğretim Programlarının Medya Okuryazarlığı Eğitimi Açısından İncelenmesi* (Yüksek Lisan Tezi), Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Atal, D. (2010). *İnformel Öğrenme Bağlamında Öğrencilerin Teknoloji Kullanım Durumları, Beklentileri ve Web 2.0 Uygulamalarını Kullanım Konusundaki Görüşleri*. Hacettepe Üniversitesi. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Bedir, A. (2016). *Sosyal Medya Kullanımının Üniversite Öğrencilerinin Akademik Başarılarına ve Tutumlarına Etkisi* (Atatürk Üniversitesi). (Tez Nu: 418223) Yüksek Lisans Tezi. (<https://tez.yok.gov.tr/> adresinden elde edilmiştir.)

- Beder, A. (2015). *Ortaokul Öğrencilerinin Güvenli İnternet Kullanım Durumlarının Belirlenmesi (Afyon Kocatepe Üniversitesi)*. (Tez Nu:382363). Yüksek Lisans Tezi. (<https://tez.yok.gov.tr/> adresinden elde edilmiştir.)
- Binark, M. ve Bek, M. (2007). *Eleştirel Medya Okuryazarlığı Kuramsal Yaklaşımlar ve Uygulamalar*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Burgaz, A. (2014). *Halkla İlişkilerde Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Medyada Pazarlama (İstanbul Aydın Üniversitesi)*. (Tez Nu: 381436). Yüksek Lisans Tezi. (<https://tez.yok.gov.tr/> adresinden elde edilmiştir.)
- Bütün, E. (2010). *Medya Okuryazarlığı Dersine İlişkin Öğretmeni Öğrenci ve Veli Görüşleri (Samsun İli Örneği)*. On Dokuz Mayıs Üniversitesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (Eds.). (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Cesur, S. ve Paker, O. (2007). Televizyon ve Çocuk: Çocukların TV Programlarına İlişkin Tercihleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi (106-125)*. 19.12.2016 Tarihinde <http://uvt.ulakbim.gov.tr/uvt/index.php?> adresinden elde edilmiştir.
- Çakmak, E. (2010). *İngiltere ve Türkiye'deki İlköğretim Medya Okuryazarlığı Eğitimi Program ve Uygulamalarının Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi (Abant İzzet Baysal Üniversitesi)*. (Tez Nu: 278585) (<https://tez.yok.gov.tr/> adresinden elde edilmiştir.)
- Demirkaya, H. (2008). Sosyal Bilgilerde Düşünme ve Soru Sorma Becerisi. Tay, B. ve Öcal, A. (Ed), *Sosyal Bilgiler Öğretimi (390-421)*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.

- Deveci, H. ve Çengelci, T. (2008). Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarından Medya Okuryazarlığına Bir Bakış, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Aralık 2008. c. V, sy. II, 25-43, 10.02.2017 tarihinde <http://efdergi.yyu.edu.tr> adresinden elde edilmiştir.
- Elma, C. ve Diğerleri. (2009). *Medya Okuryazarlığı Dersinin Okul Müdürlerinin Görüşlerine Göre Değerlendirilmesi*, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, sy. 36. ss.87-96.
- Eroğlu, O. (2006). *Araştırma Modelleri. İzleme Araştırmaları*. Tezsiz Yüksek Lisans Programı, Ankara Üniversitesi Eğitim Yönetimi Teftişi Planlaması ve Ekonomisi Anabilim Dalı.
- Genç, S. Z. ve Güner, F. (2010). *İlköğretim 7. ve 8. Sınıf Öğrencilerinin Televizyon İzleme Profili (Çanakkale ili örneği)*, Milli Eğitim Dergisi, Güz/ 2010, sy. 188, ss. 230-250.
- Gülbahar, Y., Kalelioğlu, F. ve Madran, O. (2010). *Sosyal Ağların Eğitim Amaçlı Kullanımı*. XV. Türkiye’de İnternet Konferansı. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Gülseçen, S., Gürsul, F., Bayrakdar B., Çilengir, S., Canım, S. (2010). *Yeni Nesil Mobil Öğrenme Aracı: Podcast*, Akademik Bilişim Konferansı, Muğla.
- İnan, T. (2010). *Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlık Düzeyleri ve Medya Okuryazarlığına İlişkin Görüşleri* (Dumlupınar Üniversitesi). (Tez No:273385) Yüksek Lisans Tezi. (<https://tez.yok.gov.tr/> adresinden elde edilmiştir.)
- İnceoğlu, Y. (2006). Medyayı Doğru Okumak. Türkoğlu, N.(Ed). *Medya Okuryazarlığı* (4-7). İstanbul: Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını.
- İspir, N. B. ve İspir, B. (2008). *Televizyon Programı İçeriği Dereceleme Sembollerinin Kullanımı ve Ebeveyn Yönlendirmesi*, Selçuk İletişim Dergisi, 5 (3), ss. 176-183.

- Karademir, T. ve Alper, A. (2011). *Öğrenme ortamı olarak sosyal ağlarda bulunması gereken standartlar*. Uluslararası Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Sempozyumunda sunulan bildiri (s.731-743). 11.10.2016 tarihinde <http://web.firat.edu.tr/icits2011/icits2011ProceedingBook.pdf> adresinden elde edilmiştir.
- Karaman, M. K. ve Karataş, A. (2009). Öğretmen Adaylarının Medya Okuryazarlık Düzeyleri. 12 Eylül 2015, <http://ilkogretim-online.org.tr> adresinden elde edilmiştir.
- Karakoç, E. ve Avcı, İ. (2015). *İlköğretim Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma Elâzığ Örneği*. Selçuk Üniversitesi Türk Araştırma Dergisi. Haziran. 2015. 03.02.2017 tarihinde dergipark.gov.tr/sutad/issue/17841/187070 adresinden elde edilmiştir.
- Kartal, O. Y. (2007). *Ortaöğretim 10. Sınıf öğrencilerinin Televizyon Dizilerindeki Mesajları Algılamalarında Medya Okuryazarlığının Etkisi*. Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi. Yüksek Lisans Tezi.
- Kaplan, A. & Haenlein, M. (2010). *Users of the world, unite! The challenge and opportunities of Social Media*. Business Horizons, 53(1), 59–68. 08.05.2017 tarihinde <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0007681309001232>, adresinden elde edilmiştir.
- Kavruk, B. (2016). *Sosyal Medya Kullanımının Cinsiyet ve Eğitim Düzeyi Açısından Değerlendirilmesi (Bahçeşehir Üniversitesi)*. (Tez Nu:443284) Yüksek Lisans Tezi. (<https://tez.yok.gov.tr/> adresinden elde edilmiştir.)
- Keleş, E. ve Demirel, P. (2011). *Bir Sosyal Ağ Olarak Facebook'un Formal Eğitimde Kullanımı*, 5. Uluslararası Bilgisayar Ve Öğretim Teknolojileri Sempozyumu, Fırat Üniversitesi, 22-24 Eylül, Elâzığ.

- Kırık, A. M. (2013). *Gelişen Web Teknolojileri ve Sosyal Medya Bağımlılığı*. Büyükaşlan, A. ve Kırık, A. M. (Ed). Sosyal Medya Araştırmaları I (69-102). Konya: Çizgi Kitapevi Yayınları.
- Mazman, S.G. (2009). *Sosyal ağların benimsenme süreci ve eğitsel bağlamda kullanımı (Hacettepe Üniversitesi)*. (Tez Nu: 244959). Yüksek Lisans Tezi. (<https://tez.yok.gov.tr/> adresinden elde edilmiştir.)
- MEB, (2006). *İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretimi Programı ve Kılavuzu*. MEB Yayınları. Ankara.
- MEB, (2013). *Ortaokul ve İmam Hatip Ortaokulu Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı*. 12.10.2016 tarihinde http://ttkb.meb.gov.tr/dosyalar/programlar/ilkogretim/medyaokuryazarligi_ortaokul.pdf adresinden elde edilmiştir.
- MEB, (2015). *Fatih Projesi*. 23.11.2016 tarihinde <http://fatihprojesi.meb.gov.tr/> adresinden elde edilmiştir.
- Oflas. T. (2016). *Medya Okuryazarlığı Kapsamında Öğrencilerin Medyaya Bakış Açılarının Değerlendirilmesi: Denizli İl Örneği*. Yaşar Üniversitesi. Yüksek Lisans Tezi. İzmir.
- Oktar, M. ve Argın, S.(2014) *Öğrencilerin Sosyal Medyaya İlişkin Tutumlarının Kullanım Alışkanlıkları Bağlamında İncelenmesi*. Eğitim ve Öğretim Araştırma Dergisi. Ağustos 2014, Cilt:III Sayı:3 Makale No:1. 11.01.2017 tarihinde <http://www.jret.org/FileUpload/ks281142/File/01.otrar.pdf> adresinden elde edilmiştir.
- Önal, H. İ. (2007). *Medya Okuryazarlığı: Kütüphanelerde Yeni Çalışma Alanı*, Türk Kütüphaneciliği, c. 21, sy. 3, ss. 335-359.

- Özalpman, D. (2008). *Les Fondements Théoriques Des Différentes Conceptions D'une Éducation Aux Médias* (Yüksek Lisans Tezi), Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özay, C. (2014). *Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığına İlişkin görüşleri*. (Tez Nu: 381743). Yüksek Lisans Tezi. (<https://tez.yok.gov.tr/> adresinden elde edilmiştir.)
- RTÜK-MEB, (2007), *İlköğretim medya okuryazarlığı dersi öğretim programı ve kılavuzu*. Ankara: Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı Komisyonu.
- RTÜK, (URL) *Medya Okuryazarlığı Nedir?* 19.10.2016 tarihinde <http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/nedir.html> adresinden elde edilmiştir.
- RTÜK (2007). *Medya Okuryazarlığı Projesi*. 29.11.2016 tarihinde http://www.rtuk.gov.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=fceac66b-d555433f-9f0b-bcd2cc852eec adresinden elde edilmiştir.
- RTÜK, (2013). *Türkiye’de Çocukların Medya Kullanma Alışkanlıkları Araştırması*. 12.12.2016 tarihinde <http://www.byegm.gov.tr/> adresinden elde edilmiştir.
- RTÜK, (2016). *Medya Okuryazarlığı Araştırması*. 26.03.2017 tarihinde <https://www.rtuk.gov.tr/assets/Icerik/AltSiteler/medya-okuryazarligi-arastirmasi.pdf> adresinden elde edilmiştir.
- Sarsar, F., Başbay, M. ve Başbay, A. (2015). *Öğrenme-Öğretme Sürecinde Sosyal Medya Kullanımı*. Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt 11, Sayı 2, Ağustos 2015. DOI: 10.17860/efd.98783
- Scheibe, C. ve Rogow, F. (2008). *12 Basic Ways to Integrate Media Literacy and Critical Thinking into Any Curriculum*. Third edition, New York: Project Look Sharp Ithaca College. 12.06.2017 tarihinde <https://www.projectlooksharp.org/12BasicWays.pdf> adresinden elde edilmiştir.

- Semiz, L. (2013). *Ortaokul Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığı Yeterlikleri ve Medya Okuryazarlığı Dersini Yürüten Öğretmenlerin Karşılaştıkları Sorunlar*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İlköğretim Ana Bilim Dalı Sınıf Öğretmenliği Bilim Dalı.
- Sur, E. (2012). *İlköğretim İkinci Kademe Öğretmen ve Öğrencilerinin Medya Okuryazarlığına İlişkin Görüşleri*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Şahin, A. (2011). *Eleştirel Medya Okuryazarlığı*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Şirin, M. R. (2011). *Çocuk hakları ve medya üzerine bir ön bakış, Anne-baba, Öğretmen ve Medya Çalışanları İçin El Kitabı Çocuk Hakları ve Medya (s.11-23)*. İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.
- Tekin, H. (2016). *Ortaokul Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımı İle Algılanan İnsani Değerlerin İncelenmesi (Adıyaman Üniversitesi)*. (Tez Nu:441259) Yüksek Lisans Tezi. (<https://tez.yok.gov.tr/> adresinden elde edilmiştir.)
- Tuğlu, B. (2017) *Ortaokul Öğrencilerinin Sosyal Medyayı Kullanım Amaçları ve Sosyal Medya Kullanımlarına İlişkin Tutumları (Sakarya Üniversitesi)*. (Tez Nu:454683) Yüksek Lisans Tezi. (<https://tez.yok.gov.tr/> adresinden elde edilmiştir.)
- Tuncer, A.S. (2013). *Sosyal Medyanın Gelişimi*. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2877
- TUİK, (2016). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması*. 02.04.2017 tarihinde <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21779> adresinden elde edilmiştir.
- Ulusoy, A. ve Bostancı, M. (2014) *Çocuklarda Sosyal Medya Kullanımı ve Ebeveyn Rolü*. The Journal of Academic Social Sceince Studies. Dergi sayısı:28. Yıl:2014(559-572). 24.03.2017 tarihinde <https://www.jasstudies.com/Makaleler/.pdf> adresinden elde edilmiştir.

UNESCO. (1984). *Media Education*. Morsy Zaghloul (Editor). Paris: UNESCO.

Ülker, M. (2012). *Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen Kılavuz Kitabının Öğretim Programı İle Tutarlılığının Değerlendirilmesi (Gazi Üniversitesi)*. (Tez Nu:317136) Doktora Tezi. (<https://tez.yok.gov.tr/> adresinden elde edilmiştir.)

Uysal, S. (2013). *Medya Kullanım Amaçları İle Eğitsel Sosyal Medya Kullanımlarının Değerlendirilmesi (Bahçeşehir Üniversitesi)*. (Tez Nu:365623). Yüksek Lisans Tezi. (<https://tez.yok.gov.tr/> adresinden elde edilmiştir.)

Vural, Z. B. A., ve Bat, M. (2010). *Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma*. Journal of Yasar University 2010 20 (5) 3348-3382. 27.01.2017 tarihinde <http://www.siyasaliletisim.org/pdf/sosyalmedya.pdf> adresinden elde edilmiştir.

Yıldırım, N. ve Özmen, B. (2011). *Video Paylaşım Sitelerinin Eğitsel Amaçlı Kullanımı*. Paper presented at the 5th International Computer & Instructional Technologies Symposium, Elâzığ.

Yılmaz, K. (2011). Sosyal Bilgiler ve Tarih Öğretiminde Tarihsel Empati: Geçmişteki İnsanların Gözüyle Bakabilme Becerisi. Turan, R., Sünbül, A.M. ve Akdağ, H. (Ed), *Sosyal Bilgiler Öğretiminde Yeni Yaklaşımlar-II(12-30)*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.

Yıldırım, A. ve Şimşek H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayınları. Ankara. 9. Baskı. 2013.

Ek-1. Araştırma İzni

T.C.
BOLU VALİLİĞİ
İl Milli Eğitim Müdürlüğü

Sayı : 93554413/605/1152574

18/03/2014

Konu: Araştırma İzni (Güllü ASLAN)

VALİLİK MAKAMINA

İlgi: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğünün 20/02/2014 tarih ve 151 sayılı yazısı.

Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğünün ilgi yazısında; İlköğretim Anabilim Dalı, Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Bilim Dalı yüksek lisans programı öğrencisi Güllü ASLAN' ın, "İlkokul ve ortaokul öğrencilerinin interneti kullanım alışkanlıklarının yörüngesi" konulu tez çalışmasına veri sağlamak için, İlimiz Mehmet Akif Ersoy, Atatürk ve 60. Yıl İlkokul ve Ortaokullarında uygulama yapmak istediği belirtilmektedir.

Bakanlığımız Yenilik ve Eğitim Teknolojileri Genel Müdürlüğünün 2012/13 sayılı Genelgesi gereğince; Talep edilen araştırmanın, dersleri aksatmayacak şekilde yukarıda adı geçen okullarda uygulanması Müdürlüğümüzce uygun mütalaa edilmektedir.

Makamlarınızca da uygun görüldüğü takdirde olurlarınıza arz ederim.

İbrahim ÇAVUŞOĞLU
Milli Eğitim Müdürü

OLUR
18/03/2014

Ayhan KARTLI
Vali a.
Vali Yardımcısı

Güvenli Elektronik
İmzalı Aslı ile Aynıdır.
.../.../20...

20 Mart 2014

Afet YILMAZ
Bolu M.E.M. Destek Hizmetleri

EK: İlgi Yazı (12 Sayfa)

Bu belge, 5070 sayılı Elektronik İmza Kanununun 5 inci maddesi gereğince güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır

Tabaklar Mahallesi Cumhuriyet Caddesi Anadolu Sokak BOLU
Elektronik Ağ: <http://bolu.meb.gov.tr/>
e-posta: temelegitim14@meb.gov.tr

Tel: 0 (374) 215 11 06 - 133
Faks: 0 (374) 215 44 85

Ek-2. Görüş Formu

SINIF: 5 () --- 6 () --- 7 () --- 8 () ----- Cinsiyet: K () E () -----	
ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA ALGILARI VE SOSYAL MEDYA OKURYAZARLIĞI	
Bu çalışma sizlerin sosyal medya konusunda görüşlerinizi ve alışkanlıklarınızı ortaya koymak için hazırlanmıştır. Sosyal medyaya yönelik öğrencilerin karşılaştığı sorunların çözümüne katkı sağlayacağını düşündüğümüz bu çalışmaya vereceğiniz destekten ötürü şimdiden çok teşekkür ederiz. Saygılarımızla. Güllü Aslan (AİBÜ Yüksek Lisans öğrencisi) & Yrd. Doç. Dr. Adnan ALTUN	
Soru-1: Sizce <u>Sosyal Medya</u> nedir? (facebook, twitter gibi....) Soru-2: Size göre Sosyal Medya <u>ne işe yarar?</u>	Soru-3: Sizce Sosyal Medyanın <u>olumlu yönleri</u> nelerdir? <u>Faydaları</u> nelerdir? (Açıklayınız.) Soru-4: Sizce Sosyal Medyanın <u>olumsuz yönleri</u> nelerdir? <u>Zararları</u> nelerdir? (Açıklayınız.)
Soru-5: Hangi sosyal medya hesabını kullanıyorsunuz? FACEBOOK () --- TWITTER () --- Diğer	
(Sosyal medyayı kullanmıyorsanız sonraki soruları yanıtlamayınız?) Soru-5: Sosyal medyayı <u>kullanmama</u> nedenlerinizi açıklar mısınız?	Soru-6: Sosyal medyayı <u>kullanma</u> nedenlerinizi açıklar mısınız?
Soru-6: Sosyal medyada daha çok <u>kimlerle</u> (aile, arkadaş, diğer) sohbet ediyor, paylaşımında bulunuyor, iletişim kuruyorsunuz? Ve bu kişileri seçerken nelere dikkat ediyorsunuz? Açıklayınız.	
Soru-7: Sosyal medya günde ortalama ne kadar süreyle (saat olarak) kullanıyorsunuz? Günde saat / dakika	
Soru-8: Sosyal medyaya nereden bağlanıyorsunuz? Evden () - Cep telefonundan () - İnternet kafeden () - Okuldan () - Diğer (varsa başka bir yer yazınız.)	

Soru-9: SOSYAL MEDYADA DAHA ÇOK;	
a-1) Neleri paylaşıyorsunuz ve neleri paylaşmıyorsunuz? (Örnekler vererek açıklayınız)	c-1) Neleri beğeniyorsunuz ve neleri beğenmiyorsunuz? (Örnekler vererek açıklayınız)
a-2) Bir şeyi paylaşıp paylaşmamaya nasıl karar veriyorsunuz? Açıklayınız.	c-2) Bir şeyi beğenip beğenmemeye nasıl karar veriyorsunuz? Açıklayınız.
b-1) Kimlerin hangi paylaşımlarına yorum yapıyorsunuz ve yapmıyorsunuz? (Örnekler vererek açıklayınız)	d-1) Kimleri ve hangi konulardaki paylaşımları düzenli olarak takip ediyorsunuz? (Örnekler vererek açıklayınız)
b-2) Bir kişiye veya bir konuya yorum yapmadan önce <u>nelere dikkat ediyorsunuz?</u> Açıklayınız.	d-2) Bir kişiye/grubu veya bir konuyu düzenli olarak takip edip etmeme kararını nasıl veriyorsunuz? Açıklayınız.

Ek-3. Beşinci Sınıf Görüş Formu

5-7k

SINIF: 5 (X) -- 6 () -- 7 () -- 8 () ----- Cinsiyet: K (X) E () -----	
ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA ALGILARI VE SOSYAL MEDYA OKURYAZARLIĞI	
Bu çalışma sizlerin sosyal medya konusunda görüşlerinizi ve alışkanlıklarınızı ortaya koymak için hazırlanmıştır. Sosyal medyaya yönelik öğrencilerin karşılaştığı sorunların çözümüne katkı sağlayacağını düşündüğümüz bu çalışmaya vereceğiniz destekten ötürü şimdiden çok teşekkür ederiz. Saygılarımızla. Güllü Aslan (AİBÜ Yüksek Lisans öğrencisi) & Yrd. Doç. Dr. Adnan ALTUN	
Soru-1: Sizce <u>Sosyal Medya</u> nedir? (facebook, twitter gibi....) Bence sosyal medya bir konuşma ve paylaşım yapma mekanizmasıdır.	Soru-3: Sizce Sosyal Medyanın <u>olumlu yönleri</u> nelerdir? <u>Faydaları</u> nelerdir? (Açıklayınız.) Ödevlerimiz onun sayesinde arkadaşlarımızla sormak.
Soru-2: Size göre Sosyal Medya <u>ne işe yarar?</u> Arkadaşlarımızla konuşmak.	Soru-4: Sizce Sosyal Medyanın <u>olumsuz yönleri</u> nelerdir? <u>Zararları</u> nelerdir? (Açıklayınız.) Bence sosyal medyanın olumsuz yönleri bizi ilgilendiren bazılarına sebep olmaktadır.
Soru-5: Hangi sosyal medya hesabını kullanıyorsunuz? FACEBOOK (X) --- TWITTER (X) --- Diğer	
(Sosyal medyayı kullanmıyorsanız sonraki soruları yanıtlamayınız) Soru-5: Sosyal medyayı <u>kullanmama</u> nedenlerinizi açıklayınız?	Soru-6: Sosyal medyayı <u>kullanma</u> nedenlerinizi açıklayınız? Arkadaşlarımızın hesapları var ve ben sosyal medyayı kullanarak eğleniyorum.
Soru-6: Sosyal medyada daha çok <u>kimlerle</u> (aile, arkadaş, diğer) sohbet ediyor, paylaşımında bulunuyor, iletişim kuruyorsunuz? Ve bu kişileri seçerken nelere dikkat ediyorsunuz? Açıklayınız.	
Arkadaşlarımla ve ailemle konuşuyorum ve bu kişileri seçerken tanıdığım olmamasına dikkat ediyorum.	
Soru-7: Sosyal medya günde ortalama ne kadar süreyle (saat olarak) kullanıyorsunuz? Günde 2-3 saat / dakika	
Soru-8: Sosyal medyaya nereden bağlanıyorsunuz?	
Evden (X) - Cep telefonundan (X) - İnternet kafeden () - Okuldan () - Diğer (varsa başka bir yer yazınız.)	

5.7k

Soru-9: SOSYAL MEDYADA DAHA ÇOK;

a-1) Neleri paylaşıyorsunuz ve neleri paylaşmıyorsunuz?
(Örnekler vererek açıklayınız)

Sağma şeyler pay-
laşmamaya dikkat
ediyorum ve de
düşün şeyler
paylaşıyorum.

a-2) Bir şeyi paylaşıp paylaşmamaya nasıl karar veriyorsunuz?
Açıklayınız.

düşünce ve
doğruca
kontrol
ediyorum.

c-1) Neleri beğeniyorsunuz ve neleri beğenmiyorsunuz?
(Örnekler vererek açıklayınız)

düşün şeyleri
beğeniyorum,
kötü şeyleri
beğenmiyorum.

c-2) Bir şeyi beğenip beğenmemeye nasıl karar veriyorsunuz?
Açıklayınız.

düşün olmasına
dikkat ediyorum.

b-1) Kimlerin hangi paylaşımlarına yorum yapıyorsunuz ve yapmıyorsunuz? (Örnekler vererek açıklayınız)

Bazı sayfaların paylaşı-
mı sağma resimlere
yorum yapmamaya
dikkat ediyorum.

b-2) Bir kişiye veya bir konuya yorum yapmadan önce nelere
dikkat ediyorsunuz? Açıklayınız.

kötü etmemeye
ve
sağma şeyler yapmamaya.

d-1) Kimleri ve hangi konulardaki paylaşımları düzenli olarak
takip ediyorsunuz? (Örnekler vererek açıklayınız)

Bazı güzel sayfalar
var onları ve bazı
arkadaşlarını takip
ediyorum.

d-2) Bir kişiye/grubu veya bir konuyu düzenli olarak takip edip
etmeme kararını nasıl veriyorsunuz? Açıklayınız.

düşün bir
sayfa olup
olmadığına dikkat
ediyorum.

Ek-4. Altıncı Sınıf Görüş Formu

6-862

SINIF: 5 () --- 6 (X) --- 7 () --- 8 () ----- Cinsiyet: K (X) E () -----

ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA ALGILARI VE SOSYAL MEDYA OKURYAZARLIĞI

Bu çalışma sizlerin sosyal medya konusunda görüşlerinizi ve alışkanlıklarınızı ortaya koymak için hazırlanmıştır. Sosyal medyaya yönelik öğrencilerin karşılaştığı sorunların çözümüne katkı sağlayacağını düşündüğümüz bu çalışmaya vereceğiniz destekten ötürü şimdiden çok teşekkür ederiz. Saygılarımızla. Güllü Aslan (AİBÜ Yüksek Lisans öğrencisi) & Yrd. Doç. Dr. Adnan ALTUN

Soru-1: Sizce Sosyal Medya nedir? (facebook, twitter gibi....) İnsanların görüşlerini paylaştığı, arkadaşlarını buldukları, fotoğrafları bir uygulamadır. Soru-2: Size göre Sosyal Medya ne işe yarar? İnsanların uzakta olan arkadaşlarını, aileleri vb. gibi kişileri daha yakından takip etmelerine.	Soru-3: Sizce Sosyal Medyanın olumlu yönleri nelerdir? Faydaları nelerdir? (Açıklayınız.) Herkes kendi görüşünü hayatta olmaya da bir yerde paylaşıyor. Bu da insanların sağduyusunu artırıyor. Soru-4: Sizce Sosyal Medyanın olumsuz yönleri nelerdir? Zararları nelerdir? (Açıklayınız.) Çocuklar sosyal medyaya bağımlı olarak diğer aktiviteler ve dersleri aksatıyorlar. Bu da yapamaları olumsuz bir yön verir.
Soru-5: Hangi sosyal medya hesabını kullanıyorsunuz? FACEBOOK (X) --- TWITTER (X) --- Diğer <u>Instagram</u> <u>YouTube</u> <u>Ok. fm</u> (Sosyal medyayı kullanmıyorsanız sonraki soruları yanıtlamayınız) Soru-5: Sosyal medyayı <u>kullanmama</u> nedenlerinizi açıklayınız mıdır?	
Soru-6: Sosyal medyada daha çok <u>kimlerle</u> (aile, arkadaş, diğer) sohbet ediyor, paylaşımında bulunuyor, iletişim kuruyorsunuz? Ve bu kişileri seçerken nelere dikkat ediyorsunuz? Açıklayınız. Ailemle, arkadaşlarımla ve uzakta olan öğretmenlerle sohbet ediyorum. Onların da fotoğraflarını paylaşımları buluyorum. İşler okulumdan arkadaşlarımla iletişim kuruyorum.	
Soru-7: Sosyal medya günde ortalama ne kadar süreyle (saat olarak) kullanıyorsunuz? Günde ...30...60 saat / dakika Soru-8: Sosyal medyaya nereden bağlanıyorsunuz? Evden () - Cep telefonundan (X) - İnternet kafeden () - Okuldan () - Diğer (varsa başka bir yer yazınız.)	

6.86L

Soru-9: SOSYAL MEDYADA DAHA ÇOK;

a-1) Neleri paylaşıyorsunuz ve neleri paylaşmıyorsunuz?
(Örnekler vererek açıklayınız)

Beğendiğim resimleri
 - arkadaşlarımın da
 - tek fotoğrafım
 - Bella + thorne
 hoşuma giden resimler
 - sevmediklerim
 - güzel arkadaşlarım

a-2) Bir şeyi paylaşıp paylaşmamaya nasıl karar veriyorsunuz?
Açıklayınız.

İncelikle onlara ilk
 önce kendimin
 güzel olup olmadığını
 bakıyorum.

c-1) Neleri beğeniyorsunuz ve neleri beğenmiyorsunuz?
(Örnekler vererek açıklayınız)

Dikkat çekici olan
 şüpheli ve hoşuma
 giden resimleri beğenirim
 - arkadaşlarımın resimleri
 - Bella thorne'un
 resimleri
 hoşuma gidenleri
 beğenmiyorum.

c-2) Bir şeyi beğenip beğenmemeye nasıl karar veriyorsunuz?
Açıklayınız.

Güzel şeyler
 paylaşırsa beğeniyorum.

b-1) Kimlerin hangi paylaşımlarına yorum yapıyorsunuz ve
yapmıyorsunuz? (Örnekler vererek açıklayınız)

arkadaşlarımın resimlerine
 yorum yapıyorum.
 Bella thorne resim-
 lerine yorum yapıyorum.

d-1) Kimleri ve hangi konulardaki paylaşımları düzenli olarak
takip ediyorsunuz? (Örnekler vererek açıklayınız)

- Bella thorne
 - Taylor Swift
 bunları düzenli
 olarak her zaman
 tüm sosyal ağlarda
 takip ediyorum.

b-2) Bir kişiye veya bir konuya yorum yapmadan önce nelere
dikkat ediyorsunuz? Açıklayınız.

Savdığım şeyleri
 paylaşmaları için
 zorla yorum
 yapıyorum.

d-2) Bir kişiye/grubu veya bir konuyu düzenli olarak takip edip
etmeme kararını nasıl veriyorsunuz? Açıklayınız.

hoşuma giden
 gitmediğine
 bakıyorum.

Ek-5. Yedinci Sınıf Görüş Formu

7-7k

SINIF: 5 () --- 6 () --- 7 (X) --- 8 () ----- Cinsiyet: K (X) E () -----

ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA ALGILARI VE SOSYAL MEDYA OKURYAZARLIĞI

Bu çalışma sizlerin sosyal medya konusunda görüşlerinizi ve alışkanlıklarınızı ortaya koymak için hazırlanmıştır. Sosyal medyaya yönelik öğrencilerin karşılaştığı sorunların çözümüne katkı sağlayacağını düşündüğümüz bu çalışmaya vereceğiniz destekten ötürü şimdiden çok teşekkür ederiz. Saygılarımızla. Güllü Aslan (AİBÜ Yüksek Lisans öğrencisi) & Yrd. Doç. Dr. Adnan ALTUN

Soru-1: Sizce <u>Sosyal Medya</u> nedir? (facebook, twitter gibi....) Sosyal medya = Haber, oyun, hawa durumu gibi şeyleri öğrenebilmel	Soru-3: Sizce Sosyal Medyanın <u>olumlu yönleri</u> nelerdir? <u>Faydaları</u> nelerdir? (Açıklayınız.) Bence olumlu yönleri haberleri daha az sürede kullanabiliriz. Faydası ise bence yok.
Soru-2: Size göre Sosyal Medya <u>ne işe yarar?</u> Bence sosyal medya birileriyle uzakta bile olsa konuşabilme-mize yarar.	Soru-4: Sizce Sosyal Medyanın <u>olumsuz yönleri</u> nelerdir? <u>Zararları</u> nelerdir? (Açıklayınız.) Zararları gözlerimizi bozabili. Olumsuz yönleri ise
Soru-5: Hangi sosyal medya hesabını kullanıyorsunuz? FACEBOOK (X) --- TWITTER () --- Diğer	
(Sosyal medyayı kullanmıyorsanız sonraki soruları yanıtlamayınız) Soru-5: Sosyal medyayı <u>kullanmama</u> nedenlerinizi açıklayınız?	Soru-6: Sosyal medyayı <u>kullanma</u> nedenlerinizi açıklayınız? Aslında eğlenceli ve iyi. İyi son dakika haberlerini daha az sürede öğreniyoruz.
Soru-6: Sosyal medyada daha çok <u>kimlerle</u> (aile, arkadaş, diğer) sohbet ediyor, paylaşımda bulunuyor, iletişim kuruyorsunuz? Ve bu kişileri seçerken nelere dikkat ediyorsunuz? Açıklayınız. Enişterim, kuzenlerim ve teyzelerim. Bu kişilerle güveniyorum.	
Soru-7: Sosyal medya günde ortalama ne kadar süreyle (saat olarak) kullanıyorsunuz? Günde4.....(saat) dakika	
Soru-8: Sosyal medyaya nereden bağlanıyorsunuz? Evden (X) - Cep telefonundan () - İnternet kafeden () - Okuldan () - Diğer (varsa başka bir yer yazınız.)	

7-7k

Soru-9: SOSYAL MEDYADA DAHA ÇOK;

a-1) Neleri paylaşıyorsunuz ve neleri paylaşmıyorsunuz?
(Örnekler vererek açıklayınız)

Daha çok haberler ile
ilgili videoları, durumları.

a-2) Bir şeyi paylaşıp paylaşmamaya nasıl karar veriyorsunuz?
Açıklayınız.

Önce ne hakkında veya
ne ile ilgiliyse ona
göre paylaşırım.

c-1) Neleri beğeniyorsunuz ve neleri beğenmiyorsunuz?
(Örnekler vererek açıklayınız)

Oyunları beğeniyorum.
Ark ile ilgili yazıları
beğenmiyorum.

c-2) Bir şeyi beğenip beğenmemeye nasıl karar veriyorsunuz?
Açıklayınız.

Önemli ise ona göre yorum
yapıyorum.

b-1) Kimlerin hangi paylaşımlarına yorum yapıyorsunuz ve
yapmıyorsunuz? (Örnekler vererek açıklayınız)

Fotoğraflara yorum yapıyo-
rum.
Videolara yorum yapmıyo-
rum.

b-2) Bir kişiye veya bir konuya yorum yapmadan önce nelere
dikkat ediyorsunuz? Açıklayınız.

Mesela çok güzel veya
çok akıllı bir şey pay-
lastıysa ona göre yorum
yapıyorum.

d-1) Kimleri ve hangi konulardaki paylaşımları düzenli olarak
takip ediyorsunuz? (Örnekler vererek açıklayınız)

Haberleri düzenli olarak
takip ediyorum.

d-2) Bir kişiye/grubu veya bir konuyu düzenli olarak takip edip
etmeme kararını nasıl veriyorsunuz? Açıklayınız.

Öncelikle fotoğraf veya
durumlarına bakarak takip
ediyorum.

Ek-6. Sekizinci Sınıf Görüş Formu

8-356

SINIF: 5 () --- 6 () --- 7 () --- 8 (✓) ----- Cinsiyet: K (✓) E () -----	
ORTAOKUL ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA ALGILARI VE SOSYAL MEDYA OKURYAZARLIĞI	
Bu çalışma sizlerin sosyal medya konusunda görüşlerinizi ve alışkanlıklarınızı ortaya koymak için hazırlanmıştır. Sosyal medyaya yönelik öğrencilerin karşılaştığı sorunların çözümüne katkı sağlayacağını düşündüğümüz bu çalışmaya vereceğiniz destekten ötürü şimdiden çok teşekkür ederiz. Saygılarımızla. Güllü Aslan (AİBÜ Yüksek Lisans öğrencisi) & Yrd. Doç. Dr. Adnan ALTUN	
Soru-1: Sizce Sosyal Medya nedir? (facebook, twitter gibi....) Arkadaşlarımızla konuştuklarımız, güncel haberleri takip ettiğimizi insanların, özellikle gençlerin çok düştüğü olduğu, eğlendiği bir şeydir. Soru-2: Size göre Sosyal Medya ne işe yarar? Bilgi edinmemizi sağlayan, araştırmalarımızı kolayca yapabildiğimizi, arkadaşlık ilişkilerinin geliştiği bir internet ağıdır.	Soru-3: Sizce Sosyal Medyanın olumlu yönleri nelerdir? Faydaları nelerdir? (Açıklayınız.) Arkadaşlarımızı genişletiyor, bilgi edinmemizi sağlıyor. Soru-4: Sizce Sosyal Medyanın olumsuz yönleri nelerdir? Zararları nelerdir? (Açıklayınız.) Bağımlılık yapıyor, Beynimizi yoruyor.
Soru-5: Hangi sosyal medya hesabını kullanıyorsunuz? FACEBOOK (✓) --- TWITTER () --- Diğer	
(Sosyal medyayı kullanmıyorsanız sonraki soruları yanıtlamayınız) Soru-5: Sosyal medyayı kullanmama nedenlerinizi açıklayınız?	Soru-6: Sosyal medyayı kullanma nedenlerinizi açıklayınız? Vakit geçiriyorum. Araştırmalar yapıyorum. Arkadaşlarımla sohbet ediyorum. Müzik dinliyorum.
Soru-6: Sosyal medyada daha çok kimlerle (aile, arkadaş, diğer) sohbet ediyor, paylaşımda bulunuyor, iletişim kuruyorsunuz? Ve bu kişileri seçerken nelere dikkat ediyorsunuz? Açıklayınız. Arkadaşlarımla sohbet ediyorum. Sadece en yakın olanlarla iletişim kuruyorum.	
Soru-7: Sosyal medya günde ortalama ne kadar süreyle (saat olarak) kullanıyorsunuz? Günde 3-4... saat/ dakika	
Soru-8: Sosyal medyaya nereden bağlanıyorsunuz? Evden (✓) - Cep telefonundan (✓) - İnternet kafeden () - Okuldan () - Diğer (varsa başka bir yer yazınız.)	

8-356

Soru-9: SOSYAL MEDYADA DAHA ÇOK;	
a-1) Neleri paylaşıyorsunuz ve neleri paylaşmıyorsunuz? (Örnekler vererek açıklayınız) Beğendiğim sözleri paylaşıyorum. Örnek: Her günün bir serkısı var.	c-1) Neleri beğeniyorsunuz ve neleri beğenmiyorsunuz? (Örnekler vererek açıklayınız) Güzel resimleri, müzik paylaşımlarını, güzel sözleri beğeniyorum.
a-2) Bir şeyi paylaşıp paylaşmamaya nasıl karar veriyorsunuz? Açıklayınız. İstedigimi, beğendiğimi paylaşıyorum.	c-2) Bir şeyi beğenip beğenmemeye nasıl karar veriyorsunuz? Açıklayınız. Görüş olarak.
b-1) Kimlerin hangi paylaşımlarına yorum yapıyorsunuz ve yapmıyorsunuz? (Örnekler vererek açıklayınız) En yakın arkadaşlarımda paylaşımlarına yorum yapıyorum.	d-1) Kimleri ve hangi konulardaki paylaşımları düzenli olarak takip ediyorsunuz? (Örnekler vererek açıklayınız) Arkadaşlarımda Aslında çok fazla takip ettiğim yok
b-2) Bir kişiye veya bir konuya yorum yapmadan önce <u>nelere dikkat ediyorsunuz?</u> Açıklayınız. Kimin paylaşıp, paylaşmadığına	d-2) Bir kişiyi/grubu veya bir konuyu düzenli olarak takip edip etmeme kararını nasıl veriyorsunuz? Açıklayınız. O kişiyi sevip, sevmediğine göre